



PLAN DE NEGOCIO HAPPY EVENTS

Plan de negocios para obtener el Título de Licenciatura en Banca y Finanzas y Licenciatura en Administración de empresas, otorgado por la Escuela de Administración, Comercio y Finanzas de la Universidad Politécnica de Nicaragua.

AUTORES

- | | |
|--------------------------------------|----------------------------|
| 1. García Tinoco Kelly Yelitza | Administración de Empresas |
| 2. Medrano Castañeda Priscilla Suyen | Banca y Finanzas |
| 3. Molina Rodríguez María Alejandra | Administración de Empresas |
| 4. Vanegas López Ninfa Nelly | Administración de Empresas |

Noviembre 2019

Managua, Nicaragua

Contenido

1. OBJETIVOS	4
2. APOORTE DEL PROYECTO A LA ECONOMIA LOCAL/NACIONAL	4
3. PERFIL ESTRATEGICO	5
4. PLAN DE MARKETING	7
4.2. Investigación de mercado	22
4.3 Resultados de la encuesta.	27
4.4 Decisiones estratégicas de marketing	31
4,5 Objetivos de Marketing	37
4.6 Demanda y participación de mercado.....	¡Error! Marcador no definido.
4.6.1 Demanda real	40
4.6.2.Participación de mercado.	41
4.6.3 Estrategias de marketing	43
4.7 Plan de acción	44
4.8 Proyección de ventas.....	47
5. PLAN DE PRODUCCION.....	48
5.1. Cursograma de servicios.....	48
5.2 Activos fijos	50
5.3 Vida útil de los activos fijos.....	53
5.4 Capacidad planificada y futura.....	55
5.5 Materia prima necesaria y costo de la materia prima.....	56
5.6 Mano de obra directa e indirecta.....	59
5.7 Gastos generales de la empresa	60
6. PLAN DE ORGANIZACIÓN	61
6.1 Estructura organizacional	61
7. PLAN DE FINANZAS	63
7.1 Inversión	63
7.2 RAZONES FINANCIERAS.	66
7.3 PUNTO DE EQUILIBRIO.	66
7.4 FLUJO DE CAJA.	67
7.5 INDICADORES DE RENTABILIDAD.....	68
8. Anexos	70
9.Conclusiones	

DEDICATORIA

Dedicamos este plan de negocios con todo nuestro amor:

A Dios, por habernos dado la vida y permitirnos llegar a este momento tan importante de nuestra formación profesional, por haber inspirado nuestro espíritu y habernos guiado en cada paso y en cada decisión para la realización de este plan de negocio.

García Tinoco Kelly Yelitza

Medrano Castañeda Priscilla Suyen

Molina Rodríguez María Alejandra

Vanegas López Ninfa Nelly

AGRADECIMIENTOS

Dedico este proyecto primeramente a Dios, que me ha ayudado en el transcurso de mi carrera; a mis padres por que han sido mi motor para alcanzar esta meta, mi padre Medardo José Garcia Castro que a pesar de nuestras indiferencias me apoyo, a mi madre Rosaura Agustina Tinoco porque fue la que estuvo conmigo en mis buenos y peores momentos y me sigue motivando a seguir alcanzando mis metas te amo madre; también dedico este proyecto a mis hermanos porque también me dieron su apoyo y consejos en cada paso que doy infinitamente gracias.

Kelly Yelitza García Tinoco

Agradezco de manera especial y con todo mi amor:

A mi padre RAFAEL ANTONIO MEDRANO SANDOVAL, por su esfuerzo y apoyo incondicional en cada etapa de mi vida y porque con su ejemplo me ha inspirado a soñar, a buscar nuevos retos para mi desarrollo personal y a ofrecer lo mejor de mí día con día.

Te amo Papá.

Agradezco con mucha sinceridad y aprecio a mi profesor JAVIER TALAVERA, por sus conocimientos, dedicación y paciencia, sus aportes han sido fundamentales para la realización de este plan de negocio.

Profesor Javier Talavera, usted ha inspirado en mí un sentido de seriedad, responsabilidad y pasión por el estudio, lo admiro y lo respeto, muchas gracias por el tiempo compartido.

Priscilla Suyen Medrano Castañeda.

Agradezco con todo el cariño y amor a una gran mujer que ha sido padre y madre para mí, mi mamá: RINA MARIA RODRIGUEZ ALEMAN, gracias por ser parte de esta gran etapa, por apoyarme incondicional, moral y económicamente para realizar mis estudios y por alentarme a ser cada día una mujer de bien en cada etapa de mi vida.

Te amo con mi vida.

María Alejandra Molina Rodríguez.

A mi madre: LEONOR DE LOS ANGELES LOPEZ ROSTRAN, por su gran amor y apoyo ilimitado e incondicional que siempre me ha dado, por tener siempre la fortaleza de salir adelante sin importar los obstáculos, por haberme formado como una mujer de bien y por ser la mujer que me dio la vida y me enseñó a vivirla. No hay palabras en este mundo para agradecerte mamá.

Ninfa Nelly Vanegas López.



Resumen ejecutivo

El plan de negocios de la empresa **HAPPY EVENTS S.A.**, comprende el análisis de mercado en base al cual se logró determinar nuestra demanda real y participación de mercado en el departamento de Managua.

Este estudio de mercado con el que se inicia nuestro plan de negocio comprende la proyección de demanda potencial en miles de unidades, proyección de demanda potencial por tipo de eventos, proyección de demanda real en miles de servicios, proyección de la demanda real por tipo de evento y número de servicios, proyección de participación de mercado anual, participación por tipo de evento y número de servicios al año, proyección de precios, presupuesto de mercado y proyección de ventas.

Logramos determinar la existencia de una demanda latente que pueden contratar nuestros servicios, son personas con estrato social de clase media alta y clase alta.

Respecto a nuestra participación de mercado de 440 servicios en el primer año, se estableció un crecimiento anual de 3.25% durante los cinco años siguientes.

La principal competencia identificada la constituyen empresas ya reconocidas como: PAPILLON, STRAVAGANZA, CASA MOMENTOS, cabe destacar que estas empresas no acostumbran a contactar a sus clientes con meses de anticipación para ofrecer sus servicios con planes de pago, lo que proporciona una oportunidad competitiva a nuestro negocio.

Se establece una estructura organizacional funcional y simplificada en la cual se plantean las estructuras básicas que permitirán el funcionamiento la empresa, esta estructura deberá ajustarse en función del crecimiento de la empresa en el largo plazo.

Los indicadores de rentabilidad nos demuestran que la inversión a efectuarse es rentable y se irá recuperando a partir del cuarto año, con una TIR del 43% mayor que la tasa del costo de capital del 21%. La relación beneficio costo es de 1.59 siendo mayor que 1, y un VAN de \$292,498.23 dólares.



Antecedentes

El 01/09/2019 nace la primera idea de plan de negocio con el nombre HAPPY EVENTS.

Los servicios que ofrecerá la familia HAPPY EVENTS inicia con la decisión y entusiasmo de 04 mujeres jóvenes que se encuentran en su etapa de culminación de estudios en nuestra Universidad Politécnica de Nicaragua (UPOLI), mujeres que desean emprenderse en un negocio de organización de eventos sociales, cuyo principal objetivo es que las personas tengan una experiencia extraordinaria en cada uno de los eventos sociales en los que participaremos.

Lo que nos motivó a decidirnos por esta idea de organización de eventos sociales y no escoger otro giro de negocio, es que nos gusta y nos apasiona crear ambientes de celebración donde las personas se sientan importantes, especiales y felices en esos momentos que serán únicos en su vida y que recordarán por el resto de su existencia.



Justificación

Como futuras empresarias, realizar un plan de negocios es muy importante porque nos permitirá entender y conocer adecuadamente las reglas del mercado y la industria donde competirá nuestra empresa.

Elaborar este plan de negocios nos servirá para criticar y esclarecer nuestras propias ideas y así poder prevenir errores poco evidentes. Queremos alcanzar el éxito y ser capaces de medir el verdadero potencial de nuestro negocio.

La elaboración de un buen plan de negocios aporta confianza al socio o institución financiera en donde estaremos solicitando el préstamo para que nuestro negocio comience a operar.

Elaborar este plan de negocios como una forma de culminación de estudios es muy importante porque nos brinda los conocimientos y la oportunidad de aplicar este proyecto.



1. OBJETIVOS

1.1 Objetivo general

Establecernos como una empresa reconocida en el mercado nacional que se caracterice por ofrecer eventos innovadores y de alta calidad para nuestros clientes

1.2 Objetivos específicos

Organizar un equipo de trabajo calificado para poder responder a las demandas con eficiencia.

Identificar los gustos, preferencias y tendencias en el mercado de servicios de organización de eventos.

Determinar nuestra capacidad de servicio en la organización de eventos, así como los requerimientos que exige el mercado para que el negocio funcione bien.

2. APOORTE DEL PROYECTO A LA ECONOMIA LOCAL/NACIONAL

HAPPY EVENTS aportará a la economía local del municipio de Managua con la generación de fuentes de empleos directos para las personas que en la actualidad se encuentran en búsqueda de nuevas oportunidades laborales. Nuestro negocio también contribuirá en materia fiscal con el pago de los impuestos municipales y nacionales, tales como: IVA, IR y 1% (IMI) sobre las ventas. Al inscribir a sus colaboradores a la seguridad social aportara el INSS patronal y el 2% de INATEC.

De igual manera al consumir bienes y servicios de otras empresas, podrá contribuir a la generación de beneficios para éstas y de fuentes de empleos indirectas para otras personas.

HAPPY EVENTS podrá contribuir con el PIB, al realizar la prestación de sus servicios a lo interno de la economía.



3. PERFIL ESTRATEGICO

Nombre del negocio: HAPPY EVENTS, Sociedad Anónima.

Giro del negocio: Servicios de organización de eventos sociales en general.

3.1 Misión de HAPPY EVENTS

Trabajamos para brindarle momentos de felicidad con la más fina atención.

3.2 Visión de HAPPY EVENTS

Ser la primera opción en organización de eventos sociales.

3.3 Valores de HAPPY EVENTS

- **Calidad:** Los servicios que nuestro negocio ofertará tendrán estándares de calidad elevados para todos los clientes.
- **Comunicación:** Se pretende tener cercanía con el cliente y estar en constante comunicación, de esta manera podremos saber si estamos complaciendo sus necesidades y exigencias.
- **Confianza:** Se desea generar un vínculo de confianza con nuestro equipo y nuestros clientes para satisfacer sus necesidades y deseos.
- **Excelencia:** Como equipo nos exigimos lo mejor, para así poder dar lo mejor. Si un cliente y un empleado observan que ofrecemos un servicio excelente les impulsará a quedarse con nosotros.
- **Innovación:** Dedicamos nuestro tiempo para crear nuevos servicios atractivos e innovadores y así mismo atraer a los clientes para que degusten de los mismos.
- **Integridad:** Trabajamos con transparencia y honestidad para generar confianza al cliente.
- **Lealtad:** Si nos mostramos leales y fieles con nuestro equipo y nuestros clientes, ellos nos devolverán esa fidelidad.



- **Puntualidad:** Se exige a los empleados respeto en el tiempo de llegada y salida, además puntualidad con el montaje de los eventos.
- **Trabajo en Equipo:** Trabajamos de manera conjunta para lograr un solo objetivo.
- **Vocación de Servicio:** Tenemos una autentica entrega para servir a los demás regalándole al cliente una experiencia extraordinaria.

3.4 Estrategia del negocio

Costo	Para cada cliente en su primer contrato con HAPPY EVENTS se estará brindando un precio de introducción para hacer mucho más atractiva nuestra oferta. Previamente se habrá investigado los precios promedios con los que trabaja la competencia.
Diferenciación	El personal de HAPPY EVENTS estará enfocado principalmente en cuidar los detalles de cada evento de manera minuciosa, desde la oferta hasta la ejecución. Con esto estaríamos aportando prestigio a nuestro negocio. Ofertaremos a nuestros clientes los servicios de manera objetiva, garantizando que se cumpla a cabalidad los compromisos adquiridos. <u>Ejemplo:</u> Para una fiesta infantil se podría ofrecer sillas con los colores característicos del personaje de la fiesta.
Alta segmentación de mercado	Buscaremos aliados estratégicos para obtener beneficios mutuos y que nos ayuden a promover y desarrollar nuestro negocio. <u>Ejemplo:</u> Actualmente entre los jóvenes que celebran sus fiestas de 15 años ha surgido la moda de presentar un baile coreográfico para sus invitados. Si nos aliamos con una escuela de baile, HAPPY EVENTS estaría contratando los servicios de esta escuela, quienes a su vez nos estarían promocionando con algún tipo de publicidad visual en su local, también podrían proveernos de la data de sus clientes para ofrecer nuestros servicios en sus diferentes líneas.



4. PLAN DE MARKETING

El plan de marketing se inicia con la valoración del entorno, a través de la aplicación del análisis PEST (Political Factor-Economic Factor-Social Factor-Technological Factor) y posteriormente la identificación de las oportunidades y amenazas, con el fin de llevar a cabo una ejecución estratégica que le permitirá a la empresa desarrollarse en el mercado de manera segura.

El PEST es un instrumento que ayuda a las compañías a definir su entorno, analizando una serie de factores del macro ambiente cuyas iniciales son las que le dan el nombre. La empresa necesita analizar cuidadosamente esta herramienta para conocer su potencial y la situación externa del mercado.

De igual manera OA (Oportunidades y Amenazas) son factores externos y como tales están fuera del control de la empresa.

4.1 Análisis interno, análisis del sector, análisis externo

Análisis Interno: Recursos de HAPPY EVENTS

A. Recursos financieros: Capital propio.

HAPPY EVENTS cuenta con un capital monetario inicial para el arranque de sus operaciones por un monto de U\$ 5,100.00 (Cinco Mil Cien Dólares Netos).

B. Recursos humanos: Número inicial de empleados.

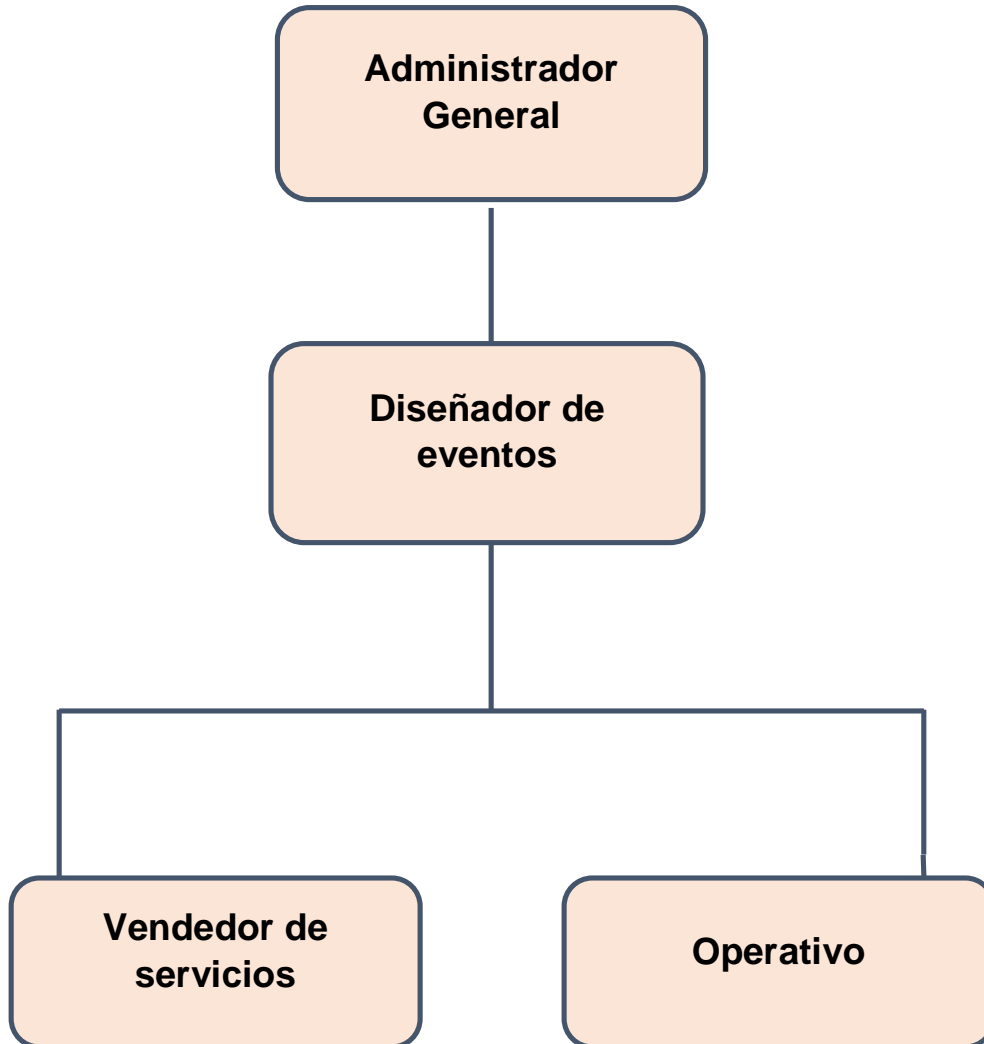
HAPPY EVENTS iniciará operaciones con 4 empleados de cargo fijo, cuyas funciones iniciales serán las siguientes:

- Administrador General
 - Procesar toda la información relativa al evento que se trabajará.
 - Distribuir las tareas y actividades que el resto del equipo debe realizar.



- Garantizar que se respete a cabalidad los acuerdos pactados en la oferta aprobada por el cliente.
- Diseñador de eventos
 - Diseñar, planificar, producir y comunicar a través de un evento de HAPPY EVENTS, desde la propuesta hasta el final.
 - Organizar la celebración dentro de un presupuesto.
 - Presentar informes y resultados de cada evento.
- Vendedor de servicios
 - Capturar nuevos clientes mediante los distintos medios en los que pueda ofrecer nuestros servicios.
 - Recopilar toda la información posible de cada cliente para crear una base de datos.
- Operativo
 - Asegurar el mantenimiento, limpieza y disponibilidad de los materiales a utilizar en el evento.
 - Garantizar el traslado, ubicación correcta de los materiales y personal necesario listo para atender el evento.

Estructura Organizacional





Clima Organizacional

Trabajaremos en función de desarrollar un clima organizacional en base a los siguientes factores:

- Participación activa de cada uno de los trabajadores.
- Fomentar el trabajo en equipo y la cooperación mutua para alcanzar un objetivo en común.
- Reconocer los esfuerzos del personal cuando su trabajo resulta exitoso. Este reconocimiento debe ser en público.

Cultura organizacional

- Celebrar el aniversario del negocio con los trabajadores en un ambiente ameno, cordial y de cooperación.
- Fomentar el respeto hacia las opiniones y creencias de los demás.
- Fomentar en nuestros trabajadores los hábitos de cortesía.

C. Recursos materiales: Inventario inicial

- Camión de tamaño mediano que servirá para la movilización de materiales que se utilizarán en el evento.
- Mini bodega para resguardo de los materiales varios.
- 400 sillas plásticas.
- 50 mesas rectangulares.
- 20 mesas redondas
- 15 luces LED
- 1 estante para bocadillos y postres.
- 5 toldos 4X4
- 1 parlante

D. Recursos tecnológicos

- 4 laptops








- Servicio de internet
- 1 impresora
- 1 tablet
- 4 celulares

Capacidad instalada

Con el objetivo de ir aumentando nuestra capacidad real inmediata y poder anticiparnos a un aumento futuro en la demanda de nuestros clientes, creemos que podemos lograrlo si aplicamos las siguientes medidas:

- Trabajar por más tiempo, horas extras y turnos.
- Usar el equipo y personal de otra empresa, subcontratar.
- Mejorando procesos que implique hacer más con menos tiempo.
- Invertir en la compra de nuevos equipos.

Análisis del sector

Poder de negociación de los compradores	
Poder de negociación de los proveedores	
Amenaza de nuevos competidores	
Amenaza de sustitutos	
Rivalidad competitiva	

Poder de negociación de los compradores

En el mercado de servicios de organización de eventos, se encuentran muchas empresas ya establecidas, que cuentan con muchos años de experiencia y son reconocidas en el mercado, se enfocan en atender diferentes estratos sociales, especializándose algunas en atender eventos solo de la clase media y alta, por lo que se puede considerar que



entre los clientes existen varias alternativas entre las cuales puede seleccionar para organizar sus eventos sociales, lo que le proporciona un alto poder de negociación.

Dado que los clientes son sensibles a los cambios de precios y la oferta de este tipo de servicios es abundante y costosa consideramos que con nuestros planes de pago podemos obtener un alto poder de negociación ante los clientes.

Poder de negociación de los proveedores

Por tratarse de una empresa de servicios nuestro negocio no requiere de materia prima, pero sí de productos terminados y subcontratación de mano de obra, por tal razón es necesario analizar constantemente la relación con nuestros proveedores y tener siempre un escenario preparado en caso de que los precios incrementen, en el mercado se cuenta con muchas opciones de subcontratación con otras empresas o de forma personal, por lo que el poder de negociación de los proveedores es bajo.

Amenaza de nuevos competidores

Para el caso de las empresas que se dedican a la organización de eventos en Nicaragua no hay muchas exigencias, políticas gubernamentales o barreras para incursionar en este negocio. Actualmente se registran en las páginas amarillas 174 empresas con este mismo giro, por lo tanto se establece que existe una alta amenaza de nuevos competidores.

Amenaza de sustitutos

En este contexto tenemos que identificar cuántos de nuestros clientes son más propensos a trabajar con productos sustitutos y cuántos de ellos prefieren las líneas de productos comúnmente conocidas, al igual que considerar que el sustituto de nuestro servicio sería que las personas se encarguen de organizar sus propios eventos, lo que en las clases sociales media alta y alta es muy poco probable por lo que se considera que esta amenaza es baja. HAPPY EVENTS debe prepararse para ampliar su portafolio en base a requerimientos y tendencias cambiantes del mercado.



Rivalidad competitiva

Actualmente en nuestro municipio de Managua la oferta en el mercado de organización de eventos es muy amplia y variada y esto conduce a los clientes a encontrar y seleccionar sus mejores opciones. Este tipo de servicios está orientado a un mercado con poder adquisitivo de clase media-alta, por lo que se puede decir que la rivalidad competitiva es media.

Análisis FODA

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Capital propio.➤ Planes de crédito.➤ Personal con experiencia en diseño y organización de eventos.	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Condiciones propias para crecer.➤ Nuevos hábitos de celebración.➤ Proveedores dispuestos a trabajar con HAPPY EVENTS➤ El estrato de la población joven es mayoritario en el mercado, lo cual representa que el mercado de servicios de organización de eventos mantendrá una demanda estable.➤ La concentración de la población de bajos ingresos en la capital representa una oportunidad para atender a un mercado concentrado y minimizar el gasto de publicidad.
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Local no presta todas las condiciones para atender las visitas de los clientes.➤ El 50% de los socios no cuenta con la experiencia en organización de eventos.	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Factores climáticos➤ Nuevas reformas fiscales que aumenten la presión tributaria a las pequeñas empresas.➤ La migración de la población de ingresos altos, originaría una contracción de la demanda de servicios.



Análisis externo para HAPPY EVENTS

A. Ambiente económico

Para el inicio de un plan de negocio es fundamental realizar este análisis y poder identificar aspectos que puedan afectar las operaciones de nuestro negocio de organización de eventos. Tomaremos en cuenta las siguientes variables:

- Producto Interno Bruto (PIB)
- Índice mensual de actividad económica (IMAE)
- Inflación
- Tasa de interés

PIB: En este contexto, en 2017 Nicaragua presentó un crecimiento económico que fue impulsado por una mejora en la demanda externa neta, la cual compensó la desaceleración en la absorción interna.

Así, el PIB registró un incremento de 4.9 por ciento en 2017 (4.7% en 2016), logrando un crecimiento promedio de 5.2 por ciento en el período 2010-2017. Este ritmo sostenido de crecimiento económico permitió alcanzar un PIB per cápita de U\$2,160.6 dólares en 2017.

Este comportamiento muestra un dinamismo que resulta positivo para las inversiones, ya que en los últimos 5 años el consumo interno ha aumentado, lo que representa una oportunidad para desarrollar nuevas alternativas de negocios.

Las perspectivas hasta inicios del año 2018 era que este crecimiento se mantuviera entre un 4.5% y un 5% en promedio, como en los últimos años, pero los acontecimientos ocurridos en el segundo trimestre del año 2018, afectó esta perspectiva de crecimiento, lo que consecuentemente afecta a las inversiones, pues se vislumbra a largo plazo más amenazas en el ambiente económico.

Continuando con el análisis del año 2017 la demanda interna creció 2.4 por ciento (5.3% en 2016), contribuyendo con 2.8 puntos porcentuales al crecimiento del PIB (6.2 p. p en el año 2016). Este desempeño estuvo sustentado en el incremento del consumo (3.7%), lo cual compensó la menor formación bruta de capital en el año (-1.4%).



Dentro del consumo, el consumo individual de los hogares fue el componente con mayor dinamismo al crecer 3.8 por ciento y aportar 2.7 puntos porcentuales (5.3% y 3.8 p. p en 2016).

Este comportamiento de la demanda interna es un indicativo de mayor consumo doméstico, por lo que el consumidor local está dispuesto a ampliar sus alternativas de consumo de nuevos productos y servicios, lo que resulta una oportunidad para nuevas inversiones en el área de servicios de organización de eventos.

Las tendencias de consumo interno a causa de los acontecimientos del año 2018, aun no son establecidos por el banco central de Nicaragua, aunque la tendencia indica una contracción para los sectores económicos, por lo que se requiere de establecer referencias claras para poder determinar el efecto final en la actividad económica de los procesos de inestabilidad política y social que ocurren en el país.

Inflación: El Índice de Precios al Consumidor nacional (IPC) acumuló una inflación de 5.68 por ciento en 2017, superior a las de 2016 (3.13%) y 2015 (3.05%). En términos promedio, la inflación de 2017 fue de 3.85 por ciento, levemente mayor a la de 2016 (3.52%) pero inferior a la de 2015 (4.00%).

GRAFICO N° 1.

Determinantes de la inflación 2017



Fuente: BCN.

Hasta el año 2017 y primer trimestre del año 2018, los índices inflacionarios de la economía permanecían dentro de los más estables de la región, partir del segundo trimestre del año 2018 se observa una tendencia en los precios a la baja, esto originado por los bajos niveles de consumo de los diferentes sectores de la economía, iniciándose a partir del tercer y cuarto trimestre del año 2018, una tendencia al alza de los precios, esto originado por la inestabilidad política-social del país, esto según datos de agentes no gubernamentales como el FUNIDES, ya que el Banco Central de Nicaragua dejó de emitir los informes trimestrales en septiembre del año 2018.

La tendencia de los precios es mantenerse a la baja esto, fundamentalmente por el tipo de cambio y la política de congelamiento de salario que se implementó por parte de la

comisión tripartita al no ajustar el salario mínimo de este año, esta situación crea nuevos retos que tienen que asumir las empresas para generar rentabilidad.

Según la información obtenida de las páginas amarillas existen 174 negocios que se dedican al montaje de fiestas y eventos en general.

Principales proveedores por tipo de evento en Nicaragua

<u>Dimensión del evento</u>	<u>Clasificación del evento</u>	<u>Principal proveedor</u>
Evento corporativo	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fiestas de fin de año ➤ Fiestas y eventos corporativos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Papillon eventos y banquetes ➤ Stravaganza ➤ Casa momentos ➤ Doña Albita ➤ Avant Garde-Eventos especiales ➤ Barbara´s Club ➤ Warehouse Club ➤ Servicios de catering Marfrang ➤ BTL Marketing ➤ Key Publicidad & Eventos
Fiesta familiar	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fiestas infantiles ➤ 15 años ➤ Bodas ➤ Bautizos ➤ Primera comunión ➤ Baby shower 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Eventos Sattva Vita ➤ Lifetime eventos ➤ Event Holic ➤ Fiesta feliz ➤ Goyifiestas ➤ Juegos y algo más ➤ Payaso CHUI ➤ MC Producciones y eventos ➤ Payaso Chavalin ➤ Monitas Tiffer
Otros eventos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fiestas de compromiso ➤ Despedidas de soltera/o ➤ Graduaciones 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La Musa ➤ Destellos creativos ➤ White Tie Catering ➤ Servi toldos ➤ Deco Eventos

B. Ambiente socio cultural.

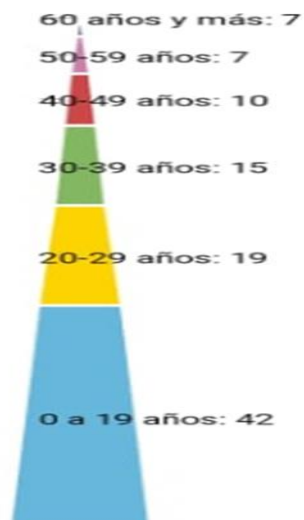
Managua es la capital y ciudad más grande de Nicaragua, y el centro de un departamento homónimo. Ubicado en la costa suroeste del lago Managua, tenía una población estimada de 1,042,641 en el año 2016 dentro de los límites administrativos de la ciudad y una población de 1,401,687 en el área metropolitana.

Se caracteriza porque un amplio segmento de la población es joven, menor de los 35 años, Managua es el municipio en el cual se encuentran desarrollado con más énfasis el sector servicio ya que es el que concentra el 40% de la población nacional.

Cuenta con 180 urbanizaciones y 69 residenciales, lo cual representa un atractivo para las empresas rentadoras de servicios.

Se encuentra dividida administrativamente en 7 distritos, en donde se concentra la mayor densidad poblacional urbana.

GRAFICO N° 2.



El distrito 3 es el más grande de la capital y concentra 24 residenciales y 29 urbanizaciones, lo cual nos indica que existe un segmento de mercado que cuenta con un poder adquisitivo alto, lo que resulta atractivo para las empresas orientadas a la prestación de servicios que resultan estar orientados a segmentos de población con ingresos altos. Cuenta con una población de 260,639 habitantes.



Hábitos de consumo

En la actualidad una de las preferencias de consumo que está causando un fuerte impacto en los negocios que se dedican a organizar eventos son las fiestas temáticas.

Los niños que ven dibujos animados, quieren para su cumpleaños, el personaje de moda, por eso es indispensable estar muy pendientes de lo que está circulando en el mercado infantil.

De igual manera en el caso de los jóvenes debemos estar actualizados con los colores y figuras de moda con más demanda. Ejemplo de esto es el personaje del “unicornio”.

Estilos de vida

En Nicaragua la plataforma digital más utilizada sigue siendo Facebook. Estamos en una era donde la tendencia apunta a lo digital, por lo que hay que tener muy claro como beneficiará esta tendencia a nuestro negocio. Las redes sociales será el medio principal para dar a conocer a nuestros clientes potenciales los servicios que ofrece HAPPY EVENTS.

C. Ambiente político legal

En los últimos años se ha desarrollado por parte de las autoridades de los gobiernos programas orientados a facilitar los procesos de inversión en la economía, definiendo un marco legal que le permita a las empresas nuevas y a las empresas ya establecidas el contar con la seguridad jurídica necesaria para desarrollar sus actividades económicas, propiciando el clima de inversión que permita la generación de empleo y el desarrollo de los diferentes servicios que demanda la población nicaragüense.

Para poder desarrollar nuestra actividad económica, es necesario complementar todos los requisitos establecidos por las diferentes instituciones encargadas de regular la actividad que desarrollaremos: Ministerio de Salud (MINSa), Dirección General de Ingresos (DGI), Alcaldía de Managua, estos requisitos son:

- Inscribirse en el Registro Público Mercantil y de la Propiedad.



- Obtener el número RUC en la DGI
- Registrarse como contribuyente ante la Administración de rentas del área correspondiente.
- Registrarse en la Alcaldía de Managua en la que debe de presentar copia de la escritura de constitución y los libros contables.
- Registrarse en la DGA
- Abrir una cuenta en cualquier banco nacional ya sea en moneda nacional o extranjera.
- Por último, deberá inscribirse en la Ley sectorial según la naturaleza de su negocio
- Registrarse en el Sistema de Registro Estadístico de Inversiones Extranjeras de la República de Nicaragua si nuestra inversión fuese mayor a 30 mil dólares.

Según la Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de la Micro, Pequeña y Media Empresa (Ley Mipyme) LEY No. 645, en su artículo 1 tiene por objeto fomentar y desarrollar de manera integral la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME), propiciando la creación de un entorno favorable y competitivo para el buen funcionamiento de este sector económico de alta importancia para el país.

La finalidad de esta ley es establecer principios económicos rectores para el fomento de las MIPYME. También es instaurar un sistema de coordinación interinstitucional como un instrumento de apoyo a las políticas de desarrollo y fomento a las MIPYME, que armonice la gestión que efectúan las diversas entidades públicas y privadas. Se deberá promover la existencia de una oferta económica permanente de instrumentos y servicios empresariales de promoción y desarrollo a las MIPYME. También con esta ley se pretende ampliar de manera efectiva, en el ámbito nacional, la implementación de las políticas de fomento a la MIPYME, mediante la incorporación del Gobierno Central, Gobiernos de las Regiones Autónomas y Municipios, a las acciones conjuntas de que se trate.

En el artículo Art. 4.de la presente Ley nos muestra la Definición y Clasificación de las MIPYME: Las MIPYME son todas aquellas micro, pequeñas y medianas empresas, que

operan como persona natural o jurídica, en los diversos sectores de la economía, siendo en general empresas manufactureras, industriales, agroindustriales, agrícolas, pecuarias, comerciales, de exportación, turísticas, artesanales y de servicios, entre otras.

Otras leyes a tomar en consideración son la ley laboral, la ley mercantil expresada en el código mercantil de Nicaragua, la ley de seguridad social, ley de concertación tributaria, entre otras.

Regulaciones fitosanitarias: Comúnmente en los eventos se sirven alimentos, la manipulación de estos alimentos deben cumplir con ciertos requisitos establecidos en nuestro país.

- No podrán manipular alimentos aquellas personas que padezcan de infecciones dérmicas, lesiones tales como heridas y quemaduras, infecciones gastrointestinales, respiratorias u otras susceptibles de contaminar el alimento durante su manipulación.
- Los manipuladores mantendrán una correcta higiene personal, la que estará dada por: Buen aseo personal, uñas recortadas limpias y sin esmalte, cabello corto, limpio, cubierto por gorro, redecilla y otros medios adecuados. Usar tapaboca.

D. Ambiente tecnológico

La tecnología hoy en día aporta grandes beneficios a la humanidad, su principal influencia es sobre cómo se diseñan, producen, distribuyen y venden los bienes y servicios. Las redes sociales y la publicidad a través de distintos medios son un factor tecnológico importante que dará ese plus a nuestro negocio; esto con el fin de atraer prospectos, tener un acercamiento diferente con los posibles clientes compradores y clientes consumidores, brindar un servicio personalizado al cliente y conectarse con aliados y personas afines a nuestro negocio. Y a través de esto, promover la empresa y obtener un reconocimiento por parte del público visitante.

La capital de nuestro país cuenta con el acceso a las tecnologías de la información y comunicación que ofrecen la oportunidad de acceder a los clientes potenciales las 24



horas del día y permite mantener una comunicación directa con los usuarios que consultan nuestros servicios.

4.2. Investigación de mercado

4.2.1 Antecedentes y Definición del Problema

El presente trabajo investigativo surgió con la planificación de una idea de negocio para la finalización de nuestros estudios, lo cual conlleva a la elaboración de un plan de negocio.

Por culturales la población de Managua se caracteriza por llevar acabo celebraciones conmemorando diferentes festividades y eventos, siendo estos eventos los de mayor trascendencia para los núcleos familiares del departamento.

Por lo que los estratos poblacionales que presentan ingresos más altos, se enfocan en contratar empresas que organizan este tipo de eventos sociales y que les facilita el proceso de celebración, demandando calidad en la organización, eficiencia, variedad, elegancia y creatividad, ya que usualmente los eventos se enfocan en una temática específica que se resalta en el desarrollo del evento.

Este mercado de organización de eventos resulta muy atractivo para la realización de inversiones, ya que los usuarios de estos buscan siempre obtener la mejor calidad en los servicios que se prestan, lo que demanda una constante innovación en la prestación de los servicios que se demandan.

En la actualidad el mercado cuenta con varias empresas que prestan estos servicios de organización de eventos, pero se caracterizan por estar enmarcadas en procesos que limitan el acceso a los usuarios de estos servicios, demandando la aplicación de tecnología que permita mejorar el acceso de estos servicios a los consumidores.



4.2.2 Justificación de la investigación

El conocimiento del mercado de servicios de organización de eventos evoluciona, según se modifican los hábitos y costumbres de los usuarios de estos servicios, por lo que el estudio de este segmento de mercado, es fundamental para definir estrategias que permitan a las empresas que incursionan en la prestación de estos servicios, establecer procesos que permitan obtener rentabilidad de las inversiones efectuadas.

De igual forma la investigación permitirá realizar una caracterización de los consumidores de estos servicios de organización de eventos, así como las expectativas de estos en cuanto a variedad de los servicios, adaptabilidad de las ofertas, precios de los paquetes y programación de los mismos.

También permitirá aportar información a los inversionistas, de la rentabilidad que se pueda llegar a obtener de las inversiones que se efectúen en este sector y establecer procesos organizativos enfocados a lograr un posicionamiento de la empresa en el mercado, aprovechando la demanda insatisfecha del mismo.

4.2.3 Necesidades de la Información

Para la realización de la investigación, es necesario determinar la información que se requiere y que permita tomar decisiones correctas con respecto a la iniciación del negocio. A continuación, se presentan las pautas generales que ayudaron a fundamentar la investigación.

- Demanda existente de servicios de organización de eventos.
- Regulaciones existentes en el sector al que pertenecerá la empresa.
- Crecimiento del mercado de servicios de organización de eventos.
- Cantidad actual de usuarios de los servicios.
- Precio adecuado para la población objetivo.
- Frecuencia de compra.
- Requerimientos para la inicialización de la empresa
- Gustos y preferencias de los consumidores.



- Diversidad y potencial del mercado.
- Disposición de los consumidores para utilizar los servicios prestados por la nueva empresa.
- Regulaciones fiscales.
- Competencia existente.
- Eventos principales que se organizan.
- Tamaño de la clase media alta y alta de Managua.

4.2.4 Objetivos de la Investigación de Mercado

Objetivo General

Diseñar un estudio de mercado con el fin de conocer la aceptación y viabilidad de la instalación de una empresa organizadora de eventos en Managua, en el segundo semestre del 2019.

Objetivos específicos

- Conocer los precios de los servicios de organización de eventos existentes en el mercado.
- Conocer la aceptación de los servicios que prestara la empresa.
- Identificar el tipo de empresa que utilizan los consumidores en la organización de sus eventos.
- Conocer la frecuencia del consumo de los servicios de organizaciones de eventos.
- Determinar cuánto es lo que estarían dispuesto a pagar por los servicios los usuarios.

4.2.5 Metodología

Investigación exploratoria

El estudio pretende obtener información relevante concerniente a los hábitos de consumo de las personas que solicitan los servicios de organización de eventos, se procura caracterizar al consumidor por lo que se recurrirá a un tipo de investigación exploratoria – descriptiva.



La investigación exploratoria, esta es la más indicada para el primer nivel del proceso de toma de decisiones, esto se hace con el fin de encontrar problemas u oportunidades potenciales, mientras la investigación descriptiva porque describirá y analizara los gustos, comportamientos, preferencia y actitud de comprar de los consumidores, esto a través de datos estadísticos, de fuentes secundarias, así como la información obtenida del consumidor directamente a través de encuestas, esto permite realizar una caracterización precisa.

Fuente de datos

Investigación exploratoria

Para las investigaciones de tipo exploratorio se emplean fuentes secundarias de información como los anuarios estadísticos de entidades del estado como el Banco Central de Nicaragua, el INIDE, los censos poblaciones, los censos económicos por actividad.

Visitas a instituciones como:

- Ministerio de fomento, industria y comercio (MIFIC).
- Expo bodas.
- Registro de propiedad intelectual (RPI, MIFIC)
- DGI

Investigación descriptiva

Fuentes primarias

Para este tipo de investigación se utilizará la información obtenida directamente de los consumidores de servicios de organización de eventos, esto mediante a una encuesta estructurada dirigida a una población pequeña (consumidores), esto con el objetivo de que ayude a conocer la aceptación y el impacto de los servicios que se prestaran y con



el fin de tener una idea preliminar de cuantos tipos de eventos busca el consumidor en una empresa de organización de eventos y por qué recurre a estas empresas.

Población y muestra

La población a considerar en el estudio la constituyen aquellas personas pertenecientes a los estratos poblacionales de clase media alta y alta, considerándose como universo la población del distrito tres de la capital, la cual equivale a 260, 139 habitantes, según los datos de la última encuesta de ingreso por actividad económica realizada por el INIDE en el año 2017, de estos el 65% es mayor de 18 años que corresponden a 169,090 personas, de

Estos dos estratos corresponden a un total de 47,345 personas, siendo este el universo a considerar para la muestra.

$$n: \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

n: Muestra (381)

N: Universo

Z²: 1.96 Nivel de confianza 95%

p: 0.5 % de probabilidad de éxito

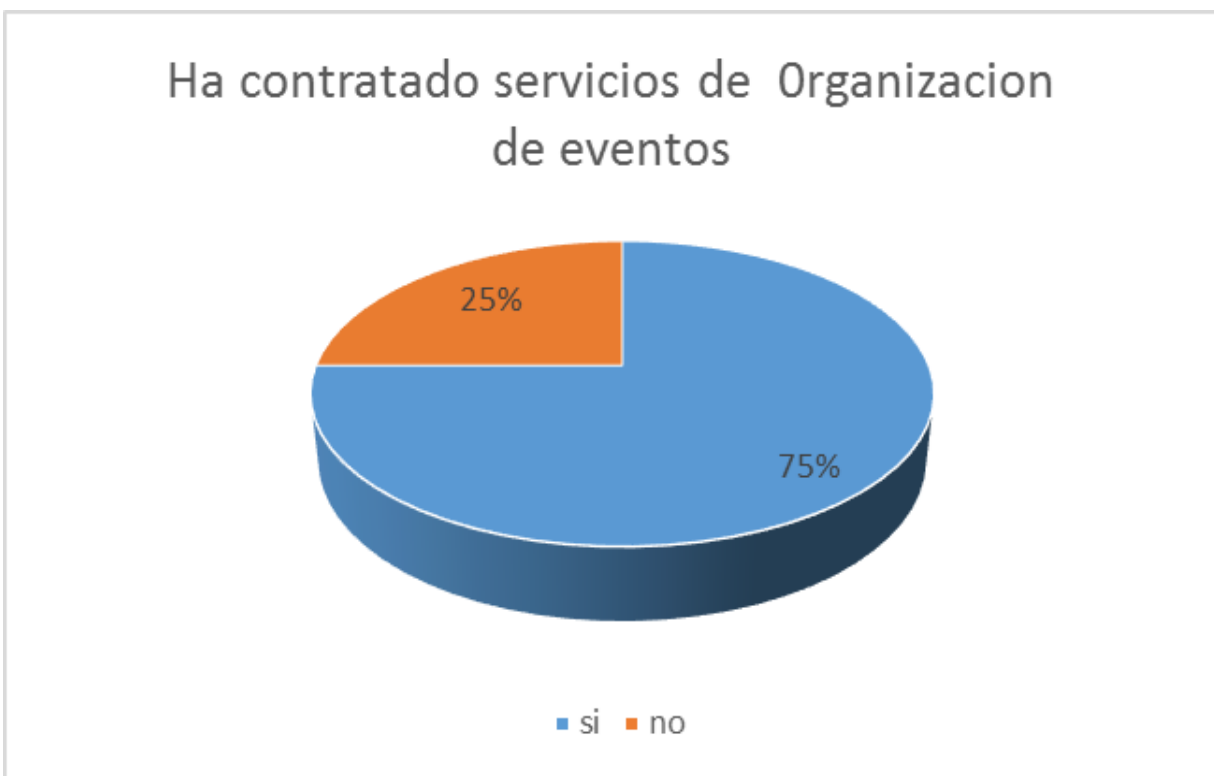
q: 0.5 % de probabilidad de error

e: Error

4.3 Resultados de la encuesta.

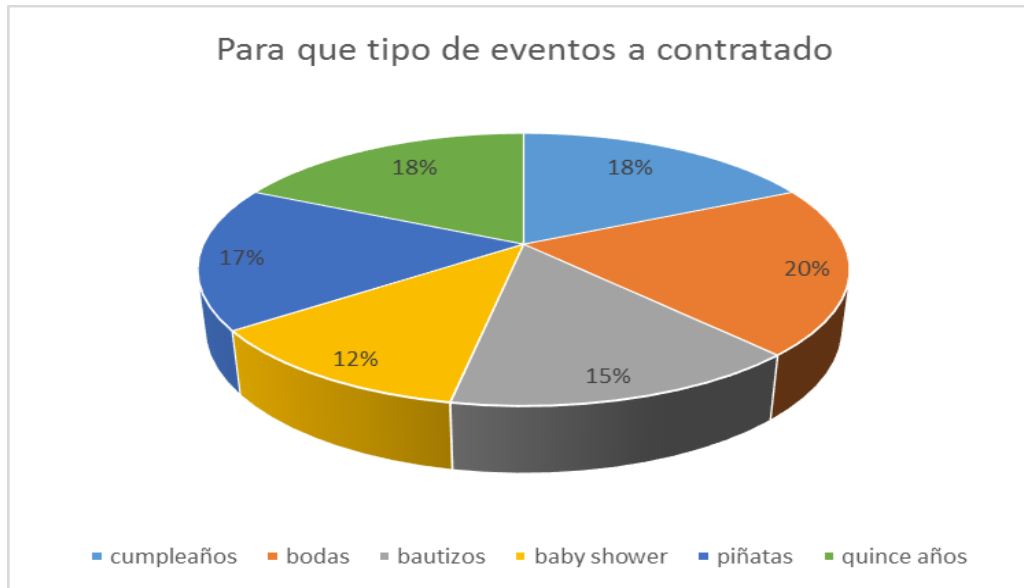
La encuesta aplicada permitió determinar que el 75% de la población encuestada ha contratado alguna vez los servicios de una empresa organizadora de eventos para sus actividades.

GRAFICO N° 3.



La población que ha contratado los servicios de una empresa organizadora de eventos lo ha ahecho fundamentalmente para bodas, cumpleaños, quince años, piñatas y en menor proporción bautizos y baby shower como se muestra en el grafico siguiente:

GRAFICO N° 4.



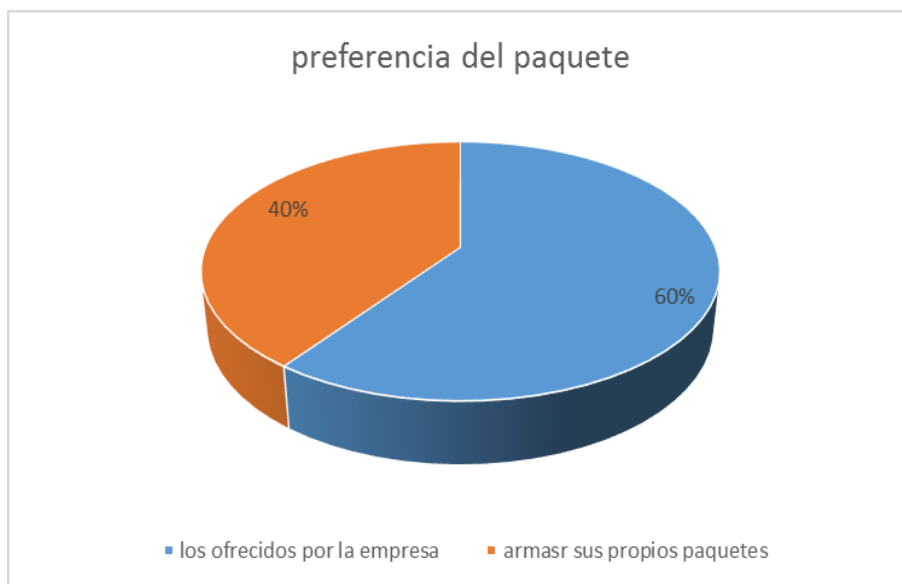
Por las características de los servicios a prestar se consultó la frecuencia de uso de ellos en un periodo de un año, lo cual permitió establecer el número de veces al año que los usuarios han hecho uso de estos servicios, representando el mayor porcentaje una vez al año con el 55%.

GRAFICO N° 5.



Otro dato relevante que la encuesta permitió identificar es que los consumidores de los servicios de organización de eventos el 60% opta por lo paquetes que se les ofrecen, lo cual nos indica que la oferta que se realice de cada paquete debe de ser en función de garantizar la satisfacción de los consumidores.

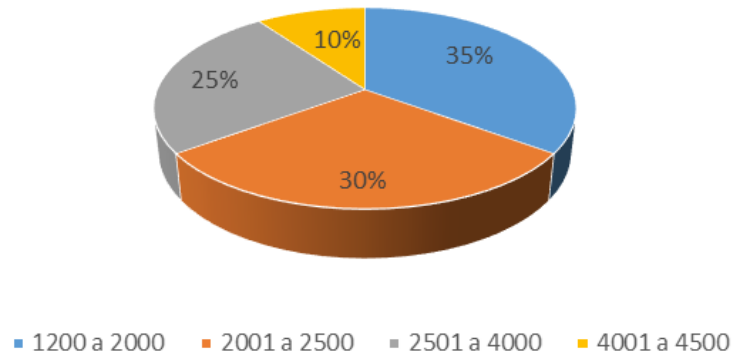
GRAFICO N° 6.



Se determinó a través de la encuesta el monto destinado por los consumidores a la adquisición de estos servicios, lo cual servirá de base para la determinación de los precios que se ofertaran en el mercado. Este monto es para un número limitado de invitados.

GRAFICO N° 7.

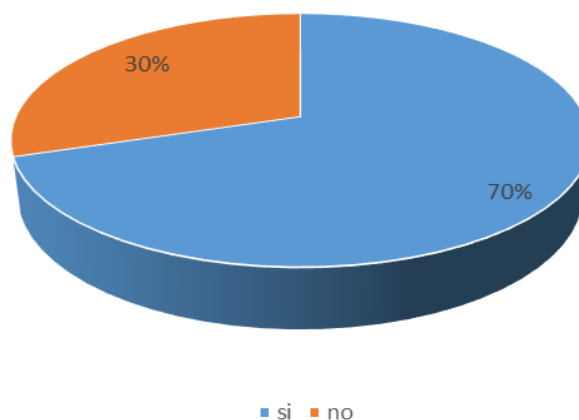
cual es el presupuesto que dedica a cada evento



De los consumidores encuestados y que hacen uso de los servicios de una empresa organizadora de eventos, el 70% estaría dispuesto a contratar a una nueva empresa que preste estos servicios, lo que nos indica que la empresa contaría con aceptación entre los consumidores.

GRAFICO N° 8.

contrataria los servicios de una nueva empresa





Estos son los resultados más relevantes de la encuesta aplicada , la cual nos permite establecer que existe una demanda latente para los servicios que ofertara la empresa, que los consumidores se encuentran dispuestos a contratar los servicios de una empresa nueva, que preste estos servicios siempre que cumpla con la calidad en ellos.

Lo más relevante es que se comprobó la existencia de un segmento de mercado que hace uso de estos servicios y que destina un presupuesto para ello, lo cual garantiza una demanda para la empresa.

4.4 Decisiones estratégicas de marketing

4.3.1 Descripción del Producto/Servicio.

Tipo de producto	Servicio de consumo. HAPPY EVENTS es un negocio de servicios que pertenece al sector terciario y se caracteriza por su atención personalizada e integral en cada uno de sus eventos. Nuestro negocio está dirigido a un segmento de mercado de clase media y alta.
Ancho de la mezcla de productos	HAPPY EVENTS tiene 3 líneas de servicios: A. Línea de eventos infantiles B. Línea de eventos para adolescentes C. Línea de eventos para adultos
Largo de la mezcla de productos	HAPPY EVENTS tiene un total de 8 ítems: A. <u>Línea de servicios infantiles</u> (3 ítems) ➤ Bautizos ➤ Cumpleaños ➤ Comunión B. <u>Línea de servicios adolescentes</u> (2 ítems): ➤ Fiestas de 15 años ➤ Fiestas de graduación C. <u>Línea de servicios para adultos</u> (3 ítems): ➤ Baby shower ➤ Bodas ➤ Cumpleaños

Profundidad de la mezcla de productos

LINEA A	Servicio completo: Decoración (incluye sillas, mesas, manteles), sonido, animación de payaso, globoflexia, pinta caritas, brinca brinca, palomitas de maíz, algodón de azúcar, fiesta temática, servicio de comida.
A	Decoración
B	Sonido
C	Animación de payaso
D	Globoflexia
E	Pinta caritas
F	Brinca brinca
G	Palomitas de maíz
H	Algodón de azúcar
I	Fiesta temática
J	Servicio de comida

LINEA B	Servicio completo: Decoración (incluye sillas, mesas, manteles), sonido, servicio de comida, toldo, show con bailarinas.
A	Decoración
B	Sonido
C	Servicio de comida
D	Toldos
E	Show con bailarinas

LINEA C	Servicio completo: Recordatorios, decoración (incluye sillas, mesas, manteles), sonido, servicio de comida, toldos, brindis.
A	Recordatorios



B	Decoración
C	Sonido
D	Servicio de comida
E	Toldos
F	Brindis

Consistencia de la mezcla de productos

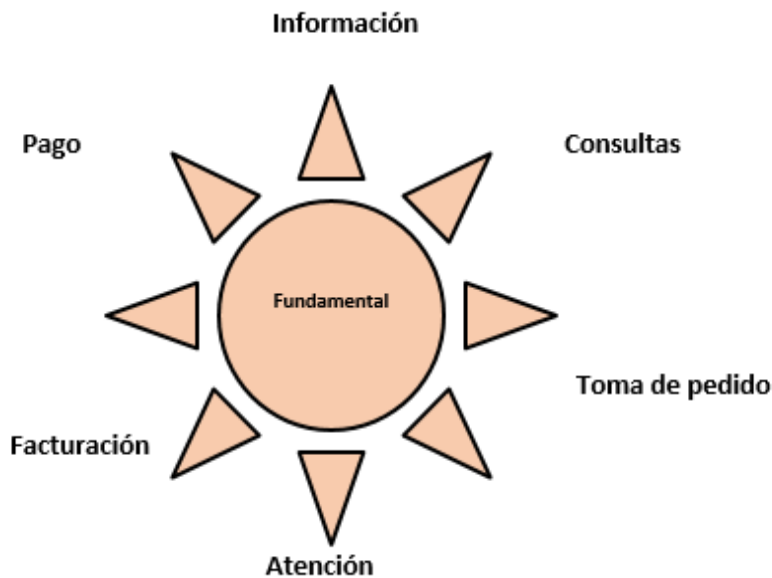
Productos relacionados:

Globos----- Decoración con globos

Alquiler de sillas ----- Forros para sillas

Servicio de comida ----- Servicio de meseros

Planificación del servicio



1. **Información:** Plataformas digitales. Los clientes podrán acceder a la información de nuestros servicios mediante números telefónicos, redes sociales, visitas a nuestro negocio o visitas directamente al cliente.
2. **Consultas:** Al tratar de forma presencial con el cliente se le brindará asesoría en dependencia del servicio que requieren con aclaraciones y detalles.
3. **Toma de pedido:** Una vez recopilada la información de los requerimientos del cliente y del presupuesto con el que cuenta, se procede a enviar la oferta de servicios.
4. **Atención:** El negocio contará con personal de carácter operativo que brindará el seguimiento al proceso de cada etapa del evento hasta su ejecución y mantendrá informado al cliente.
5. **Facturación:** Se realizarán pagos mensuales y se emitirán recibos en concepto de abonos. La factura se entregará al cliente una semana antes del evento para su respectiva cancelación.
6. **Pago:** Los pagos deben realizarse en efectivo o con depósito a la cuenta bancaria de HAPPY EVENTS.



Ciclo de vida del servicio

Con el objetivo de alcanzar buenas estrategias de marketing y un incremento en las ventas y utilidades aplicaremos el siguiente ciclo de vida para nuestro negocio.

1. **Introducción:** En esta etapa estaremos ofreciendo precios de introducción con la finalidad de que nuestro negocio sea competitivo y podamos lograr la captura de los clientes iniciales.
2. **Crecimiento:** En esta etapa ofreceremos promociones, descuentos y regalías para nuestros clientes más fieles.
3. **Madurez:** En esta etapa la empresa debe implementar un servicio innovador con el cual pueda hacer frente a los altos costos de marketing como consecuencia del mercado que ya tiene capturado y que necesita mantener.
4. **Decadencia:** El negocio debe estar enfocado en conocer los nuevos gustos y preferencias de los consumidores para poder superar esta etapa.

Definición de la marca


Componentes de la marca

1. **Nombre o fonotipo:** La empresa lleva el nombre HAPPY EVENTS que en español significa eventos felices.
2. **Diseño:** Logotipo
3. **Gama:** Monocromática, ya que se basa en un único color dorado que significa valor, dinero, lujo y felicidad.

4.3.2 Análisis de la competencia

Con la encuesta efectuada se identificaron aquellas empresas que representan la principal competencia para nuestro negocio y que se encuentran orientadas a ofrecer los mismos servicios que la HAPPY EEVENTS ofertará, estas empresas son:

Competencia	Productos	Precios	Promociones	Estrategias de posicionamiento
Papillon Eventos y Banquetes	Banquetes, Catering Pastelería, Pasteles de Boda, Decoraciones, Piñatas, Aniversarios, Bodas, 15 años, Graduaciones, Montajes y Alquileres. Salones disponibles.	1. <u>Paquete fiestero</u> : 30 invitados, U\$550.00 2. <u>Paquete piñatas</u> : 60 invitados, U\$ 1,499.00 3. <u>Paquete empresarial</u> : 60 asociados, U\$ 1,650.00 4. <u>Paquete princesa (15 años)</u> : 80 invitados U\$ 2,199.00 5. <u>Paquete angelito (bautizo)</u> : 60 invitados, U\$ 2,399.00	Actualmente no tienen ofertas. Las personas que se inscriben en su página reciben notificaciones de descuentos cuando las hay.	<ul style="list-style-type: none"> • Calendario de citas online. • Presupuesto en línea con excelente tiempo de respuesta 
Stravaganza	Bodas, fiestas infantiles, bautizos y primera comunión, baby shower, cumpleaños y aniversarios, fiestas de fin de año, team building, eventos corporativos, congresos, conferencias,	Precios variables solo con presupuesto.	Según el paquete que se desea adquirir.	<p>Sillas tiffany, elegantes, transforma sus eventos agregando un diseño contemporáneo, moderno y sobre todo con mucha clase.</p> 

	seminarios, lanzamientos de producto, ferias de negocios, culturales, sociales, artísticos, fiestas especiales, despedidas de soltero/a, eventos deportivos, entregas de premios, graduaciones y quince años			
Casa Momentos	Meseros, buffet, cristalería, decoración, mobiliario, sonido, montaje y supervisión, local, habitaciones.	1. Paquetes para 15 años todo incluido desde USD20.00 por invitado. 2. Paquete de bodas todo incluido U\$ 20.00 por persona,	1. Para eventos empresariales la decoración con globos y los centros de mesa son gratis durante el mes de Octubre 2019. 2. Promoción de paquete empresarial U\$ 18.00 por persona.	En su página presentan videos gratos de accidentes que han ocurrido en celebraciones. 

4.5 Objetivos de Marketing

Objetivo general

Realizar un plan de mercado para la introducción de la marca HAPPY EVENTS en el municipio de Managua.

Objetivos específicos

- Alcanzar el posicionamiento en el mercado mediante el crecimiento del servicio y el nivel de notoriedad de la marca.
- Satisfacer las necesidades de las personas que necesitan tener un evento de calidad y con una alta concentración en el detalle para que la actividad se desarrolle sin problemas.



- Lograr el reconocimiento y distinción del servicio en el mercado.

Descripción del mercado meta según las bases de segmentación

- Geográfica: Inicialmente estaremos enfocados en el mercado local Managua.
- Demográfica: Estaremos dirigiendo nuestra oferta de servicios a personas de las edades comprendidas entre los 18 a más años, de ambos sexos y que tengan un ingreso mínimo mensual de C\$18,000.00 (Dieciocho Mil Córdoba).
- Psicográfica: Clase social media alta y alta.
- Conductual: Estaremos agrupando a nuestros clientes en base a sus comportamientos al momento de decidir sobre las compras:
 1. Clientes que no les gusta esperar
 2. Clientes que deciden en base a los beneficios.
 3. Clientes que prefieren nuestra logística de servicios

Se entiende por demanda la cantidad de bienes o servicios que los consumidores en un mercado se encuentran dispuestos a comprar en un momento determinado a un precio determinado, para el caso de nuestro negocio HAPPY EVENTS la demanda se determinó en función primeramente de la población que consideramos como el mercado meta, del total de la población se discrimino a aquellos que tienen menos de 18 años, ya que solo se están considerando las personas mayores de edad que poseen poder de decisión en su consumo, esta selección representa el 65% de la población total de Managua que es de 2,444,328, nuestro 65% equivale a un total de 1,588,813 personas.

De este resultado se procedió a discriminar según el estrato social al que pertenecen y el que resulta de interés para la empresa para la prestación de sus servicios, según datos de: Banco Central de Nicaragua: Encuesta Nacional de Ingreso y Gastos de los Hogares 2017-2018. Banco Mundial 2017 Nicaragua: Informe sobre la pobreza 2015-2017 y IX Censo de la población y VI de Vivienda 2016 Volumen III Población: características económicas. La población perteneciente a la clase media representa el 20% de la



población total, siendo la menor a nivel centroamericano y la población perteneciente al estrato de clase alta el 4% de la población.

Es decir del total de la población mayor de 18 años se calculó el 20% y estos representan un total de 317,763 personas, de éstas según las mismas fuentes el 40% se encuentra en el segmento de la clase media alta, lo que representan 127,105 persona. De la misma población mayor de 18 años se extrajo el 4% que representan un total de 63,553 personas, al sumar la clase media alta y la clase alta tenemos un total de potenciales consumidores de 190,658.

Según la encuesta aplicada a la muestra que se extrajo de esta población tenemos los resultados que indican que el 75% a contratado los servicios de alguna empresa organizadora de eventos para sus celebraciones, esto junto a la frecuencia de consumo y el número de veces que se contrata permitió estimar la demanda potencial que se muestra en la tabla siguiente:

TABLA No 1: PROYECCION DE DEMANDA POTENCIAL EN MILES DE UNIDADES

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DEMANDA EN MILES DE SERVICIOS	314,585	324,809	335,365	34,6265	357,518

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas.

Se obtuvo una demanda potencial de 314,585 servicios al año, considerándose un incremento del 3.25% anual a partir del segundo año, se definió este porcentaje como crecimiento poblacional medio de estos dos estratos sociales considerados y hacia los cuales se orienta el servicio. Este crecimiento está basado en el último estudio realizado por el Banco Mundial sobre las características de la clase media y clase alta en Centroamérica en el año 2017, así como los censos económicos del Banco Central de Nicaragua.



Según los datos obtenidos de la encuesta aplicada, se obtuvo una demanda potencial por tipo de evento que se muestra continuación.

Para que tipos de celebración ha contratado los servicios de diseño y organización de eventos sociales?	
Cumpleaños	18%
Bodas	20%
Bautizos	15%
Baby shower	12%
Piñatas	17%
Quince años	18%
Total	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

TABLA No 2: PROYECCION DE DEMANDA POTENCIAL POR TIPO DE EVENTOS.

PROYECCION DE DEMANDA POTENCIAL POR TIPO DE EVENTO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cumpleaños	56,625	58,466	60,366	62,328	64,353
Bodas	62,917	64,962	67,073	69,253	71,504
Bautizos	47,188	48,721	50,305	51,940	53,628
Baby shower	37,750	38,977	40,244	41,552	42,902
Piñatas	53,479	55,218	57,012	58,865	60,778
Quince años	56,625	58,466	60,366	62,328	64,353
TOTAL	314,585	324,809	335,365	346,265	357,518

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas.

4.6.1 Demanda real

La demanda real se calculó según los datos obtenidos en donde el 70% de los que han hecho uso de estos servicios, contrataría a una nueva empresa organizadora de eventos.



TABLA No 3: PROYECCION DE DEMANDA REAL EN MILES DE SERVICIOS.

PROYECCION DE LA DEMANDA REAL EN MILES DE SERVICIOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DEMANDA EN MILES DE SERVICIOS	220,210	227,366	234,756	242,385	250,263

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas.

Consideramos un crecimiento anual del 3.25% para proyectar el crecimiento de esta demanda real para el horizonte de análisis.

TABLA No 4: PROYECCION DE DEMANDA REAL POR TIPO DE EVENTO.

PROYECCION DE DEMANDA REAL POR TIPO DE EVENTO Y NUMERO DE SERVICIOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cumpleaños	39,638	40,926	42,256	43,629	45,047
Bodas	44,042	45,473	46,951	48,477	50,053
Bautizos	33,031	34,105	35,213	36,358	37,539
Baby shower	26,425	27,284	28,171	29,086	30,032
Piñatas	37,436	38,652	39,,908	41,205	42,545
Quince años	39,638	40,926	42,256	43,629	45,047
TOTAL	220,210	227,366	234,756	242,385	250,263

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas.

4.6.2. Participación de mercado.

Una vez conocida la demanda real de servicios se procedió a determinar la participación de mercado de la empresa, considerando que existen muchos competidores, son pequeños y grandes competidores y los servicios son similares, en función de esto se estableció como participación de mercado 0.2% porque somos una empresa nueva y de inicio no podremos hacer una inversión muy alta, es decir menos de un 1% del mercado actual, esto por el número de competidores existentes y que ya se encuentran muy reconocidos en este segmento de mercado.



De la demanda real proyectada para cada año se calculó este 0.2% el cual se muestra en las tablas siguientes, primero de forma general y después por tipo de servicio a contratar.

Proyección de participación de mercado anual.

$220,210 \times 0.2\% = 440$ servicios el primer año de funcionamiento, he igual procedimiento para cada año a partir de la demanda real proyectada.

TABLA No 5: PROYECCION DE PARTICIPACION DE MERCADO ANUAL.

AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NUMERO DE SERVICIOS	440	455	470	485	501

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas.

TABLA No 6: PARTICIPACION DE MERCADO POR TIPO DE EVENTO Y NUMERO DE SERVICIOS AL AÑO.

PARTICIPACION POR TIPO DE EVENTO Y NUMERO DE SERVICIOS AL AÑO.					
EVENTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cumpleaños	79	82	85	87	90
Bodas	88	91	94	97	100
Bautizos	66	68	70	73	75
Baby shower	53	55	56	58	60
Piñatas	75	77	80	82	85
Quince años	79	82	85	87	90
TOTAL	440	455	470	485	501

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas.

En la tabla anterior se establecen como estará dividida la participación anual por tipo de evento a ofertar, esto según requerimiento de los usuarios de estos servicios.



Proyección de precios.

Se definieron precios que resulten atractivos a los consumidores, esto asociándolo con la atención personalizada y la mejora constante en la calidad de prestación de estos.

Estos precios se definieron en función de la competencia.

TABLA No 7: PROYECCION DE PRECIOS.

EVENTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cumpleaños	\$800.00	\$832.00	\$865.28	\$899.89	\$935.89
Bodas	\$5,500	\$5,720.00	\$5948.80	\$6,186.75	\$6,434.22
Bautizos	\$900.00	\$936.00	\$973.44	\$1,012.38	\$1,052.87
Baby shower	\$900.00	\$936.00	\$973.44	\$1,012.38	\$1,052.87
Piñatas	\$1,100.00	\$1,144.00	\$1,189.76	\$1,237.35	\$1,286.84
Quince años	\$4,200.00	\$4,368.00	\$4,542.72	\$4,724.43	\$4,913.41

Fuente: Elaboración propia.

Para la proyección de estos precios se consideró un ajuste anual a partir del segundo año del 4%, que es la tasa de inflación promedio del año 2018.

4.6.3 Estrategias de marketing Estrategia de posicionamiento.

HAPPY EVENTS pretende colocar sus servicios en un lugar de preferencia basándose en los hábitos de consumo de los demandantes.

Es necesario lograr un servicio diferenciado, ya que cuando los clientes consideran que un servicio es homogéneo les importan más pagar un precio menor que seguir siendo fieles al proveedor del servicio.

- Se puede lograr la diferenciación mejorando:
La Oferta del Servicio: Agregando características de servicio secundarias que el cliente no espera recibir, brindando un servicio innovador.
- La Entrega del Servicio: Se logra capacitando constantemente al personal, mejorando el entorno físico, etc.
- La Imagen del Servicio: Empleados que con su actitud aporten prestigio a nuestro negocio.

4.6 Plan de acción

Acciones de producto

Se establece una estrategia de producto basado en la expansión de la mezcla, es decir se irán incorporando nuevos servicios a los iniciales para llegar a la mayor cantidad de consumidores posible y satisfaciendo sus necesidades.

Es decir abarcando la organización de eventos para adultos, adolescentes y niños, brindando alternativas variadas y la opción de estructurar sus propios paquetes según necesidad de los consumidores.

Producto	Eventos infantiles Eventos para adolescentes Eventos para adultos
Aplicación	Todas las edades, sexos y tamaños y que tengan un ingreso mínimo mensual de C\$18,000.00
Servicio	Logística de eventos
Paquetes a comercializar	<p>Evento infantil: Servicio completo: Decoración (incluye sillas, mesas, manteles), sonido, animación de payaso, globoflexia, pinta caritas, brinca brinca, palomitas de maíz, algodón de azúcar, fiesta temática, servicio de comida. Número de invitados: 15 niños.</p> <p>Eventos para adolescentes: Decoración (incluye sillas, mesas, manteles), sonido, servicio de comida, toldo, show con bailarinas.</p> <p>Eventos para adultos: Recordatorios, decoración (incluye sillas, mesas, manteles), sonido, servicio de comida, toldos, brindis.</p>

Asignación de Marca: los consumidores consideran la marca como parte importante de un producto o servicio, la calidad del trabajo de HAPPY EVENTS podría agregarle valor al negocio.

Características: Nuestros servicios se deben caracterizar por cuidar todos los detalles para que el evento se desarrolle sin problemas.



Calidad: Pretendemos ser referencia en el mercado, el objetivo es poder brindar un servicio integral y aportar nuevas experiencias a nuestros futuros clientes a través de un servicio innovador.

Servicio al Cliente: La empresa tiene establecido realizar encuestas periódicamente con el objetivo de que nuestros clientes puedan evaluar el valor de los servicios que ofrecemos.

Acción de Precios

Queremos transmitir el beneficio a nuestros clientes con precios competitivos y planes de pago para quienes nos contraten con meses de anticipación.

- Pago en cuotas mensuales con plazos de 03, 06, 09 y 12 meses.

La estrategia de precios se definirá en función del valor percibido por los consumidores, definiendo precios accesibles para el segmento de mercado a abarcar.

Acción de promoción

La estrategia de promoción y publicidad que utilizaremos va dirigida al consumidor final seleccionando los medios adecuados de acuerdo a nuestro servicio.

- Catálogos
- Publicación en redes sociales
- Revistas especializadas

Al igual que la participación de la empresa en actividades como expo bodas y otros eventos para ofertar la variedad de servicios que brindara la empresa y llegar a los consumidores metas.

Al igual que la implementación de descuentos por contratos a futuros descuentos equivalente como máximo a 5000 dólares.

TABLA No 8: PRESUPUESTO DE MERCADO.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Catálogos	\$350.00	\$364.00	\$378.56	\$393.70	\$409.50
Publicación en redes sociales	\$100.00	\$104.00	\$108.16	\$112.50	\$117.00
Revistas especializadas	\$300.00	\$312.00	\$324.48	\$337.50	\$351.00
Participación en expo boda	\$800.00	\$832.00	\$865.28	\$899.90	\$935.90
Descuentos	\$5,000.00	\$5,000.00	\$5,000.00	\$5,000.00	\$5,000.00
TOTAL	\$ 6,550.00	\$6,612.00	\$ 6,676.48	\$ 6,743.54	\$ 6,813.28

Fuente: Elaboración propia.

Acción de distribución

Esta estrategia concentra los esfuerzos de promoción sobre el consumidor final, evitando a los intermediarios. El objetivo es crear en el consumidor actitudes positivas hacia nuestros servicios. La venta directa permite conocer las demandas actuales.

Se empleará una estrategia de jalón orientadas a atraer a los consumidores con las promociones, los paquetes de servicios y la calidad de los servicios a ofertar.

Cadena de distribución.

Se utilizará una cadena corta de comercialización: productos – consumidor final, ya que los servicios se ofertarán directamente a los usuarios de estos, a través de un proceso de marketing directo.

PRESTADOR DE SERVICIOS

CONSUMIDOR FINAL

4.8 Proyección de ventas

Para la proyección de las ventas se multiplico el precio de cada servicio por el número de servicios a prestar, esto se efectuó para cada año, determinándose el volumen de venta que espera la empresa.

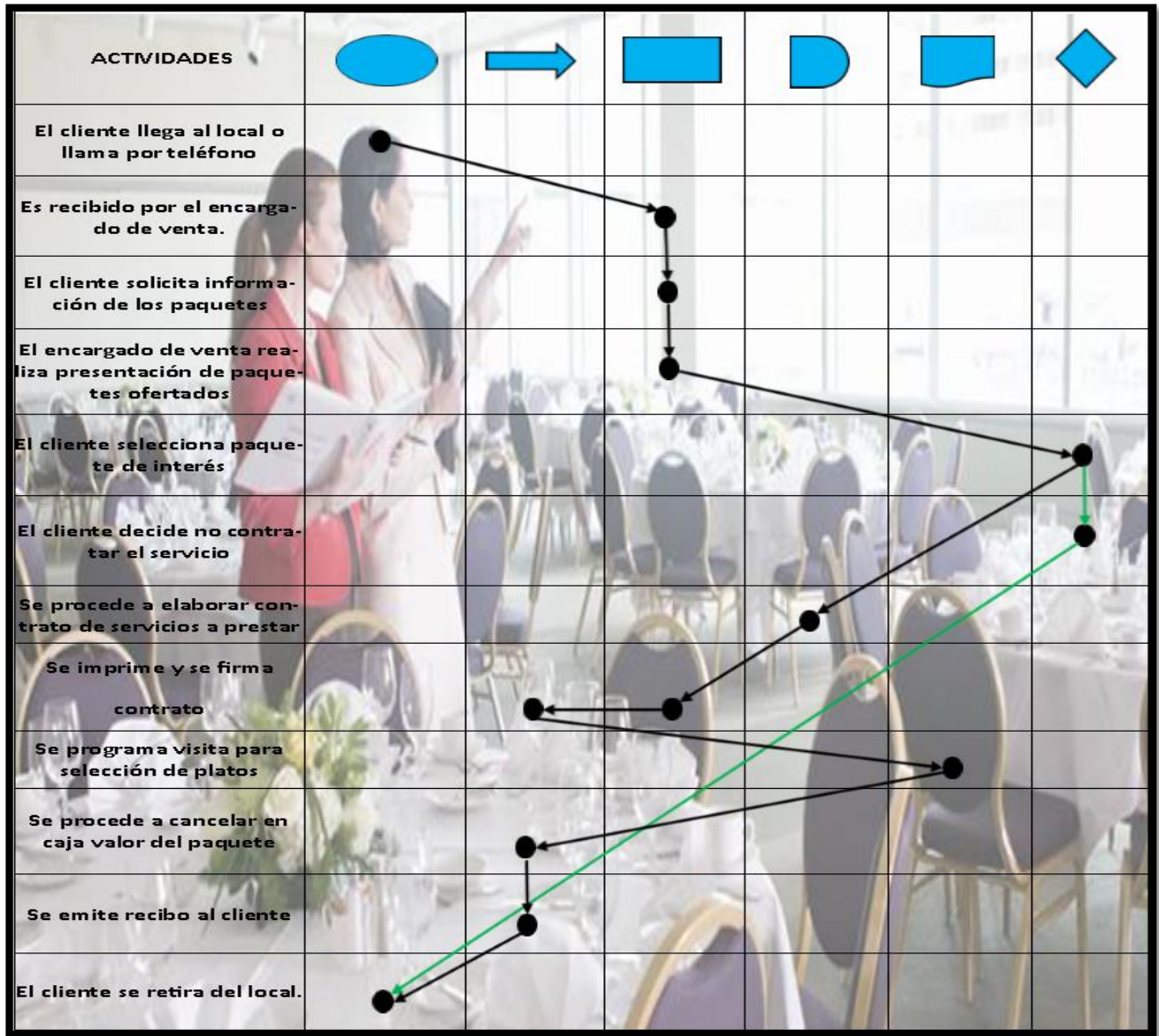
TABLA No 8: PRESUPUESTO DE MERCADO.

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Catálogos	350	364	378.6	393.7	409.5
Publicación en redes sociales.	100	104	108.2	112.5	117.0
Revistas especializadas.	300	312	324.5	337.5	351.0
Participación en expo boda	800	832	865.3	899.9	935.9
Descuentos	5000	5000	5000.0	5000.0	5000.0
total	\$ 6,550	\$ 6,612	\$ 6,676.48	\$ 6,743.54	\$ 6,813.28

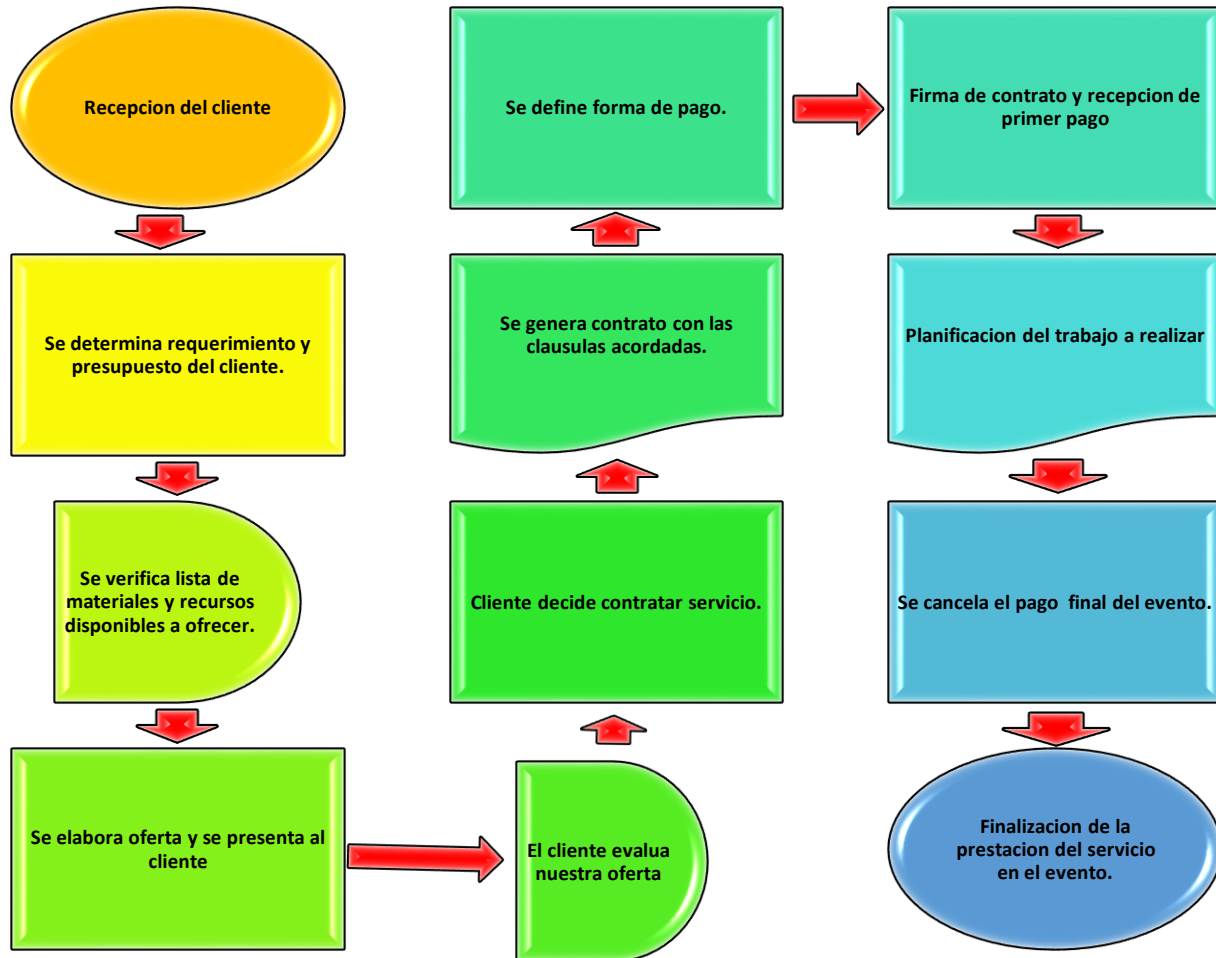
Fuente: Elaboración propia.

5.0 PLAN DE PRODUCCION

5.1. Cursograma de servicios.



FLUJO DE PROCESO





5.2 Activos fijos

Para poder llevar a cabo todo el proceso de ejecución de un evento, se requiere una serie de recursos materiales.

En la tabla siguiente se enumeran los activos necesarios en un evento.

MAQUINARIA DE PRODUCCION			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO U. S. \$.	COSTO TOTAL U. S. \$
Toldo de medidas 4x4 MTS Estructura de tubo galvanizado.	4.00	310.00	1,240.00
Mesa cuadrada plástico	50.00	17.65	882.50
Mesa rectangular plástico grueso	50.00	58.82	2,941.00
Sillas plásticas	400.00	4.41	1,764.00
Celular SAMSUNG A30 32 GB, 3GB RAM, doble cámara trasera, garantía de 1 año.	4.00	220.00	880.00
Reflector LED# 7705 LED-RGB-50W/81153(X)	5.00	69.95	349.75
Reflector LED 100W/RGB# 81154	5.00	129.95	649.75
Manteles de gabardina cuadrados	50.00	3.82	191.00
Manteles de gabardina rectangulares	50.00	5.88	294.00
Inflador eléctrico de globos	1.00	40.00	40.00
Parlante AMP 8000WTTS PMP	1.00	127.85	127.85
Total			9,359.85



MOBILIARIO Y EQUIPO DE SALA DE EXHIBICION			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO U. S. \$.	COSTO TOTAL U. S. \$
Juego Sofá con Mesa de Centro	1.00	790.00	790.00
Televisor LG 43 LCD UHD SMART TV 4K/43UK6300PSB	1.00	399.99	399.99
Aire Acondicionado LG de 18000BTU Modelo VM122CW.NJ07220V	1.00	449.99	449.99
Exhibidor de madera y vidrio	2.00	1,100.00	2,200.00
Tablet Samsung SM-T285 GALAXY TAB A-7-ANDROID 5.1 QC 1.36GHZ WIFI 4G BLANCA	1.00	189.99	189.99
Total			4,029.97

MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO \$.	COSTO TOTAL \$
Escritorio de madera Tipo Contador (30" X 60")	4.00	135.99	543.96
Archivo Metalico (4 Gavetas)	1.00	115.00	115.00
Silla Ejecutiva con brazos marca XTECH	4.00	89.99	359.96
Telefono PANASONIC sencillo	1.00	28.00	28.00
Notebook DELL INSPIRON 14 3467 I5- 7200U/4GB/1TB/14/W10/5CA824/7RWW3N	2.00	515.00	1,030.00
Impresora Epson Ecotank L3150-110V- C11CG86301	1.00	198.63	198.63
Total			2,275.55



EQUIPO RODANTE			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO\$.	COSTO TOTAL \$
Tipo: Camión 1 cabina, 2 pasajeros Modelo BJ1039 Año 2020 Motor: ISUZU 4JB1 de 4 cilindros, turbo diesel intercooler de 2800 cc Potencia máxima: 109 HP Capacidad: 3 toneladas Caja de velocidades: Manual, 5 velocidades sincronizadas hacia adelante y hacia atrás. Transmisión: mecánica, sencilla Sistema de suspensión: Sistemas de ballestas (hoja de resorte) delantera y trasera. Sistema de frenos: Sistema de tambor hidráulico/freno de motor. Llantas: 6.50R15	1.00	15,200.00	15,200.00
Total			15,200.00

Otros Activos			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO \$.	COSTO TOTAL \$
Reloj	1.00	24.00	24.00
Lámpara de techo	1.00	35.00	35.00
Sesto para Basura Grandes	2.00	16.00	32.00
Total			91.00

TABLA RESUMEN DE INVERSION.

MAQUINARIA DE PRODUCCION	
	9,359.85
MOBILIARIO Y EQUIPO DE SALA DE EXHIBICION	4,029.97
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA	2,275.55
EQUIPO RODANTE	15,200
Otros Activos	91.00
total	30,956.37

Para la implementación del plan de negocios propuesto, se requiere de una inversión en activos fijos de \$30,956.37 dólares, los cuales se empelaran para la adquisición de todo el equipo requerido para ejecutar la inversión.

5.3 Vida útil de los activos fijos.

La depreciación de los activos de la empresa HAPPY EVENTS, se efectuó según lo establecido en la ley 822 de concertación tributaria y sus reformas, artículo No.35. Se utilizó el método lineal.

MAQUINARIA DE PRODUCCION							
DESCRIPCION	VALOR DEL BIEN	DEPREC. ANUAL	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Toldo de medidas 4x4 MTS Estructura de tubo galvanizado.	1,240.00	20%	248.00	248.00	248.00	248.00	248.00
Mesa cuadrada plástico	882.50	20%	176.50	176.50	176.50	176.50	176.50
Mesa rectangular plástico grueso	2,941.00	20%	588.20	588.20	588.20	588.20	588.20
Sillas plásticas	1,764.00	20%	352.80	352.80	352.80	352.80	352.80
Celular SAMSUNG A30 32 GB, 3GB RAM, doble cámara trasera, garantía de 1 año.	880.00	50%	440.00	440.00			
Reflector LED# 7705 LED-RGB-50W/81153(X)	349.75	50%	174.88	174.88			
Reflector LED 100W/RGB# 81154	649.75	50%	324.88	324.88			
Manteles de gabardina cuadrados	191.00	20%	38.20	38.20	38.20	38.20	38.20
Manteles de gabardina rectangulares	294.00	20%	58.80	58.80	58.80	58.80	58.80
Inflador eléctrico de globos	40.00	20%	8.00	8.00	8.00	8.00	8.00
Parlante AMP 8000WTTSPMP	127.85	50%	63.93	63.93			
Total	9,359.85		2,474.18	2,474.18	1,470.50	1,470.50	1,470.50



MOBILIARIO Y EQUIPO SALA EXHIBICION							
DESCRIPCION	VALOR DEL BIEN	DEPREC. ANUAL	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Juego Sofá con Mesa de Centro	790.00	20%	158.00	158.00	158.00	158.00	158.00
Televisor LG 43 LCD UHD SMART TV 4K/43UK6300PSB	399.99	20%	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
Aire Acondicionado LG de 18000BTU Modelo VM122CW.NJ07220V	449.99	10%	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00
Exhibidor de madera y vidrio	1,100.00	33%	366.63	366.63	366.63		
Tablet Samsung SM-T285 GALAXY TAB A-7-ANDROID 5.1 QC 1.36GHZ WIFI 4G BLANCA	189.99	50%	95.00	95.00	-	-	-
Total	2,929.97		744.62	744.62	649.63	283.00	283.00

MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA							
DESCRIPCION	VALOR DEL BIEN	DEPREC. ANUAL	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Escritorio de madera Tipo Contador (30" X 60")	543.96	33%	181.30	181.30	181.30	181.30	181.30
Archivo Metalico (4 Gavetas)	115.00	33%	37.95	37.95	37.95	37.95	37.95
Silla Ejecutiva con brazos marca XTECH	359.96	50%	179.98	179.98			
Telefono PANASONIC sencillo	28.00	50%	14.00	14.00			
Notebook DELL INSPIRON 14 3467 I5-7200U/4GB/1TB/14/W10/5CA824/7RW W3N	1,030.00	50%	515.00	515.00	-	-	-
Impresora Epson Ecotank L3150-110V-C11CG86301	198.63	50%	99.32	99.32	-	-	-
Total	2,275.55		1,027.55	1,027.55	219.25	219.25	219.25

EQUIPO RODANTE							
DESCRIPCION	VALOR DEL BIEN	DEPREC. ANUAL	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Tipo: Camión 1 cabina, 2 pasajeros Modelo BJ1039 Año 2020 Motor: ISUZU 4JB1 de 4 cilindros, turbo diesel intercooler de 2800 cc Potencia máxima: 109 HP Capacidad: 3 toneladas Caja de velocidades: Manual, 5 velocidades sincronizadas hacia adelante y hacia atrás. Transmisión: mecánica, sencilla Sistema de suspensión: Sistemas de ballestas (hoja de resorte) delantera y trasera. Sistema de frenos: Sistema de tambor hidráulico/freno de motor.	15,200.00	20%	3,040.00	3,040.00	3,040.00	3,040.00	3,040.00
Total	15,200.00		3,040.00	3,040.00	3,040.00	3,040.00	3,040.00

5.4 Capacidad planificada y futura

La capacidad planificada de la empresa está basada en la participación de mercado que se estableció en el estudio de mercado, en comparación con la capacidad real del personal y activos que posee la empresa, la cual se establece en función del número de horas requeridas para la organización de cada tipo de eventos y la disponibilidad de horas hombres con las que cuenta la empresa.

	H/D	H/S	HT/S	HH/M	HH/AÑO
VENDEDORES	1	7	39	39	1014
ORGANIZADORES	2	7	39	78	24336
LOGISTICA	1	7	39	39	1014
DECORADORES	1	7	39	39	1014
totales				195	5070

Se dispone según número de trabajadores con los que se contara de 195 horas hombres por semana, de 5070 horas hombres por mes y de 60, 840 horas hombres al año.

Esto nos indica que según el estimado de horas requeridas para organizar cada evento se pueden atender 780 eventos al año, esta capacidad no aumentara , por lo que se



espera que el transcurso de los cinco años de análisis la efectividad del sistema tienda a mejorar a como se muestra en la tabla siguiente.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAPACIDAD REAL	780	780	780	780	780
PARTICIPACION DE MERCADO	440	455	470	485	501
EFICIENCIA	0.56	0.58	0.60	0.62	0.64
Ociosidad	0.44	0.42	0.40	0.38	0.36

5.5 Materia prima necesaria y costo de la materia prima.

A continuación, se muestran los costos totales y desglose de la materia prima a utilizar.

DETALLE DE MATERIA PRIMA POR UNIDAD DE SERVICIO

CUMPLEAÑOS-PAQUETE PARA 20 PERSONAS				
DESCRIPCION	Unidad de Medida	CANTIDAD	COSTO UNITARIO U. S. \$.	COSTO TOTAL U. S. \$
Decoración		1.00	200.00	200.00
Sonido	hora	3.00	40.00	120.00
Animación de payaso	hora	2.00	40.00	80.00
Globoflexia	unidad	50.00	0.20	10.00
Pinta caritas	unidad	20.00	0.50	10.00
Brinca Brinca	hora	3.00	25.00	75.00
Palomitas de maiz	bolsa	20.00	0.60	12.00
Algodón de azúcar	unidad	20.00	0.40	8.00
Bebidas no alcohólicas	horas	3.00	35.00	105.00
Servicios de comida	platos	20.00	4.50	90.00
Sillas	unidad	20.00	0.30	6.00
Mesas	unidad	5.00	1.00	5.00
TOTAL COSTO UNITARIO				721.00

BODAS-PAQUETE PARA 60 PERSONAS				
DESCRIPCION	Unidad de Medida	CANTIDAD	COSTO UNITARIO U. S. \$.	COSTO TOTAL U. S. \$
Recordatorios	unidad	60.00	10.00	600.00
Decoración		1.00	900.00	900.00
Centros de mesa	unidad	10.00	65.00	650.00
Sonido	hora	5.00	40.00	200.00
Entradas	unidad	60.00	4.00	240.00
Servicio de comida	platos	60.00	12.00	720.00
Local	hora	5.00	100.00	500.00
Brindis	botella	1.00	20.00	20.00
Mesero	unidad	1.00	50.00	50.00
Animador	unidad	1.00	100.00	100.00
Bebidas no alcohólicas	hora	3.00	100.00	300.00
Bartender	unidad	1.00	100.00	100.00
TOTAL COSTO UNITARIO				4,380.00



BAUTIZO-PAQUETE PARA 25 INVITADOS				
DESCRIPCION	Unidad de Medida	CANTIDAD	COSTO UNITARIO U. S. \$.	COSTO TOTAL U. S. \$
Decoración		1.00	200.00	200.00
Sonido	hora	3.00	40.00	120.00
Servicio de comida	platos	25.00	6.00	150.00
Bebidas no alcohólicas	horas	3.00	35.00	105.00
Recordatorios	unidad	25.00	5.00	125.00
Sillas	unidad	25.00	0.30	7.50
Mesas	unidad	6.00	1.00	6.00
Centros de mesa	unidad	25.00	5.50	137.50
Mesero	unidad	1.00	50.00	50.00
TOTAL COSTO UNITARIO				901.00

BABY SHOWER-Paquete para 20 personas				
DESCRIPCION	Unidad de Medida	CANTIDAD	COSTO UNITARIO U. S. \$.	COSTO TOTAL U. S. \$
Decoración		1.00	125.00	125.00
Sonido	horas	3.00	40.00	120.00
Alimentación	platos	20.00	0.63	12.54
Recordatorios	unidades	20.00	5.50	110.00
Juegos	horas	3.00	50.00	150.00
Bebidas no alcohólicas	horas	3.00	35.00	105.00
Mesero	unidad	1.00	50.00	50.00
TOTAL COSTO UNITARIO				672.54



PIÑATAS-PAQUETE PARA 30 INVITADOS				
DESCRIPCION	Unidad de Medida	CANTIDAD	COSTO UNITARIO U. S. \$.	COSTO TOTAL U. S. \$
Decoración		1.00	250.00	250.00
Sonido	hora	3.00	40.00	120.00
Animación de payaso	hora	3.00	40.00	120.00
Globoflexia	unidad	30.00	0.40	12.00
Pinta caritas	unidad	30.00	0.50	15.00
Brinca brinca	hora	3.00	40.00	120.00
Palomitas de maíz	bolsa	30.00	0.60	18.00
Algodón de azúcar	unidad	30.00	0.40	12.00
Bebidas no alcohólicas	hora	3.00	35.00	105.00
Premios	unidades	5.00	3.50	17.50
AlimEntación	platos	30.00	4.00	120.00
TOTAL COSTO UNITARIO				909.50

QUINCE AÑOS-PAQUETE PARA 60 INVITADOS				
DESCRIPCION	Unidad de Medida	CANTIDAD	COSTO UNITARIO U. S. \$.	COSTO TOTAL U. S. \$
Decoración		1.00	950.00	950.00
Sonido	hora	5.00	50.00	250.00
Servicio de comida	platos	60.00	12.00	720.00
Local	horas	5.00	100.00	500.00
Show coreográfico	hora	2.00	150.00	300.00
Bartender	hora	5.00	40.00	200.00
Meseros	hora	5.00	40.00	200.00
Recordatorios	unida	60.00	13.00	780.00
Brindis	botella	1.00	30.00	30.00
Bebidas no alcohólicas	horas	5.00	50.00	250.00
TOTAL COSTO UNITARIO				4,180.00



EXTRAS				
DESCRIPCION	Unidad de Medida	CANTIDAD	COSTO UNITARIO U. S. \$.	COSTO TOTAL U. S. \$
Bocadillos	Unidad	1.00	0.50	0.50
TOTAL COSTO UNITARIO				0.50

EXTRAS				
DESCRIPCION	Unidad de Medida	CANTIDAD	COSTO UNITARIO U. S. \$.	COSTO TOTAL U. S. \$
Postres	Unidad	1.00	1.75	1.75
TOTAL COSTO UNITARIO				1.75

EXTRAS				
DESCRIPCION	Unidad de Medida	CANTIDAD	COSTO UNITARIO U. S. \$.	COSTO TOTAL U. S. \$
Piñata	Unidad	1.00	12.00	12.00
TOTAL COSTO UNITARIO				12.00

5.6 Mano de obra directa e indirecta

Crecimiento Anual: 8.00%

Mano de Obra Directa	SALARIO MENSUAL	Año 1 / Mes		Año 2 / Mes		Año 3 / Mes		Año 4 / Mes		Año 5 / Mes	
		Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario
Diseñador de eventos	\$ 300.00	2	\$ 600.00	2	\$ 324.00	2	\$ 349.92	2	\$ 377.91	2	\$ 408.15
Logística	\$ 250.00	1	\$ 250.00	1	\$ 270.00	1	\$ 291.60	1	\$ 313.20	1	\$ 334.80
Organizadores	\$ 250.00	2	\$ 500.00	2	\$ 270.00	2	\$ 313.20	2	\$ 356.40	2	\$ 896.48
Total		5	\$ 1,350.00	5	\$ 1,458.00	5	\$ 1,596.24	5	\$ 1,738.63	5	\$ 2,382.37
Total por año			\$ 16,200.00		\$ 17,496.00		\$ 19,154.88		\$ 20,863.53		\$ 28,588.47

Mano de OBRA INDIRECTA	SALARIO MENSUAL	Año 1 / Mes		Año 2 / Mes		Año 3 / Mes		Año 4 / Mes		Año 5 / Mes	
		Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario
Administrador	\$ 400.00	1	\$ 400.00	1	\$ 432.00	1	\$ 466.56	1	\$ 503.88	1	\$ 544.20
Vendedores	\$ 250.00	2	\$ 500.00	2	\$ 270.00	2	\$ 291.60	2	\$ 314.93	2	\$ 340.12
Total		3	\$ 900.00	3	\$ 972.00	3	\$ 1,049.76	3	\$ 1,133.74	3	\$ 1,224.44
Total anual			\$ 10,800.00		\$ 11,664.00		\$ 12,597.12		\$ 13,604.89		\$ 14,693.28

Crecimiento anual 5%

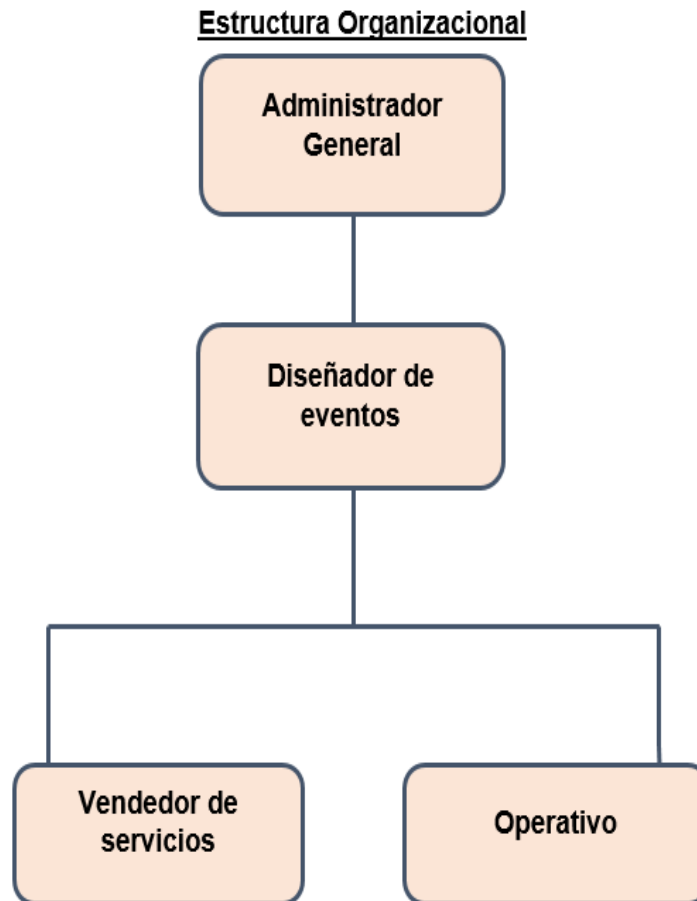
Staff (Externo)	SALARIO MENSUAL	Año 1 / Mes		Año 2 / Mes		Año 3 / Mes		Año 4 / Mes		Año 5 / Mes	
		Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario
Contabilidad	\$ 400.00	1	\$ 400.00	1	\$ 420.00	1	\$ 441.00	1	\$ 463.05	1	\$ 486.20
	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -
Total		1	\$ 400.00	1	\$ 420.00	1	\$ 441.00	1	\$ 463.05	1	\$ 486.20
Total anual			\$ 4,800.00		\$ 5,040.00		\$ 5,292.00		\$ 5,556.60		\$ 5,834.43

5.7 Gastos generales de la empresa

Gastos Generales					
Detalles	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Presupuesto de Marketing	\$6,550	\$6,612.00	\$6,676.48	\$6,743.60	\$6,813.40
Depreciación	\$7,286.34	\$7,286.34	\$5,379.38	\$5,012.75	\$5,012.75
Gastos de Mantenimiento - Modulo Centro Comercial		\$440.00	\$456.28	\$473.16	\$490.67
Servicios básicos (agua, luz telef, internet)	\$1,747.06	\$1,811.70	\$1,878.73	\$1,948.25	\$2,020.33
Papelería y Útiles de Oficina	\$498.62	\$517.07	\$536.20	\$556.04	\$576.61
Materiales de Limpieza	\$686.00	\$711.38	\$737.70	\$765.00	\$793.30
Impuestos Municipales (1% Sobre Ingresos)	\$11,641.50	\$12,530.44	\$13,475.65	\$12,530.44	\$15,486.00
Matriculas Alcaldía Managua		\$2,088.41	\$2,245.94	\$2,403.08	\$2,581.00
Combustible	\$5,223.50	\$5,416.77	\$5,617.19	\$5,825.03	\$6,040.55
Gastos Generales	\$33,633.02	\$37,414.11	\$37,003.56	\$36,257.35	\$39,814.62
Depreciación	\$7,286.34	\$7,286.34	\$5,379.38	\$5,012.75	\$5,012.75
TOTAL GASTOS GENERALES SIN DEPRECIACION	\$26,346.68	\$30,127.77	\$31,624.18	\$31,244.60	\$34,801.87

6.0 PLAN DE ORGANIZACIÓN

6.1 Estructura organizacional



Administrador General

- Procesar toda la información relativa al evento que se trabajará.
- Distribuir las tareas y actividades que el resto del equipo debe realizar.
- Garantizar que se respete a cabalidad los acuerdos pactados en la oferta aprobada por el cliente.
- Diseñar, planificar, producir y comunicar a través de un evento de HAPPY EVENTS, desde la propuesta hasta el final.
- Organizar la celebración dentro de un presupuesto.
- Presentar informes y resultados de cada evento.

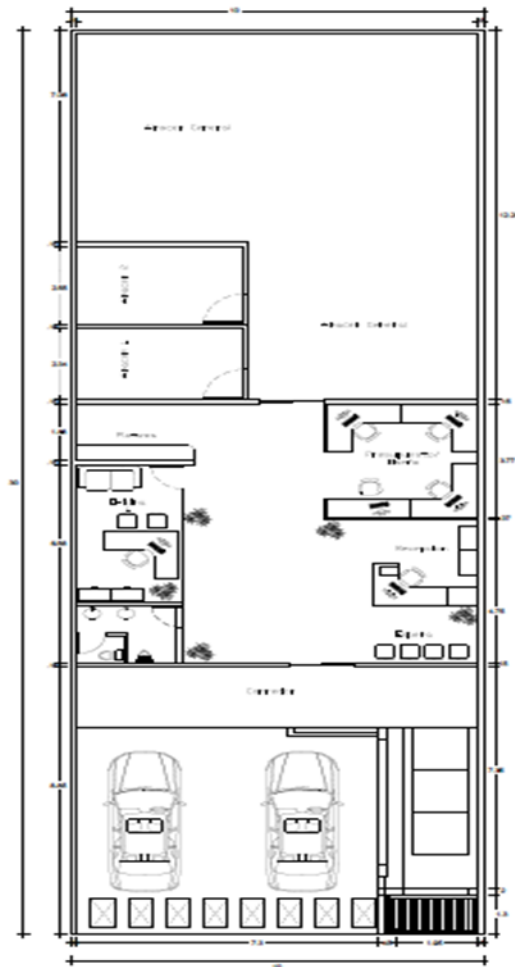
Vendedor de servicios

- Capturar nuevos clientes mediante los distintos medios en los que pueda ofrecer nuestros servicios.
- Recopilar toda la información posible de cada cliente para crear una base de datos.

Operativo

- Asegurar el mantenimiento, limpieza y disponibilidad de los materiales a utilizar en el evento.
- Garantizar el traslado, ubicación correcta de los materiales y personal necesario listo para atender el evento.

DISTRIBUCION DE LA EMPRESA.





7.0 PLAN DE FINANZAS

7.1 Inversión

Concepto	Inversión total	Financiamiento	
	Monto	Fondos Propios	Préstamos
MAQUINARIA DE PRODUCCION	\$9,359.85	\$9,359.85	-
Maquinaria de Producción	\$9,359.85	\$9,359.85	
MOBILIARIO Y EQUIPO DE TIENDA	\$4,029.97	\$4,029.97	
Mobiliario y Equipo de Tienda	\$ 4,029.97	\$4,029.97	
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA	\$ 2,275.55	\$2,275.55	
Mobiliario y Equipo de Oficina	\$2,275.55	\$2,275.55	
EQUIPO RODANTE	\$15,200	\$ 15,200.	
Equipo rodante	\$15,200	\$15,200.	
OTROS ACTIVOS	\$ 91.00	\$ 91.00	
Otros Activos	\$ 91.00	\$ 91.00	
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 168,277.88	\$ 84,138.94	\$84,138.94
Capital de Trabajo	\$168,277.88	\$84,138.94	\$ 84,138.94
GASTOS PREOPERATIVOS	\$2,700.00	\$2,700.00	
Gastos de Organización	\$2,700.00	\$2,700.00	
TOTALES	\$201,934.25	\$ 117,795.31	\$84,138.94
	Total	Aporte	Financiamiento
	100%	58%	42%

La inversión total que se requiere para la puesta en marcha de la empresa asciende a \$201,934.25 dólares, de los cuales 168,277.88 corresponde al aprovisionamiento de capital que se requiere para garantizar el funcionamiento de la empresa los dos primeros meses, ya que como empresa nueva su volumen de venta puede llegar a ser menor que el estimado.

De esta monto el 58% será aporte de los socios y el restante 42% será financiado vía banco, a una tasa de interés del 18%.



Calculo de Rentabilidad Proyectada					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$1164,150	\$1253,044	\$1347,565.44	\$1441,850.68	\$1548,600
Costo de los bienes vendidos	\$959,997.36	\$1026,215	\$1096,415.13	\$1165,371.63	\$1252,030.
Utilidad Bruta	\$204,152.64	\$226,828	\$251,150.31	\$276,479.05	\$296,569.8
Gastos Generales (sin depreciación)	\$33,633.02	\$37,414.11	\$37,003.56	\$36,257.35	\$39,814.6
Gastos Administración	\$16,036.92	\$17,319.87	\$ 18,705.46	\$20,201.90	\$21,818
Depreciación	\$7,286.34	\$7,286.34	\$5,379.38	\$ 5,012.75	\$5,012.75
Amortización de Gastos de Organización					
Total Gastos de Operación	\$56,956.29	\$62,020.33	\$61,088.41	\$ 61,472.00	\$66,645.
Utilidad de Operación	\$147,196.35	\$164,808.4	\$190,061.90	\$215,007.05	\$229,924
Intereses pagados	\$13,885.67	\$10,800.12	\$7,110.99	\$ 2,700.19	
Utilidad antes de impuestos	\$133,310.69	\$154,008.2	\$182,950.92	\$212,306.86	\$229,924
Impuestos 30% IR	\$39,993.21	\$46,202.48	\$54,885.28	\$ 63,692.06	\$68,977.
Utilidad neta	\$93,317.48	\$107,805.7	\$128,065.64	\$148,614.80	\$160,947

La utilidad generada por la empresa aumenta año con año a partir del sus segundo años de funcionamiento y en mayor proporción en el quinto año por la cancelación del préstamo adquirido para ejecutar la inversión.

Aumentando en este periodo sus utilidades en un 72% generándose un crecimiento promedio 18.12% de forma anual, lo cual le permite a la empresa contar durante los cinco años con solvencia financiera.



Estado de Situación Financiera						
ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes	\$168,277	\$253,108	\$349,341.	\$460,238	\$586,907	\$752,867
Caja y bancos	\$168,277	\$253,108.	\$349,341.	\$460,238	\$586,907.	\$752,867
Activo fijo	\$30,956	\$23,670.	\$16,383.	\$11,004.	\$5,991.55	\$978.81
Maquinaria de Producción	\$9,359.85	\$9,359.85	\$9,359.85	\$9,359.85	\$9,359.85	\$9,359.8
Mobiliario y Equipo de Tienda	\$4,029.97	\$4,029.97	\$4,029.97	\$4,029.97	\$4,029.97	\$4,029.9
Mobiliario y Equipo de Oficina	\$2,275.55	\$2,275.55	\$2,275.55	\$2,275.55	\$2,275.55	\$2,275.5
Equipo rodante	\$15,200.	\$15,200.	\$15,200	\$15,200	\$15,200	\$15,200
Otros Activos	\$91.00	\$91.00	\$ 91.00	\$91.00	\$91.00	\$91.00
Depreciación acumulada		(7,286.)	(14,572.)	(19,952.)	(24,964)	(29,977)
Activo Diferido	\$2,700	\$2,700	\$2,700	\$2,700	\$2,700	\$ 2,700
Gastos de Organización	\$2,700	\$2,700	\$2,700.	\$2,700.	\$2,700	\$2,700
Total de activos	\$201,934	\$279,478	\$368,425.	\$473,943.	\$595,599	756,546.
PASIVOS	\$84,138.	\$68,365.	\$49,506	\$26,958.79		
Pasivo largo plazo						
Préstamo largo plazo	\$84,138	\$68,365.	\$49,506	\$26,958.79		
CAPITAL	\$117,795	\$211,112	\$318,918	\$446,984	\$595,599	\$756,546
Capital social	\$117,795	\$117,795	\$117,795.	\$117,795	\$117,795	117,795
Utilidad acumulada			\$93,317	\$201,123.	\$329,188	\$477,803
Utilidad del periodo		\$93,317	\$107,805	\$128,065.	\$148,614	\$160,947
Total pasivo más capital	\$201,934	\$279,478	368,425	\$473,943	\$595,599	\$756,546

El balance general de la empresa nos indica que el pasivo de esta se cancela a partir del cuarto año de funcionamiento, lo que repercute positivamente en el aumento del patrimonio de la empresa el cual se incrementa en 171% en el transcurso del horizonte de tiempo en que se evalúa la inversión y en promedio un crecimiento anual a partir del segundo año de 42.67%, esto indica que la empresa en este periodo de tiempo presenta una situación financiera sólida, ya que aparte de cubrir con su obligaciones de corto y largo plazo genera utilidades en cada uno de los años de funcionamiento.

7.2 RAZONES FINANCIERAS.

Razones Financieras					
	Año 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rentabilidad sobre ventas	8%	9%	10%	10%	10%
Rentabilidad sobre inversión	46%	53%	63%	74%	80%

Las ratios de rentabilidad sobre ventas y sobre la inversión, aumentan año con año, lo cual nos indica que en el caso del ratio de rentabilidad sobre ventas una mejora en la eficiencia de la empresa en cuanto a la utilización de sus activos para generar mayores volúmenes de ventas, lo que se traduce en más ingresos y mayor margen de utilidad, esta rentabilidad sobre ventas aumenta de 8% el primer año a un 10% al final del quinto año,

En cuanto al ratio de rentabilidad sobre inversión, este aumenta año con año pasando de 46% el primer año a un 80% al quinto año, en crecimiento proporcional de un 100%, lo cual establece que la inversión genera retornos superiores al costo del capital que se requiere para implementarla, mejorando este retorno el empleo de financiamiento, ya que este obliga a ser más eficiente en la utilización de este capital lo que se demuestra al obtener rentabilidades cada año superior al costo inicial de la inversión.

7.3 PUNTO DE EQUILIBRIO.

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Porcentaje sobre ventas %	59%	57%	54%	52%	53%
Punto de Equilibrio	\$688,112	\$718,705	\$730,323	\$744,911	\$813,416
Ventas	\$1164,150	\$1253,044	\$1347,565	\$1441,850	\$1548,600

El punto de equilibrio en unidades monetarias indica que en el primer año la empresa requiere vender \$688,112 dólares para alcanzar el equilibrio, es decir para cubrir sus costo de operación, representando el 59% de las ventas totales proyectadas, por lo que los ingresos generados cada año resultan mayores que este punto de equilibrio, ya que los volumen de ventas que se requieren alcanzar para alcanzar este equilibrio cada año



se reduce año con año lo cual indica una mejora en los volúmenes de ventas alcanzados por la empresa cada año.

7.4 FLUJO DE CAJA.

Flujo de caja						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo inicial		\$168,277.8	\$253,108.4	\$349,341.6	\$460,238.7	\$586,907.4
Ingresos (Utilidad contable)	\$201,934.2	\$93,317.4	\$107,805.7	\$128,065.6	\$148,614.8	
Egresos	\$33,656.3					
Amortización		\$15,773.3	\$18,858.8	\$22,547.9	\$26,958.7	
Depreciación		\$7,286.34	\$7,286.3	\$5,379.3	\$5,012.7	\$5,012.7
Saldo final	\$168,277.8	\$253,108.4	\$349,341.6	\$460,238.7	\$586,907.4	\$752,867.2

El saldo inicial en el año cero, representa el monto de capital de trabajo que se requiere para iniciar operaciones en el primer año de funcionamiento de la empresa, a partir del primer año los saldo son positivos y muestran una tendencia a incrementarse todos los años, lo cual indica que la empresa genera la suficiente liquides para cubrir sus obligaciones de corto plazo y mantiene un capital propio de trabajo lo cual le permite que si se realizan reinversiones en la empresa no se requeriría de un nuevo financiamiento ya que se cuenta con los recursos suficiente para financiarla internamente.

El saldo muestra un saldo acumulado al quinto año de \$752,867.2 dólares, con un aumento en el periodo evaluado de 197%, con un crecimiento promedio anual de 49.36%.



7.5 INDICADORES DE RENTABILIDAD.

Flujo de fondos						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta		\$93,317.4	\$107,805.7	\$128,065.6	\$148,614.8	\$160,947.6
(+) Depreciación		\$7,286.3	\$7,286.3	\$5,379.3	\$5,012.7	\$5,012.7
(-) Amortización		\$15,773.3	\$18,858.8	\$22,547.9	\$26,958.7	
Flujo de fondos	(201,934.25)	\$84,830.5	\$ 96,233.2	\$110,897	\$126,668.7	\$165,959.8
VAN al 21%	\$321,511.58					
TIR	43%					
Tasa de descuento	0.21					

El VAN obtenido de la inversión es de **\$321,511.58**, con una tasa de descuento del 21%, siendo mayor que cero el valor obtenido, lo cual nos indica que la inversión es rentable, ya que se generan los ingresos para cubrir los costos operativos de la empresa y obtener utilidad en el periodo evaluado.

La tasa interna de retorno que se obtienen es de 43% siendo esta mayor que la tasa de coste de capital, lo cual confirma la rentabilidad de la inversión a largo plazo, ya que se cubrirá el costo del capital a utilizar y se obtendrá un rendimiento para los inversionistas.

RELACION BENEFICIO COSTO.

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RELACION BENEFICIO COSTO	1.59	70,107.86	65,728.63	62,598.48	59,091.91	63,984.69
Periodo de Recuperación		(131,826.39)	(66,097.76)	(3,499.28)	55,592.63	119,577.33

Se obtiene una relación beneficio costo de 1.59, siendo esta mayor que uno lo cual indica que por cada dólar que se invierta en la empresa esta retorna 59 centavos, por lo que se confirma la rentabilidad de la inversión.



El periodo de recuperación de la inversión es de 3 años y 21 días, por lo que esta inversión se recupera en menos de 3 años, por los márgenes de ventas generados por la empresa en el periodo evaluado.

Al evaluarse la inversión según todos los indicadores de rentabilidad de largo plazo, esta resulta rentable para los márgenes de participación de mercado y ventas proyectados para los cinco años de análisis efectuados.



ANEXOS



SOPORTES Y DOCUMENTOS LEGALES

REPÚBLICA DE NICARAGUA MINISTERIO DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO DIRECCIÓN GENERAL DE INGRESOS		
REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES RÉGIMEN GENERAL		
SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN O CAMBIO DE INFORMACIÓN		
ESTE FORMULARIO DEBE SER UTILIZADO PARA INSCRIBIRSE EN EL REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES O PARA EL CAMBIO DE INFORMACIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES YA INSCRITOS EN EL RUC		
NUMERO DE RUC <input type="text"/>	Cambios de información que desea realizar Tipo de contribuyente <input type="checkbox"/> Información Financiera <input type="checkbox"/> Alta de impuestos <input type="checkbox"/> Datos Básicos <input type="checkbox"/> Información Sucursales <input type="checkbox"/> Baja (le impuestos) <input type="checkbox"/> Dirección <input type="checkbox"/> Información Socios <input type="checkbox"/> Baja (le Contribuyente) <input type="checkbox"/> Actividad Económica <input type="checkbox"/> Reposición carnet y/o Cert. <input type="checkbox"/>	
A continuación indique en el formulario la nueva información que desea incluir en el registro Unico de Contribuyentes. Cualquier dato que usted registre, sustituye el anterior registrado informado.		
II. TIPO DE CONTRIBUYENTE: Persona Natural <input type="checkbox"/> Persona Jurídica <input type="checkbox"/> Nacional <input type="checkbox"/> Extranjero <input type="checkbox"/>		
III. DATOS BÁSICOS (Personas Naturales)		
Primer Apellido: <input type="text"/>	Segundo Apellido: <input type="text"/>	Nombres: <input type="text"/>
Nombre Comercial: <input type="text"/>		
Tipo de Identificación: <input type="checkbox"/> Cedula de Identidad <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/> Cedula Residencia	Número de Documento: <input type="text"/> Lugar de Expedición: <input type="text"/>	Código: / /
Fecha de Nacimiento: <input type="text"/> DIA <input type="text"/> MES <input type="text"/> AÑO	Sexo: M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>	Nacionalidad: Nicaraguense <input type="checkbox"/> Otra: <input type="text"/>
IV. DATOS BÁSICOS (Personas Jurídicas)		
Razón Social: <input type="text"/>		
Nombre Comercial: <input type="text"/>		No. Empleados: <input type="text"/>
Fecha de Constitución: dia <input type="text"/> mes <input type="text"/> año <input type="text"/>	No. de Registro Mercantil: <input type="text"/>	No. Patronal INSS: <input type="text"/>
Fecha de Liquidación: dia <input type="text"/> mes <input type="text"/> año <input type="text"/>	Tipo de Persona Jurídica: <input type="checkbox"/> SOCIEDAD ANONIMA <input type="checkbox"/> CIVIL <input type="checkbox"/> COOPERATIVA <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE <input type="checkbox"/> SOCIEDAD EN COMANDITA PCR ACCIONES: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> ORGANIZACIÓN PRIVADA SIN FINES DE LUCRO: <input type="checkbox"/>	
Naturaleza: Privada <input type="checkbox"/> Estatal <input type="checkbox"/> Mixta <input type="checkbox"/>		
Datos del Representante Legal:		
Primer Apellido <input type="text"/>	Segundo Apellido <input type="text"/>	Nombres <input type="text"/>
Tipo de Identificación: <input type="checkbox"/> Cedula de Identidad <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/> Cedula Residencia	Número de Documento: <input type="text"/> Lugar de Expedición: <input type="text"/>	Código: / /
Domicilio Representante Legal: Casa <input type="text"/> Reparto/Barrio: <input type="text"/>		Código del Departamento: / /
Teléfono: <input type="text"/> Fax: <input type="text"/> Correo Electrónico: <input type="text"/> Cargo: <input type="text"/>		No. de Distrito: / /
V. DIRECCIÓN (Personas Naturales y Personas Jurídicas)		
Domicilio Representante Legal: <input type="text"/> Ciudad: <input type="text"/>		Código del Departamento: / /
Casa No. <input type="text"/> Reparto/Barrio: <input type="text"/> Apdo. Postal: <input type="text"/> Fax: <input type="text"/> Correo Electrónico: <input type="text"/>		No. de Distrito: / /
Domicilio (Sólo Persona Natural): <input type="text"/> Reparto/Barrio: <input type="text"/> Casa: <input type="text"/>		
Teléfono: <input type="text"/> Apdo. Postal: <input type="text"/> Correo Electrónico: <input type="text"/>		

VI. INFORMACIÓN SOBRE ACTIVIDAD ECONOMICA

A-M	ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL	CODIGO CIU	FECHA DE INICIO
	_____		____/____/____

Actividades Económicas Secundarias: (Registrar por Importancia)

A-B-M	DESCRIPCION	CODIGO CIU	FECHA DE INICIO

VII. INFORMACION FINANCIERA

Activo Circulante: C\$	Pasivo: C\$	Total Activo: C\$
Activo Fijo: C\$	Patrimonio: C\$	Total Pas+Pat: C\$

VIII. INFORMACION DE SUCURSALES (Registrar el domicilio de cada sucursal)

No.	A-B-M	DIRECCION	DEPARTAMENTO	CODIGO

IX. INFORMACIÓN DE SOCIOS (Personas Jurídicas)

A-B-M	NOMBRE O RAZON SOCIAL	PN	PJ	No. RUC y/o Cédula de Identidad

X. REPOSICION DE CARNET DE CONTRIBUYENTE O CERTIFICADO DE INSCRIPCION

1. Casa Matriz: Reposición de Carnet Reposición de Certificado
 2. Sucursales: Reposición de Carnet Reposición de Certificado (Indique los Números): _____

Apellidos y Nombres de quien realiza el trámite: _____

Firma: _____ Cédula de identidad: _____ Fecha: _____

Administración de Rentas: _____ Código:


INSCRIPCIONES DE OFICIO

Nombre del funcionario que realiza la inscripción: _____

Cargo: _____ División: _____

Observaciones: _____

Firma: _____

Ministerio de Hacienda y Crédito Público DIRECCION GENERAL DE INGRESOS CEDULA - RUC							
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 100%;">Número RUC</td> </tr> <tr> <td style="width: 100%;">Firma del Inscrito / Representante</td> </tr> <tr> <td style="width: 100%;">Cédula de Identidad No.</td> </tr> <tr> <td style="width: 100%;">Nombre o Razón Social</td> </tr> <tr> <td style="width: 50%;">Fecha de Emisión</td> <td style="width: 50%;">Fecha de Renovación</td> </tr> </table>	Número RUC	Firma del Inscrito / Representante	Cédula de Identidad No.	Nombre o Razón Social	Fecha de Emisión	Fecha de Renovación
Número RUC							
Firma del Inscrito / Representante							
Cédula de Identidad No.							
Nombre o Razón Social							
Fecha de Emisión	Fecha de Renovación						

No. 0016432

Cualquier modificación de los datos originales suministrados se deberá informar a la Administración de Rentas a más tardar 30 días después de efectuada, de acuerdo a los Artos. 6 y 9 de la Ley Creadora del Registro Unico (decreto No 850).

Para toda gestión o trámites relacionados con la Dirección General de Ingresos y demás organismos que regule la Ley y el Reglamento de Organización del RUC, debe procesarse este documento o hacer referencia al correspondiente número RUC.



Espacio para Timbres Fiscales

FIRMA AUTORIZADA



ALCALDIA DE MANAGUA CONSTANCIA DE MATRICULA

MODALIDAD DE PAGO: _____ AÑO: _____

LA DIRECCION GENERAL DE RECAUDACION, HACE CONSTAR QUE:

ESTA MATRICULADO CON No. RUC: _____

DIRECCIÓN: _____

ACTIVIDAD ECONOMICA: _____

No. RECIBO DE CAJA: _____

No. 0037406

FIRMA Y SELLO

ESTA MATRICULA NO ES VALIDA SIN LA PRESENTACION DEL RECIBO CORRESPONDIENTE



CAMARA DE COMERCIO DE NICARAGUA SOLICITUD DE AFILIACION

Datos Generales	Razón Social o Nombre de la Persona Natural (1er, 2do. Apellido y Nombre Completo)			
	Nombre comercial del negocio			
	Dirección del negocio			
	Teléfonos	Fax	Apartado Postal	Correo Electrónico

Datos del Negocio	Actividad Comercial	Edificio		Nº. UB Empleados		Fecha de inicio de operaciones		
		Propio	Alquilado			Día	Mes	Año

Names	Nombre del Representante Legal:	Nombre del Gerente General:	Nombre del Gerente de Ventas:
	Cédula:	Cédula:	Cédula:

Solicitante	Nombre del Solicitante	_____ Firma del Solicitante
	Cédula:	

Nota: Adjunte a la presente solicitud de Afiliación, fotocopias de los siguientes documentos:

<ol style="list-style-type: none"> 1. Número RUC 2. Inscripción de Comerciante en el Registro Mercantil 3. Constancia de Responsable Retenedor 4. No. INSS Patronal 5. Testimonio de Escritura de Constitución(Persona Jurídica) 6. Dos recomendaciones de socios 7. Copia de cualquiera de los recibos de los siguientes Servicios Públicos: <ul style="list-style-type: none"> a) Energía Eléctrica b) Agua c) Teléfono 8. A qué otra Asociación o Cámara pertenece: 	<table style="width: 100%;"> <tr> <td><input type="checkbox"/> No.</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Fecha</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Fecha</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> No.</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Fecha</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>1. Socio que recomienda:</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>2. Socio que recomienda:</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> No. Registro</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> No. Registro</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> No. Registro</td> <td>_____</td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> No.	_____	<input type="checkbox"/> Fecha	_____	<input type="checkbox"/> Fecha	_____	<input type="checkbox"/> No.	_____	<input type="checkbox"/> Fecha	_____	1. Socio que recomienda:	_____	2. Socio que recomienda:	_____	<input type="checkbox"/> No. Registro	_____	<input type="checkbox"/> No. Registro	_____	<input type="checkbox"/> No. Registro	_____
<input type="checkbox"/> No.	_____																				
<input type="checkbox"/> Fecha	_____																				
<input type="checkbox"/> Fecha	_____																				
<input type="checkbox"/> No.	_____																				
<input type="checkbox"/> Fecha	_____																				
1. Socio que recomienda:	_____																				
2. Socio que recomienda:	_____																				
<input type="checkbox"/> No. Registro	_____																				
<input type="checkbox"/> No. Registro	_____																				
<input type="checkbox"/> No. Registro	_____																				

ESPACIO PARA SER LLENADO POR LA CÁMARA DE COMERCIO DE NICARAGUA			
Sométida a consideración de la Junta Directiva en sesión ordinaria: del ____ de ____ del ____ Acta No. ____	Autoriza da: _____ Director _____ Director _____ Director _____ Director		
<table border="1" style="margin: 0 auto; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 5px;">No. de Expediente:</td> <td style="padding: 5px;">Cuota trimestral:</td> </tr> </table>	No. de Expediente:	Cuota trimestral:	
No. de Expediente:	Cuota trimestral:		
_____ Director _____ Director			

Compromiso: Me comprometo a comunicar por escrito a la Cámara de Comercio de Nicaragua, para actualización de sus Base de Datos, cualquier cambio que sufra la información que suministro en esta Solicitud de Afiliación.



FORMIA CA-413
MINISTERIO DE SALUD

DEPARTAMENTO DE HIGIENE DE LOS ALIMENTOS
Managua, Nicaragua



SOLICITUD DE REGISTRO SANITARIO DE ALIMENTOS

1. Nombre del Solicitante: _____
2. Edad: _____ 3. Estado civil: _____
4. Profesión u Oficio: _____
5. Nacionalidad: _____ 6. Doc. /Identif.: _____
7. Dirección para recibir notificación: _____
8. Teléfono: _____ 9. Fax: _____
10. Comparezco ante Usted a solicitar en representación de _____

(nombre del distribuidor e importador)

11. Cuya dirección es: _____
12. Municipio: _____ 13. Departamento: _____
14. Teléfono: _____ 15. Fax: _____
16. El Registro del Producto Siguiente:

- A. NOMBRE
- B. MARCA
- C. No. DE REGISTRO (País de Origen)
- D. VIGENCIA

17. Producto elaborado por: _____
18. Cuya ubicación es: _____ 19. País: _____
20. Municipio: _____ 21. Departamento: _____
22. Teléfono: _____ 23. Fax: _____
24. Firma del Solicitante: _____
25. Recibido en el Departamento de Higiene y Control de Alimentos el día _____ de _____ del 200 ____.

Adjuntar la Siguiente Información:

- A. Listado de Ingredientes.
- B. Listado de Aditivos.
- C. Dos Etiquetas del Producto.
- D. Certificado de Reg. Sanitario del País de Origen.
- E. Tres muestras del Producto.
- F. Certificado de Registro de Marca.

USO OFICIAL.

No. de Registro _____

Fecha de Registro _____

Fecha de Vencimiento _____

No. de Comprobante de Pago de Análisis _____

No. de Comprobante de Pago de Registro _____

No. de Expediente: _____

Artículo Decreto No. 394 del 21 de Octubre de 1998, Gaceta No. 200



DGI

Dirección General de Ingresos
Ministerio de Hacienda y Crédito Público

102 N° 172225



DECLARACION MENSUAL DE
ANTICIPOS
IR

ANTES DE LLENAR ESTE FORMULARIO LEA LAS INSTRUCCIONES QUE APARECEN AL DORSO

ETIQUETA

FECHA DE PRESENTACION
DIA MES AÑO

Month selection grid (ENE to DIC) and declaration type (ORIGINAL or SUSTITUTIVA) with a number field for the substitute declaration.

Section A: DATOS GENERALES. Fields for RUC, Name, Address, Department, Municipality, Main and Secondary Economic Activities, Telephone, and Fax.

Section B: BASE GRUABLE and Section C: CREDITO FISCAL. A table with 18 rows and 4 columns for tax calculations, including gross income, deductions, and credits.

Section D: SALDO A PAGAR. Section E: FIRMA (Signature area). Section F: PARA USO DE LA DGI (Payment details, including amount to pay, bank code, and payment method).

PRECIO: G\$ 4.00 www.dgi.gub.ni ORIGINAL ADMINISTRACION DE RENTAS

Los impuestos impulsan el PROGRESO!

Advertencia: De comprobarse la falsedad de los datos reflejados en esta declaración, se procederá conforme lo establecido en la Ley de Delito de Defraudación Fiscal y Ley de Equidad Fiscal.



DGI

Dirección General de Ingresos
Ministerio de Hacienda y Crédito Público

106 N° 61912

DECLARACION ANUAL DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA (IR)

ANTES DE LLENAR ESTE FORMULARIO LEA LAS INSTRUCCIONES QUE APARECEN AL DORSO

FECHA DE PRESENTACION: DIA [] MES [] AÑO []

CIERRE CONTABLE CORTADO AL ____ DE ____ DE ____

ETIQUETA

TIPO DE DECLARACION: Marque "X" en el recuadro que corresponda (si marca sustitutiva indique el N° de la declaración que se sustituye)

ORIGINAL SUSTITUTIVA Número de la declaración que se sustituye []

A DATOS GENERALES

1. Número RUC [] 2. Apellidos y Nombres, Razón Social o Nombre Comercial []

3. Dirección para notificaciones [] 4. Departamento [] 5. Municipio []

6. Detalle de la Actividad Económica Principal: [] 7. Teléfono [] 8. Fax []

9. Detalle de la Actividad Económica Secundaria: [] 10. Correo Electrónico [] 11. Número Patronal INSS []

B PATRIMONIO CONTABLE

1. EFECTIVO EN CAJA Y BANCOS	01			9
2. CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	02			8
3. INVENTARIOS	03			7
4. ACTIVO INMOBILIARIO	04			6
5. OTROS ACTIVOS	05			5
6. TOTAL ACTIVOS (Suma de renglones 1 al 5)	06			4
7. CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	07			3
8. PASIVO FIJO	08			2
9. PASIVOS EXTRANJEROS	09			1
10. TOTAL PASIVOS (Suma de Renglones 7 al 9)	10			0
11. PATRIMONIO NETO (Renglón 6-10)	11			9

C CALCULO DE IR

12. INGRESOS POR VENTA DE BIENES Y PRESTACION DE SERVICIOS	12			8
13. INGRESOS POR EXPORTACION DE BIENES Y SERVICIOS	13			7
14. INGRESOS AGROPECUARIOS	14			6
15. INGRESOS POR SERVICIOS PROFESIONALES, TECNICOS Y OTROS OFICIOS	15			5
16. INGRESOS POR SUELDOS, SALARIOS Y DEMAS COMPENSACIONES	16			4
17. OTROS INGRESOS	17			3
18. INGRESOS NO CONSTITUTIVOS DE RENTA	18			2
19. TOTAL RENTA BRUTA GRAVABLE (Suma Renglones 12 al 17)	19			1
20. COSTOS DE VENTA DE BIENES Y PRESTACION DE SERVICIOS	20			0
21. COSTOS AGROPECUARIOS	21			9
22. GASTOS DE VENTAS	22			8
23. GASTOS DE ADMINISTRACION	23			7
24. GASTOS POR SERVICIOS PROFESIONALES, TECNICOS Y OTROS OFICIOS	24			6
25. GASTOS POR SUELDOS, SALARIOS Y DEMAS COMPENSACIONES	25			5
26. GASTOS POR APORTE PATRONAL AL INSS	26			4
27. GASTOS POR DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	27			3
28. GASTOS POR FINANCIAMIENTO NACIONAL Y/O EXTRANJERO	28			2
29. OTROS GASTOS DE OPERACIONES	29			1
30. DEDUCCION PROPORCIONAL	30			0
31. TOTAL COSTOS Y GASTOS DEDUCIBLES (Suma de Renglones del 20 al 30)	31			9
32. DEDUCCIONES EXTRAORDINARIAS	32			8
33. GASTOS NO DEDUCIBLES	33			7
34. TOTAL DEDUCCIONES (Renglones 31+32)	34			6
35. RENTA NETA GRAVABLE (Renglón 19-34)	35			5
36. IMPUESTO SOBRE LA RENTA	36			4

D CALCULO DEL PAGO MÍNIMO

37. VALOR DE LOS ACTIVOS TOTALES (Renglón 6)	37			3
38. SALDO PROMEDIO MENSUAL DE LOS DEPÓSITOS TOTALES (SECTOR FINANCIERO)	38			2
39. PAGO MÍNIMO DEFINITIVO DEL IR	39			1

E LIQUIDACION DE IMPUESTO

40. IMPUESTO SOBRE LA RENTA A PAGAR (Renglón 36 vs 39, el mayor)	40			0
41. CREDITO TRIBUTARIO (1.5% INCENTIVO A LA EXPORTACION)	41			9
42. CREDITO POR COMBUSTIBLE (EXPORTADORES - LEY 382)	42			8
43. CREDITO FISCAL SECTOR TURISMO (CDF)	43			7
44. MENOS ANTICIPOS PAGADOS	44			6
45. MENOS RETENCIONES QUE LE FUERON EFECTUADAS	45			5
46. RETENCIONES POR GANANCIAS OCASIONALES	46			4
47. MENOS CREDITOS AUTORIZADOS POR LA DGI	47			3
48. MENOS OTROS PAGOS REALIZADOS POR CONCEPTO DE ESTE MISMO IMPUESTO	48			2
49. SALDO A PAGAR (Si el Renglón 40 - 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47 y 48 es mayor que 0)	49			1
50. SALDO A FAVOR (Si el Renglón 49 - 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47 y 48 es menor que 0)	50			0
51. MULTA POR PRESENTACION TARDIA Y OTRAS SANCIONES (EXCEPTO MORA)	51			9

F FIRMA

DECLARO QUE LOS DATOS AQUÍ CONTENIDOS CORRESPONDEN A LAS VERDADERAS OPERACIONES EFECTUADAS EN EL PERIODO FISCAL SEÑALADO.

Declarante o Representante Legal

Nombre: _____

Cédula de Identidad y Residencia: _____

Firma: _____

G PAGO

PARA USO DE LA DGI

52 - VALOR A PAGAR	52			8
53 - MULTA POR MORA	53			7
54 - TOTAL A PAGAR	54			6

EFECTIVO CS CHEQUE CS OTROS CS

N° _____ Código Banco [] [] []

Fecha, Firma y Sello del Analista _____

PRECIO: CS 5.00 www.dgi.gub.ri **Los impuestos impulsan ¡ EL PROGRESO !** COPIA: CONTRIBUYENTE

Managua, 08/11/2019

Garantias
3 años o 100,000 Km (lo que ocurra primero)

Señores.
HAPPY EVENTS

Sus Manos.

Por este medio tenemos el agrado de presentarle las especificaciones y cotización del vehículo nuevo Marca FOTON



CARACTERISTICAS TECNICAS GENERALES:

- * Modelo : BJ1039
- * Tipo : Camion una cabina, dos pasajeros
- * Año : 2020
- * Motor : **Motor ISUZU 4JB1 de 4 cilindros, turbodiesel intercooler, de 2,800 cc**
- * Potencia máxima : **109HP**
- * Capacidad : **3 Toneladas**
- * Caja de Velocidades: Manual, 5 velocidades sincronizadas hacia adelante y 1 hacia atrás
- * Transmisión : Mecánica, sencilla
- * Sistema de suspensión: Sistema de ballestas (Hoja de resorte) delantera y trasera
- * Sistema de frenos: **Sistema de tambor hidraulico/ Freno de motor**
- * Llantas : 6.50R15

- Polarizado.
- Forros de Asiento
- Alfombra

EQUIPADO CON:

- * Radio /FM/USB/SD MEMORIA
- * Cinturones de Seguridad
- * Manual del Conductpr
- * Espejos Laterales
- * Luz Interior.
- * Bolso de Herramientas
- *Direccion hidraulica asistida
- * Tapón de combustible con llave.
- * Suspensión trasera y delantera para trabajo pesado
- * Tapizado de Tela
- * Tina Metalica 11 pies de largo
- Deposito de combustible cap 75 Litros**

PRECIO CON IMPUESTO de tina \$ 15,200.00

Atentamente,

Carlos Montes
7841-0187/5795-5855
Ejecutivo de Ventas
AUTONICA
Autos Nuevos Y Usados



6/11/2019

[Oferta]



Pagar a nombre de:

COMTECH

Ced. Jurídica J03100000000603

Tel.: (505) 22648800

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

Empresa: **HAPPY EVENTS**

Contacto: PRISCILA MEDRANO PRISCIJA@HOTMAIL.COM

Teléfono: 76836468 Fax:

Dirección:

MANAGUA

www.comtech.com.ni

Proforma #: 190973

Fecha: 6/11/2019

Vendedor: **Keilly Garcia**

Celular: 8787-4905

E-Mail: kcastaneda@comtech.com.ni

Tel.: 22648800 Ext.4003

Código	Descripción	Cant.	Precio Un.	Total(U\$)	Entrega
02601-774	IMPRESORA EPSON ECOTANK L3150 - 110V - C11CG86301	1	U\$ 198.63	U\$ 198.63	Inmediato

Monto en letras: Doscientos VeintiOcho con 42/100

Condiciones Generales

Forma de pago: Contado

Vigencia de la oferta: 8 Días

Garantía: Detallada en cada producto

Tasa de Cambio: 33.91

COMTECH recomienda instalar licencia originales en sus Equipos

Esta cotización es valida solamente con el sello de la empresa

Nota: Somos Grandes Contribuyentes.


Estamos exentos del 2% IR y 1% IMI

LOS PRECIOS Y EXITENCIAS PUEDEN VARIAR SIN PREVIO AVISO

Sub-Total 198.63

IVA 29.79

Total(U\$) 228.42


Firma Asesor de Venta


Aceptación del Cliente

Páguese a nombre de Comtech

Nombre: _____ Ced. _____ Firma: _____ Fecha: _____

Sello:





CAUPOLICAN, S.A.

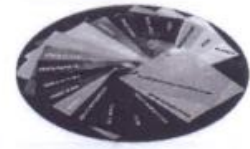
r: Entrada al Hospital Lennin Fonse
6c al Norte, Las Brisas #27. Mga,
Tel: 2266 2710
www.caupolicantents.com

Productos y Servicios:
Carpas para el sector transporte, Toldos y Marquesinas residenciales y comerciales, Cortinas para
intemperie, Casas de Campañas, Replicas Inflables, Sombrillas, Piscinas Willy, Banner publicitarios, Sky

FACTURA-PROFORMA

Cliente HAPPY EVENTS Fecha : 8/11/2019
Attn: Lic. Priscilla Medrano Teléfono: _____

Cant	Und	Descripción	Precio/Unit.	Valor (US)
4	Unid	<p>Elaboracion de toldo de medidas: 4.00 X 4.00 MTS</p> <p>Con impresión digital en el mismo toldo.</p> <p>Descripción de Arte Publicitario de toldos: Arte proporcionado por el cliente; Impresión Digital especial para toldo, resistente a los rayos ultravioleta, de alto brillo, comprenetable a la tela vinilica, Impresión digital sobre la misma lona.</p> <p>Descripción de Material Vinilica: reforzada con fibra de poliester 1,000 denier de alta tenacidad y con recubrimiento PVC, Peso de 18 onz/Yd2; tejido de 14x14 hilos . Calibre 28. Todas las costuras soldadas electrónicamente, bastillas reforzadas con soporte de fibra de vidrio para ubicación de ojetes niqueladas CALIBRE 28</p> <p>estructura de tubo galvanizado</p> <p>estructura de tubo galvanizado, reducidad.</p> <p>Tiempo de Garantía: 1 año. Tiempo de entrega: De 5 a 7 dias hábiles después de adelanto</p>	310.00	1,240.00



Cotización válida por 30 días.
Favor emitir cheque a nombre de: CAUPOLICAN, S.A.

Sub - Total	1,240.00
I.V.A	186.00
TOTAL US	1,426.00

Cliente _____ Autorizado Por Maria Leon Atendido Por _____



Factura Proforma
SUR COLOR ALTAMIRA
COSTADO ESTE ENITEL ALTAMIRA
Tel: 2277-1846

No. Transacción: 7018660215

Fecha: 08-11-2019

Fecha Vencimiento: 30-11-2019

Cliente: HAPPY EVENT

Tel./Fax.: 76836468

RUC:

Usuario: KARLA JOSE PEREZ PORRAS

Dirección: JURMART@HOTMAIL.COM

Dirigido a: KELLY TINOCO

Detalle

Código	Descripción del artículo	Color	Cantidad	Precio unitario	Desc.	Total
0200090006	PRIMERA 2000 MATE BASE TRANSP	DORADO	5.00	Galon 480.00	00.00	2,400.00
0200093006	PRIMERA 2000 MATE BASE PASTEL	RODADO PAST	5.00	Galon 480.00	00.00	2,400.00
0200000006	PRIMERA 2000 MATE BLANCO		5.00	Galon 480.00	00.00	2,400.00

Sub-Total	Descuento	Total Neto	Impuestos	TOTAL
C\$ 7,200.00	C\$.00	C\$ 7,200.00	C\$ 1,080.00	C\$ 8,280.00

Son: ocho mil doscientos ochenta CORDOBAS con cero cts

Observaciones:

Hecho por: _____

Aprobado por: _____

Documento sin Valor Comercial



La Casa de las Lámparas
 KM 4 1/2 C. MAGAYA, FTE EDIFICIO PELLAS
 Telf: 22772573 AL 75
 ventas@casadelaslamparas.com.ni

Fecha y Hora Impresion
 06/11/2019 12:42:22 p.m.
 Condicion de Pago
 CONTADO

Proforma: 0000002611 COTIZACION

Cliente: COMTECH
 Dirección: Happy Events
 Ruc: J0310000000603
 Contacto: Priscilla Medrano
 Telefono: 7683-6468

Vendedor: LEYBY MEZA CARDOZA
 Telefono: -
 E-mail:

Moneda: Dólares

#	Codigo	Cant.	Descripción del Articulo	U/M	Precio	Desc.	Valor
1	J38L 940540200000	7.00	LREFL #7705LED-RGB-50W/81153(X)	UNIDAD	\$ 69.95	\$ 0.00	\$ 489.65
2	J65L 940540200000	7.00	REFL LED 100W/RBG #81154	UNIDAD	\$ 129.95	\$ 0.00	\$ 909.65

Items: 2 Totales:

Fecha: 06/11/2019
 Hora: 12:32:12
 Pag. Nº Página 1 de 1

Observaciones:

SUBTOTAL :	\$	1,399.30
DESCUENTO :	\$	0.00
SUBTOTAL :	\$	1,399.30
IVA :	\$	209.90
RETENCIONES :	\$	0.00
TOTAL :	\$	1,609.20

Validez: 0 Días Fecha de Vencimiento : 06/11/2019
 T/C: 33.95



Ferretería Técnica, S.A.
De los semáforos de Linda Vista 200mts al oeste
PBX: 2264-9191

PROFORMA

RUC # J0310000 - 002975

Orden Comp:

Fecha: 06/11/2019

Proforma: 624941

Page 1 de 1

Cliente: **HAPPY EVENTS**
Dirección: _____
Teléfono: _____

Cuenta: 999999

CONDICIONES DE COMPRA

CODIGO	BOD	CANTIDAD	DESCRIPCION DE LA MERCADERIA	SAC	UM	PRECIO/U:	TOTAL \$us	I.V.	% DESC
0220338	10	1.00	AIRE ACONDICIONADO DE 18000BTU C/CONDENSADOR F		U	*****	1,013.63		

RECIBIDO CLIENTE

TOTALES	
Subtotal \$us	1,013.63
Descuento \$us	0.00
Impuestos \$us	132.04
TOTAL \$us	1,165.67
Kilos	7.93
Libras	17.00
Quintales	0.17

OBSERVACIONES

NOTAS

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

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

Hecho por: ROBERTO XAVIER MORALES ALMANZA

Firma: _____



6/11/2019

[Oferta]



www.comtech.com.ni
Proforma #: 190973
Fecha: 6/11/2019

Pagar a nombre de:

COMTECH

Ced. Jurídica J0310000000603

Tel.: (505) 22648800

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

Empresa: **HAPPY EVENTS**

Contacto: PRISCILA MEDRANO PRISCILA@HOTMAIL.COM

Teléfono: 76836468 Fax:

Dirección:

MANAGUA

Vendedor: **Kelly Garcia**

Celular: 8787-4905

E-Mail: kcastaneda@comtech.com.ni

Tel.: 22648800 Ext.4003

Código	Descripción	Cant.	Precio Un.	Total(US)	Entrega
01701-504	MINICOMPONENTE LG XBOOM OK75 1000W PORTABLE - BLUETOOTH	1	US\$ 399.99	US\$ 399.99	Sujeto a Disponibilidad

Monto en letras: Cuatrosientos Cincuenta y Nueve con 99/100

Condiciones Generales

Forma de pago: Contado

Vigencia de la oferta: 8 Días

Garantía: Detallada en cada producto

Tasa de Cambio: 33.91

COMTECH recomienda instalar licencia originales en sus Equipos

Esta cotización es valida solamente con el sello de la empresa

Nota: Somos Grandes Contribuyentes.

Estamos exentos del 2% IR y 1% IMI

LOS PRECIOS Y EXITENCIAS PUEDEN VARIAR SIN PREVIO AVISO

Sub-Total	399.99
IVA	60.00
Total(US\$)	459.99

[Handwritten Signature]
Firma Asesor de Venta



Aceptación del Cliente

Páguese a nombre de Comtech

Nombre: _____ Ced. _____

Firma: _____ Fecha: _____

Sello: _____





Pág. 1
26-oct-2019



LIBRERIA SAN JERONIMO S.A.

Colonial Los Robles, Shell Plaza El Sol 4 1/2 c. al sur

Tels. 22700731 / Fax: 22700716

RUC: J0310000136270

Cotización No.: A000024402

ventas@libsanjeronimo.com

SORIANFI
09:09:35a.m.

Cod.: 000000	Cliente: HAPPY EVENTS	Fecha: 26-oct-2019	Contado
Atención:		Vendedor: GABRIELA VALLECILL	
Dirección:		eMail:	
Teléfono:		Fax:	

Item	Código	Cantidad	Medida	Descripción	Marca	P. Unitario	Tot. Exento	Tot. Gravado
1	10370005	1	UND	LIBRO MAYOR 200 PAGINAS NACIONAL	NACION	95.00	0.00	95.00
2	10370001	1	UND	LIBRO ACTAS 200 PAGINAS NACIONAL	NACION	95.00	0.00	95.00

Estamos exentos del 1% de la Alcaldía.
Precios y Cantidades se mantienen por 8 días.
Elaborar CK a nombre de Librería San Jeronimo, S.A

Sub-Total:	0.00	190.00
Descuento:	0.00	0.00
Total:	0.00	190.00
Impuesto:		28.50
Retención:		0.00
Total Neto:	0.00	218.50
Gran Total:		218.50

Elaborado por
GABRIELA VALLECILL

Autorizado por

Recibido



SISTEMAS RCL S.A.
SEÑAL PLAZA EL SOL 2 1/2 AL SUR M/D
Telf: 2252-4045 / 2252-4041 VENTAS@RCL.COM.NI
Ruc: J0310000120552

Fecha y Hora Impresión
06/nov/2019
09:57:29a.m.
Condicion de Pago
Credito

Proforma: **00026484**

COTIZACION

Cliente: HAPPY EVENTS : 00253
Contacto: PRISCILLA MEDRANO Ruc: J0310000000603
Direccion: Altagracia, Repuestos Resadom, 1 Cuadra al Sur, 1/2 Cuadras Abajo.
Telefono: 7683-6468 Vendedor: MAGDA CASTILLO

#	Codigo	Cantidad	Descripcion del Articulo	U/M	Precio	Exento	Gravado
1	0000000000304	1	LIBRO DE ACTA TAMAÑO CARTA 200 FOLIOS NB880100	UNI	87.78	0.00	87.78
2	RCL-1326	1	LIBRO MAYOR TAMAÑO CARTA 200 FOLIOS	UNI	87.78	0.00	87.78

Items: 2 Totales: 0.00 175.56

Fecha: 06/11/2019 Hora: 10:05:24 Pag. Nº Página 1 de 1	Observaciones:	SUBTOTAL: 175.56 DESCUENTO: 0.00 SUBTOTAL: 175.56 IVA: 26.34 RETENCIONES: 0.00 TOTAL: 201.90
--	----------------	---

Validez: 8 DIAS Fecha De Vencimiento: 14/11/2019
ELABORAR CHEQUE A NOMBRE DE SISTEMAS RCL,S.A.



Orgullo Nicaragüense III

RUC: 10310000009074

Tienda Altamira; Sinsa, cerámica 1C al sur, contiguo a Super Express, Managua, Nicaragua

PBX: 22254299/22768090 / 22790470/

FACTURA PROFORMA

Cliente : HAPPY EVENTS Fecha: 6 Nov 19
 Contacto : _____
 RUC/Cédula: _____
 Referencia: _____
 Correo : _____ Documento: Contado
 Teléfonos : _____ Descuento: 10%
 Dirección : _____ Cotización No: _____

ITEM	CODIGO	DESCRIPCION	U/M	CANT	P UNIT(C\$)	Total C\$ SIN IVA
1	1-3772	LIQ-LATEX MATE DEEP	pl	3	466.82	1.400.46
2	1-3088	MOIX-BLANCO LATEX MATE	pl	7	435.64	435.64
3	1-5273	LIQ-LATEX MATE ACCENT	pl	1	466.82	466.82
4						0.00
5						0.00
6						0.00
7						0.00
8						0.00
9						0.00
10						0.00
11						0.00
12						0.00
13						0.00
Nota : Somos grandes contribuyentes.					SUB TOTAL	C\$ 2.292.92
Cotización valida por un mes.					IVA (15%)	C\$ 343.44
Entrega inmediata.					TOTAL	C\$ 2.636.36

Forma de pago: Efectivo o Tarjeta

Ine. Martha Guavara

Jefe de Tienda

Pintura Modelo S.A. - Sucursal Guadalupe

TEL: 2225-4299



6/11/2019

[Oferta]



Pagar a nombre de:

COMTECH

Ced. Jurídica J0310000000603

Tel.: (505) 22648800

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

Empresa: **HAPPY EVENTS**

Contacto: PRISCILA MEDRANO PRISUY@HOTMAIL.COM

Teléfono: 76836468 Fax:

Dirección:

MANAGUA

www.comtech.com.ni

Proforma #: 190973

Fecha: 6/11/2019

Vendedor: **Keilly Garcia**

Celular: 8787-4905

E-Mail: kcastaneda@comtech.com.ni

Tel.: 22648800 Ext.4003

Código	Descripción	Cant.	Precio Un.	Total(US)	Entrega
05301-599	TELEFONO CELULAR SAMSUNG GALAXY J7 NEO DS 16GB NEGRO / SM-J701MZKJTPA - GARANTIA 30 DIAS	4	US\$ 249.00	US\$ 996.00	Inmediato

Monto en letras: un Mil Ciento Cuarenta y Cinco con 40/100

Condiciones Generales

Forma de pago: Contado
 Vigencia de la oferta: 8 Días
 Garantía: Detallada en cada producto
 Tasa de Cambio: 33.91

Sub-Total **996.00**
 IVA **149.40**
 Total(US) **1,145.40**

COMTECH recomienda instalar licencia originales en sus Equipos
 Esta cotización es valida solamente con el sello de la empresa
 Nota: Somos Grandes Contribuyentes.
 Estamos exentos del 2% IR y 1% IMI
LOS PRECIOS Y EXITENCIAS PUEDEN VARIAR SIN PREVIO AVISO


 Firma Asesor de Venta

Aceptación del Cliente

Páguese a nombre de Comtech

Nombre: _____ Ced. _____ Firma: _____ Fecha: _____

Sello:





6/11/2019

[Oferta]



www.comtech.com.ni

Proforma #: 190973

Fecha: 6/11/2019

Pagar a nombre de:

COMTECH

Ced. Jurídica J0310000000603

Telf.: (505) 22648800

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

Empresa: **HAPPY EVENTS**
Contacto: PRISCILA MEDRANO PRISLUY@HOTMAIL.COM
Teléfono: 76836468 Fax:
Dirección:
MANAGUA

Vendedor: **Kaifty Garcia**
Celular: 8787-4905
E-Mail: kcastaneda@comtech.com.ni
Tel.: 22648800 Ext.4003

Código	Descripción	Cant.	Precio Un.	Total(U\$)	Entrega
04201-213	TABLET SAMSUNG SM-T285 GALAXY TAB A - 7 - ANDROID 5.1- QC-1.36GHZ- WIFI 4G / BLANCA	1	U\$ 189.99	U\$ 189.99	Inmediato

Monto en letras: Doscientos Dieciocho con 49/100

Condiciones Generales	
Forma de pago:	Contado
Vigencia de la oferta:	8 Días
Garantía:	Detallada en cada producto.
Tasa de Cambio:	33.91

Sub-Total **189.99**
IVA **28.50**
Total(U\$) **218.49**


COMTECH recomienda instalar licencia originales en sus Equipos

Esta cotización es valida solamente con el sello de la empresa

Nota: Somos Grandes Contribuyentes.

Estamos exentos del 2% IR y 1% IMI

LOS PRECIOS Y EXITENCIAS PUEDEN VARIAR SIN PREVIO AVISO


Firma Asesor de Venta

Aceptación del Cliente

Páguese a nombre de Comtech

Nombre: _____ Ced. _____ Firma: _____ Fecha: _____

Sello:





6/11/2019

[Oferta]



Pagar a nombre de:

COMTECH

Ced. Jurídica J0310000000603

Telf.: (505) 22648800

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

Empresa: **HAPPY EVENTS**
Contacto: PRISCILA MEDRANO PRISLUY@HOTMAIL.COM
Teléfono: 76836468 Fax:
Dirección:
MANAGUA

Vendedor: **Kelly Garcia**
Celular: 8787-4905
E-Mail: kcastaneda@comtech.com.ni
Tel.: 22648800 Ext.4003

www.comtech.com.ni

Proforma #: 190973

Fecha: 6/11/2019

Código	Descripción	Cant.	Precio Un.	Total(U\$)	Entrega
02801-251	EVAPORADOR PARA AIRE ACONDICIONADO LG DE 12000 BTU - MODELO VM122CW.NJ0 / 220V	1	U\$ 449.99	U\$ 449.99	Inmediato
	COMPRESOR PARA AIRE ACONDICIONADO LG DE 12000 BTU - MODELO VM122CW.NJ0 / 220				

Monto en letras: Quinientos DieciSiete con 49/100

Condiciones Generales

Forma de pago: **Contado**
Vigencia de la oferta: **8 Días**
Garantía: **Detallada en cada producto**
Tasa de Cambio: **33.91**

COMTECH recomienda instalar licencia originales en sus Equipos
Esta cotización es valida solamente con el sello de la empresa
Nota: Somos Grandes Contribuyentes.
Estamos exentos del 2% IR y 1% IMI
LOS PRECIOS Y EXITENCIAS PUEDEN VARIAR SIN PREVIO AVISO

Sub-Total **449.99**
IVA **67.50**
Total(U\$) **517.49**



Aceptación del Cliente

Páguese a nombre de Comtech

Nombre: _____ Ced. _____ Firma: _____ Fecha: _____

Sello:





6/11/2019

[Oferta]



Pagar a nombre de:

COMTECH

Ced. Jurídica J0310000000603

Telf.: (505) 22648800

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

Empresa: **HAPPY EVENTS**

Contacto: **PRISCILA MEDRANO** PRISUY@HOTMAIL.COM

Teléfono: 76836468 Fax:

Dirección:

MANAGUA

www.comtech.com.ni

Proforma #: 190973

Fecha: 6/11/2019

Vendedor: **Keilly Garcia**

Celular: 8787-4905

E-Mail: kcastaneda@comtech.com.ni

Tel.: 22648800 Ext.4003

Código	Descripción	Cant.	Precio Un.	Total(US\$)	Entrega
03801-572	TELEVISOR LG 43 LCD UHD SMART TV 4K / 43UK6300PSB	1	U\$ 399.99	U\$ 399.99	Inmediato

Monto en letras: Cuatrosientos Cincuenta y Nueve con 99/100

Condiciones Generales

Forma de pago: **Contado**

Vigencia de la oferta: **8 Días**

Garantía: **Detallada en cada producto**

Tasa de Cambio: **33.91**

Sub-Total **399.99**

IVA **60.00**

Total(US\$) **459.99**

COMTECH recomienda instalar licencia originales en sus Equipos

Esta cotización es valida solamente con el sello de la empresa

Nota: Somos Grandes Contribuyentes.

Estamos exentos del 2% IR y 1% IMI

LOS PRECIOS Y EXITENCIAS PUEDEN VARIAR SIN PREVIO AVISO

Firma Asesor de Venta



Aceptación del Cliente

Páguese a nombre de Comtech

Nombre: _____ Ced. _____

Firma: _____ Fecha: _____

Sello:





COTIZACION 81211539947

Nombre : HAPPY EVENTS
 Dirección :
 Teléfono :

Fecha Cotizacion: 06/11/2019

Fecha Actual: 06/11/2019

Plan de Ventas: CONTADO
 Período :

Almacen : RAL RSHACK ALTAMIRA
 Vendedor : 01739205 ARAUZ NEYSI

89000852

Marca	Modelo	Descripción	Unid.	Unitario	Precio Contado		Total
					Valor Neto	Impuesto	
DELL	N0YJ2	P CI5 7200U 1TB 8GB DVD 1P CI5	1	C\$ 20,868.69	C\$ 20,868.69	C\$ 3,130.30	C\$ 23,998.99
LG	43LJ550D	43P LED TV FHD SMART ISDB43P L	1	C\$ 13,041.73	C\$ 13,041.73	C\$ 1,956.26	C\$ 14,997.99
HUAWEI	BG2U03A	T 7P 1GB 8GB 3G 2MP T 7P	1	C\$ 3,477.39	C\$ 3,477.39	C\$ 521.61	C\$ 3,999.00
EPSON	L3110	MULTIFUNCIONAL TANQUE 7 500	1	C\$ 6,086.08	C\$ 6,086.08	C\$ 912.91	C\$ 6,998.99
RADIO SHACK	4001924	PARLANTE AMP 8000WTTTS PMPPARLA	1	C\$ 4,346.95	C\$ 4,346.95	C\$ 652.04	C\$ 4,998.99
ZEBRA	ZYM78	LUZ LED DE CABEZA MOVIL YLUZ L	1	C\$ 3,734.78	C\$ 3,734.78	C\$ 560.22	C\$ 4,295.00
SAMSUNG	SMA305GZKKG	TEL CEL GALAXY A30 32GB NTEL C	4	C\$ 8,694.78	C\$ 34,779.12	C\$ 5,216.87	C\$ 39,995.99

*Chagua
 Unicomar S/A.*



COTIZACIÓN

Cliente: **COMTECH**
 Fecha: **06 NOVIEMBRE del 2019**

Cant.	Descripción	Total
1	RESMA de 500 hojas, HOJAS MEMBRETADAS, en bond 40, a dos colores, tamaño 1/8 a la medida 8.5 x 11	CS 1,200.00
5	Blocks, FACTURA de 50 juegos, original y dos copias en químico Impreso a un color, tamaño 1/16 a la medida 8.5 x 5.5 Numerado	CS 850.00
<p>ESTOS PRECIOS SON MAS EL 15% I.V.A.</p> <p>¡calidad, al momento!</p>		

NOTA:

1. Este precio incluye el levantado de texto, diseño y/o diagramación, Impresiones, S.A. no se hace responsable de posibles errores de medidas, tonos de colores, textos, diseños, arte final, etc.; que se presenten en el boceto y/o muestrà después de autorizado y firmado por el cliente.
2. Esta cotización es válida por 10 días laborales.
2. Este precio es para laborar en horas ordinarias (tiempo normal).
3. Para empezar a imprimir y/o elaborar lo antes cotizado, favor enviarnos esta cotización autorizada y/o su orden de compra.
4. El tiempo de entrega es acordado al momento de autorizar el trabajo.
5. La forma de pago: Trámite de pago.
6. Elaborar cheque a nombre de: **Impresiones Donald Rodríguez, S.A.**

Maria Elena Monge



Encuesta N° ._1__

La presente encuesta es con la finalidad de recopilar información para determinar la viabilidad de la creación de una empresa orientada a la producción y comercialización de vinagreta a base de piña, a las empresas orientadas a la producción y comercialización de alimentos preparados en el municipio de ,Managua en el segundo semestre del año 2019.

I- DATOS GENERALES:

Nombre del Encuestador: _____ Fecha: _____

Sexo: hombre mujer

1. Ha contratado los servicios de una empresa organizadora de eventos.

Si _____
No _____

2. Para qué tipo de eventos a contratado la empresa organizadora.

cumpleaños	
bodas	
bautizos	
baby shower	
piñatas	
quince años	

3. Cuantas veces ha contratado los servicios de organización de eventos al año.

una vez	
dos veces	
tres veces	

4. Cuales su preferencia al momento de contratar un paquete para un evento.

los ofrecidos por la empresa	
armar sus propios paquetes	

5. De cuanto ha sido el presupuesto destinado a etas actividades organizadas por una empresa.

\$1200 a 2000	
\$2001 a 2500	
\$2501 a 4000	
\$4001 a 4500	
Más de 4500	

6. Contrataría los servicios de organización de eventos de una empresa nueva en el mercado.

Si _____

No _____

7. Que es lo que más valora al momento de contratar una empresa organizadora d eventos.

Referencias	
Variedad de oferta	
Calidad de servicios	
Precios	
Experiencia	

8. Como considera los servicios que prestan las empresas que ha contratado para organizar sus eventos.

Excelentes	
Muy buenos	
Buenos	
Regular	
Malos	

9. Considera que el precio que actualmente cobran estas empresas por sus servicios guardan relación con la calidad de estos.

Si _____ no _____

10. El precio de los servicios sería una limitante para contratar los servicios de una empresa organizadora de eventos.

Si _____

No _____



11. Considera que los paquetes que ofertan las empresas organizadoras de eventos deberían de ser flexibles para añadir o suprimir elementos que lo integran.

Si ____

No ____

12. Considera que las empresas que organizan eventos deberían ofertar también el servicio de asesoría en la organización de eventos.

Si ____

No ____



CONCLUSIONES

- El estudio de mercado demostró que existe una demanda del servicio, ya que la población seleccionada está dispuestas a adquirir nuestro servicio y trabajar con una empresa nueva.
- La principal competencia la representan negocios que no brindan seguimiento a su base de datos para fidelizar a los clientes.
- Los paquetes de bodas y 15 años son los eventos con más demanda.
- El precio de los paquetes no representa un problema para los clientes de la empresa ya que este se ajusta a los precios del mercado, presupuesto y necesidades del cliente.
- El canal de distribución más efectivo es el canal directo, ya que esto permite minimizar costos de distribución y hacer accesible el servicio a los clientes que lo requieren.
- La materia prima a utilizar se encuentra disponible en el mercado nacional, lo que disminuye el costo de adquisición de esta.
- El proceso permite mantener una estructura de costos bajos lo que genera mayores niveles de utilidades y rentabilidad.
- El cálculo de los indicadores financieros como el VAN, la TIR, la R B/C, nos indican que la inversión es recuperable y rentable en el horizonte evaluado de 5 años, obteniéndose un VAN de \$321,511.48, una **TIR** de 43% siendo mayor que la tasa de descuento del 21% y una relación beneficio costo de 1.59. siendo mayor que 1, lo cual indica que la inversión es rentable.



BIBLIOGRAFIA.

Baca Urbina, Gabriel, “Evaluación de Proyectos”, Cuarta Edición, México, Editorial McGraw Hill, 1999.

Informe anual del Banco Central de Nicaragua 2018

Kotler, Philip, “Dirección de Mercadotecnia”, Octava Edición, Editorial Prentice Hall.

Marín, Nicolás; Kethelhonn Werner, “Inversiones Estratégicas”, Primera Edición, Editorial Libro Libre, 2000.