



Sirviendo a la Comunidad

### **Escuela de Negocios.**

**Plan de negocio:** Tienda de arreglos “Dilo con Globos”

Tesis para obtener el **Título de Licenciatura en Economía Gerencial.**

### **Autores:**

Br, Jennyfer Carolina Espinales Pastran 1410804

Br. Francisca del Socorro López Rocha 1410457

Br.Mayeli Imara Saborio Solis 1410709

### **Tutores**

Msc. Lisbeth Mejía Martínez.

Msc. María Mercedes Pérez.

Msc. Marbell Guzmán Potosme.

**Managua, 27 de octubre del 2019**

INDICE

Dedicatoria-----7

Agradecimientos-----9

Resumen ejecutivo-----10

1. OBJETIVOS-----11

1.1 Objetivo general-----11

1.2 Objetivos específicos -----11

2. APOORTE DEL PROYECTO A LA ECONOMIA LOCAL/NACIONAL-----13

3. PERFIL ESTRATEGICO-----14

3.1 Misión-----14

3.2 Visión -----14

3.3 Estrategia de negocio-----15

4. PLAN DE MARKETING-----19

4.1 Análisis del entorno y sector-----19

4.1.1 Análisis externo -----19

4.1.2 Análisis sector-----25

4.2 Investigación de mercado-----32

4.2.1 Metodología-----36

4.2.2 Análisis de resultados-----42

4.3 Decisiones estratégicas de marketing-----46

4.3.1 Descripción del producto/servicio -----46

4.3.2 Análisis de la competencia -----61

4.3.3 Objetivos de marketing-----64

4.3.4 Descripción del mercado meta-----	65
4.3.5 Demanda y participación de mercado-----	67
4.3.6 Estrategias de marketing-----	67
4.3.6.1 Estrategia de posicionamiento-----	74
4.3.6.2 Estrategia de segmentación de mercado-----	75
4.3.7 PLAN DE ACCION-----	76
4.3.7.1 Acciones de precio-----	76
4.3.7.2 Acciones de promoción-----	77
4.3.7.3 Acciones de distribución-----	80
4.3.8 Proyección de ventas-----	81
5. PLAN DE PRODUCCION-----	82
5.1 Curso grama-----	83
5.2 Activos fijos-----	84
5.3 Vida útil de los activos-----	85
5.4 Capacidad planificada y futura-----	87
5.5 Materia prima necesaria y costo de la materia prima-----	89
5.6 Mano de obra directa e indirecta-----	94
5.7 gastos generales de la empresa-----	99
6. PLAN DE ORGANIZACIÓN-----	100
6.1 Forma de la empresa-----	100
6.2 Estructura organizacional-----	105
6.3 Actividades y gastos pre operativos-----	106
7. PLAN FINACIERO-----	108

7.1 Plan de finanzas-----	109
7.2 Estado de pérdidas y ganancias-----	111
7.3 Balance general-----	112
7.4 Estado de flujo de caja-----	114
7.4.1 programa de préstamo-----	115
7.5 Punto de equilibrio-----	119
7.6 Razones financieras-----	120
7.7 Valor actual neto-----	121
7.8 Tasa interna de retorno-----	122
7.9 Relación beneficio costo-----	123
7.10 Periodo de recuperación-----	124
8 Conclusiones-----	127
8. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS-----	128
9. ANEXOS-----	129

### Lista de Tablas

Tabla 1: analisis FODA-----	16
Tabla 2: Cruce de variable-----	18
Tabla 3. Especificacion del producto-----	52
Tabla 4: Especificacion del producto 23 Cm -----	52
Tabla 5 Especificacion del producto 30 cm-----	53
Tabla 6: Demanda potencial en unidades físicas-----	54

Tabla 7: Participación de mercado-----57

Tabla 8: Participación de mercado de acuerdo con el crecimiento poblacional---58

Tabla 9: Precio de venta sin IVA más margen de ganancia proyectado a 5 años--62

Tabla 10: Precio de venta con IVA proyectada a 5 años-----.63

Tabla 11: Presupuesto Anual para Publicidad-----67

Tabla 12 Porcentajes de encuestados que demandan el producto-----68

Tabla 13 demanda actual en unidades físicas-----68

Tabla 14. Demanda actual proyectada-----69

Tabla 15. Precio de los arreglos-----70

Tabla 16. Demanda potencial en unidades físicas-----71

Tabla 17 demanda potencial en unidades físicas-----72

Tabla 18. Participacion de mercado-----73

Tabla 19. Precios estimados a ofertar productos y presentaciones-----74

Tabla 20 precio si IVA-----77

Tabla 21. Plan de Comunicación-----79

Tabla 22. Presupuesto de Comunicación a cinco años (US \$)-----80

Tabla 23. Proyeccion de ventas-----82

Tabla 24. Cursograma-----84

Tabla 24. Activos fijos-----85

Tabla 25. Detalle de activos fijos-----86

Tabla 26. Activos fijos y depreciación anual-----87

Tabla 27. Capacidad planificada futura.-----88

Tabla 28. Costos unitarios de la Materia Prima arreglo de 23 cm-----91

Tabla 29. Costos unitarios de la Materia Prima arreglo de 30 cm-----	92
Tabla 30 Costos unitarios de la Materia Prima arreglo de 1 metro.-----	93
Tabla 31. costo bruto en dólares por tipo de arreglo.-----	94
Tabla 32. Participacion de mercado por años de producción-----	95
Tabla 33. Costo totales de materia prima en \$-----	96
Tabla 34. Mano de obra Directa -----	97
Tabla 35. Detalle del costo del personal con las prestaciones sociales M.O.D.--	98
Tabla 36. Mano de obra indirecta -----	99
Tabla 37. Detalle del costo del personal con las prestaciones sociales M.O.I.	100
Tabla 38 Staff de la empresa Dilo con Globos -----	101
Tabla 39. Gastos Generales -----	102
Tabla 40. Reglamento de Ley MIPYME-----	104
Tabla 41 Tramites de operación -----	105
Tabla 42 Gastos preoperativos -----	110
Tabla 43 Diagrama de Gannt-----	111
Tabla 44. Tabla de plan financiera-----	113
Tabla 45 Calculo de rentabilidad proyectada-----	114
Tabla 46 Balance General -----	117
Tabla 47 Estado de flujo de caja -----	118
Tabla 48 Cálculo Cuota Préstamo-----	119
Tabla 49 Tabla de amortización de préstamo -----	120
Tabla 50 Tabla de amortización de préstamo año 2-----	121
Tabla 51 Tabla de amortización de préstamo año 3-----	122

Tabla 52	Tabla de amortización de préstamo año 4 -----	123
Tabla 53	Punto de equilibrio (U\$) Dilo con globos -----	124
Tabla 54	Razones financiera.-----	125
Tabla 55	Flujo de Fondos-----	125
Tabla 56	Flujo de fondo VAN-----	126
Tabla 57	Flujo de fondos TIR-----	127
Tabla 58	Relacion Beneficio costo-----	128
Tabla 59	Periodo de recuperación.-----	130

## Dedicatoria

Mi plan de negocios se la dedico primeramente Dios por darme la salud, la sabiduría y el entendimiento que me regalo día a día de mi carrera, por darme el logro y la capacidad de llegar a esta meta,

Con todo mi amor y cariño le dedico a mi amada madre Mayckeline María Solís Calero por su sacrificio y esfuerzo por darme una carrera para mi futuro y por creer en mi capacidad, y estar siempre brindándome su comprensión, cariño y amor, a ella le doy gracias por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día mas y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor y quien con sus palabras de aliento no me dejaban decaer para que siguiera adelante y siempre sea perseverante y cumpla con mis ideales.

A mi hermano y demás familia en general por el apoyo que siempre me brindan día a día en el transcurso de cada año de mi carrera universitaria.

A mis compañeras de clases que compartí este plan de culminación quien sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento, alegrías y nervios, a los profesores que nos apoyaron en estos 5 años de carrera y de plan de culminación de estudios que gracias a su orientación lo logramos y a todas aquellas personas que durante el transcurso estuvieron a mi lado apoyándome y lograron que este sueño se haga realidad.

**Mayeli saborio solis**

El presente trabajo de Plan de Negocio lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y por darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados, como es mi Título en Economía Gerencial.

A mi esposo y a mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años de estudios, a los maestros por el acompañamiento diario y por todas sus enseñanzas.

### **Jennyfer Carolina Espinales**

Mi plan de negocio se la dedico primeramente a mi madre y a mi esposo que me brindo apoyo y fortaleza en el desarrollo y transcurso de este, ayudándome a concluir satisfactoriamente mí proyecto.

Dedicamos a Dios puesto que nos brinda sabiduría, amor y paciencia, nos ayuda en los momentos más difíciles brindándonos valores que nos fortalezcan no solo como trabajo de grupo, si no como personas.

También dedicamos a nuestros maestros de proyecto quien nos dio su sabiduría para la elaboración total de nuestro proyecto asiendo así posible el desarrollo totalmente de este.

### **Francisca del socorro López Rocha**

## Agradecimientos

Agradezco a Dios por darme la oportunidad que me brinda día a día de mi carrera, agradezco en especial a mi madre Mayckeline María Solís Calero quien siempre me dio el apoyo y el cariño incondicional cuando lo necesite, a mi hermano por ser mi apoyo y mi ejemplo de estudio, a todos mis familiares y amigos que me apoyaron de una u otra manera, agradezco a todos los profesores por su conocimiento y paciencia que nos brindaron durante la carrera, gracias por la oportunidad de transmitir sus conocimientos.

### **Mayeli Saborio Solís**

Agradezco primeramente a Dios porque sin él no soy nada, por su misericordia, amor y sabiduría que me ha regalado en el transcurso del tiempo de estudio.

A los pilares de mi vida, mis padres y esposo gracias por el amor que me han demostrado por sus consejos y valores inculcados por la confianza que han depositado en mí y gracias por la oportunidad que me brindaron de tener una buena educación, sus sacrificios han valido la pena.

A todos los docentes que me han brindado sus conocimientos en toda la carrera sobre todo al profesora Msc. Marbell Tatiana Guzmán Potosme por su paciencia y dedicación.

### **Jennyfer Carolina Espinales Pasran**

El agradecimiento de mi plan de negocio es principalmente a Dios quien me ha guiado y me ha dado la fortaleza de salir adelante.

A los maestros de la UPOLI por quienes he llegado a obtener los conocimientos necesarios para poder desarrollar el plan de negocio de manera especial las siguientes personas Msc. María Mercedes Pérez, Msc Lisbeth Mejía Martínez, Marbell Tatiana Guzmán Potosme.

### **Francisca del Socorro López Rocha**

## Resumen ejecutivo

El presente documento constituye el plan de negocio de la empresa DILO CON GLOBOS que se presenta como forma de culminación de estudios para obtener el título de Licenciatura en Economía Gerencial otorgado por la Escuela de Negocio, de la Universidad Politécnica de Nicaragua UPOLI.

Hemos considerado importante realizar un estudio para la “estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la creación de arreglos de globos con chocolates. Considerando que los cambios que se dan en la sociedad actual obligan a que hombres como mujeres busquen una fuente de empleo. Así nace la idea de crear “DILO CON GLOBOS” una empresa que brindará un servicio innovador y personalizado de arreglos, está ubicada Colonia Centroamérica de la distribuidora el tope una cuadra al sur.

La empresa DILO CON GLOBOS necesita El Monto total de la inversión para poner en marcha Dilo con globos es de USD \$ 22,444.98 (veintidós mil cuatrocientos cuarenta y cuatro dólares con 98 centavos, los mismos que se obtendrán a través de aportaciones, Del total de la inversión, el 89% será asumido por los socios y el 11% restante, equivalente a \$ 2,402.00, será financiado por un préstamo en un banco nacional. Por lo tanto podemos concluir que nuestro proyecto presenta las condiciones necesarias para ponerlo en marcha y el análisis de los indicadores financieros dan como resultado un VAN positivo El valor actual neto del plan de negocios Dilo con globos es \$ 45,738.79, lo cual significa que este plan de negocios es rentable. Devuelve el capital invertido más los costos financieros de la inversión y aún se estima en \$ 45,738.79 de remanente comparativo

## Objetivo general y objetivos específicos

### 1.1 Objetivo general del proyecto:

Formular un proyecto a nivel de pre factibilidad para la creación de una empresa de arreglos para regalos en base a globos, con combinación de otros materiales, para todo tipo ocasión, para uno o varios segmentos de mercado identificando y cuantificando demográficamente, geográficamente y conductualmente en Nicaragua, departamento de Managua para el periodo 2019-2024.

### 1.2 Objetivos específicos:

- Realizar un diagnóstico sobre la percepción del consumidor alrededor del nivel aceptación con un nivel de demanda que garantice la rentabilidad de una empresa con estos tipos de arreglos novedosos y llamativos.
- Elaborar un plan de mercado que permita valorar la viabilidad del plan de negocios, e identificar las líneas más prometedoras para desarrollar el futuro de la empresa “Dilo con globo”.
- Aplicar las técnicas de gerencia empresarial en el desarrollo de la conformación de una empresa que lleve a cabo el desarrollo de esta propuesta, empleando a fondo los amplios conocimientos de la administración de empresas, desarrollo técnico y tecnológico, análisis contable financiero, gerencia de operaciones .y las labores de mercadeo y comercialización y dentro de estas se destacara una oficina de diseños gráficos que con programas definirá los dueños generales y a la ves los personalizados, todo

ello contratado o suscribiendo la empresa para hace uso de aplicaciones informáticas de programación, ofimática, telemática, etc., para agilizar el trabajo y reducir los costos de operación y poder ofrecer precios accesibles con márgines de ganancias altos.

- Desarrollar una organización se flexible y versátil que permita que el personal trabaje en equipo, y se mantenga bien informado sobre los diferentes quehaceres de la empresa de manera que puedan aportan en el desarrollo del mismo.
- Elaborar un plan de inversión que permita la estructuración de la empresa en relación con recursos económicos y materiales, que permita valorar los diferentes ratios e indicadores financieros como los estados financieros y validen la pre factibilidad del plan de negocios.
- Desarrollar e implementar un plan estratégico que nos permita aprovechar las oportunidades y fortalezas y protegernos de las debilidades y amenazas del entorno empresarial y con ello sacar el máximo provecho.

**Aporte del proyecto a la economía local/nacional.**

Al haber seleccionado la idea de una tienda de arreglos para regalos, en el sector de la Colonia Centroamérica es de gran importancia, ya que a través de este logramos desarrollarnos y motivarnos a ser emprendedores de las microempresas, llevando a cabo nuestro propio negocio, realizando nuestros sueños y metas en la labor de nuestros estudios, desarrollándonos en el área laboral de nuestros estudios como pequeños empresarios.

Se generaran nuevos empleos necesarios para nuestro país, así como impuestos indirectos y directos para aportar al desarrollo del país, tanto a nivel de alcaldía, DGI y DGA.

Promover empleos indirectos al desarrollar ventas de globos con combinaciones de otros materiales en las calles en momentos de festividades como el día de los enamorados 14 de febrero, día de las madres, día del padre, etc.

Generar ingresos a los medios de transporte que acarrearán los insumos a la empresa en la Centroamérica, así contribuir al pago indirecto de impuestos por efecto del uso de transporte.

Generar arreglos con globos innovadores para las empresas que se orientan a la animación de piñatas o grupos de payasos.

Es por esto que decidimos enfocarnos en la problemática que ocurre en el sector de Altamira ya que en esa zona no se encuentra un lugar céntrico y cercano donde se pueda encontrar una tienda de arreglos para regalos, donde existen muchas empresas y habitantes de esa zona la cual podría encontrar un detalle para cada ocasión festiva, un detalle no común y muy práctico, es por esto que localizamos que existe una necesidad que debemos cubrir con este proyecto, el cual genera aporte a la economía de su bolsillo, genera empleos y el dinamismo a la economía.

### 3. Perfil estratégico

#### 3.1 Misión

Brindamos arreglos para regalos de máxima calidad para todo tipo de ocasión a nuestros clientes, mediante una variedad de diseños con atención personalizada y esmerada, partiendo de un trabajo profesional, innovador y a través de la mejora constante.

#### 3.2 Visión

Ser una empresa líder en el mercado de arreglos para regalos en base a globos con combinados con productos complementarios distinguiéndonos por nuestros diseños innovadores y de alta calidad, siendo reconocida a nivel nacional por la excelencia de los productos y la satisfacción de nuestros clientes.

#### Valores

- Integridad  
En el nivel más básico, todas las relaciones comerciales se basan en la confianza.
  
- Responsabilidad  
Capaces de comprometernos y actuar de forma correcta.
  
- Innovación  
Disponibilidad al cambio, en buscar cosas nuevas que lleven a la creatividad, desarrollo y avance, protección del medio ambiente, reducción de las operaciones y aumento de la productividad del trabajo.
  
- Transparencia

Actitud y metodología que permite controlar los aspectos financieros de una empresa para que ésta cumpla con su misión y visión.

➤ Eficiencia

Alcanzar los objetivos propuestos por nosotros y de nuestros clientes con el empleo de cada vez menor de recursos.

### 3.3 Estrategia del negocio

Objetivo general:

Ofrecer productos y diseños altamente novedosos y atractivos con alta calidad, con fin de cautivar la atención de nuestros clientes potenciales, garantizado precios intermedios con altos niveles de productividad al emplear procesos de pequeñas series en la base del producto que constituye del 60% al 70% y dejando las labores de personalización a los procesos individuales y de esta manera no lleve paulatinamente por el rumbo de la ampliación del negocio.

Objetivos específicos:

- Desarrollar diseños de arreglos en base a globos muy creativos e innovadores, apoyados en la oficina de diseño gráfico y suscripciones de revistas y página desarrolladas en este particular.
- Brindar una atención personalizada con calidez humana a los clientes.
- Ofrecer una gran variedad de diseños para arreglos con diseños innovadores y con una política de responsabilidad social empresarial.
- Empezar una estrategia de marketing aprovechando el potencial tecnológico de las redes sociales, suscripciones en páginas web de venta como OXL Nicaragua, mercado Libre otra plataforma como Tigo bienes, apoyándose en el empleo aplicaciones informáticas, ofimáticas, telemáticas para reducir los costos de operación.
- Fácil acceso a la ubicación de la tienda, con amplia zona de parqueo
- Cumplir en tiempo y forma con los compromisos adquiridos.

### ANALISIS FODA

El desarrollo del análisis FODA permitirá conocer la situación actual de la empresa.

<b>FORTALEZA</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atención personalizada</li> <li>2. Localización, construcción y distribución adecuada de las instalaciones.</li> <li>3. Precios competitivos y atractivos.</li> <li>4. Personal altamente capacitado de acuerdo con el Servicio.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Empresa nueva en el mercado.</li> <li>2. Recursos financieros limitados.</li> <li>3. Cartera de clientes limitada.</li> </ol>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Nuevas tendencias de consumo.</b></li> <li>2. <b>Publicidad a través de redes sociales.</b></li> <li>3. <b>Pocos competidores en el sector.</b></li> <li>4. <b>Zona de crecimiento poblacional y económico Distrito V.</b></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variedad de productos sustitutos.</li> <li>2. Facilidad de entrada de nuevos competidores.</li> <li>3. Costumbres de realizar las fiestas infantiles en casa.</li> <li>4. Empresa con años de servicio y fidelidad.</li> </ol>

Tabla 1. Analisis FODA

Elaboracion propia

<b>Factores internos</b>	<b>Lista de fortalezas</b>	<b>Lista de debilidades</b>
	<b>F1 Atención personalizada</b>	<b>D1 Empresa nueva en el mercado.</b>
	<b>F2 Localización, construcción y</b>	

<p><b>Factores externos</b></p>	<p><b>distribución adecuada de las instalaciones.</b></p> <p><b>F3 Precios competitivos y atractivos.</b></p> <p><b>F4 Personal altamente capacitado de acuerdo con el Servicio.</b></p>	<p><b>D2 Recursos financieros limitados.</b></p> <p><b>D3 Cartera de clientes limitada.</b></p>
<p><b>Lista de oportunidades</b></p> <p><b>O1 Nuevas tendencias de consumo.</b></p> <p><b>O2 Publicidad a través de redes sociales.</b></p> <p><b>O3 Pocos competidores en el sector.</b></p> <p><b>O4 Zona de crecimiento poblacional y económico Distrito V.</b></p>	<p>Fortalecer la capacitación del personal en la atención al cliente (F4, O1)</p>	<p>Mantener actualizadas las nuevas líneas de consumo y destacar como un nuevo competidor actualizado (O1, D1)</p>
<p><b>Lista de amenazas</b></p>	<p>Mantener la vistosidad, confort</p>	<p>.Modelo de atención al cliente que integre</p>

<p><b>A1 Variedad de productos sustitutos.</b></p> <p><b>1. A2 Facilidad de entrada de nuevos competidores.</b></p> <p><b>2. A3 Costumbres de realizar las fiestas infantiles en casa.</b></p> <p><b>A4 Empresa con años de servicio y fidelidad</b></p>	<p>de las instalaciones para dificultar la entrada de nuevos competidores (F2, A2)</p>	<p>la estancia en el local para otras actividades como reuniones de trabajo, negocios.(A2, D1)</p>
--	--	--

Tabla 2. Cruce de variable

Elaboracion propia

## 4. Plan de Marketing

### 4.1 Análisis del entorno y del sector

#### Análisis Externo

##### Ambiente económico

La economía de Nicaragua se contrajo en un 3,8% el año pasado lo que freno 8 años seguido de crecimiento tras su peor crisis que estalló hace un año por una impopular reforma a la seguridad social. En el 2019 el producto interno bruto (PIB), de Nicaragua decrecerá un 5% pronóstico el fondo monetario internacional (FMI). Nicaragua será el único país de Centroamérica con saldo rojo por segundo año consecutivo y la segunda economía en américa latina y el caribe que más decrecerá en el 2019, superada únicamente por Venezuela, la comisión económica para américa latina (CEPAL) concedió con el (FMI) en que la incertidumbre y la tensión paralizaran las decisiones económicas importantes en Nicaragua y previo que el (PIB) cerrara este año en recesión (-5%),este año la mitad de los nicaragüenses enfrentara el riesgo de la pobreza sino se resuelve la crisis socio-política de acuerdo con un informe del Funides.

Las personas que viven con 1,79 dólares o menos diario se ha incrementado en Nicaragua y la pobreza general pasó de 20,4 % en 2017 a un 23,5 % el año pasado. En 2019 cerrará entre un 29,9 % a 32 %, advirtió esa ONG. En caso de extenderse la crisis, un 21 % quedarían como pobres generales, otro 21 % como pobres vulnerables y un 9 % como pobres extremos.

El director ejecutivo del Funides, Juan Sebastián Chamorro, dijo a Efe que sólo si se da un acuerdo político para superar la crisis se empezará a revertir la tendencia negativa de la economía, principalmente en captación de ingresos por inversiones y turismo. El escenario adverso que sufrió la economía en 2018 derivó en la reducción de la Inversión Extranjera Directa (-63,2 %) y el turismo (-41,1 %), según el Banco Central.

En 2018, las principales actividades económicas afectadas por la crisis fueron, en ese orden, hoteles y restaurantes (-20,2 %), construcción (-15,7 %), comercio (-11,4 %), pecuario (-5,4 %), intermediación financiera (5,4 %), silvicultura (-4,2 %), y transporte (-3,5 %), indicó el titular del Banco Central, Ovidio Reyes, al presentar un informe anual ante el pleno parlamentario.

El funcionario reconoció que la crisis frenó el crecimiento promedio logrado en el período comprendido entre 2010 y 2017, de un 5,1 % anual.

Nicaragua perdió 157.923 empleos formales el año pasado como consecuencia de la crisis y este año Funides prevé se pierda una cantidad igual, mientras el Gobierno espera una reducción de otros 65.026.

Otro sector sometido a estrés fue el sistema financiero, que vio como los depósitos se redujeron en un 20,7 % y la cartera de crédito en un 9,2 % interanual, según datos oficiales. También las importaciones cayeron un 14 %, el consumo privado un 4,8 %, el gasto público un 2,8 %, y las exportaciones 2,6 %. En tanto, el endeudamiento público con respecto al PIB se ubicó en 52,5 %. Al respecto la empresa “Dilo con globo” en primera instancia debe orientar gran parte de sus fuentes de financiamiento fuera de las fronteras nacionales por un lado como vender acciones de la empresas a familiares radicados en el exterior interesados en regresar a Nicaragua con un status de empresario al menos el 49% de la emisión de acciones. También la empresa debe mantener una vigilancia macroeconómica de las condiciones del crédito dado que en el momento de la crisis muchos recursos financieros de los bancos o de clientes fueron reubicados en líneas de préstamos a intereses más bajos fuera del país, pero con menor riesgo, en la medida que disminuye el riesgo deben de retornar estos fondos en busca de proporcionar mayor interés a sus dueños lo que indudablemente mejorara las condiciones del crédito, otra oportunidad de crédito es participar en organizaciones de emprendimiento, como Jóvenes emprendedores, .cuerpos de paz, emprendiendo 360 grados, mil manera de emprender del Inde, etc., donde se puede acceder a préstamos o ventas

de acciones en condiciones favorables con apoyo técnico y tecnológico y empresarial.

La política restrictiva que mantiene el gobierno hace pensar que se incrementaran en el campo de las importaciones por lo que se deben de mantener bien vigiladas y contar con planes de contingencias que permita desarrollar innovaciones como sustitución de materias primas nacionales (como flores, materiales reciclables, etc.), para elaborar los arreglos de cumpleaños, bodas, y publicidad, que le permitan a la empresa sobrevivir.

En lo que se refiere al consumo podemos valorar que estas lejos de mejorarse y tiende a desmejorarse dado que no se otorgó en agosto el incremento al salario mínimo lo que sumado a su efecto multiplicador reducirá mas los niveles de consumo, fundamentalmente de clases y grupos sociales pobres, pero los de clase alta baja, alta media y alta-alta la reducción no les impactara fuertemente, quedando como una opción de clientes.

En cuanto a la deuda pública, según la ley de presupuesto el estado puede endeudar hasta el 50% del presupuesto con la emisión de bonos de deudas y al presentar el 52,5% no se debe valorar tan mal.

En vista de lo antes expuesto se considera valorar la demanda de mercado de arreglos con globos y otros productos como chocolates y dulces y así efectuar un plan de negocio que llevara por nombre “Dilo con globos”, el cual se pretende estará ubicado en la Centroamérica, por ser un lugar privilegiado ya que a su alrededor se encuentran centro de estudios, centro comerciales, empresas en el cual estamos visionando clientes potenciales, tanto de la localidad o que transitan por el lugar pero que cuentan con alto poder adquisitivo.

Se esperan altas expectativas de aceptación, porque en la zona no existen otros negocios con la misma temática, de igual manera pretendemos ofertar productos

con precios accesibles y de buena calidad, de esta forma captaremos a nuestros clientes de clase media alta hasta alta-alta.

La zona de nuestra tienda, tiene alto poder adquisitivo ya que está ubicada en un área o zona geográfica céntrica y sobre todo el flujo de personas es constante y variada como lo son los empleados de las empresas aledañas, las personas que se transportan por el sector, los habitantes de la zonas, existen muchos clientes actuales y potenciales que pueden se captados por el local o por la incidencia de la empresa en la suscripción de redes sociales y aplicaciones informáticas, como libre comercio, tigo bisnes, etc.

### **3.4.1 Ambiente Político-Legal**

El marco regulatorio para la creación e implementación de las Mipyme en Nicaragua es la ley 645, que se creó con la necesidad establecer un marco legal de promoción y fomento de las micro, pequeñas y medianas empresas, que contribuyan a promover el desarrollo empresarial de las Mipyme y el desarrollo económico nacional a través del fomento y creación de nuevas empresas de este sector, en un contexto competitivo nacional e internacional, con una dinámica propia capaz de generar oportunidades de empleo estable, mejorar el nivel de vida de los nicaragüenses y la incursión en nuevos mercados que contribuyan a la riqueza nacional.

Esta ley propicia la creación de un entorno favorable y competitivo para el buen funcionamiento de este sector económico de alta importancia para el país.

Para la implementación de nuestro negocio es necesario tomar en cuenta los siguientes pasos:

- 1) Constituirse legalmente ante el registro público mercantil y de la propiedad mediante la escritura de constitución para constituir una sociedad anónima.

- 2) Obtener número de registro único de contribuyente (RUC) ante la dirección general de ingresos (DGI).
- 3) Otorgar poder de administración a su representante legal.
- 4) Registrarse como contribuyente ante la administración de renta de sus áreas (Consultar en la oficina de administración al contribuyente, en que administración de renta le corresponde registrarse y además registrar los libros contables, cotidianos, un libro diario y uno de actas y un libro de acuerdos.
- 5) Registrarse en la alcaldía de Managua (ALMA), para lo cual se debe presentar una copia de escritura de constitución y los libros contables debidamente registrados en la administración de rentas.
- 6) Verificar la disponibilidad del nombre (mediante una constancia de negativas de sociedades en el registro público).
- 7) Identificar y seleccionar programas de fomento y emprendimiento a los cuales la empresa “Dilo con globo” se puede suscribir, dentro de los que tenemos, jóvenes emprendedores, mil maneras de emprender de INDE (instituto nicaragüense de desarrollo empresarial), Cuerpos de Paz, emprende 360 grados, etc. Con el fin de obtener apoyo en la gestión empresarial, financiamiento con interese blandos, ventas de acciones con socios experimentados, asesoría técnica y tecnológicas entre otras.

#### 3.4.2 Ambiente socio-cultural

Sobre su aspecto social Nicaragua es un país con una población en su mayoría joven en el rango de 13 a 30 años representando un 65% de la población de total, dentro de las características de los clientes potenciales para la empresa “Dilo con Globo” se encuentran fundamentalmente los jóvenes pertenecientes a las clases media-alta hasta alta-alta, lo que los emplean para arreglos o decoraciones de local para cumpleaños y bodas y publicidad en tiendas, elaboración de logotipos empresarial con globos personalizados, etc., aunque el lanzamiento de globos en Nicaragua no está muy difundido, en base en una de las estrategias de investigación de mercado que se aplicó siendo esta la observación directa no se encontró este

tipo de acciones, dado así que la única ocasión en que se lanzaron globos en el país fue cuando se atravesaba el período del mes de abril por los problemas políticos social que surgieron en dicho momento; es posible que se pueda desarrollar con un programa de protección al medio ambiente, alertado a los clientes sobre el empleo correcto y así evitar lamentaciones a la naturaleza o empleando materiales altamente biodegradables como papel reciclado en las citas dentro de los globos, empleando helio o nitrógeno, para inflar los globos y de esta manera estos se revienten a una altura establecida de 8 km y al caer contribuya la acción de biodegradarse.

### **3.4.3 Ambiente Tecnológico**

En el elemento tecnológico el desarrollo de las comunicaciones gracias a la tecnología ha sido cada vez más evidente en Nicaragua lo que obliga a las empresas a adaptarse a estos cambios y avances lo cual es algo positivo para todas ellas. Por ejemplo, la utilización de programas que facilitan el control de inventarios, sistemas contables, etc. Sin embargo la herramienta de mayor uso son las redes sociales y páginas web ya que a través de ellas, se pueden llegar a segmentos de manera más amplia e interactiva respondiendo en el mínimo tiempo las expectativas de los clientes, a través de la administración permanente y oportuna de redes sociales.

La Empresa “Dilo con globo” en un inicio se trabajaran las redes sociales con múltiples perfiles, con asesorías de empresas expertas de informática que nos permitan llegar a los clientes reales y potenciales, como pagos de 60 dólares/anuales para transmitir mensajes a 1000 correos diferentes durante un año, suscribirse a Tigo bisnes una herramienta que permite la conexión todo el día sin costo back up en la nube, cuenta de correos, herramienta ofimáticas, análisis y estadísticas, establecimiento de marca diferenciada, unir al equipo para que funcione como uno solo apoyados con equipos informáticos o celulares inteligentes, ahorrar tiempo al cliente en su atención y despacho, empleando el celular como herramienta de bolsillo, aprovechar la experiencia de computación en la nube, la

cual puede actuar similar a una intranet donde todo el equipo puede acceder a todos los archivos permisibles ya acceder a constante capacitación tecnológica y a la vez aprovechar las aplicaciones informáticas que con costos bajos permiten acceder a una variedad de clientes como mercado libre Nicaragua, alibaba.com, OLX Nicaragua, etc.

#### **3.4.4 Ambiente Ecológico**

“Dilo con globos” contribuirá a la preservación del medio ambiente a través de la utilización de globos de látex 100% naturales biodegradables, elaborados con savia de árbol, en el caso de vender globos con fines de lanzamiento recomendaremos los farolillos elaborados con papel reciclado, y entregaran directrices para un correcto lanzamiento y advertencia sobre sus repercusiones de hacer caso omiso a esto por cada uno de los materiales de globos y consejos de donde y como deben ser empleados, promover discusiones en foros sobre el empleo eficiente de globos y las repercusiones de su mal empleo, promover con patrocinadores eventos demostrativos del empleo eficiente de globos con cintillos de papel reciclado en su interior, etc., de manera que esto que genere un impacto positivo.

#### **3.5. Análisis del Sector**

(“El Modelo de las Cinco fuerzas de Porter)

##### **3.5.1 Amenaza de Nuevos Entrantes:**

Como potencial amenaza se prevé la incorporación de competidores como floristerías, empresas que se especializan en la venta de productos innovadores para el día de las madres, y aniversarios de bodas o de noviazgo y conmemoraciones especiales.

En la medida que se compruebe la alta rentabilidad de regalos para fechas especiales, estos competidores potenciales incursionar en el subsector, pero consideramos que por el momento es muy prematuro, ya que la empresa contara con una propuesta estratégica adaptada en esos tiempos.

Existen ligeras barreras de entradas como el empleo de marcadores especiales con habilidades muy específicas para personalizar globos, configuración de procesos de producción de pequeñas la base del arreglo el que anda de un 60% -80% del trabajo y así reducir costos y poder ofrecer precios más accesibles que la competencia y con mayor margen de ganancias, y la parte personalizada efectuarla mediante un proceso individual, además la empresa "Dilo con globo" brindara un servicio con responsabilidad social empresarial al contar con programa de protección al medio ambiente en correspondencia a consejos y exposiciones sobre el usos de los globos de acuerdo al material elaborado, y presentación de videos sobre hechos que se han acontecido y así valorar las repercusiones de su mal empleo, formación de mecanismos innovadores de presentación del productos con exposición de piezas en miniatura para deferentes tipos de eventos y programas de diseños gráfico que aceptan variaciones según las solicitudes de los clientes, las que se pueden visualizar al instante.

Las marcas en la actualidad no representan demasiado prestigio en la industria, y no son muy conocidas a nivel del mercado en general, lo que se puede notar con el tamaño de sus locales y los tipos de producción fundamentalmente individual.

En la actualidad no existen trabas legales dado que la producción, la distribución y lanzamientos de globos se estima que deben ser mas de 5000 unidades para que generen problemas a la aeronáutica y a la contaminación de la naturaleza y los animales de su habitad, elemento que en nuestro país es muy difícil que acontezca, por problemas de falta de costumbre y nivel de ingreso de los consumidores.

### 3.5.2 Rivalidad Competitiva (competencia actual) Managua

Actualmente Uno de nuestros competidores son:

- Mundo party puede ser los principales vendedores de globos personalizados. Con globos de látex, globos de nylon con metal y con telas.
- La casa del globo ubicado en la colonia el periodista, los cuales venden arreglos con globos de látex, globos de nylon con metal, y con telas.
- Mía Fashions ubicado por monte de los olivos con globos de látex, globos de nylon con metal y con telas.
- Variedades Nanginfanjen es una empresa dedicada a suplir todo lo necesario para piñatas.

Como se puede apreciar que en su mayoría ofrecen la misma variedad de productos, y su diferenciación se da en base a la ubicación del local y el tipo de servicio de cada negocio elementos que no constituyen ningún tipo de barreras insuperables por la empresa "dívalo con un globo".

### 3.5.3 Poder de Negociación Clientes

El cliente es la persona que utiliza los servicios de un profesional de una empresa para realizar una transacción comercial denominada compra y que lo hace de forma regular. La capacidad de los clientes para imponer precios y condiciones de ventas depende de varios factores entre ellos: la cantidad de vendedores y diferenciación de los productos, que cuenten con una red de defensa de consumidor o la existencia de gremios de consumidores, etc. Aunque al ser un producto que no es de consumo masivo, se considera que la red de defensa al consumidor no debe prestarle mucha atención, los arreglos con globos son una industria en etapa de

surgimiento, dado que anteriormente estos arreglos, fundamentalmente los básicos con globos de látex los efectuaban los mismo consumidores, pero los arreglos con globos metálicos telas y luces son considerados arreglos más profesionales por su novedad, por lo anterior expuesto los cliente no se mantienen muy informados y con poca influencia en la fijación de precios.

A pesar que existen muchos negocios sustitutos como arreglos florales pero no tan novedosos como los de arreglos con globos de materiales modernos (nylon y metal y con telas), lo que permite que la empresa tenga mayor influencia sobre el precio.

La empresa “dilo con globo”, buscara como diferenciarse tanto en cuento a producto ( vendiendo globos de farolillos volantes de papel reciclado, látex natural 100%, se darán seguimiento a la elaboración de globos con materiales innovadores y de protección al medio ambiente), para ello la empresa “Dilo con globo” se suscribirá a revistas de investigación y desarrollo especialmente en el empleo de nuevos materiales innovadores y de poca repercusión en el medio ambiente, y también se diferenciará con el tipo de servicios (ventas por redes informáticas y por aplicaciones informáticas como Tigo bienes).

Actualmente, en el sector de la Centroamérica no existe un negocio que brinde este servicio pero existen clientes, con lo que pretendemos facilitar el acceso a los mismos, además que muchas personas trafican por esta localidad como los ubicados en las colinas, santo domingo y carretera Masaya, los que cuentan con alto nivel ingresos.

En un futuro la empresa “Dilo con globos” se dará a la tarea de recoger testimonios de clientes sobre la calidad de los productos que distribuye y el tipo de servicio que se ofrece y los publicara en redes sociales, y aplicaciones informáticas que se contraten para fines de divulgación.

### 3.5.4 Poder de Negociación Proveedores

En la red electrónica se logra ver que existen muchos proveedores, fundamentalmente en el extranjero que ofrecen una gran variedad de globos, pero por las características portables de los globos los pueden entregar por medios muy versátiles como correos, empresas establecidas en el país, empresas de transportes de encomiendas como DHL, por lo que podemos valorar que su capacidad para fijar precios no es tan fuerte y además que el precio se reduce en función al volumen solicitado de compras, pudiendo emplear estrategias de cooperación de servicios donde nos podemos unir para comparar con la competencia y en los procesos de arreglos o decoración y ventas lo efectuamos de manera separados.

Los elementos que pueden influir en el precio al por mayor son certificaciones universales y específicas alrededor de los globos en su capacidad de protección del medio ambiente, al ser elaborados con materiales altamente biodegradables y resistentes al clima y duraderos.

Consideramos que la descremación de los precios en dependencia de los locales donde se ofrecen en Nicaragua es los que influyen en el precio para cubrir los altos costos fijos y el valor que le estiman al material novedoso, dado que en el mercado oriental se

comercializan este tipo de globos personalizados para festividades a sumamente bajos, por lo que la empresa “Dilo con globo”, desarrollara una estrategia de precios intermedios en un local ubicado en la colonia Centroamérica, un local muy céntrico desde el punto de vista comercial y con segmentos de clientes desde clase media a clase alta.

### 3.5.5 Amenaza de Productos Sustitutos (de la misma categoría) regalos personalizados

Podemos mencionar algunos productos sustitutos de regalos que son tradicionales en las festividades:

- Arreglos de todo tipo de flores para festividades como el día de las madres aniversarios etc.
- Empresas que se dedican a prestar servicios en cumpleaños, bodas 15 años y que alquilan sillas y participan un poco en la decoración de los locales.
- Tazas personalizadas, llaveros personalizados, camisas personalizadas y cojines Seri grafiados (con fotos), estos son productos de regalos personalizados son otros sustitutos para el día de las festividades.
- Tazas con fresas y demás frutas rellenas de chocolates personalizados y también queques personalizados.

Uno de los principales sustitutos en las festividades de regalos que podemos encontrar cotidianamente son los arreglos florales, pequeños arreglos y alquiler de artículos para piñatas, bodas, quince años y las tazas personalizadas, ya que actualmente son las más populares en las festividades, estos últimos sobre todos en la elaboración de un recordatorio para los asistentes a los eventos de este tipo.

La amenaza de productos sustitutos en la actualidad se considera que es baja dado que la novedad de los arreglos con globos los coloca como productos novedosos.

#### 4. Matriz de Oportunidades y Amenazas

En Managua existen tiendas que ofrecen este tipo de regalos personalizados notándose un incremento significativo en la demanda del producto, esto nos da la oportunidad de entrar al mercado con seguridad al cliente, donde compran productos de alta variedad de beneficios para sus festividades.

En la siguiente matriz presentamos las oportunidades y amenazas de nuestro futuro negocio.

##### Oportunidades:

- Disponibilidad de crecimiento rápido en el mercado
- La diversificación de servicio, ya que afecta positiva y significativamente la mejora de la rentabilidad de la empresa
- Las personas siempre tendrán que celebrar algo (demanda)
- Innovación de servicio
- Gran afluencia de personas en el sector
- Las festividades mensuales de nuestros clientes potenciales.
- Si el proceso de innovación avanza en la elaboración de flores naturales e no naturales podrían reducir la oportunidad de las empresas de arreglos con globo o los podría beneficiar si las flores se combinan bien con flores.

##### Amenazas

- Aperturas de nuevas empresas que ofrezcan servicios similares
- Incremento de la competencia en el mercado
- Reducción del poder adquisitivo de los clientes o reducción de la demanda
- Crecimiento lento en el mercado
- Diversificación de productos sustitutos

- Pérdida de clientes por surgir productos sustitos con materiales más amistosos con la naturaleza y que no puedan combinarse con arreglos con globos.

#### **4. Investigación de mercado.**

##### **4.1 Antecedentes y definición del problema**

Los primeros globos estaban hechos de vejiga animal. El globo moderno lo inventó Michael Faraday en los primeros años del siglo XIX, pero la producción en masa no se produjo hasta la década de 1930.

En los años siguientes se hicieron algunas mejoras, como la creación de globos vulcanizados, que resistían mejor los cambios de temperatura. La vulcanización consiste en calentar el caucho crudo en una solución con azufre, lo que impermeabiliza el látex y lo vuelve más resistente. El inglés J.G. Ingram fue quien comenzó a fabricar estos globos en 1847. En esos tiempos los globos no eran redondos, sino que tenían forma de cilindro, y se usaban más que nada para publicidad y grandes fiestas. Actualmente, los globos pueden incluso tener la forma de caricaturas de personajes famosos y estar hechos de materiales diversos.

La idea de la creación de una tienda de arreglos de globos nace de una necesidad de obsequiar cosas que no sean tan comunes, el negocio consiste en ofrecer productos personalizados de arreglos con globos en el cual el cliente tiene la opción de agregar al arreglo distintos productos.

Es importante mencionar que en nuestra ciudad existen algunas empresas que ofertan este tipo de servicio; sin embargo, no han cumplido con las expectativas del público consumidor, en cuanto precio y la calidad del arreglo con globos por lo que optamos a aprovechar estas condiciones de mercado insatisfacciones y con mucha creatividad garantizar una oferta que garantice el cumplimiento de las necesidades de nuestros posibles clientes.

## 4.2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El mundo actual está viviendo cambios constantes en todos los aspectos, que marcan de una u otra forma la vida de todas las personas y fabrican una realidad distinta en especial para los niños. Estos al vivir en un ambiente tan tecnológico tienen muchas ocurrencias de allí que cuando ellos están próximos a celebrar su cumpleaños tratan de hacerlo de la manera más novedosa e innovadora llevados por las tendencias de la moda y de los personajes del momento.

Son estas nuevas tendencias las que motivan a los padres a buscar la manera más ostentosa y llamativa de celebrar las fiestas de cumpleaños de sus hijos, obsequios para aniversario y distintas fechas de celebración. Por lo tanto el problema a resolver es la oferta de arreglos en base globos innovadores con alta responsabilidad social empresarial y con amplios mecanismo informáticos en los procesos de gestión, control empresaria, mercadeo y mecanismos modernos de distribución de los productos y así contribuir en la resolución de las inquietudes de los clientes de manera que sientan resueltas sus expectativas en la accesibilidad de arreglos en base a globos, generales y personalizado, a través de una empresa “Dilo con Globos” que se plantea esta propuesta de calidad, por lo cual se recurre a estudiar patrones de compra como: Ingreso del mercado objetivo, formas de compra(mercado mayorista o minorista, ventas directas e indirectas),también aquellos factores exógenos que afectan a la empresa tales como el factor económico(crecimiento económico, inflación entre otros; ya que dichos factores pueden ser la clave en el desarrollo del negocio. El factor competencia juega un papel importante que se tiene que estudiar para tener una idea de cómo es la competencia en aspecto de tecnología, ventajas competitivas de sus productos, capacidad de promoción y el riesgo que se conllevaría al competir con ellos. .

#### 4.3 sistematización del problema:

¿Qué tipo de perfil de cliente utiliza un arreglo de globos para alguna ocasión especial?

Deben incluirse preguntas relacionadas con la Demanda Actual

¿En qué ocasiones está dispuesto a comprar un arreglo con globos con helio?

¿Qué producto adicional le gustaría que llevara el arreglo con globos?

¿En qué lugar compraría un arreglo de globos, la población del sector de la Centroamérica?

¿Cuál sería la demanda potencial de los arreglos con globos con helio?

¿A través de qué medios se enterarían de una nueva tienda de arreglos con globos?

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un arreglo de globos con helio?

#### 4.4 justificación de la investigación

A través de la investigación de mercado nos daremos cuenta de nuestro perfil de cliente que adquirirá alta demanda en el producto, que edades y en qué ocasiones está dispuesto a comprar un arreglo con globos, así como también con qué producto adicional desea acompañarlo y a través de qué medio nos daremos a conocer ya que por medio de esta investigación conoceremos por qué medio la población le gustaría conocer una nueva tienda de este tipo de servicios.

Esta investigación de mercados nos permitirá recopilar datos de cualquier aspecto que deseamos conocer como los antes mencionados, posteriormente interpretarlos

y hacer uso de ellos. Sirven a los pequeños empresarios para hacer una adecuada toma de decisiones y lograr la satisfacción de los clientes.

Una empresa como la que se propone constituirá un aporte para la sociedad NICARAGUENSE, en estos días en donde el valor agregado y la calidad total hacen la diferencia entre competitividad y mediocridad creando fuentes importantes de empleo y generando riqueza.

#### **4.5 Necesidades de la información**

Perfil de clientes: permite a la empresa conocer y entender a sus clientes detallando sus características.

Ocasiones: estudia los momentos festivos (fechas como cumpleaños aniversarios, etc.) que el cliente desea adquirir este producto las temporadas altas de este mercado.

Producto adicional: nos indica que producto desea acompañar el arreglo con globos ya sea peluche, chocolate, maquillaje etc.

Lugar: nos permite conocer el lugar donde desean adquirir estos productos las zonas aledañas donde existe una población que adquiera estos productos.

Demanda potencial: es la máxima demanda posible que se podría dar para uno o varios productos en un mercado determinado.

Medios: son los distintos medios publicitarios que nos sirven para darnos a conocer a gran escala a la población.

## 4.6 OBJETIVOS de la investigación.

### 4.6.1.-Objetivos Generales.

Crear una empresa dedicada a La realización obsequios de arreglos con globos que brinde un servicio integral, novedoso y de calidad, logrando un nivel de posicionamiento alto en el mercado y que proporcione valor agregado y beneficios a nuestros clientes

### 4.6.1.2- Objetivos Específicos

1- Determinar las características del servicio que se ofertará para satisfacer las necesidades en el mercado cuencano, tomando en consideración las preferencias de los consumidores.

2-Segmentar el mercado para determinar los diferentes grupos de clientes que se van a atender, de acuerdo a su situación socio económico y nivel de ingresos de los padres de familia.

3-Evaluar y diseñar una herramienta de investigación de campo que permita obtener información cualitativa y cuantitativa relevante sobre el presente proyecto.

Identificar el comportamiento del mercado mediante la evaluación de la oferta y demanda actuales y proyectadas con el fin de establecer la demanda insatisfecha.

4-Analizar y determinar el precio apropiado que los consumidores estarán dispuestos a pagar por cada evento o acontecimiento.

5- Formular estrategias de mercadeo y comercialización que permitan un efectivo posicionamiento del servicio en el mercado.

## METODOLOGIA

Tipo de investigación

Con la finalidad de conocer el comportamiento de preferencia de los consumidores se empleara una investigación de mercado concluyente y descriptivo.

Los estudios concluyentes sirven para que conozcamos fenómenos que se

desconocen, además se hace uso de los medios de recolección de datos que existen, obteniendo información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación, más amplia que hable de temas particulares, investigar nuevos problemas, aplicados directamente a nuestra iniciativa del proyecto.

La investigación descriptiva o estadística nos va a ayudar a conocer datos que nos indiquen el comportamiento y deseo de compra de los utiliza.

Para la recolección de información utilizaremos el método de la encuesta ya que esto nos va a ayudar a recopilar datos, información importante y nos ayudara a obtener con más rapidez el resultado que necesitamos.

Con toda la investigación recopilada tendremos información como errores, variables económicas y sociales, con ayuda de todos estos tomaremos importantes decisiones para poder guiar y tener una buena organización y una empresa muy funcional.

#### Fuentes de Datos

##### Investigación Exploratoria

Se utilizaron datos de fuentes primarias y secundarias, como el caso de instituciones gubernamentales y empresas privadas, que facilitaron información sobre los requerimientos para registrar la empresa, permisos y licencias para operar en la capital; a su vez se realizaron visitas a diferentes sectores la Colonia Centroamérica para la aplicación de encuestas a futuros clientes potenciales.

##### Investigación Descriptiva Concluyente

La investigación se enfoca en el método descriptivo concluyente, porque se buscó conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes de los potenciales utilizadores de globos personalizado. Como fuente de información primaria para el estudio de mercado propuesto se realizaron encuestas las cuales permitieron

caracterizar el nicho de mercado al cual estará orientado.

### **Población y Muestra**

Nuestra población es infinita tomando en cuenta un promedio cercano de las personas que visitan los alrededores del distrito cinco de Managua y consumen el producto que elaboraremos.

Se tomará en cuenta el método probabilístico, lo cual solo tomaremos como muestra 320 visitantes que con frecuencia utiliza globos con helio o personalizado que comprar a cerca de nuestro producto.

Dentro de la investigación descriptiva concluyente se determinó a las personas que visitan los diferentes establecimientos de flower center, mundo party, K comer (distrito V).

### **Selección de Muestra**

En la investigación exploratoria se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia y por criterio propio, debido a que las fuentes de información son representativas y deben de estar apegadas a las características del negocio a poner en marcha.

Al no conocer el número de visitantes de flower center, mundo party, K comer, tomamos una fórmula para muestras infinitas dando por resultado.

Dónde:

Z: Nivel de confianza

P: Probabilidad de éxito

Q: Probabilidad de fracaso

D: Precisión (error máximo)

N: Tamaño de la muestra

Datos:

Z: 1.96

P: 0.5

Q: 0.5

E: 0.05

N = 1920

Fórmula

$$\eta = \frac{Z^2 \delta^2 N}{e^2 (N-1) + Z^2 \delta^2}$$

$$\eta = \frac{1920(1.96)^2 * 0.5*0.5}{(0.05)^2 (1920-1) + (0.5)^2 (1.96)^2} = 320 \text{ encuestas}$$

Nuestro nivel de confianza es de 1.96 ya que es el equivalente al 95% de probabilidad de que nuestro resultado sea el más aproximado, nuestra probabilidad de Q es de 0.5 probabilidad de fracaso y de P de 0.5, probabilidad del éxito, y este

porcentaje se debe a que es el equivalente del 100% que sea mitad fracaso o no fracaso y el límite aceptable del error muestra es de 0.05.

### **Instrumento de Recolección de datos**

El método utilizado para la recolección de datos que aportaran información al plan de negocio a ejecutar fueron las encuesta de tipo personal y de carácter administrado, las cuales se realizaron de forma estructurada, utilizando preguntas cerradas, que fueron suministradas de forma personal.

El instrumento de investigación (encuestas) se centró en 3 ejes fundamentales que nos permitieron una mayor aceptación de la información que se requería, los cuales son:

#### **Perfil de cliente**

Con lleva a preguntas como: sexo, edad, ocupación etc. Estos datos son muy importantes para saber a qué público va a estar dirigido nuestro producto, los que reflejamos en el formato de encuesta que se encuentra en el anexo.

#### **Demanda actual**

Nos permite conocer el nivel de consumo de nuestros clientes, productos que demandan y el precio que pagan por un determinado producto las siguientes preguntas son las que se realizaron para darnos cuentas y conocer los datos que necesitamos.

Aquí nos referimos a clientes que ya emplean el producto de arreglos en base a globos combinados con otros productos complementarios como chocolate, flores,

peluches etc.

Elementos que se reflejan en el formato de encuesta ubicado en el anexo del presente plan de Negocios.

Demanda potencial

Consiste en verificar si nuestros clientes estuviesen dispuestos a utilizar nuestros productos, este punto es muy importante ya que representa un estimado de lo que nuestros clientes demandarían al lanzar un nuevo producto al mercado.

Dentro de estos son los clientes que han tenido poca experiencia o nula en la adquisición de arreglos en base a globos innovadores y ecológicos combinados con otros productos como chocolates, flores, etc.

Las preguntas para realizar para darnos cuenta están reflejadas en anexo del presente estudio.

Validación, Evaluación y Trabajo de Campo

Durante la elaboración de las encuestas se examinó el orden y formulación del cuestionario verificando ciertas preguntas para adicionar información vital para nuestro proyecto.

Seguidamente al momento de realizar el trabajo de campo, se le aclaró al encuestado el procedimiento y el objetivo de dicho instrumento a realizar para el llenado de esta, nos distribuimos las encuestas, teniendo 107 cada una de nosotras ya que nuestra muestra es de 320 visitantes en el sector de la Centroamérica, realizándola en los distintos puntos de La Colonia en la ciudad de Managua, el día 22 al 24 de agosto del 2019.

## Procesamiento de la Información y Análisis de los Datos

Para el procesamiento de datos e información estadísticos nos apoyamos en el programa informático IBM – SPSS statistics, el cual nos sirvió de herramienta para desarrollar e interpretar aspectos claves para el desarrollo de negocio y nos proporcionó el resultado de la investigación.

Al igual; el programa informático de EXCEL para la obtención de la formulación de la muestra poblacional.

## Análisis de los Resultados

Los resultados que se obtuvieron de los instrumentos utilizados para la obtención de datos se analizaron en base a los objetivos planteados en la investigación de los cuales se estableció lo siguiente.

Dentro los clientes encuestados obtuvimos una representación del género masculino con 44.1% y el restante el sexo femenino con 55.9%. Por otro lado dentro de la muestra encuestada el 66.65% resultaron se estudiantes y el 33.44% trabajadores, también de la muestra el 96.88% manifestaron interés en efectuar arreglos en base a globos combinados con otros productos como chocolates y dulces, lo que demuestra una gran posibilidad de ampliar la demanda de estos arreglos novedosas, y solo 3.13% consideran reglar otros arreglos con flores.

Otro aspecto a destacar es que los clientes manifiestan en un 80.94%, obsequiar arreglos en base a globos, chocolates y dulces con una frecuencia anual, el 8.12% con una frecuencia de cada 3 meses, y 4.69% con una frecuencia semestral, datos muy interesantes de inicio que se podrían ver incrementado en frecuencia en la medida que los clientes prueben los productos innovadores y con responsabilidad

social empresarial que distribuirá la empresa "Dilo con globo".

A la pregunta cuál es el medio en cuanto a lugar el 79.69% planteo ser lugares físicos y el restante 20.31% seleccionaron el medio de ventas en línea, esto indica que las ventas en líneas a pesar de la desconfianza que suponen van ganando terreno y en la medida que los mecanismos en línea se perfeccionen ganara más adeptos.

Dentro de las variables que se les consulto a los clientes en relación a las que influyen en sus procesos de compras tenemos los siguientes resultados 58.44% están a favor de la variable precio, 38.44% la variable calidad y 3.13 puntualidad, lo que de una manera justifica la estrategia de mercado que asumirá la empresa "Dilo con globo", al optar quedarse ofreciendo arreglos con globos de calidades intermedias y altas con precios accesibles.

A la interrogante de cómo se enteraron de los arreglos en base a globos, chocolates y dulces el 80.5% respondió que por medio de redes sociales el 15% por referencias de un familiar y amigo y un 2.5% en medios televisivos, es interesante saber cómo las redes sociales cobran cada vez más importancia y los medios televisivos lo pierden y en cuanto a los grupos de referencias personales, llamados también publicidad boca a boca se mantiene dentro del 10 y 20%.

En repuesta a la pregunta en que establecimiento compro la última vez arreglos los consultados respondieron de la siguiente manera un 25% en Flowers Center, 21.88% en Mundo Party, 14.69% floristería Rosal 8.44% floristería Osejos lo que denota que las personas que prefieren utilizar este producto son clientes mayores y las encuestas arrojaron que la edad más cercana a este tipo de gusto de globo son de 16 a 55 años con un porcentaje de 65% .personas que tienen trabajo de tiempo completo tienen más accesibilidad de poder comprar este tipo globo (personalizado y helio) y la encuesta indico que fue un 33.44% .con un nivel de ingreso de 3000-6000 córdobas mensual el cual dio un 66.87% de los encuestadores que su salario

es cerca de lo ya dicho .de acuerdo a las encuesta el lugar preferido de compras que acostumbra los cliente a visitar serían las tienda físicas(79.7%) que desean tener mayor accesibilidad de los producto en físico. La frecuencia de los encuestados que visitan las tiendas de arreglo de globos son: quincenal son (9%) y mensual (2.5%), cada 3 meses (8.2) cada 6 meses (4.7) anual (80.9)

Estos datos son muy importantes ya que nos permite saber a qué público estaría dirigido nuestro producto.

Dentro de los tamaños preferidos de los arreglos por los clientes potenciales expresaron 51.56% por el arreglo pequeño de 23 cm, y el 39.38% un arreglo mediano de 30 cm y tan solo el 9.06% prefirieron un arreglo grande de un metro.

A la interrogante de que con que productos les gustaría combinar los arreglos con globos los encuestados respondieron un 58.75% expresaron que chocolate, 19% rosas, 10.63% licores 6.25% maquillaje y 5.31 peluche.

Lo anterior nos indica que las combinaciones de arreglos con globos es con chocolate, rosas y licores y mínimamente maquillaje y peluche, por lo que se pueden preparar bases de arreglos con globos, chocolates y licores, mediante un proceso de producción en pequeña serie y agregarle al final mediante proceso individual las otras combinaciones menores si el cliente así lo requiere y con ello reducir costos de operación y mejorar márgenes de ganancia y colocar precios más accesibles a los clientes.

Indicó que utiliza globo personalizado el cual con estos datos nos ayuda a acercarnos que gustos tiene los cliente a los cuales vamos a dirigir nuestro producto, el 96.9% de los encuestados aseguran de que si han utilizado producto de globo y la encuesta dio un porcentaje de (%) que lo utiliza mayor mente en aniversarios con 48.1 % luego en cumpleaños con 33.1% y día de las madres 18.8%.

El servicio, calidad, precio y marca son los factores más influyentes al momento de realizar una compra para los clientes, la presentación es menos importante para el cliente a la hora de comprar este tipo de globo. El (0%) de los encuestados han tenido una mala experiencia o han estado insatisfechos a la hora de haber comprado este tipo de globo el cual nos da una ventaja a la hora de introducir nuestro producto.

De las personas encuestadas, mayormente los consumidores prefieren el tamaño pequeño de 23 cm el cual obtuvo una mayor aceptación del (51.6%) seguido el del mediano 30 cm con un porcentaje de (39.4%), y el grande 1 metro de 9.1%.

La demanda potencial consiste en verificar si nuestros clientes estuviesen dispuestos a utilizar nuestros productos, este punto es muy importante ya que representa un estimado de lo que nuestros clientes demandarían al lanzar un producto al mercado. Los encuestados indicaron que si comprarían un nuevo globo en tamaño de 23 cm pequeño de acuerdo a la encuesta el lugar preferido de compras serían las tienda física el cual dio un porcentaje de (79.69%), seguido en línea con (20.31%), las personas hoy en día indican que se enteran sobre los nuevos productos a través de las redes sociales el cual obtuvo un (82.50%) que estuvo a favor. el tamaño del producto lo consideran más bonito con detalles de chocolates y dulces con (58.75%) de las personas encuestadas.

### 4.3 Decisiones Estratégicas de plan de Marketing.

#### 4.3.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO/SERVICIO.

Diseño y Niveles del Producto.

En “Dilo con globos” nos preocupamos por ofrecerle a los clientes un arreglo de globos con helio o nitrógeno de calidad, por ello utilizamos en el proceso de elaboración de globos de látex con mayor durabilidad, de papel reciclado y de nylon metalizado. Unos productos que puede utilizarse en los mejores momentos ya sea entre amigos o familiares para sus festividades como cumpleaños, bodas, días de las madres entre otros.

Tiene como propósito generar valor agregado a los globos personalizados un acompañamiento como los chocolates o dulces, a través de la creación de una empresa emprendedora procesadora y comercializadora de arreglo de globo.

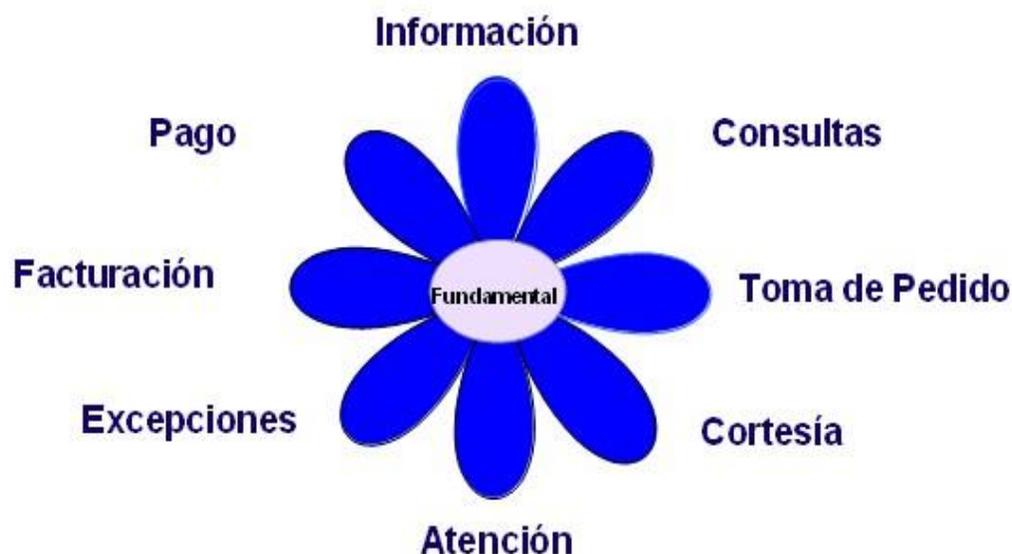


Ilustracion1.



Ilustracion2.

### Arreglos con globo de cumpleaños



Flor de servicio Ilustración 3.

Servicios de Facilitación: Información, Toma de pedidos, Facturación y Pago

**Información:** Brindar a todos los usuarios potenciales y nuevos información sobre cada uno de los servicios que estaremos ofertando al público, de forma periódica, para posicionarnos en la mente de quienes hagan uso de los servicios que nosotros proveemos; para ello estaremos capacitando constantemente a los colaboradores que sean la cara de nuestra empresa, es decir a todo aquel que este en contacto directo con personas interesadas en adquirir arreglos con globos. Los medios que utilizaremos para compartir la información la estaremos dando a conocer a las personas general es a través de las redes de sociales (WhatsApp, Messenger y Facebook) llamadas telefónicas y Volantes, radio etc.

**Toma de Pedidos:** Nuestros clientes serán atendidos de forma amable precisa y rápida para no provocar en los mismos una pérdida de su tiempo y otros factores que pueden llegar a no satisfacer su experiencia con nuestros servicios.

Elaboración o Construcción de la ruta del servicio:

Paso 1: El cliente llama/llega al local y es recibido con un cordial saludo. Tiempo máximo 5 a 10 minutos Aproximadamente.

Paso 2: El cliente pasa al área de recepción y solicita el servicio el cual requiere. Tiempo máximo 5 minutos Aproximadamente.

Paso 3: El cliente una vez que solicita su servicio pasa a la sala de espera, donde esperara que lo llamen para ser atendido. Tiempo máximo 20 a 30 minutos Aproximadamente (En dependencia del servicio que solicite).

Paso 4: El cliente se le entrega su arreglo, ya habiendo terminado el servicio, solicitado. Tiempo máximo 5 minutos Aproximadamente.

Paso 5: Si el cliente requiere solicitar algún producto extra, se le entrega y se indica el uso para cada producto. Tiempo máximo 10 minutos Aproximadamente.

Paso 6: El cliente paga por el servicio al cual fue al solicitar. Tiempo máximo 5 minutos Aproximadamente. (Dependiendo de la afluencia de cliente)

Para ello contaremos con asistencia especializada, que se reflejará en la calificación de nuestros colaboradores, desde la toma de pedidos (sea física o a domicilio) hasta la entrega del producto.

Facturación: Es el elemento común en casi todos los servicios y será totalmente transparente, es decir en nuestras facturas se detallará minuciosamente el servicio por el cual este pagando el cliente, de forma clara y precisa, para no dejar cabida a ninguna duda sobre nuestra honestidad y el respeto con el que tratamos al usuario de DILO CON GLOBO; que no de espacio para segundas interpretaciones por parte del cliente que dé lugar a decepciones e insatisfacciones.

Pago de los servicios prestados: Haremos de este un proceso rápido para el cliente no experimenten demoras, inconvenientes o inconformidades. Dispondremos de sistemas cómodos, eficientes y de fácil acceso, como por ejemplo pago en efectivo, cheques, tarjetas de débito y crédito, para que los clientes consigan una forma más rápida de cancelar la prestación del servicio recibido

#### 4.3.1.- Producto

De acuerdo con el tamaño de nuestro producto y al segmento meta al cual estamos dirigidos, obteniendo preferencia por los tamaños de presentación que son destinados a utilizar globo personalizado, ofrecemos globo de 23cm (pequeño) y 30cm (mediano) a hasta de 1 metro con sus respectivos diseños, personalizado y así llamar la atención de clientes potenciales.

#### GLOBO PERSONALIZADO



IUSTRACION 3

#### GLOBO CON HELIO



ILUSTRACION 4

#### 4.3.2.- Clasificación del Producto

En la clasificación de producto se estar ubicado dentro de los bienes de consumo no duraderos ya que ofrecemos un bien que se consume inmediatamente y se puede conservar si se guarda y almacena con un uso de tiempo de 3- 6 meses para mantenerse como un recuerdo.

Además de ser también un bien de conveniencia se caracteriza por que el consumidor p de tiene un conocimiento completo del producto deseado antes de ir a comprarlo y por qué el producto se adquiere con mínimo esfuerzo de comparación y compra, como productos de conveniencia estaremos efectuado muchos esfuerzos de publicidad por medio de redes sociales, aplicaciones informáticas de apoyo a las ventas, OXL Nicaragua, mercado Libre Nicaragua, etc.

En este caso el consumidor no está dispuesto a buscarlo demasiado, y lo puede conseguir en nuestra tienda física ubicada en la Colonia Centroamérica y en nuestras redes sociales, en páginas web que apoyan los esfuerzos de ventas y además contemplamos ofrecer el servicio delivery.

#### 4.3.3.- Especificaciones del Producto

Los productos que pretendemos ofrecer y que serán insignia de nuestra empresa serán los globos de látex 100% biodegradables, de papel reciclado y de nylon metalizados personalizados con helio con chocolates con dulces. Adecuado a las tendencias y al gusto exigente de nuestros consumidores que demandan un arreglo muy distinto a lo que acostumbran a utilizar en sus festividades.

Sabor	Color	Olor	aspecto
<b>Agradable a chocolates y dulces</b>	Colores de globos variados que elija el cliente. Diversos materiales biodegradables	Característico Del chocolate o del dulce a agregar.	Globo personalizado decorado al gusto del cliente de los tamaños que ofrecemos, pudiendo se inflado con helio para su lanzamiento o tenerlo amarrado.

Tabla 3. Especificación de producto.

Elaboración propia.

Producto	Cantidad	A más cantidad
<b>Chocolates o dulce.</b>	2	4
<b>Globos látex</b>	1	2
<b>Macetera</b>	1	-
<b>Papel chino</b>	1	-
<b>Cinta de mantequilla</b>	3	-
<b>Pistola de silicón</b>	1	-
<b>Silicón</b>	2	-
<b>Gas de helio</b>	10% gas	20% gas

Tabla 4. Especificación de producto tamaño 23 cm

Elaboración propia

Producto	Cantidad	A mas cantidad
Chocolates o dulce	3	5
Globos látex	2	3
Macetera	1	-
Papel chino	1	-
Cinta de mantequilla	2	3
Pistola de silicón	1	-
Silicón	2	-
Gas de helio	20%	30%

Tabla.5 Especificación de producto tamaño mediano 30 cm

Elaboración propia

Tamaño grande 1 metro

Producto	Cantidad	A más cantidad
Chocolates o dulces.	6	8
Globos látex	3	4
Canasta	1	-
Papel chino	2	3
Cinta de mantequilla	3	4
Pistola de silicón	1	-
Silicón	3	4
Gas de helio	30%	40%

Tabla 6. Especificación de producto tamaño grande 1 metro

Elaboración propia

Las tablas anteriores fueron realizadas conforme un estudio realizado por el uso que se le da a las bombas de helio, dichas porciones fueron tomadas de referencia en base una porción de 23cm, 30 cm y 1 metro.

Los productos que contienen nuestros globos son chocolates Hershey's y snickers u otros dulces como galletas oreo y choco chispas que desea el cliente que estos en su empaque traen sus calorías, cabe mencionar que son buscados por los clientes ya que los dulces y chocolates disminuyen el estrés y ayudan estos regalos o detalles a subir el ánimo de las personas, ayuda a aumenta por el toque a esas ocasiones especiales.

#### 4.3.4. – Propiedades del producto.

Es un producto de conveniencia elaborado de látex natural de nylon y metalizado y de papel reciclado, que utilizado no ocasiona daños al medio ambiente y es medio innovador e interesante de mostrar el amor, el afecto y cariño a una persona querida o de servir de instrumentos publicitario

Una vez indicado cada uno de los requisitos que nos exige la ley, elaboramos la etiqueta de nuestro producto, para darnos a conocer en el mercado.

#### 4.3.5 Componentes de la marca, Nombre o Fono-tipos.

Nuestra marca corresponde al logotipo ya que está compuesto solamente por texto y tipografía, en el logotipo se aprecia el nombre dilo con globos, seguidamente del texto descriptivo de la marca la casa del regalo, el tamaño de fuente dependerá del tipo de publicidad que se vaya a elaborar.

La marca "Dívalo con globo" trata recomendar a nuestras clientela que los diversos sentimientos de amor, orgullo, aprecio, felicidad, recordar las fechas de cumpleaños y onomásticos, lo expresen con globos dado el potencial que estos tienen para elevar el nivel de ánimo, así como los productos complementarios como chocolates, flores, peluches, etc..

Los colores utilizados para la elaboración de nuestra etiqueta:



Gama Cromática

El color fucsia representa la resistencia, confianza, permanencia. Así mismo la presencia de este color aporta serenidad, visión para poder apreciar la realidad y también la satisfacción.

El color amarillo, transmite directamente las emociones como el optimismo, la felicidad, el brillo y la alegría es muy efectivo para atraer la atención.

El color celeste relaciona frescura espiritualidad, libertad, paciencia, lealtad, paz, honradez, tranquilidad y calma.

El color dorado de las estrellitas otorga felicidad, lujo y dinero por lo que anuncia a nuestros clientes que es un producto de alta calidad.

El color verde, otorga vida, renovación; genera también a todo lo que crece y se desarrolla, utilizándolo tradicionalmente a lo natural de nuestros productos.

El color blanco de las letras, transmite luz, pureza y sencillez debido a que nuestro producto influya su apariencia, vistosidad, logrando un mensaje positivo que es captado e interpretado por el subconsciente del comprador.

Slogan.

“la casa del regalo” El cual refleja la confianza y gustos exclusivos en cada ocasión que desean obsequiar un regalo personalizado para cada ocasión como (cumpleaños, aniversarios etc.) con chocolates o dulces.



ILUSTRACION 5

## 4.3.6 - Cartera y Líneas del Producto

## MEZCLA DE PRODUCTOS

<b>Ancho</b>	<b>1</b>
<b>Largo</b>	<b>2</b>
<b>Profundidad</b>	<b>3</b>
<b>Consistencia</b>	<b>1</b>

Tabla 7. Mezcla d producto

Elaboración propia.

En la mezcla de producto encontramos que el ancho de nuestra línea es (1), el largo es igual a (2) por el total de número de nuestros productos, en este caso nuestro globo personalizado y el globo con helio, la profundidad sería de (3) ya que abarca el diseño y tamaño, tendremos 2 sabores y sumándole al tamaño nos da resultado tres, en cuanto a la consistencia es (1) ya que ambos productos son comestibles y de misma consistencia.

<b>Línea A (Globo personalizado)</b>	<b>Línea B (Globo con helio)</b>
<b>Globo de chocolates y dulce.</b>	23m
<b>Globo con helio</b>	30cm
<b>Globo personalizado</b>	1metro

Tabla 8. Línea de productos.

Elaboración propia

Tendremos tres presentaciones por cada línea de productos, ambas se conservarán por tamaño, ya que la vida útil del contenido no está duradera.

#### 4.3.7. -Niveles del Producto

"Todo aquello que puede ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo, y que además puede satisfacer un deseo o necesidad. Abarca objetos físicos, servicios, personas, sitios, organizaciones e ideas" (Kotler).

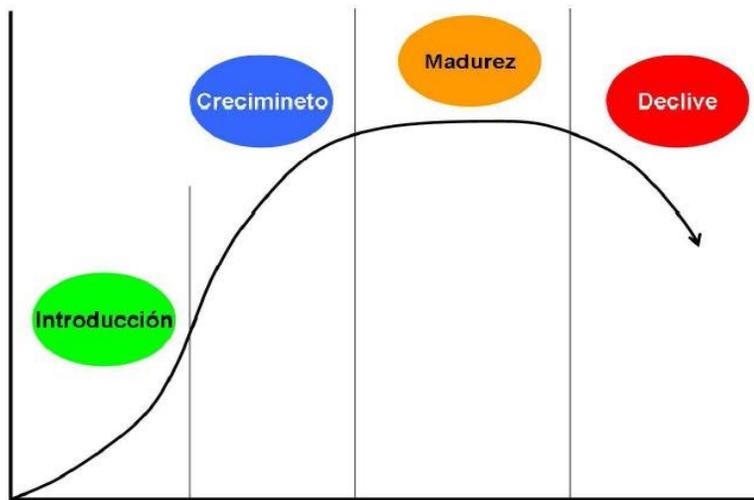


ILUSTRACION 6

Estamos ubicados en la segunda entrada a la Colonia Centroamérica, debido a que no solo brinda el beneficio básico de satisfacer una necesidad si no también nos ayuda ya que crea efectos en nuestras festividades tan especiales al consumirlo el globo es como un excitase para cualquier actividad que las persona utiliza para su efectividad.

También, se presenta al consumidor de una manera atractiva con una marca, etiqueta y variados tamaños con altos estándares de satisfacción.

## 4.3.8. - Ciclo de Vida del Producto.



ILUSTRACION 7

## Crecimiento

En Nicaragua formamos parte de un grupo que va en crecimiento que se encarga de ofrecer al mercado nacional los globo personalizado y globo con helio, se puede decir que el interés va en aumento estando en el gusto de los nicaragüenses, a nivel global son numerosas las empresas que se han interesado por ofertar estos tipos de productos creando un mayor interés en los consumidores que buscan demandan y exigen algo nuevo en el mercado.

En esta etapa las ventas van incrementando por los clientes que siguen adquiriendo este producto. Los esfuerzos de promoción están enfocados en atraer a los clientes y fidelizarlos a la empresa.

Por la experiencia adquirida en el mercado, los costos disminuyen y el personal aumenta, la empresa empieza a mejorar en la demanda de nuestro producto. Se van a diversificar los canales de distribución para tener más participación en el mercado.

#### 4.3.9. – Marca

Es importante que la marca de cada empresa sea reconocida, ya que con esto se atrae al consumidor y es una de las principales características que debe poseer toda empresa, nuestra marca se conformará por varios factores tales como; nuestro nombre, colores y propiedades del producto, esto producirá un impacto a la hora de utilizarlo por lo cual causará la atracción de ellos.

La marca Dilo con globos se caracteriza por ofrecer servicio pre venta (asesoramiento antes de la compra), atención durante la venta (destacarse por el servicio), servicio pos venta (asegurarse de que el cliente quedo satisfecho con su compra) para así lograr generar buenas experiencias de compras y que la marca sea reconocida por generar valor.

#### 4.4.- Análisis de la competencia.

En base a los resultados obtenidos en nuestra recolección de información tenemos como resultado nuestra competencia directa e indirecta.

Nuestros productos de regalos personalizados a base de globos y chocolates en Managua tiene como competencia directa a dos productoras y comercializadoras similares a nuestra línea de productos tales como:



ILUSTRACION 8

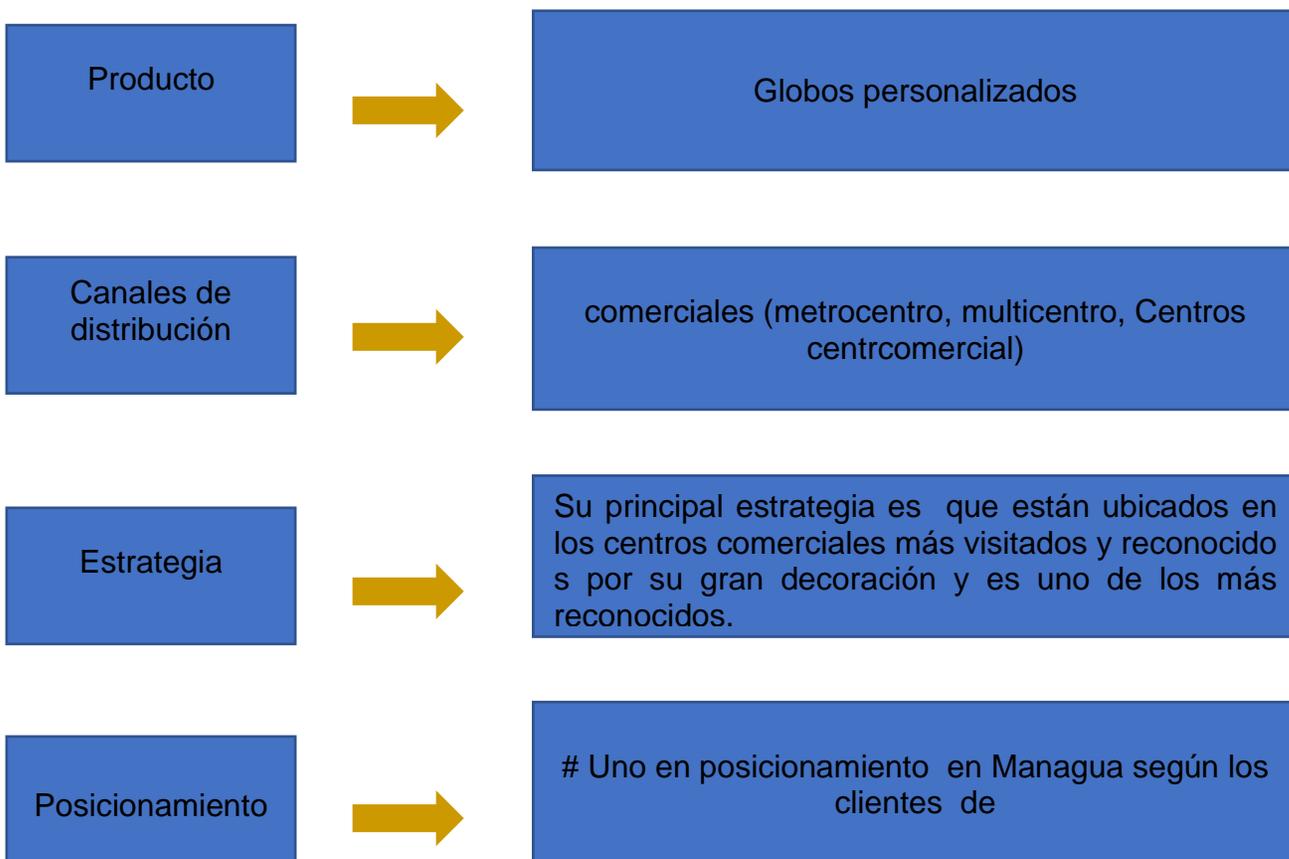
Globos Mundo party posee una extensa línea de productos, como lo son sus globos personalizados reconocidos.

Tamaños	Precios
Pequeño 23 cm	\$18
Mediano 30 cm	\$30
Grande 1 metro	\$70

Tabla 9 Tamaño y precios

Elaboración propia

### Grafica de competencia directa



Elaboracion Propia

**Competencia Indirecta.**

Regalos personalizados

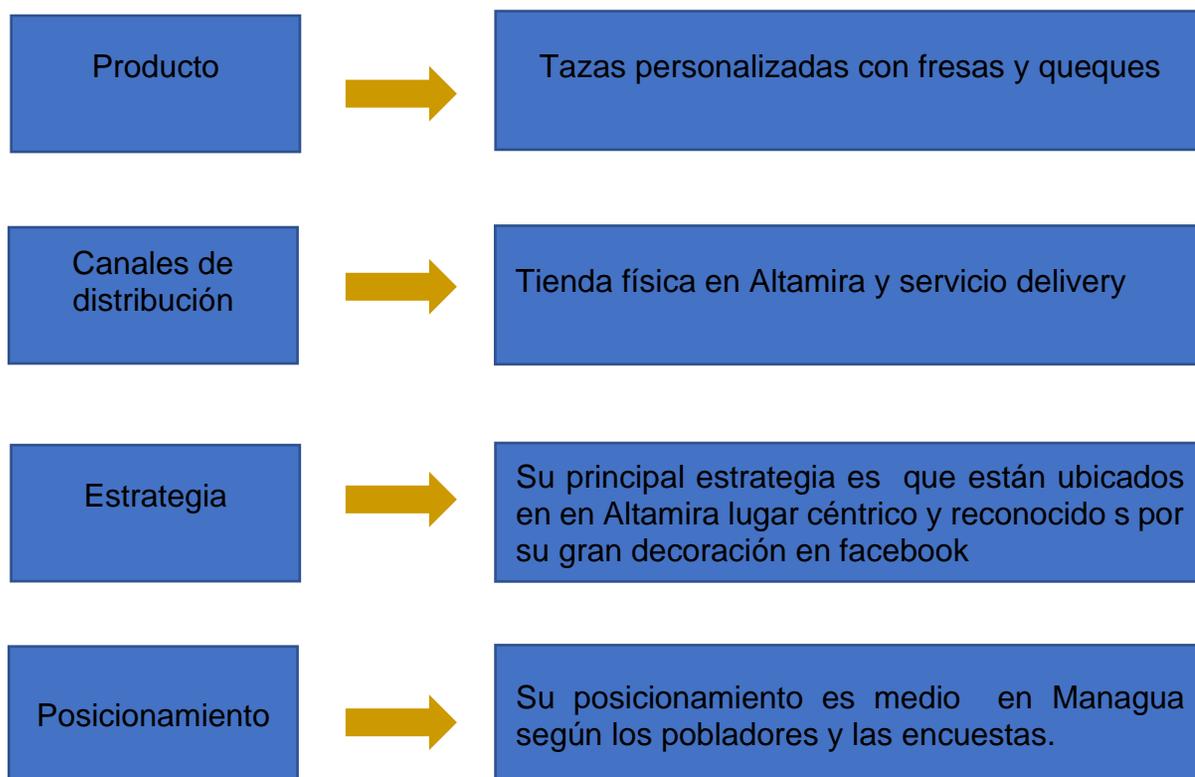
Es una empresa con tazas y regalos personalizados de fresas y queques para cumpleaños.

Tamaños	Precios
Pequeño 23 cm	\$15
Mediano 30 cm	\$25
Grande 1 metro	\$50

Tabla 10. Competencia indirecta.

Elaboración propia

Grafico de competencia indirecta



Elaboración propia

Actualmente en Nicaragua, existen empresas comerciales como lo son los arreglos florales, los que ofrecen llaveros y tazas personalizadas, cuando se acerca una festividad negocios relámpagos de arreglos como en las librerías, supermercados u otros negocios son otras competencias, también los que ofrecen queques, los cojines pero la producción de estos productos es enfocada para consumo propio elaborado para algún tipo de festejo y a veces no se mantienen todo el año como nuestro negocio.

Todas las personas que producen estos tipos de arreglos son pocas, y realmente no se conocen ni están presente en la mente de los consumidores, ya que no les interesa lanzar este tipo de productos al mercado para su comercialización.

Si a los consumidores a los cuales nosotros estamos ofertando nuestros productos no cumplieran con su expectativa ninguna de nuestros productos oferentes, optarían por productos sustitutos existentes en el mercado nacional tales como: rosas y queques.

## **4.5 Objetivos de Marketing**

### **4.5.1 - Objetivo General**

Diseñar estrategias de marketing que permitan la aceptación de estos productos de arreglos personalizados con chocolates o dulces, en el mercado consumidor mediante la distribución en nuestra tienda física en el sector de la Centroamérica y en las redes sociales como Facebook e Instagram, páginas web que apoyan los servicios de ventas, Tigo bisnes, y consulta a expertos en divulgación digital sobre paquetes publicitarios.

#### 4.5.2. - Objetivo Especifico

- Desarrollar estrategias que permitan definir las distintas características del producto, precio y forma de distribución de ...

- Definir un objetivo de precio

- Diseñar estrategias de publicidad y promoción para obtener la captación del público a quien va dirigido mediante las distintas plataformas y redes sociales.

- Establecer un precio competitivo al consumidor sin disminuir la calidad del producto para lograr la fidelidad y aceptación del mismo,

- Definir el segmento de mercado para impulsar campañas acordes a nuestro posible mercado meta.

- Definir un objetivo de posicionamiento

#### 4.6 Descripción del mercado meta

##### Principales Clientes

La segmentación de mercado es una parte integral de la estrategia de mercado de la compañía. Es el proceso de separar a un gran mercado objetivo en grupos pequeños y homogéneos de clientes que con más eficiencia pueden tratar.

Esta empresa “Dilo con globo” tendrá los principales clientes potenciales en el sector de la Centroamérica y en las redes sociales ofreciendo el servicio delivery de la ciudad de Managua, teniendo en cuenta la posibilidad de expandirnos a otros sectores de Managua y demás redes para lograr un mayor posicionamiento.

Estos productos se ofrecerán a personas de todas las edades de 18 a 60 si es posible a más edad porque para estos detalles no hay una restricción de edad, así como también ambos sexo con ingresos

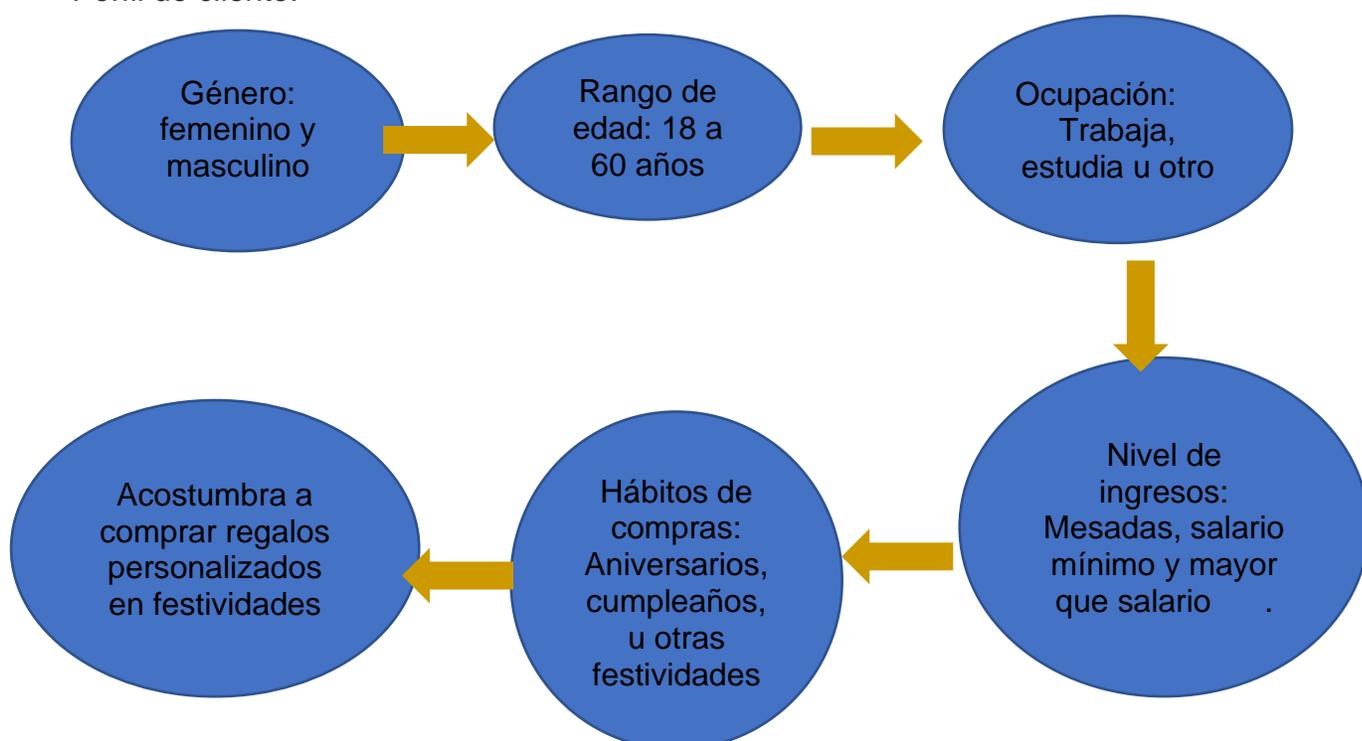
mayores a salarios mínimos, siendo solteros, casados o con hijos. La población será segmentada considerando sus puestos de trabajo y o estudiante. Cada grupo social se encuentra en una forma de expresar su personalidad en la compra de unos productos o marcas. Las personas a quienes van dirigidos estos productos deberán tener un estatus social intermedio o alto.

Nuestro negocio es poder brindar beneficios a los clientes que al consumir nuestros productos tengan momentos agradables junto a familiares, amistades con arreglos personalizados con helio a base de chocolates o dulces. Los consumidores también se agrupan según las ocasiones en que tienen idea de compra es decir hacen realmente la compra y utilizan el producto adquirido, en este caso los globos estará dirigida para celebraciones o festividades como cumpleaños, aniversarios u otras ocasiones y también acompañado de un exquisito chocolate o dulces.

En términos más concretos los clientes de del negocios “Dilo con globos” serán de clase media alta, alta baja, alta media y alta alta, que se complacen en celebrar los cumpleaños de los familiares, 15 años, bodas, decoraciones con arreglos con globos y productos complementarios (chocolate, flores, etc.), empresariales y colocación de logotipos empresariales o símbolos familiares, organizacionales, y gremiales.

Por lo tanto “Dilo con globo” pretende tener como cliente a familias de clase media alta hasta alta-alta, y empresas que organizan eventos y organizaciones en general, lo que constituye un amplio mercado.

Perfil de cliente:



#### 4.7.- Demanda y Participación del Mercado

##### 4.7.1.- Demanda Actual

Tomando en cuenta los resultados del estudio de mercado, se da a conocer los gustos y preferencias de nuestros posibles clientes, teniendo como población 1920, para el cual se realizaron 320 encuestas donde se dieron a conocer la alta demanda de una tienda de arreglos con globos ya que en la zona no cuenta con tiendas cercanas, donde la frecuencia de consumo de los productos serían los arreglos con globos de dulces y chocolates en sus distintos tamaños.

Población	1	2	3	4	5
	300000	305100	314253	323681	333391
<b>% Crecimiento Población</b>	2%	3%	3%	3%	3%

Tabla 11. Estimado de población y crecimiento anual

Elaboración propia

<b>Frecuencia de consumo</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Quincenal</b>	0.90%
<b>Mensual</b>	2.50%
<b>Trimestral</b>	8.10%
<b>Semestral</b>	4.70%
<b>Anual</b>	80.90%
<b>Nunca</b>	1.60%

Tabla 12. Porcentajes de encuestados que demandan el producto.

Elaboración propia

Demanda Actual en unidades físicas.

<b><i>Demanda actual y proyectada de arreglos con Globos en unidades físicas</i></b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b><i>Pequeños (23cm)</i></b>	190,218.9 0	192,121.0 9	194,042.3 0	195,982.7 2	197,942.5 5
<b><i>Mediano (30 cm)</i></b>	89,137.80	90,029.18	90,929.47	91,838.76	92,757.15
<b><i>Grande (1 metro)</i></b>	11,943.30	12,062.73	12,183.36	12,305.19	12,428.25
	291,300.0 0	294,213.0 0	297,155.1 3	300,126.6 8	303,127.9 5

Tabla 13 demanda actual en unidades físicas.

La demanda actual en unidades físicas nos permite conocer las cantidades que se demandan para cada uno de los productos, seguida de esta tabla tenemos el estimado de precios para los arreglos de chocolates o dulces con sus distintas tamaños de 23 cm, 30 Cm y de 1 metro.

Esto nos da como resultado la demanda actual en unidades monetarias, que es un aproximado del totalizado de las unidades físicas y el precio estimado de cada una de ellas

<b><i>Demanda actual y proyectada de arreglos con Globos en dólares</i></b>					
	<b><i>AÑO 1</i></b>	<b><i>AÑO 2</i></b>	<b><i>AÑO 3</i></b>	<b><i>AÑO 4</i></b>	<b><i>AÑO 5</i></b>
<b><i>Pequeños (23cm)</i></b>	2,853,283. 50	3,025,907. 15	3,208,974. 53	3,403,117. 49	3,609,006. 10
<b><i>Mediano (30 cm)</i></b>	1,782,756. 00	1,890,612. 74	2,004,994. 81	2,126,296. 99	2,254,937. 96
<b><i>Grande (1 metro)</i></b>	537,448.50	569,964.13	604,446.96	641,016.01	679,797.47
	5,173,488. 00	5,486,484. 02	5,818,416. 31	6,170,430. 49	6,543,741. 54

Tabla 14. Demanda actual proyectada.

Elaboración propia

Establecimos un estándar de precio en dólares para cada una de las presentaciones que contienen nuestros dos productos, para determinar la demanda actual monetaria se multiplica la demanda actual en unidades físicas por el valor de cada producto en cada una de sus proporciones como los arreglos de 23cm, los arreglos de 30 cm y los arreglos de 1 metro.

Precios	1	2	3	4	5
Arreglo de Chocolates o dulces de 23 cm	\$15	\$15.750	\$16.538	\$17.364	\$18.233
Arreglo de Chocolates o dulces de 30 Cm	\$20	\$21.000	\$22.050	\$23.153	\$24.310
Arreglo de Chocolates o dulces de 1 metro	\$45	\$47.250	\$49.613	\$52.093	\$54.698

Tabla 15. Precio de los arreglos

Elaboración propia.

### Demanda potencial.

En esta parte se descubre cada uno de los productos que se pretende lanzar al mercado Junto al porcentaje que demandarían estos productos, su nivel de consumo que se proyectan siga siendo el mismo mensualmente y la cantidad que se demandaran.

<b>Demanda potencial de arreglos con Globos en unidades físicas</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Pequeños (23cm)</b>	3,225.16	3,257.41	3,289.99	3,322.89	3,356.12
<b>Mediano (30 cm)</b>	1,511.33	1,526.44	1,541.71	1,557.13	1,572.70
<b>Grande (1 metro)</b>	202.50	204.52	206.57	208.63	210.72
	4,938.99	4,988.38	5,038.27	5,088.65	5,139.53

Tabla 16. Demanda potencial en unidades físicas.

Elaboración propia

Demanda potencial en unidades físicas.

Esto conlleva al total de unidades que se demandarían a futuro manteniendo el precio con un factor de crecimiento anual del 1%, que consideramos no es mucho en comparación con otros productos que se elevan a una cantidad exagerada por año, en este margen porcentual ya está tomado en cuenta los riesgos de incremento de materia prima, totalizamos y nos da como resultado la demanda potencial en unidades monetarias que se estimarían por año.

Para calcular la demanda potencial se sugiere la siguiente formula:

$$Q = npq$$

Donde

No es el número de negocios en la competencia =20

P= precio

Q = a la cantidad promedio tomamos como referencia la empresa en formación.

4.7.4.- Proyecciones de venta de demanda potencial.

<b><i>Demanda potencial de arreglos con Globos en unidades físicas</i></b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b><i>Pequeños (23cm)</i></b>	3,225.16	3,257.41	3,289.99	3,322.89	3,356.12
<b><i>Mediano (30 cm)</i></b>	1,511.33	1,526.44	1,541.71	1,557.13	1,572.70
<b><i>Grande (1 metro)</i></b>	202.50	204.52	206.57	208.63	210.72
	4,938.99	4,988.38	5,038.27	5,088.65	5,139.53

Tabla 17 demanda potencial en unidades físicas

Elaboracion propia

Precios estimados por producto y crecimiento anual por presentación. Fuente. Elaboración propia.

#### **4.7.2- Participación de Mercado.**

A continuación este es el número de unidades que pretendemos suplir en el mercado una vez ofertados nuestros arreglos de globos con chocolates o dulces, con una participación del 5% para el 1° año, 5% para el 2° año y así sucesivamente..

<b>PARTICIPACION DEL MERCADO POR AÑOS DE PRODUCCION</b>					
<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Arreglo 1: Arreglo con Globo de 23 cm</b>	3225	3257	3290	3323	3356
<b>Arreglo 2: Arreglo con Globo de 30 cm</b>	1511	1526	1542	1557	1573
<b>Arreglo 3: Arreglo con globos de 1 metro</b>	202	205	207	209	211

Tabla 18. Participacion de mercado

Fuente. Elaboración propia

#### 4.7.3.- Precio

La empresa "Dilo con globo" establecerá precios intermedios de los locales en centros comerciales denominados Mall y los del negocios ubicados en el mercado oriental precios desde el año 1 al año 5 con un crecimiento anual del 1.05% en cada año.

Precios	1	2	3	4	5
Arreglos de globos con Chocolate p dulces de 23 Cm	\$15	\$15.75	\$16.54	\$17.36	\$18.23
Arreglos de globos con Chocolates o dulces de 30 Cm	\$20	\$21	\$22.05	\$23.15	\$24.31
Arreglos de globos con Chocolates o dulces de 1 metro	\$45	\$47.25	\$49.61	\$52.09	\$54.70

Tabla 19. Precios estimados a ofertar productos y presentaciones

Elaboracion propia

## 4.8 Estrategias de Marketing.

### 4.8.1 Estrategia de Posicionamiento.

El público objetivo que se orientará la empresa "Dilo con un globo" se considera que anda de 15 a 50 años en tomando en cuenta los segmentos que tienen decisión de compra, dado que los niños influyen en los procesos de compras pero no tienen decisión de compra, y "Dilo con globo" apuesta mercado intermedio de clientes entre los negocios que se encuentran los modernos centros comerciales

denominados Mall, para clase media- alta hasta alta-alta y eventos empresariales y de organizaciones en general

Producto.

En cuanto a productos se elaboran arreglos de globos con productos complementarios (chocolate, flores, peluches, etc.), de alta y media calidad y personalizados

Precio

Los precios serán intermedios intermedios entre los que posee una tienda en un Mall y el mercado Oriental

Publicidad y propaganda

La publicidad y la propaganda se efectuará en base a las redes sociales, paquetes propuestos por informáticos en redes sociales para ampliar la cantidad de clientes con bajo costo, páginas web de apoyo las ventas y de ser posible plataforma similares a Tigo bienes. (Que contempla backup, (respaldo) espacio en la nube, herramientas ofimáticas, telemáticas, mecanismos de como compartir la información con el equipo, capacitación tecnológica permanente), y todo ello de forma gratuita con emplear los planes de Tigo.

Plaza

Dentro de la variable plaza se distribuirán los productos en el local de la Centroamérica y por de medio de servicio delivery en mangua

#### **4.8.2 Estrategia de Segmentación de Mercado.**

La estrategia de segmento de mercado de las empresa "Dilo con globos", se centrará entre una estrategia global este es un nivel que lo abarca todo de la segmentación, esto es, que contiene información general sobre las características

específicas de tu público, tales como edad, ingreso medio, disposición geográfica y patrones de compra.

Pero también se podría desarrollar una estrategia los segmentos del mercado localizados se usan para determinar dónde o en qué estratos puede tener mayor éxito nuestra estrategia comercial en base a una predecible mayor demanda de un determinado producto o servicio.

Esto es, consiste en la diferenciación de segmentos y productos en términos de las necesidades o preferencias de los clientes. Los criterios comunes utilizados para segmentar clientes potenciales incluyen edad, sexo, ubicación e ingresos.

En general la empresa “Dilo con un globo” GLOBOS será la estrategia indiferenciada o masiva, pero con cierto nivel de diferenciación para los segmentos de mercados altos y empresariales.

#### **4.9 Plan de Acción.**

##### **4.9.1 Acciones de Producto.**

La estrategia de productos desarrollara en base a los criterios de los diseñadores gráficos, pero la empresa se suscribirá a revistas de investigación y desarrollo de diseños de globos y materiales innovadores en su presentación y en su capacidad de ser biodegradables y I y D sobre arreglos en general.

Como ventaja competitiva se realizarán suscripciones sobre arreglos en general para bodas, cumpleaños, evento empresariales y de organizaciones y de decoración de interiores; ya que así no se estaría limitando a los futuros clientes con los tipos de pedido que quieran realizar.

#### 4.9.2 Acciones de Precio.

La estrategia de precio en productos ya difundidos será la introducción de precios, pero en los novedosos de alta grama y personalizados se seleccionara la estrategia de descremación de los precios.

Precios sin IVA (US \$)

Línea	Precio Año 1	Precio Año 2	Precio Año 3	Precio Año 4	Precio Año 5
Arreglos con globo con Chocolate p dulces de 23 Cm	15	15.75	16.54	17.36	18.23
Arreglos con globo con Chocolates o dulces de 30 Cm	20	21	22.05	23.15	24.31
Arreglos con globo con Chocolates o dulces de 1 metro	45	47.25	49.61	52.09	54.70

Tabla 20 precio si IVA

Elaboraricion propia

#### **4.9.3 Acciones de Promoción/Publicidad.**

La publicidad y la propaganda se efectuará en base a las redes sociales, paquetes propuestos por informáticos en redes sociales para ampliar la cantidad de clientes con bajo costo, páginas web de apoyo las ventas y de ser posible plataforma similares a Tigo bisnes. (Que contempla backup, (respaldo) espacio en la nube, herramientas ofimáticas, telemáticas, mecanismos de como compartir la información con el equipo, capacitación tecnológica permanente), y todo ello de forma gratuita con emplear los planes de Tigo.

**Plan de Comunicación**

<b>Actividad</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Duración/Frecuencia</b>	<b>Presupuesto</b>
<b>Redes sociales</b>	Divulgar los arreglos con globos y productos complementarios de manera interactiva	Permanente, con administración las 8 horas laborales al menos	Gratis solo de empleo o servicio de internet
<b>Tigo Bisne</b>	Divulgación de los productos de la empresa con plataforma de negocios	Permanente	Gratis solo de empleo o servicio de internet
<b>Páginas Web de apoyo a la venta</b>	Divulgación de los productos de la empresa con plataforma de negocios	Permanente	Gratis solo de empleo o servicio de internet
<b>Internet</b>		Permanente	\$ 55.00 dólares /mes

Tabla 21. Plan de Comunicación

Elaboración propia

Presupuesto de Comunicación a cinco años (US \$)

Actividad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
internet	\$ 660.00	\$ 680.00	\$ 700	\$ 721.00	\$743.00
Páginas Web de apoyo a la venta					
Tigo Bisne					
Redes sociales					
Compra de paquetes para ampliar la cantidad de cibernautas con interés de compra	\$ 250.00	\$ 258.00	\$ 266.00	\$ 274.00	\$282.00
<b>Total</b>	\$ 910.00	\$ 938.00	\$ 966.00	\$ 995.00	\$ 1,025

Tabla 22. Presupuesto de Comunicación a cinco años (US \$)

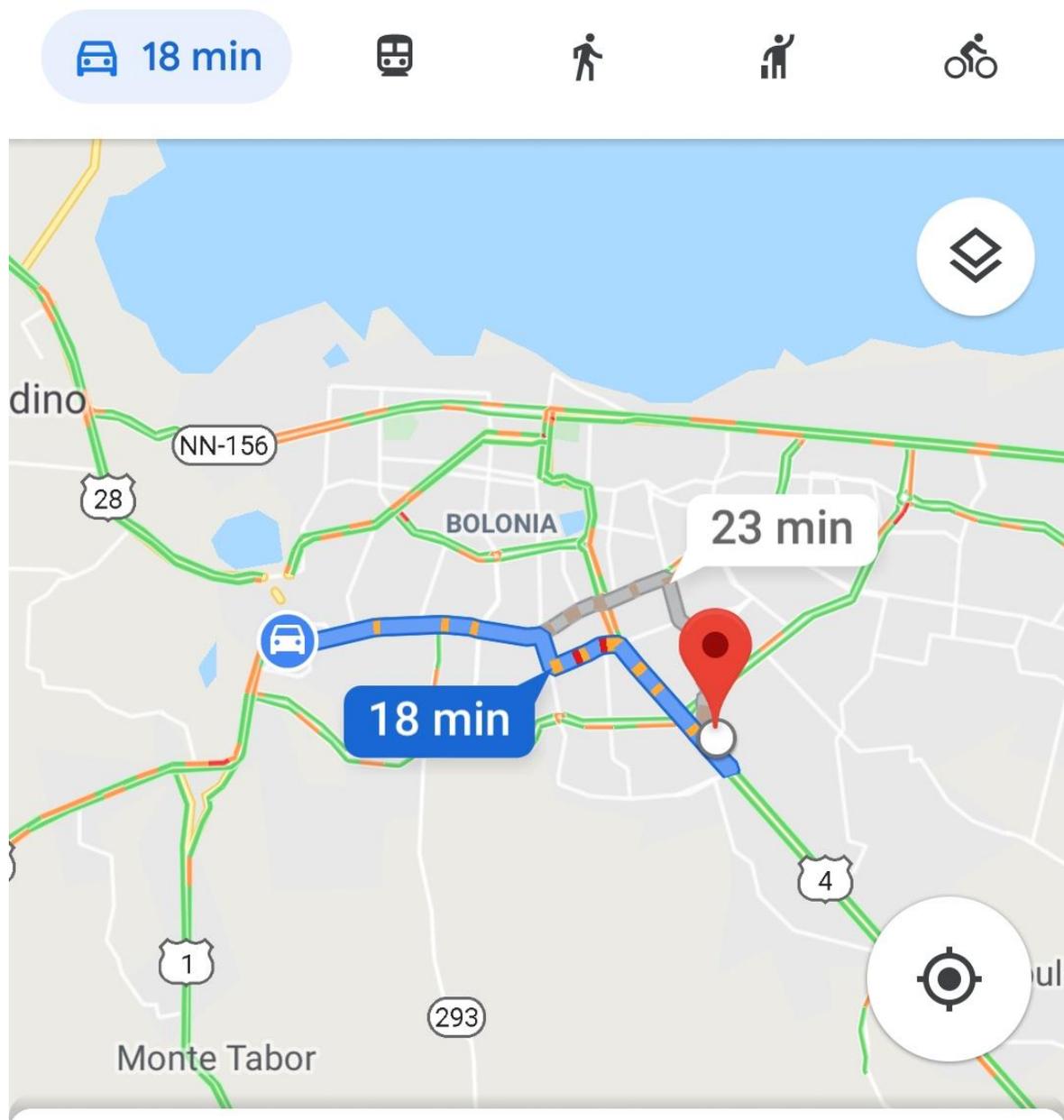
Elaboración propia

En el presente presupuesto se toma el presupuesto base y se le aplica un 3% de devaluación, por otro lado los que ocasionan costo es el pago de internet, y los paquetes para ampliar la audiencia de los potenciales clientes, el resto es gratuito.

Podemos apreciar en la tabla que el presupuesto única en \$ 910.00 en el primer año u alcanza \$ 1,025 en el quinto año

#### 4.9.4 Acciones de Distribución

En el plan de acción de distribución se contemplará la entrega en el local, y delivery y en el evento para desarrollar la decoración si el cliente los solicita.



#### 4.3.8 Proyecciones de ventas

<b>PARTICIPACION DEL MERCADO POR AÑOS DE PRODUCCION</b>					
<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Arreglo 1: Arreglo con Globo de 23 cm</b>	3225	3257	3290	3323	3356
<b>Arreglo 2: Arreglo con Globo de 30 cm</b>	1511	1526	1542	1557	1573
<b>Arreglo 3: Arreglo con globos de 1 metro</b>	202	205	207	209	211

Tabla 23. Proyeccion de ventas

Elaboracion propia

## 5. PLAN DE PRODUCCION

### 5.1. Cursograma del servicio

Para la elaboración de los preciosos arreglos con globos de la empresa, se presenta el siguiente cursograma, el cual corresponde al proceso de elaboración de nuestros productos. Se elaboró de tal manera que seamos eficientes y brindar el mejor servicio para el cliente, estimando un promedio de 30 minutos máximo en la duración de todas las actividades. La metodología empleada es la metodología ASME.

No de actividad	en	Operación	Inspección	Demora	Almacenamiento	Transporte
Descripción	Tiempo minutos					
Cliente realiza el pedido	3	●			●	
En estantes y vitrinas materia prima para arreglo	3				●	●
Colocación de materia prima en mesa de trabajo	3	●				●
Corte de papel chino	2	● ●				
Poner pistola a calentar	1	● ●			●	
Doblado de papel Chino	2	● ●				
Pegado, con silicón, de papel chino en canasta	2	● ●				

Colocar porta globos	2	● ●				
Inflar Globos con Helio	3	● ● ●				
Colocar globos en porta globos	2	● ●				
Colocar chocolates	2	● ●				
Cortar cinta de mantequilla	1	● ●				
Colocar cinta de mantequilla	1	●	●			
Aprobación de la gerente	1		●		●	
Traslado a estantes y/o vitrinas	1		●			●
Entrega de arreglo al cliente	1					

Tabla 24. Cursograma

Elaboracion Propia

## 5.2 Activos Fijos

La inversión en activos fijos para nuestro plan de negocios representa un monto de USD 11,082.00 divididos en tres rubros: edificio, equipo de cómputo y mobiliario y equipo de oficina. Cabe señalar que no se consideró la compra de un equipo de reparto ya que es un activo de alto costo, el cual no pudiéramos asumir al iniciar operaciones.

En la siguiente tabla, se describen los activos fijos que Dilo con Globos requiere para el funcionamiento de sus operaciones:

Activos fijos			
Concepto	Cantidad	Precio	Total en dólares
Edificio			
Casa 14x6 metros	1		\$8,680
Equipo de Cómputo			
Computadora de escritorio	2	\$350	\$700
Escritorio	1	\$100	\$100
Impresora	1	\$120	\$120
Mobiliario y Equipo de Oficina			
Estantes metálicos	2	\$210	\$ 420
Mesa de trabajo	2	\$50	\$100
Mueble para caja	1	\$200	\$200
Sillas lifetime	2	\$60	\$120
Silletas para espera lifetime	10	\$22	\$220
Vitrinas horizontales	2	\$76	\$152
Vitrinas verticales	2	\$135	\$ 270
Total activos fijos en dólares			US \$11,082

Tabla 24. Activos fijos

Elaboración propia

El principal rubro de inversión es la división de una casa (aporte de una de las socias) que se acondicionará para el buen funcionamiento de la empresa. Incluye muebles de oficina para darle vistosidad al local y sillas para la espera de los clientes.

### 5.3 Vida útil de los Activos Fijos

Para el cálculo de la depreciación de los activos fijos de Dilo con Globos utilizamos el método de línea recta, amparado en la ley de concertación tributaria (ley 822) y su reglamento, la cual establece la cantidad de años estimados para la utilización de un bien.

Nuestros activos están clasificados en Edificio, equipo de cómputo y mobiliario y equipo de oficina. Según la ley antes mencionada, para esta clasificación encontramos los siguientes porcentajes de depreciación:

Detalle de Activos fijos	% Depreciación anual
Equipo de cómputo	50%
Mobiliario y equipo de oficina	20%

Tabla 25. Detalle de activos fijos

Elaboración propia

A continuación, se presenta un cuadro resumen con los valores de los activos fijos iniciales y los años de vida útil con sus cuotas establecidas luego de la aplicación de los porcentajes definidos en la tabla anterior.

Activos fijos y depreciación anual				
Concepto	Cantidad	Precio	Total en dólares	Vida útil en años
Equipo de Cómputo				
Computadora de escritorio	2	\$350	\$700	2
Escritorio	1	\$100	\$100	5
Impresora	1	\$120	\$120	2
Mobiliario y Equipo de Oficina				
Estantes metálicos	2	\$210	\$420	5
Mesa de trabajo	2	\$50	\$100	5
Mueble para caja	1	\$200	\$200	5
Sillas lifetime	2	\$60	\$120	5
Silletas para espera lifetime	10	\$22	\$220	5
Vitrinas horizontales	2	\$76	\$152	5
Vitrinas verticales	2	\$135	\$270	5
Total activos fijos en dólares			\$11,082	

Tabla 26. Activos fijos y depreciación anual

Elaboración propia

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

Las vitrinas se comprarán en la casa de las vitrinas, incluye garantía de 5 años por fallas de fabricación. No se estima mantenimientos necesarios para estos activos.

Silletas Lifetime y mesas de trabajo lifetime se comprarán en Walmart que es el proveedor con los mejores precios, estas silletas con de gran resistencia e n incluye garantía ni mantenimientos.

Mueble para caja de melanina, será comprado en la Curacao que tiene en oferta este tipo de muebles, incluye garantía por 5 años por defectos de fábricas, no incluye mantenimientos ni reparaciones.

Estantes metálicos, se comprarán en Price smart, incluye garantía de por vida y no incluye mantenimiento ni reparaciones.

Computadora, escritorio e impresora. Estos activos serán comprados en CONICO, Incluyen 2 años de garantía de fábrica y dos mantenimientos anuales por dos años por la compra

#### 5.4 Capacidad planificada y futura

La capacidad nominal de producción anual de la empresa Dilo con Globos se estima en 7,200 unidades por año, dado que se estima que supere la demanda en un 31.4% no habrá incremento de la capacidad instalada en la empresa para todo el periodo de proyección.

Dado que la capacidad instalada supera la demanda estimada para los próximos 5 años de operaciones no se considera ningún inconveniente la capacidad ociosa por año estimada según el cuadro siguiente:

Capacidad planificada y Futura				
Año	Producción anual	Demanda anual	Eficiencia	Capacidad ociosa
1	7,200	4,939	68.60	31.40%
2	7,200	4,988	69.28	30.72%
3	7,200	5,038	69.97	30.03%
4	7,200	5,089	70.68	29.32%
5	7,200	5,140	71.39	28.61%

Tabla 27. Capacidad planificada futura.

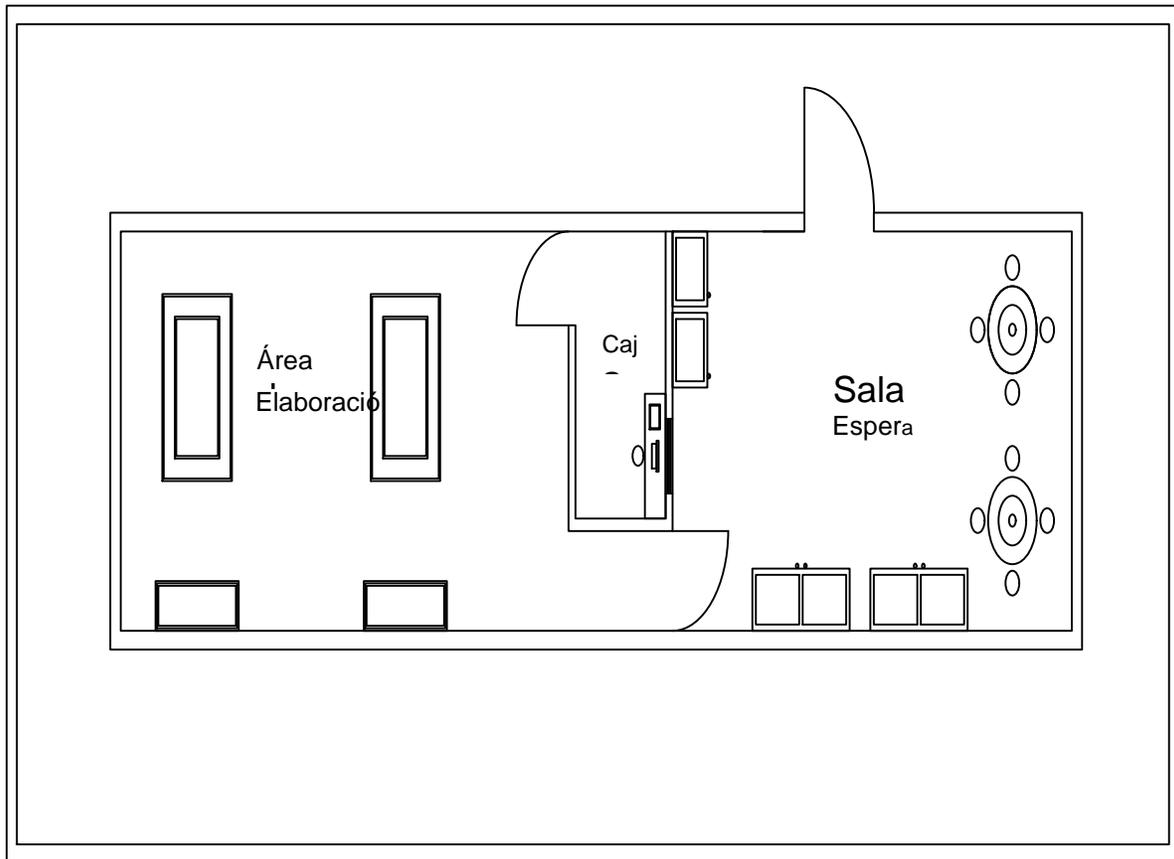
Elaboracion Propia

La eficiencia aumenta levemente año a año, lo que hace que la capacidad ociosa vaya disminuyendo de forma inversamente proporcional.

Para conocer la producción anual tomamos en cuenta la jornada laboral de 8 horas y la cantidad de personas de que constituye la empresa 5 personas, nos indicó que la capacidad ociosa es de 31.4% en el primer año y esta va disminuyendo conforme

los años ya que va aumentando la demanda del producto ya que en 5 años seremos una de las mejores empresas comercializadora de arreglos con globos.

### Plano de Dilo con Globos



El plano de la empresa Dilo con globos presenta los diversos ambientes con los que contará el emprendimiento. Se muestra la entrada lo que da acceso a la sala de espera, vitrinas mostradores y áreas de atención a las y los clientes.

En las vitrinas mostradores se podrán observar materiales diversos, como globos, porta globos, bases diversas etc. Y además se podrán visualizar los estantes donde habrá muestra permanente de diversos arreglos.

A la par de las vitrinas mostradores se encontrará caja y justo detrás de ambos ambientes está el espacio destinado para la elaboración de los arreglos con globos.

A la par de caja estará un espacio destinado para la gerencia de Dilo con Globos

## 5.5 Materia prima necesaria y costo de la materia prima

Costos unitarios de la Materia Prima:

En este apartado se mostrará la contabilización de toda la materia prima requerida para la elaboración de nuestros productos. Para “*Dilo con Globos*” se presentarán tres tablas con sus respectivos costos de materia prima ya que son 3 diferentes tamaños de arreglos.

Cabe señalar que, para la elaboración de los diferentes arreglos con globos que se ofertarán se requiere de una cantidad de materia prima que es de fácil acceso ya que la podemos encontrar en librerías y tiendas o módulos en los mercados municipales.

A excepción del Helio que lo distribuye la empresa Productos del Aire los demás insumos y materiales son de fácil e irrestricto acceso.

Arreglo 1: Arreglo con Globo de 23 cm

Este arreglo incluye materia prima e insumos necesarios para su elaboración, Globos Qualitylatex, chocolates, portaglobos, etc.

<i>Arreglo de 23 cm</i>					
Materia Prima	Cantidad	Unidad de medida	de	Costo unitario	Total en dólares
Chocolates o dulce.	2	Unidad		\$1.35	\$2.70
Helio	0.008	Metro cúbico		\$52.89	\$0.42
Globos Qualitylatex	1	Unidad		\$1.00	\$1.00
Globos 23 cm burbuja	1	Unidad		\$0.06	\$ 0.06
Portaglobo	1	Unidad		\$ 0.13	\$0.13
Macetera	1	Unidad		\$1.05	\$1.05
Papel chino	2	Pliego		\$ 0.05	\$ 0.10
Cinta de mantequilla	3	Yarda		\$ 0.02	\$ 0.05
Silicón barra	1	Tubo		\$0.15	\$ 0.15
<b>TOTALES</b>					<b>\$5.66</b>

Tabla 28. Costos unitarios de la Materia Prima arreglo de 23 cm

#### Arreglo 2: Arreglo con Globo de 30 cm

Este arreglo incluye los materiales necesarios y de calidad para su adecuada elaboración y un acabado que agrade al o la cliente.

<i>Arreglo de 30 cm</i>					
Materia Prima	Cantidad	Unidad de medida	Costo unitario	Total en dólares	
Chocolates o dulce.	4	Unidad	\$ 1.35	\$ 5.41	
Helio	0.015	Mt cúbico	\$ 52.89	\$ 0.79	
Globos Qualitylatex	1	Unidad	\$ 2.00	\$ 2.00	
Globos 30 cm burbuja	1	Unidad	\$ 0.06	\$ 0.06	
Portaglobo	1	Unidad	\$ 0.13	\$ 0.13	
Macetera o canasta	1	Unidad	\$ 1.05	\$ 1.05	
Papel chino	1	Pliego	\$ 0.05	\$ 0.05	
Cinta de mantequilla	3	Yarda	\$ 0.02	\$ 0.05	
Silicón barra	1	Tubo	\$ 0.15	\$ 0.15	
<b>TOTALES</b>				<b>\$ 9.68</b>	

Tabla 29. Costos unitarios de la Materia Prima arreglo de 30 cm

### Arreglo 3: Arreglo con globos de 1 metro

Es el más grande de los que se ofertarán. Con la misma estrategia que todos los arreglos incluye los materiales de calidad para una vista y tacto agradable.

<i>Arreglo de 1 Metro</i>				
Materia Prima	Cantidad	Unidad de medida	Costo unitario	Total en dólares
Chocolates o dulce.	7	Unidad	\$41.35	\$ 9.46
Helio	0.042	Mt cúbico	\$ 52.89	\$ 2.22
Globos Qualitylatex de 1 Mt	3	Unidad	\$ 4.00	\$12.00
Globos 30 cm burbuja	1	Unidad	\$ 0.06	\$ 0.06
Portaglobo	3	Unidad	\$ 0.13	\$ 0.38
Macetera	1	Unidad	\$ 1.05	\$ 1.05
Papel chino	3	Pliego	\$ 0.05	\$ 0.15
Cinta de mantequilla	4	Yarda	\$ 0.02	\$ 0.06
Silicón barra	2	Tubo	\$ 0.15	\$ 0.30
<b>TOTALES</b>				<b>\$25.68</b>

Tabla 30 Costos unitarios de la Materia Prima arreglo de 1 metro.

Elaboracion propia.

Las cantidades anuales en dólares que se necesitan de materiales para la elaboración de los arreglos se pueden ver en el costo de los bienes vendidos en los estados de resultado proyectados para cada año.

PLAN DE NEGOCIO DILO CON GLOBOS

COSTO BRUTO EN DÓLARES POR TIPO DE ARREGLO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Líneas de productos	Costo unitario				
Arreglos de globos con chocolate o dulces de 23 Cm	5.66	5.94	6.24	6.55	6.88
Arreglos de globos con chocolate o dulces de 30 Cm	9.68	10.17	10.68	11.21	11.77
Arreglos de globos con chocolate o dulces de 1 Metro	25.68	26.96	28.31	29.73	31.21

Tabla 31. costo bruto en dólares por tipo de arreglo.

Elaboracion Propia

PARTICIPACION DEL MERCADO POR AÑOS DE PRODUCCION

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arreglo 1: Arreglo con Globo de 23 cm	3225	3257	3290	3323	3356
Arreglo 2: Arreglo con Globo de 30 cm	1511	1526	1542	1557	1573
Arreglo 3: Arreglo con globos de 1 metro	202	205	207	209	211

Tabla 32. Participacion de mercado por años de produccion

Elaboracion Propia

COSTOS TOTALES DE MATERIA PRIMA EN DOLARES					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arreglo 1: Arreglo con Globo de 23 cm	\$18,254.00	\$19,358.37	\$20,529.55	\$21,771.59	\$23,088.77
Arreglo 2: Arreglo con Globo de 30 cm	\$14,633.80	\$15,519.15	\$16,458.06	\$17,453.77	\$18,509.72
Arreglo 3: Arreglo con globos de 1 metro	\$5,200.22	\$5,514.34	\$5,848.49	\$6,202.32	\$6,577.56
<b>TOTALES</b>	<b>\$38,088.03</b>	<b>\$40,392.35</b>	<b>\$42,836.09</b>	<b>\$45,427.67</b>	<b>\$48,176.05</b>

Tabla 33. Costo totales de materia prima en \$

Elaboracion Propia

Disponibilidad de materia prima, fuentes y precios.

Para el abastecimiento de la materia prima se seleccionó a GONPER librerías donde se encuentra todos los materiales necesarios como tiras de silicón, pistola de

silicón, papel crepe, cinta de mantequilla y la materia prima para desarrollar la actividad de crear arreglos con globos. Incluso se comprarán globos en GONPER. Las compras se harán en GONPER.

Productos del Aire será el proveedor de Helio, facilitará el tanque y dispensador para llenar los globos con helios, se encargan de llevar el tanque hasta el negocio.

Los chocolates serán comprados en Café soluble S.A. que es la distribuidora más grande y tiene los mejores precios en chocolates Snickers en Nicaragua. Se hará el contacto para que pasen distribuyendo los chocolates por la empresa.

### 5.6 Mano de Obra directa e indirecta

La empresa Dilo con Globos será una empresa con enfoque de género, incluye la contratación de 5 personas; todas mujeres. Los salarios se establecieron según el código laboral y sus leyes pertinentes.

Mano de obra directa:

Se contratará una decoradora que será el artífice principal de los arreglos.

Mano de OBRA DIRECTA Salarios en dólares	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
Decoradora	1	\$240	1	\$247.20	1	\$254.62	1	\$262.25	1	\$270.12
Total	1	\$240	1	\$247.20	1	\$254.62	1	\$262.25	0	\$270.12
Total por año	2,880		2,966		3,055.39		3,147.05		3,241.47	

Tabla 34. Mano de obra Directa

Elaboracion Propia

Se estableció un crecimiento anual del 3% en salarios tomando en cuenta el posicionamiento que tendrá Dilo con Globos y la recuperación estimada para la economía a partir del año siguiente.

Se cumplirá con las prestaciones de ley con el personal de Dilo con Globos, el pago de aguinaldo, vacaciones, la indemnización, el pago del INSS patronal y el pago con el inatec.

Detalle del costo del personal con las prestaciones sociales M.O.D.					
Costo personal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empleados	1	1	0	0	0
Salarios	\$ 2,880.0 0	\$ 2,966.40	\$ 3,055.39	\$ 3,147.05	\$ 3,241.47
Prestaciones + seguridad social	\$ 1,396.8 0	\$ 1,438.70	\$ 1,481.87	\$ 1,526.32	\$ 1,572.11
Total costo personal	\$ 4,276.8 0	\$ 4,405.10	\$ 4,537.26	\$ 4,673.37	\$ 4,813.58

Tabla 35. Detalle del costo del personal con las prestaciones sociales M.O.D.

Elaboracion Propia

#### Mano de obra indirecta

La mano de obra indirecta estará compuesta por dos mujeres que ocuparán la gerencia y caja de la empresa Dilo con Globos. Ellas no intervienen de forma directa en la elaboración pero si colaboran con la diseñadora en el proceso. Lo que se

busca es empoderar a las socias y crear una cultura de trabajo en equipo mediante la colaboración entre todas.

Mano de OBRA INDIRECTA, salarios en dólares	Año 1 / Mes		Año 2 / Mes		Año 3 / Mes		Año 4 / Mes		Año 5 / Mes	
	Can	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario
Gerente	1	\$320	1	\$329.60	1	\$339.49	1	\$349.67	1	\$360.16
Cajera	1	\$200	1	\$206.00	1	\$212.18	1	\$218.55	1	\$225.10
Total	2	\$520	2	\$535.60	2	\$551.67	2	\$568.22	2	\$585.26
Total anual en dólares		\$6,240	\$6,427.2	\$6,620.02	\$6,818.62	\$7,023.17				

Tabla 36. Mano de obra indirecta

Elaboracion propia

La mano de obra indirecta que reforzará la empresa Dilo con globos son dos personas, gerente y cajera. Cada uno con sus respectivas funciones bien definidas y consolidando el trabajo en equipo.

Detalle del costo del personal con las prestaciones sociales M.O.I. en dólares					
Costo personal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empleados	2	2	2	2	2
Salarios	\$ 6,240.0 0	\$ 6,427.20	\$ 6,620.02	\$ 6,818.62	\$ 7,023.17
Prestaciones + seguridad social	\$ 3,026.4 0	\$ 3,117.19	\$ 3,210.71	\$ 3,307.03	\$ 3,406.24
Staff (Contador a publico)	\$ 4,500.0 0	\$ 4,590.00	\$ 4,681.80	\$ 4,775.44	\$ 4,870.94
Total costo personal	\$ 13,766. 40	\$ 14,134.3 9	\$ 14,512.52	\$ 14,901.0 8	\$ 15,300.36

Tabla 37. Detalle del costo del personal con las prestaciones sociales M.O.I.

Elaboracion Propia

El pago de la mano de obra indirecta incluye el cumplimiento de todas las prestaciones sociales derivadas de la contratación, incluyendo las prestaciones como treceavo mes, vacaciones, indemnización, pago de inss patronal e inatec.

Staff de la empresa Dilo con Globos

Para disminuir los cargos a la planilla se decide contratar una contadora como Staff, de esta forma se evitan pago de inss patronal, vacaciones, treceavo, se disminuye la inversión dado que no es necesario comprar un software.

De igual manera se decide contratar una repartidora con moto para realizar el delivery de la empresa, el objetivo disminuir la inversión al no tener que comprar

moto, los gastos de reparación y mantenimiento serán sustituidos por el pago de depreciación que incluye mantenimiento, reparación y combustible.

STAFF (Externo)	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
Contador	1	\$225	1	\$229.5	1	\$234.09	1	\$238.77	1	\$243.55
Repartidora	1	\$150	1	\$153.0	1	\$156.06	1	\$159.18	1	\$162.36
Total	2	\$375	2	\$382.5	2	\$390.15	2	\$397.95	2	\$405.91

Tabla 38 Staff de la empresa Dilo con Globos

Elaboracion propia

### 5.7 Gastos generales de la empresa

Se presenta una estimación de los gastos generales de la empresa Dilo con Globos para los próximos 5 años de operaciones; en estos se incluyen los servicios básicos, de administración, materiales de reposición periódica y otros gastos considerados necesarios para el adecuado funcionamiento de la empresa.

Se aplicó un 5% de incremento en los gastos generales considerando principalmente la inflación promedio de los últimos años.

Gastos Generales					
Detalles	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Presupuesto de Mercadeo	\$250.00	\$262.50	\$275.63	\$289.41	\$303.88
Depreciación	\$726.40	\$726.40	\$316.40	\$316.40	\$316.40
Servicios básicos (agua, luz, etc.)	\$1,538.06	\$1,614.96	\$1,695.71	\$1,780.50	\$1,869.52
Combustible	\$1,200.00	\$1,260.00	\$1,323.00	\$1,389.15	\$1,458.61
Materiales de reposición	\$72.22	\$75.83	\$79.63	\$83.61	\$87.79
1% sobre ventas	\$877.16	\$930.23	\$986.51	\$1,046.20	\$1,109.49
Matricula alcaldía (2%)	\$1,754.33	\$1,860.47	\$1,973.02	\$2,092.39	\$2,218.98
<b>Gastos Generales</b>	<b>\$6,418.18</b>	<b>\$6,730.40</b>	<b>\$6,649.90</b>	<b>\$6,997.65</b>	<b>\$7,364.67</b>
Gastos Generales sin depreciación	\$5,691.78	\$6,004.00	\$6,333.50	\$6,681.25	\$7,048.27

## 6.- PLAN DE ORGANIZACIÓN

### 6.1 Forma de la Empresa

Forma de Constitución Legal de la Empresa.

Forma de constitución de la empresa será como sociedad Anónima ya que seremos tres socias Francisca López Rocha, Jennyfer Espinales Pastran y Mayeli Saborio Solis, que podrán decidir sobre el desarrollo y crecimiento de la misma, el tipo de empresa será una sociedad anónima dichas socias fundaran la empresa con el 89 %de aporte de capital propio y el otro 11% será financiado por una entidad bancaria ya que no se cuenta con el total disponible. Todo esto con el objetivo de poner en marcha una idea emprendedora.

Esta decisión tiene sus ventajas y desventajas, a continuación se describirán algunas de ellas:

Ventajas de una empresa constituida como sociedad anónima.

- Tiene responsabilidad limitada (el dueño o los dueños de la empresa asumen solo de forma limitada la responsabilidad por las obligaciones o deudas que pueda contraer la empresa, las cuales solo se garantizan con los bienes, capital o patrimonio que pueda tener la empresa).
- Mayor disponibilidad de capital, ya que este puede ser aportado por varios socios ( en este caso seremos 3 socias)
- Mayores posibilidades de acceder a créditos financieros (los bancos o entidades financieras suelen mostrar mayor disposición a conceder préstamos a Personas Jurídicas, así como de ofrecerles mejores condiciones).
- El propietario y los socios trabajadores de la empresa pueden acceder a beneficios sociales y seguros.

Desventajas de una empresa constituida como sociedad anónima.

Mayor dificultad al momento de constituirla, presenta una mayor cantidad de trámites y requisitos (los cuales incluyen elaborar una minuta de constitución y hacer un inventario de los bienes aportados).

- Requiere de una mayor inversión para su constitución.
- Se les exige llevar y presentar una mayor cantidad de documentos contables.
- La propiedad, el control y la administración pueden recaer en varias personas (socios).
- Presenta una mayor dificultad para cerrarse (liquidarse y disolverse) o venderse.

Tamaño de la empresa

El tamaño de una empresa según la Ley 645 se clasifica de acuerdo al número total de trabajadores permanentes, activos totales y ventas totales anuales.

	Micro	Pequeña	Mediana
<b>Número de Trabajadores</b>	1-5	6-30	31-100
<b>Activos Totales (córdobas)</b>	Hasta 200 mil	Hasta 1.5 millones	Hasta 6.0 millones
<b>Ventas Totales Anuales (córdobas)</b>	Hasta 1 millón	Hasta 9 millones	Hasta 40 millones

Tabla 40. Reglamento de Ley MIPYME

Tramite	Instancia	Requisitos	Duración
<b>Constitución Legal</b>	Registro Público Mercantil y de la Propiedad.	Escritura de Constitución	1 mes
		“Solicitud de inscripción con GLOBOS” como Comerciante original en papel sellado y firmada por el propietario.	
		Libros Contables de la empresa.	
		*Poder General de Administración en papel sellado con C\$ 70 de timbres fiscales.	
<b>Número RUC</b>	Dirección General de Ingresos	Copia certificada del acta constitutiva y sus estatutos, debidamente inscritos en los respectivos libros que lleva el Registro.	1 mes
		*Documentos de identificación del Representante Legal de la persona jurídica, el documento que hace constar su domicilio fiscal.	
<b>Poder de Administración al Representante Legal</b>	Notario	Documentos de Identidad del Representante.	1 día
<b>Certificado de MIPYME</b>	Ministerio de fomento, industria y comercio MIFIC	Fotocopia Cédula de Identidad	3 días
		Fotocopia Carnet RUC	
		Fotocopia de Matrícula de la Alcaldía vigente	
<b>Contribuyente a la Admón. De Rentas</b>	Administración n de Rentas	Solicitar inspección como contribuyente	1 semana

		Realizar inspección en el comercio.	
<b>Registro en la Alcaldía</b>	Alcaldía de Managua	Copia de escritura de constitución	1 semana
		Fotocopia Cédula de Identidad	
		Fotocopia Carnet RUC	
		Libros contables debidamente registra	
<b>Registro de afiliar a los trabajadores</b>	Instituto Nicaragüense de la Seguridad Social INSS	Inscripción y movimiento del empleador.	3 días
		Inscripción e ingreso del trabajador.	
		Inscripción del beneficiario (a).	
		Contrato de Acceso al sistema integrado de aplicaciones específicas.	
		*Cédula de identidad.	
		Copia de la Cédula RUC.	
		Matrícula municipal. Licencia en materia de higiene y seguridad del MITRAB.	
		Constancia de la DGI.	

		Carta de Solicitud de Afiliación.	
<b>Apertura de Cuenta</b>	Banpro	Cedula RUC	1 semana
		Documentos Representante Legal.	
		Origen de Fondos.	

Clasificación Legal de Pequeñas y Medianas empresas en Nicaragua. Fuente: Reglamento de Ley MIPYME, Decreto No. 17-2008. *DILO CON GLOBOS* es considerada de acuerdo a su tamaño como una micro empresa ya que tiene un total de 5 trabajadores.

#### 6.1.2.- Trámites, permisos y licencias de operación que debe cumplir

Para la legalización de la empresa Dilo con Globos como sociedad anónima se debe cumplir ciertos requisitos y cumplir con permisos específicos de acuerdo al tipo de negocio. Dichos trámites están descritos a continuación:

Tabla 41 Tramites de operacion

Elaboracion propia

## 6.2 Estructura Organizacional



Grafico Estructura organizacional.

### Funciones

Gerencia General debe encargarse de dirigir a la empresa como un todo y, por otro, es la instancia que asegura el control y la supervisión de la dirección general y, concretamente, de toda la empresa. Asimismo, debe velar por los intereses de la empresa, en especial por su continuidad en el largo plazo. Supervisa, coordina y delega el trabajo de los demás departamentos de tal forma que cumplan con los objetivos de la organización. Este a su vez se encarga del área financiera, de los ingresos, egresos activos y pasivos. Controla los gastos de compras de producción realiza balances mensuales y análisis financiero, teniendo el contacto con entidades financiera. Controla los bienes de la empresa y la contratación personal sus relaciones laborales, sociales.

Departamento de Marketing En este departamento se crea estrategias de venta con promoción, promociones y todo aquello que innovara el producto para hacerlo más atractivo en términos comerciales, llevando el control sobre las ventas realizadas, y establecer el informe de actividades y novedades al gerente.

Departamento de Operaciones Es el encargado de verificar la materia prima e insumos, de los despachos a los operadores, verificando el desarrollo de las etapas de producción, el trabajo de la decoradora Coordinar la transportación y todos aquellos insumos inventariados en bodega y los que recibe. Es quien controla y aprueba el producto terminado y su calidad. De este se ramifica otro departamento que será el de servicio a domicilio el que se encargara de entregar los arreglos terminados.

### Actividades y gastos pre operativos

A continuación se describen las actividades y gastos pre-operativos que DILO CON GLOBOS debe realizar antes de poner en funcionamiento la empresa. La información se muestra en la siguiente tabla con la duración y el costo de cada una.

Gastos pre operativos	
CONCEPTO	Dólares
Libros contables	\$24
Foliado de libros	\$24
1% por inscripción	\$206
Viáticos	\$36
Pago por servicios legales	\$200
Timbres	\$8
Acta constitutiva	\$149

2% por matrícula	\$412
Total inversiones preoperacionales	\$1,059

Tabla 42 Gastos preoperativos

Elaboración Propia

Estos gastos están acompañando a las siguientes actividades preoperacionales:

- a. Elaboración acta de constitución
- b. Inscripción de la personería jurídica en registro público y mercantil
- c. Retiro de acta ya inscrita
- d. Inscripción en alcaldía de Managua
- e. Inscripción en la dirección general de ingresos
- f. Inscripción en el instituto nicaragüense de seguridad social
- g. Inscripción en el instituto tecnológico nacional
- h. Búsqueda de Financiamiento.
- i. Proceso de contratación de personal
- j. Capacitación de Personal
- k. Cotización, compra e instalación de Muebles

### DIAGRAMA DE GANTT

En el siguiente diagrama de Gantt se presentarán la lista de actividades conforme el tiempo necesario para cada una de las distintas tareas a ejecutar.

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Diseño de Plan de Negocios												
Trámites de Legalización												
Remodelación												

Tabla 43 Diagrama de Gantt

### 7.- PLAN DE FINANZAS

El presente plan de finanzas presenta el plan de inversión necesario para la implementación del plan de negocio Dilo con Globos. De igual manera se presentan los Estados de Situación Financiera, Estado de Resultado, Flujo de efectivo proyectados a partir de las estimaciones realizadas de ingresos, costos y gastos; punto de equilibrio y razones financieras.

Es decir que se presentan los resultados del proceso elaborado, evaluando la viabilidad financiera y determinando si se debe o no invertir en nuestro plan de negocios.

#### 7.1.- Plan financiero.

El Monto total de la inversión para poner en marcha Dilo con globos es de USD \$ 22,444.98 (veintiún mil novecientos cuarenta y dos dólares con 73 centavos). Este monto lo conforma la compra de activos fijos, el capital de trabajo y los gastos preoperativos.

Del total de la inversión, el 89% será asumido por los socios y el 11% restante, equivalente a \$ 2,402.00, será financiado por un préstamo en un banco nacional.

En la siguiente tabla, se muestra el detalle:

PLAN DE NEGOCIO "DILO CON GLOBOS"

Concepto	Inversión total	Financiamiento	
	Monto	Fondos Propios	Préstamos
Terreno y Edificio	\$ 8,680.00	\$ 8,680.00	
Casa	\$ 8,680.00	\$ 8,680.00	
Equipo de Oficina y Producción	\$ 1,502.00	\$ -	\$ 1,502.00
Vitrinas horizontales	\$ 152.00	\$ -	\$ 152.00
Vitrinas verticales	\$ 270.00	\$ -	\$ 270.00
Sillas rífateme	\$ 120.00	\$ -	\$ 120.00
Silletas para espera lifetime	\$ 220.00	\$ -	\$ 220.00
Estantes metálicos	\$ 420.00	\$ -	\$ 420.00
Mesa de trabajo	\$ 100.00	\$ -	\$ 100.00
Escritorio	\$ 100.00	\$ -	\$ 100.00
Impresora	\$ 120.00		\$ 120.00
Equipo de Computo	\$ 900.00		\$ 900.00
Computadora de escritorio	\$ 700.00	\$ -	\$ 700.00
Mueble para caja	\$ 200.00		\$ 200.00
Capital de Trabajo:	\$ 10,303.83	\$ 10,303.83	
Capital Trabajo	\$ 10,303.83	\$ 10,303.83	
Gastos pre operativos	\$ 1,059	\$ 1,059	
Gastos pre operativos	\$ 1,059	\$ 1,059	
Totales:	\$ 22,444.98	\$ 20,042.98	\$ 2,402.00

	Total	Aporte	Financiamiento
	100%	89%	11%

Tabla 44. Tabla de plan financiero

Elaboración propia

## 7.2.- Estado de pérdidas y ganancias

Este estado nos muestra el comportamiento de las ganancias de la empresa Dilo con Globos en un periodo de proyección de 5 años de operaciones.

Calculo de Rentabilidad Proyectada					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$87,716.49	\$93,023.34	\$98,651.25	\$104,619.65	\$110,949.14
Costo de los bienes vendidos	\$42,364.83	\$44,797.46	\$47,373.35	\$50,101.05	\$52,989.63
Utilidad Bruta	\$45,351.66	\$48,225.88	\$51,277.90	\$54,518.60	\$57,959.51
Gastos Generales (sin depreciación)	\$5,691.78	\$6,004.00	\$6,333.50	\$6,681.25	\$7,048.27
Gastos Administración	\$13,766.40	\$14,134.39	\$14,512.52	\$14,901.08	\$15,300.36
Depreciación	\$726.40	\$726.40	\$316.40	\$316.40	\$316.40
Total Gastos de Operación	\$20,184.58	\$20,864.79	21,162.42	21,898.73	22,665.03
Utilidad de Operación	\$25,167.08	\$27,361.09	\$30,115.48	\$32,619.87	\$5,294.49
Intereses pagados	\$397.01	\$308.44	\$203.15	\$77.25	
Utilidad antes de impuestos	\$24,770.07	\$27,052.65	\$29,912.33	\$32,542.61	\$35,294.49
Impuestos 30% IR	\$7,431.02	\$8,115.79	\$8,973.70	\$9,762.78	\$10,588.35
Utilidad neta	\$17,339.05	\$18,936.85	\$20,938.63	\$22,779.83	\$24,706.14

Tabla 45 Calculo de rentabilidad proyectada

Elaboración propia.

En el cuadro anterior, podemos apreciar que el Estado de Resultados de la empresa Dilo con globos, presenta utilidades en cada uno de los cinco años de estudio proyectado. Estas utilidades empiezan en USD 17,339.05 y se van incrementando hasta llegar a USD 24706.14 en el año cinco.

La tendencia general de todas las ganancias (ganancia bruta, ganancia de operación y ganancia neta) es positiva, aumentando un estimado de tres puntos porcentuales desde el año 1 al año 5 del plan de negocios.

### 7.3.- Balance general

El balance general es el instrumento financiero que nos permite conocer la situación financiera del plan de negocio en el transcurso de los años de proyección.

En el caso particular del plan de negocio de la empresa Dilo con Globos se puede observar que los valores aumentan de forma constante y consistente durante los 5 años proyectados.

Estado de Situación Financiera						
ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes	\$11,362.98	\$28,978.73	\$48,103.72	\$68,715.19	\$91,040.94	\$116,063.48
Caja y bancos	\$11,362.98	\$28,978.73	\$48,103.72	\$68,715.19	\$91,040.94	\$116,063.48
Activos No Corrientes						
Propiedad, Planta y Equipo	\$11,082.00	\$10,355.60	\$9,629.20	\$9,312.80	\$8,996.40	\$8,680.00

PLAN DE NEGOCIO "DILO CON GLOBOS"

Terreno y Edificio	\$8,680.00	\$8,680.00	\$8,680.00	\$8,680.00	\$8,680.00	\$8,680.00
Equipo de oficina y Producción	\$1,502.00	\$1,502.00	\$1,502.00	\$1,502.00	\$1,502.00	\$1,502.00
Equipo de computo	\$900.00	\$900.00	\$900.00	\$900.00	\$900.00	\$900.00
Depreciación acumulada		(\$726.40)	(\$1,452.80)	(\$1,769.20)	(\$2,085.60)	(\$2,402.00)
Activo Diferido	-	-	-	-	-	-
Pre-Operativos (Constitución y Legalización)	-	-	-	-	-	-
Amortización Diferidos		-	-	-	-	-
Total de activos diferidos	-	-	-	-	-	-
Total de activos	\$22,444.98	\$39,334.33	\$57,732.92	\$78,027.99	\$100,037.34	\$124,743.48
<b>PASIVOS</b>						
	2,402.00	1,952.30	1,414.04	770.48	-	-
Pasivo largo plazo	2,402.00	1,952.30	1,414.04	770.48	-	-

Préstamo largo plazo	2,402 .00	1,952. 30	1,414. 04	770.48	-	-
<b>CAPITAL</b>						
	20,04 2.98	37,38 2.03	56,318 .88	77,257 .51	100,03 7.34	124,74 3.48
Capital social	20,04 2.98	20,04 2.98	20,042 .98	20,042 .98	20,042. 98	20,042. 98
Utilidad acumulada			17,339 .05	36,275 .91	57,214. 54	79,994. 37
Utilidad del periodo		17,33 9.05	18,936 .85	20,938 .63	22,779. 83	24,706. 14
<b>Total pasivo mas capital</b>						
	22,44 4.98	39,33 4.33	57,732 .92	78,027 .99	100,03 7.34	124,74 3.48

Tabla 46 Balance General.

El cuadro anterior muestra las cifras obtenidas en los primeros cinco años de vida proyectados en Dilo Con globo. Se puede observar un incremento en los activos con el paso de los años, disminución en los pasivos, esto debido al pago del financiamiento. La utilidad presenta un porcentaje de aumento cada año y para el año cinco encontramos una utilidad acumulada de \$ 79,994.37

#### 7.4.- Estado de flujo de caja

El estado de flujo de caja muestra el comportamiento del efectivo de un periodo a otro. En el flujo de caja del plan de negocios Dilo con Globos se puede observar que

en cada periodo se adiciona efectivo, reforzando la liquidez de la empresa durante los cinco años de proyección.

Estado de Flujo de caja						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo inicial		11,362. 98	28,978. 73	48,103. 72	68,715. 19	91,040. 94
Ingresos (Utilidad contable)	22,445	17,339. 05	18,936. 85	20,938. 63	22,779. 83	24,706. 14
Egresos	11,082					
Amortización		449.70	538.27	643.56	770.48	-
Depreciación		726.40	726.40	316.40	316.40	316.40
Saldo final	11,363	28,978. 73	48,103. 72	68,715. 19	91,040. 94	116,063 .48

Tabla 47 Estado de flujo de caja

En la tabla anterior, se muestra el flujo de caja de la empresa, descontando de la utilidad anual las amortizaciones de préstamo y la depreciación de los activos; y durante los cinco años se observa un flujo positivo para cada año que varía de forma incremental.

### 7.5.- Programa de devolución del préstamo

Para abonar con el esfuerzo del plan de negocios para crear la empresa Dilo con Globos se requerirá de un préstamo por \$ 2,402.00, con un plazo de 4 años, pagaderos en cuotas mensuales y con una tasa de interés del 18% anual simple.

El cálculo de la cuota se realizó con el auxilio de las funciones financieras de Excel cuyo resultado fue:

Cálculo Cuota Préstamo	
Monto	\$ 2,402.00
Interés Anual	18%
Plazo en Meses	48
Cuota	(\$70.56)
Seguros	0%
Cuota Total	\$ 70.56

Tabla 48 Cálculo Cuota Préstamo

El programa de devolución del préstamo resultante se presenta en la tabla siguiente:

Año 1: Doce cuotas mensuales iguales, con un saldo de capital de largo plazo por 1952.3, amortizando un total de \$ 449.70 dólares de capital y un total de interés a pagar de \$ 397.01.

Tabla de amortización de préstamo				
Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo
0				\$ 2,402.00
Año 1				
1	\$ 70.56	\$ 36.03	\$ 34.53	\$ 2,367.47
2	\$ 70.56	\$ 35.51	\$ 35.05	\$ 2,332.42
3	\$ 70.56	\$ 34.99	\$ 35.57	\$ 2,296.85
4	\$ 70.56	\$ 34.45	\$ 36.11	\$ 2,260.75
5	\$ 70.56	\$ 33.91	\$ 36.65	\$ 2,224.10
6	\$ 70.56	\$ 33.36	\$ 37.20	\$ 2,186.90
7	\$ 70.56	\$ 33.36	\$ 37.20	\$ 2,149.70
8	\$ 70.56	\$ 32.25	\$ 38.31	\$ 2,111.39
9	\$ 70.56	\$ 31.67	\$ 38.89	\$ 2,072.50
10	\$ 70.56	\$ 31.09	\$ 39.47	\$ 2,033.03
11	\$ 70.56	\$ 30.50	\$ 40.06	\$ 1,992.97
12	\$ 70.56	\$ 29.89	\$ 40.66	\$ 1,952.30

Tabla 49 Tabla de amortización de préstamo

Año2: Se estima una amortización por \$ 538.27 y pagar intereses por \$ 308.44 dólares para un saldo al final del año 2 de \$ 1,414.04

Tabla de amortización de préstamo				
Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo
Año 2				
13	\$ 70.56	\$ 29.28	\$ 41.27	\$ 1,911.03
14	\$ 70.56	\$ 28.67	\$ 41.89	\$ 1,869.14
15	\$ 70.56	\$ 28.04	\$ 42.52	\$ 1,826.62
16	\$ 70.56	\$ 27.40	\$ 43.16	\$ 1,783.46
17	\$ 70.56	\$ 26.75	\$ 43.81	\$ 1,739.65
18	\$ 70.56	\$ 26.09	\$ 44.46	\$ 1,695.18
19	\$ 70.56	\$ 25.43	\$ 45.13	\$ 1,650.05
20	\$ 70.56	\$ 24.75	\$ 45.81	\$ 1,604.25
21	\$ 70.56	\$ 24.06	\$ 46.50	\$ 1,557.75
22	\$ 70.56	\$ 23.37	\$ 47.19	\$ 1,510.56
23	\$ 70.56	\$ 22.66	\$ 47.90	\$ 1,462.66
24	\$ 70.56	\$ 21.94	\$ 48.62	\$ 1,414.04

Tabla 50 Tabla de amortización de préstamo año 2

Año 3: Incluye el pago de interés por \$ 203.15 dólares en todo el año y una amortización de capital por \$ 643.56 dólares para dejar u saldo para el último año de \$ 770.48 dólares.

Tabla de amortización de préstamo				
Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo
Año 3				
25	\$ 70.56	\$ 21.21	\$ 49.35	\$ 1,364.69
26	\$ 70.56	\$ 20.47	\$ 50.09	\$ 1,314.60
27	\$ 70.56	\$ 19.72	\$ 50.84	\$ 1,263.76
28	\$ 70.56	\$ 18.96	\$ 51.60	\$ 1,212.16
29	\$ 70.56	\$ 18.18	\$ 52.38	\$ 1,159.78
30	\$ 70.56	\$ 17.40	\$ 53.16	\$ 1,106.62
31	\$ 70.56	\$ 16.60	\$ 53.96	\$ 1,052.66
32	\$ 70.56	\$ 15.79	\$ 54.77	\$ 997.89
33	\$ 70.56	\$ 14.97	\$ 55.59	\$ 942.30
34	\$ 70.56	\$ 14.13	\$ 56.42	\$ 885.88
35	\$ 70.56	\$ 13.29	\$ 57.27	\$ 828.61
36	\$ 70.56	\$ 12.43	\$ 58.13	\$ 770.48

Tabla 51 Tabla de amortización de préstamo año 3

Año 4: Es el último año de pago de deuda y se cancelan los intereses estimados por \$ 77.25 y el saldo de capital por \$ 770.48.

Tabla de amortización de préstamo				
Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo
Año 4				
37	\$ 70.56	\$ 11.56	\$ 59.00	\$ 711.48
38	\$ 70.56	\$ 10.67	\$ 59.89	\$ 651.59
39	\$ 70.56	\$ 9.77	\$ 60.78	\$ 590.81
40	\$ 70.56	\$ 8.86	\$ 61.70	\$ 529.11
41	\$ 70.56	\$ 7.94	\$ 62.62	\$ 466.49
42	\$ 70.56	\$ 7.00	\$ 63.56	\$ 402.93
43	\$ 70.56	\$ 6.04	\$ 64.51	\$ 338.41
44	\$ 70.56	\$ 5.08	\$ 65.48	\$ 272.93
45	\$ 70.56	\$ 4.09	\$ 66.46	\$ 206.46
46	\$ 70.56	\$ 3.10	\$ 67.46	\$ 139.00
47	\$ 70.56	\$ 2.09	\$ 68.47	\$ 70.53
48	\$ 70.56	\$ 1.06	\$ 70.53	\$ -

Tabla 52 Tabla de amortización de préstamo año 4

### 7.6.- Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es aquel en donde la empresa no obtiene utilidades, pero tampoco pierde en términos contables, cuando llega a un nivel donde el beneficio es cero. La fórmula que se plantea para la realización del punto de equilibrio es la siguiente:

$$\text{Punto de equilibrio en U\$} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - (\text{Costos variables/Ventas})}$$

Punto de equilibrio (U\$) Dilo con globos					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Porcentaje sobre ventas %	65%	64%	62%	62%	61%
Punto de Equilibrio	57,070.35	59,553.14	61,642.98	64,357.13	67,281.94
Ventas	87,716.49	93,023.34	98,651.25	104,619.65	110,949.14

Tabla 53 Punto de equilibrio (U\$) Dilo con globos

En la tabla superior se puede observar que el punto de equilibrio en porcentaje tiene una tendencia a la baja a medida que avanzan los años de proyección. Esto significa que en cada año se necesita un porcentaje menor de las ventas para cubrir los gastos de la empresa. En el año 1 se necesita un 65% del total de las ventas para alcanzar el punto de equilibrio, en el año dos se necesita 64% de las ventas para alcanzar el punto de equilibrio y en el año 5 se necesita un 61% del total de las ventas para alcanzar el punto de equilibrio.

El punto de equilibrio en dólares crece en cada año, de igual forma crecen las ventas. Es superior el crecimiento en las ventas a la cantidad de dinero necesario para alcanzar el punto de equilibrio.

### 7.7.- Razones financieras

Las razones financieras miden el desempeño empresarial en cuatro aspectos. En el plan de negocios Dilo con Globos se aplicaron las razones de rentabilidad y éstas muestran un desempeño creciente durante los cinco años de proyección, reforzando la rentabilidad en cada uno de ellos, tanto sobre las ventas así como sobre la inversión.

Razones Financieras					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rentabilidad sobre ventas	20%	20%	21%	22%	22%
Rentabilidad sobre inversión	77%	84%	93%	101%	110%

Tabla 54 Razones financiera.

### 7.8.- Valor actual neto (VAN) y tasa interna de retorno (TIR)

El valor actual neto es una indicador financiero que compara los flujos de efectivo descontados con la tasa de descuento versus la inversión realizada.

Flujo de fondos						
n	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad contable		17,339.05	18,936.85	20,938.63	22,779.83	24,706.14
Depreciación		726.40	726.40	316.40	316.40	316.40
Amortización		449.70	538.27	643.56	770.48	
Flujo de fondos	\$ (22,444.98)	17,615.76	19,124.99	20,611.47	22,325.75	25,022.54
VAN al 20%	38,266.66					

Tabla 55 Flujo de Fondos

### 7.8.1.- Valor actual neto

Para el cálculo del valor actual neto se estimó una tasa de descuento del 20%, con base en eso se actualizó el valor de cada uno de los flujos efectivo estimados y se aplicó la función financiera de valor presente neto obteniendo los resultados que se observan en el cuadro inferior.

Flujo de fondos						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad contable		17,339.05	18,936.85	20,938.63	22,779.83	24,706.14
Depreciación		726.40	726.40	316.40	316.40	316.40
Amortización		449.70	538.27	643.56	770.48	
Flujo de fondos	\$ (22,444.98)	17,615.76	19,124.99	20,611.47	22,325.75	25,022.54
VAN al 20%	38,266.66					
Tasa de descuento	0.20					

Tabla 56 Flujo de fondo VAN

El valor actual neto del plan de negocios Dilo con globos es \$ 45,738.79, lo cual significa que este plan de negocios es rentable. Devuelve el capital invertido más los costos financieros de la inversión y aún se estima en \$ 45,738.79 de remanente comparativo.

### 7.8.2.- Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno es el indicador financiero que mide la rentabilidad de una inversión en términos porcentuales. Su resultado indica la mayor rentabilidad posible de la inversión con los ingresos, costos y gastos incluidos en el cálculo de los flujos netos de efectivo.

Flujo de fondos						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad contable		17,339.05	18,936.85	20,938.63	22,779.83	24,706.14
Depreciación		726.40	726.40	316.40	316.40	316.40
Amortización		449.70	538.27	643.56	770.48	
Flujo de fondos	\$ (22,444.98)	17,615.76	19,124.99	20,611.47	22,325.75	25,022.54
TIRM	46%					
Tasa de descuento	0.20					

Tabla 57 Flujo de fondos TIR

El resultado obtenido indica que el plan de negocios Dilo con Globos es rentable dado que la TIR es de 46% y la tasa de descuento es de 20%, es decir el plan de negocios supera en 26 puntos porcentuales el mínimo requerido. Esto nos permite inferir que el plan puede soportar variaciones significativas de ingresos y costos.

### 7.9.- Relación Beneficio Costo (RBC)

La relación beneficio – costo mide cuánto dinero se recibe como beneficio por unidad monetaria invertida

FACTOR DE DESCUENTO						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		1.20	1.44	1.73	2.07	2.49
FLUJO DE FONDOS DESCONTADOS POR AÑO						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>RELACIÓN BENEFICIO COSTO</b>	<b>2.70</b>	14,679.80	13,281.24	11,927.94	10,766.66	10,056.00
<b>Periodo de Recuperación</b>		(7,765.18)	5,516.06	17,444.00	28,210.66	38,266.66

Tabla 58 Relación Beneficio costo

En el plan de negocios Dilo con Globos la relación beneficio-costo es elevada ya que se recibe 2.70 dólares por cada dólar invertido. Una muy buena Relación.

### 7.10 periodo de recuperación de la inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión es un indicador de tiempo y mide en términos reales la cantidad de tiempo que se tarda una inversión en recuperarse por completo mediante los flujos de efectivos descontados

Flujo de fondos	\$ (22,444.98)	17,61	19,12	20,61	22,325	25,022.
		5.76	4.99	1.47	.75	54
VAN al 20%	38,266.66					
TIRM	46%					
Tasa de descuento	0.20					
		FACTOR DE DESCUENTO				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		1.20	1.44	1.73	2.07	2.49
		FLUJO DE FONDOS DESCONTADOS POR AÑO				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>RELACIÓN BENEFICIO COSTO</b>	<b>2.70</b>	14,67	13,28	11,927.	10,766	10,05
		9.80	1.24	94	.66	6.00
<b>Periodo de Recuperación</b>		(7,76	5,516	17,444.	28,210	38,26
		5.18)	.06	00	.66	6.66

Tabla 59 Periodo de recuperación.

Para el plan de negocios Dilo con Globos el periodo de recuperación es menor a dos años. Como se puede observar la inversión inicial es de \$ 22,444.98 y en el año 1 se estima un flujo de efectivo descontado de \$14,679.8, lo cual nos deja un saldo por recuperar de \$5,516.06. Para el año 2 el flujo de efectivo ya descontado es de \$ 13,281.24, si dividimos los \$5,516.06 entre \$13,281.24 tenemos 41.53% , lo que equivale a 4.98 meses, para hablar en términos enteros el periodo de recuperación de la presente inversión es de 1 año y 5 meses.

## CONCLUSIONES GENERALES DEL PLAN DE NEGOCIO

En base a los resultados obtenidos en los estudios de mercado, técnico y financiero, se ha podido apreciar que es viable y realizable el proyecto.

En la investigación de mercado se ha determinado la gran demanda existente con respecto a la adquisición de arreglos con globos en la zona urbana de la Ciudad de Managua, específicamente en la colonia centroamericana, se conoce que hay empresas que ofertan esta clase de servicios, todas lo hacen de forma parcial y no de manera integral y personalizada como la que piensa brindar DILO CON GLOBOS.

La empresa DILO CON GLOBOS necesita El Monto total de la inversión para poner en marcha Dilo con globos es de USD \$ 22,444.98 (veintidós mil cuatrocientos cuarenta y cuatro dólares con 98 centavos, los mismos que se obtendrán a través de aportaciones, Del total de la inversión, el 89% será asumido por los socios y el 11% restante, equivalente a \$ 2,402.00, será financiado por un préstamo en un banco nacional. Por lo tanto podemos concluir que nuestro proyecto presenta las condiciones necesarias para ponerlo en marcha y el análisis de los indicadores financieros dan como resultado un VAN positivo El valor actual neto del plan de negocios Dilo con globos es \$ 45,738.79, lo cual significa que este plan de negocios es rentable. Devuelve el capital invertido más los costos financieros de la inversión y aún se estima en \$ 45,738.79 de remanente comparativo

## 8. Referencias Bibliográficas

Impacto económico de la crisis sociopolítica:

<http://funides.com/noticias/438-impacto-economico-de-la-tesis-sociopolitica-en-ni/>

Salario mínimo Marzo 2019:

<http://www.consultasdeinteres.com/2019/03/mitrab-salariosminimos-vigentes-enel.html?fbclid=IwAR3siAUgE9aHYc5W79u6GQyKF3N1gLiUtD7bbx4AcJU6-yBtliGvCMcTW0>

Ley 645: Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de Micro, Pequeña y Mediana Empresa (LEY MIPYME):

<https://www.mific.gob.ni/Portals/0/Documentos%20DGFE/DDE/Ley%20N%C2%BA%20645,%20Ley%20MIPYME%20y%20su%20Reglamento.pdf>

Trámites, Permisos y Licencias: <http://www.tramitesnicaragua.gob.ni/>

## 9. Anexos

Anexo 1. Formato de la encuesta

### Encuesta

Los estudiantes de la Escuela de Negocios de la Universidad politécnica de Nicaragua (UPOLI) desean saber su opinión para un estudio de mercado sobre arreglos de globos personalizados.

#### Perfil de cliente

##### Genero

F  M

##### Edad

#### Ocupación

Estudiante

Trabajador

Jubilado

Otros/Especifique \_\_\_\_\_

### Demanda Actual y competencia

1-¿Le gusta obsequiar un arreglo con globos personalizados?

Si

No

Si su respuesta es no que otro tipo de arreglo obsequias \_\_\_\_\_

2-¿Con que frecuencia usted obsequia un arreglo personalizado con globos?

Quincenal

Mensual

Cada 3 meses

Cada 6 meses

Anual

Otros/especifique \_\_\_\_\_

**3-¿Cuál es el medio que usted utiliza para comprar un arreglo para regalo?**

Tienda física       Otras/especifique\_\_\_\_\_

Tienda en línea

**4-¿Qué factores influyen al momento de realizar su compra?**

Amabilidad y calidez humana

Precio

Calidad

Puntualidad

Otros/especifique\_\_\_\_\_

**5-¿Cómo usted ha tenido conocimiento de la existencia de un negocio de arreglos para regalos?**

Redes sociales       Otros/especifique\_\_\_\_\_

Televisión

Periódico

Referencia de un familiar o amigo

**6-¿En qué establecimiento compro la última vez un arreglo para regalo?**

Mundo Party

Otros/especifique\_\_\_\_\_

Kcomer

Flowers Center

Floristería Rosal

Floristería Osejo

**7-¿Incluía servicio a domicilio su pedido?**

Si

No

**8-¿Quedo satisfecho con el resultado final de su pedido?**

Si

No  Si su respuesta es no especifique por que \_\_\_\_\_

**9-¿Qué tamaño prefiere al momento de elegir un arreglo con globos?**

Pequeño (23 cm)  Mediano (30 cm)  Grande (1 metro)

Otros/especifique\_\_\_\_\_

**10 ¿Qué productos adicionales le gustaría que llevará su arreglo con globos?  
(Puede marcar más de una opción)**

Chocolates y dulces       Rosas       Licores       Maquillaje

Peluche       Otros/Especifique \_\_\_\_\_

**11-¿Cuánto pago por ese arreglo?**

C\$ \_\_\_\_\_      U\$ \_\_\_\_\_

## **2.Demanda potencial**

**12-¿Estaría dispuesto a comprar un arreglo con globos?**

Si

No

Si su respuesta es no especifique su respuesta \_\_\_\_\_

**13-¿Cada cuánto haría uso de nuestros servicios?**

Cumpleaños (2 /3 al año)

Aniversario (1/2 al año)

Día de las madres (una vez)

Otras festividades/ Especifique cuantas veces al año \_\_\_\_\_

**¿Cuánto estaría dispuesto pagar por un arreglo con productos adicionales?**

Tamaños	Chocolates	Maquillaje	Rosas	Licores	peluche
Peq(23cm)	300-500	500-700	300-450	400-700	250-400
Med(30 cm)	500-800	850-1250	500-700	800-1200	500-750
Grand(1 mtr)	850-1300	1400-2000	800-1100	1400-2000	900-1500

**14-¿Considera usted que los precios antes mencionados están?**

Altos

Bajos

Accesible

**15-¿Cómo le gustaría adquirir sus arreglos de globos personalizados?**

-Visitar nuestra tienda ubicada en la colonia Centroamérica

Si

No

-O adquirir sus arreglos en línea

Si

No

**17 ¿De cuánto es su ingreso mensual aproximadamente?**

3,000-6,000

7,000-10,000

10,000- a más

18. ¿Estaría dispuesto a asumir un costo por envío y cuánto pagaría?

SI  NO

C\$ \_\_\_\_\_ U\$ \_\_\_\_\_

19. ¿A través de que medio le gustaría conocer de una nueva empresa de globos?

Facebook \_\_\_\_\_

Periódico \_\_\_\_\_

Revista \_\_\_\_\_

Tv \_\_\_\_\_

Anuncios publicitarios \_\_\_\_\_

Otros especifiquen \_\_\_\_\_

Anexo 2 resultados de la Encuesta

**Tabla de frecuencia**

**Genero**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	M	141	44.1	44.1	44.1
	F	179	55.9	55.9	100.0
	Total	320	100.0	100.0	

**Ocupación**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Estudiante	213	66.6	66.6	66.6
	trabajador	107	33.4	33.4	100.0
	Total	320	100.0	100.0	

**¿Le gusta obsequiar un arreglo con globos personalizados?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	310	96.9	96.9	96.9
	No	10	3.1	3.1	100.0

Total	320	100.0	100.0	
-------	-----	-------	-------	--

**Si su respuesta es no que otro tipo de arreglo obsequias**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	310	96.9	96.9	96.9
Flores	10	3.1	3.1	100.0
Total	320	100.0	100.0	

**¿Con que frecuencia usted obsequia un arreglo personalizado con globos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Quincenal	3	.9	.9	.9
Mensual	8	2.5	2.5	3.5
Cada 3 meses	26	8.1	8.2	11.7
Cada 6 meses	15	4.7	4.7	16.5
Anual	259	80.9	82.0	98.4
Nunca	5	1.6	1.6	100.0
Total	316	98.8	100.0	
Perdidos	Sistema	4	1.3	
Total	320	100.0		

**¿Cuál es el medio que usted utiliza para comprar un arreglo para regalo?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Tienda física	255	79.7	79.7
	Tienda en línea	65	20.3	100.0
	Total	320	100.0	100.0

**Qué factores influyen al momento de realizar su compra?**

**Amabilidad y calidez humana**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Precio	187	58.4	58.4
	Calidad	123	38.4	96.9
	Puntualidad	10	3.1	100.0
	Total	320	100.0	100.0

**¿Cómo usted ha tenido conocimiento de la existencia de un negocio de arreglos para regalos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Válidos	Redes sociales	264	82.5	82.5	82.5
	Televisión	8	2.5	2.5	85.0
	Referencia de un familiar o amigo	48	15.0	15.0	100.0
	Total	320	100.0	100.0	

**¿En qué establecimiento compro la última vez un arreglo para regalo?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	Mundo Party	70	21.9	31.3	
	Flowers Center	80	25.0	35.7	
	Floristería Rosal	47	14.7	21.0	
	Floristería Osejo	27	8.4	12.1	
	Total	224	70.0	100.0	
	Perdidos	Sistema	96	30.0	
		Total	320	100.0	

**¿Incluía servicio a domicilio su pedido?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	-------------------	----------------------

Válidos	Si	100	31.3	31.3	31.3
	No	220	68.8	68.8	100.0
	Total	320	100.0	100.0	

**¿Quedo satisfecho con el resultado final de su pedido?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	320	100.0	100.0	100.0

**Si su respuesta es no especifique por que**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos		320	100.0	100.0	100.0

**¿Qué tamaño prefiere al momento de elegir un arreglo con globos?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Pequeño (23 cm)	165	51.6	51.6	51.6
	Mediano (30 cm)	126	39.4	39.4	90.9
	Grande (1 metro)	29	9.1	9.1	100.0
	Total	320	100.0	100.0	

**¿Qué productos adicionales le gustaría que llevará su arreglo con globos? (Puede marcar más de una opción)**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Chocolates y dulces	188	58.8	58.8
	Rosas	61	19.1	77.8
	Licores	34	10.6	88.4
	Maquillaje	20	6.3	94.7
	Peluche	17	5.3	100.0
	Total	320	100.0	100.0

**¿Cuánto pago por ese arreglo? C\$**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$20	23	7.2	7.2
	C\$300	51	15.9	23.1
	\$10	25	7.8	30.9
	\$18	14	4.4	35.3
	\$15	17	5.3	40.6
	\$26	12	3.8	44.4
	C\$700	22	6.9	51.3
	C\$350	34	10.6	61.9

C\$1150	5	1.6	1.6	63.4
\$19	5	1.6	1.6	65.0
\$30	5	1.6	1.6	66.6
C\$900	9	2.8	2.8	69.4
\$23	9	2.8	2.8	72.2
\$50	5	1.6	1.6	73.8
\$100	12	3.8	3.8	77.5
C\$1400	5	1.6	1.6	79.1
C\$200	14	4.4	4.4	83.4
\$40	5	1.6	1.6	85.0
C\$500	40	12.5	12.5	97.5
C\$1000	8	2.5	2.5	100.0
Total	320	100.0	100.0	

**¿Estaría dispuesto a comprar un arreglo con globos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	320	100.0	100.0	100.0

**¿Cada cuánto haría uso de nuestros servicios?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Cumpleaños (2 /3 al año)	106	33.1	33.1	33.1
	Aniversario (1/2 al año)	154	48.1	48.1	81.3
	Día de las madres (una vez)	60	18.8	18.8	100.0
	Total	320	100.0	100.0	

**¿Cuánto estaría dispuesto pagar por un arreglo con productos adicionales? (Tamaños)**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Peq(23cm)	209	65.3	65.3	65.3
	Med(30 cm)	98	30.6	30.6	95.9
	Grand(1 mtr)	13	4.1	4.1	100.0
	Total	320	100.0	100.0	

**Chocolates**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	300-500	113	35.3	80.7	80.7
	500-800	22	6.9	15.7	96.4

	850-1300	5	1.6	3.6	100.0
	Total	140	43.8	100.0	
Perdidos	Sistema	180	56.3		
Total		320	100.0		

### Maquillaje

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	500-700	33	10.3	64.7	64.7
	850-1250	13	4.1	25.5	90.2
Válidos	1400-2000	5	1.6	9.8	100.0
	Total	51	15.9	100.0	
Perdidos	Sistema	269	84.1		
Total		320	100.0		

### Rosas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	300-450	23	7.2	43.4	43.4
Válidos	500-700	30	9.4	56.6	100.0
	Total	53	16.6	100.0	

Perdido Sistema	267	83.4		
Total	320	100.0		

**Licores**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 400-700	34	10.6	79.1	79.1
800-1200	9	2.8	20.9	100.0
Total	43	13.4	100.0	
Perdidos Sistema	277	86.6		
Total	320	100.0		

**Peluche**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 250-400	10	3.1	30.3	30.3
500-750	20	6.3	60.6	90.9
900-1500	3	.9	9.1	100.0
Total	33	10.3	100.0	
Perdidos Sistema	287	89.7		
Total	320	100.0		

**¿Considera usted que los precios antes mencionados están?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Altos	69	21.6	21.6	21.6
Bajos	40	12.5	12.5	34.1
Accesibles	211	65.9	65.9	100.0
Total	320	100.0	100.0	

**¿Cómo le gustaría adquirir sus arreglos de globos personalizados? -Visitar nuestra tienda ubicada en la colonia Centroamérica**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	273	85.3	85.3	85.3
No	47	14.7	14.7	100.0
Total	320	100.0	100.0	

**-O adquirí sus arreglos en línea**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	113	35.3	36.1	36.1
No	200	62.5	63.9	100.0
Total	313	97.8	100.0	
Perdidos Sistema	7	2.2		
Total	320	100.0		

**¿De cuánto es su ingreso mensual aproximadamente?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	3,000-6,000	214	66.9	67.3
	7,000-10,000	88	27.5	95.0
	10,000-más	16	5.0	100.0
	Total	318	99.4	100.0
Perdidos	Sistema	2	.6	
	Total	320	100.0	

**Estaría dispuesto a asumir un costo por envío y cuanto pagaría**

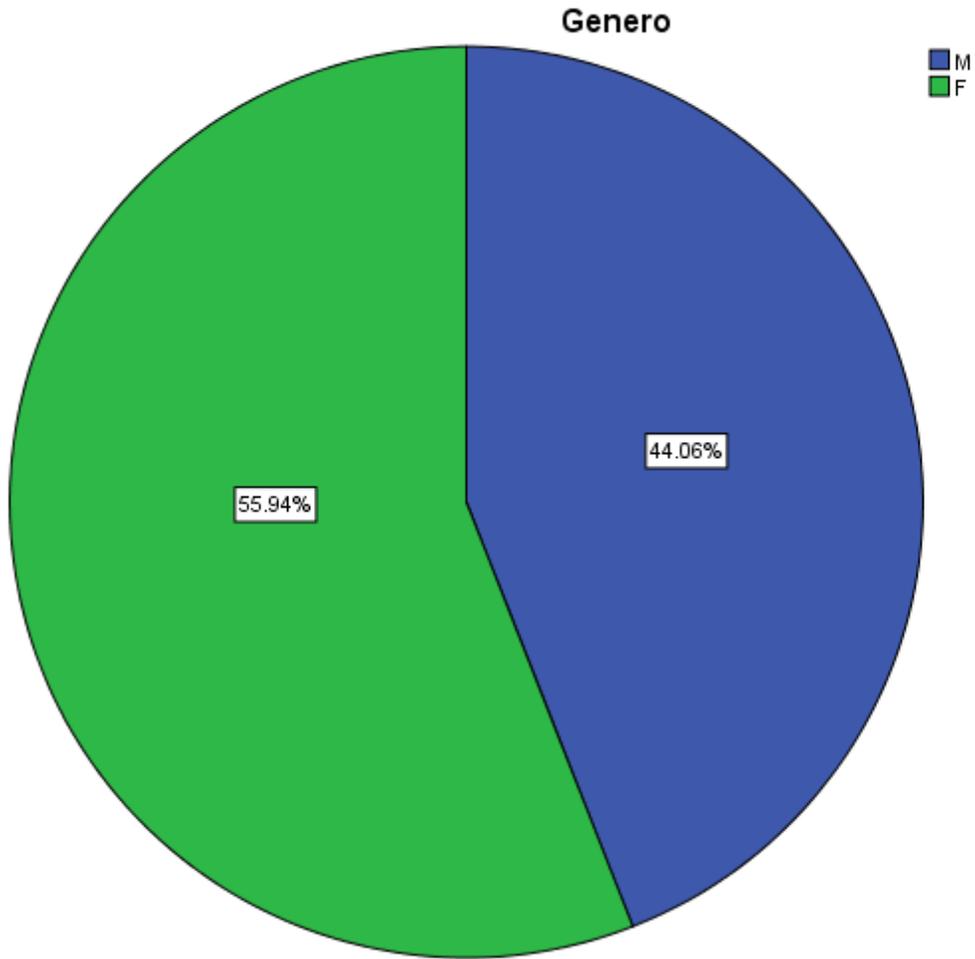
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	63	19.7	19.9
	No	254	79.4	100.0
	Total	317	99.1	100.0
Perdidos	Sistema	3	.9	
	Total	320	100.0	

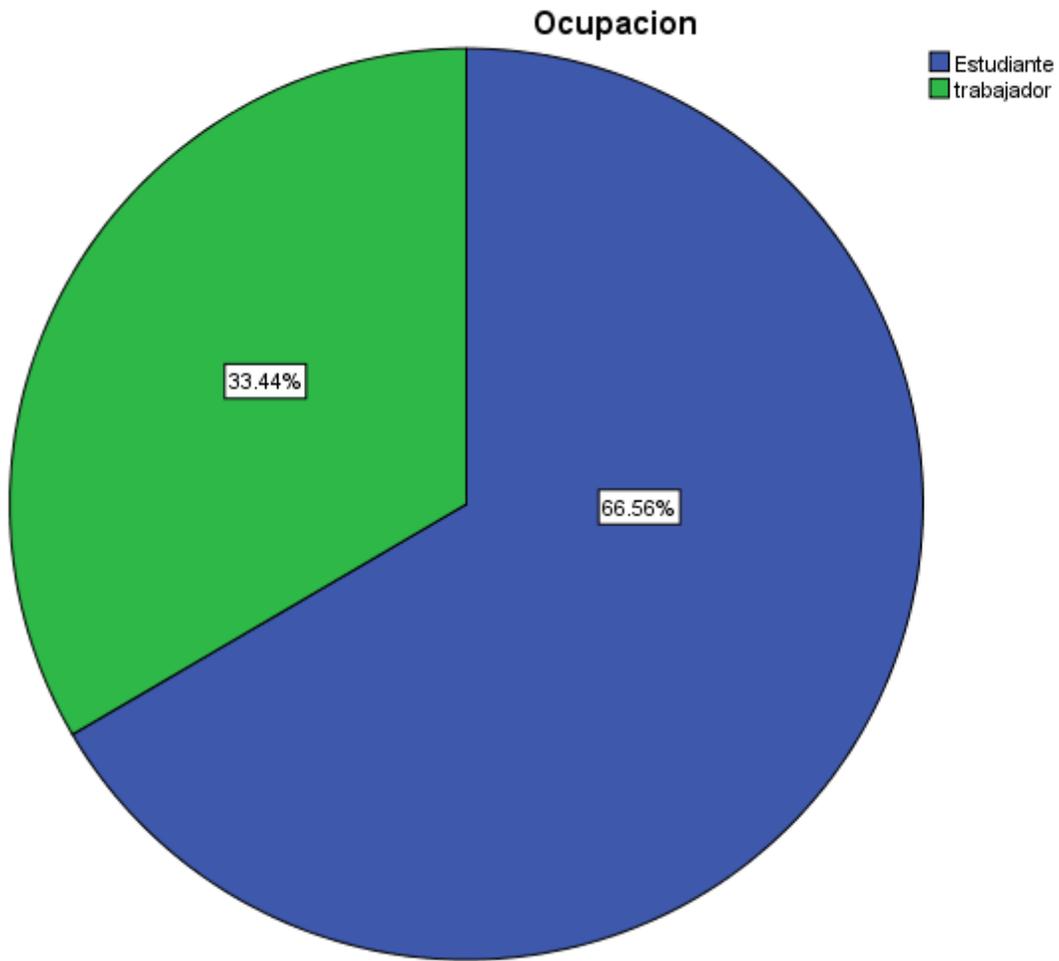
**A través de que medio le gustaría conocer de una nueva empresa de globos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	-------------------	----------------------

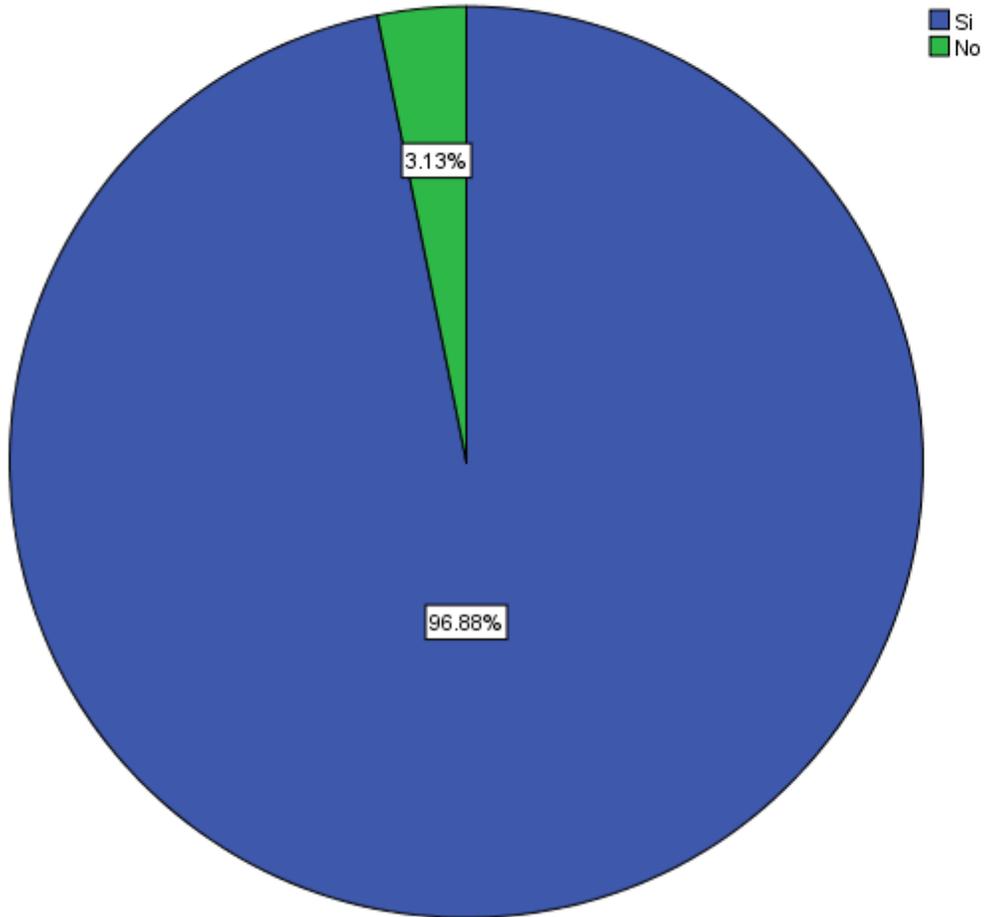
Válidos	Facebook	320	100.0	100.0	100.0
---------	----------	-----	-------	-------	-------

**Gráfico de sectores**

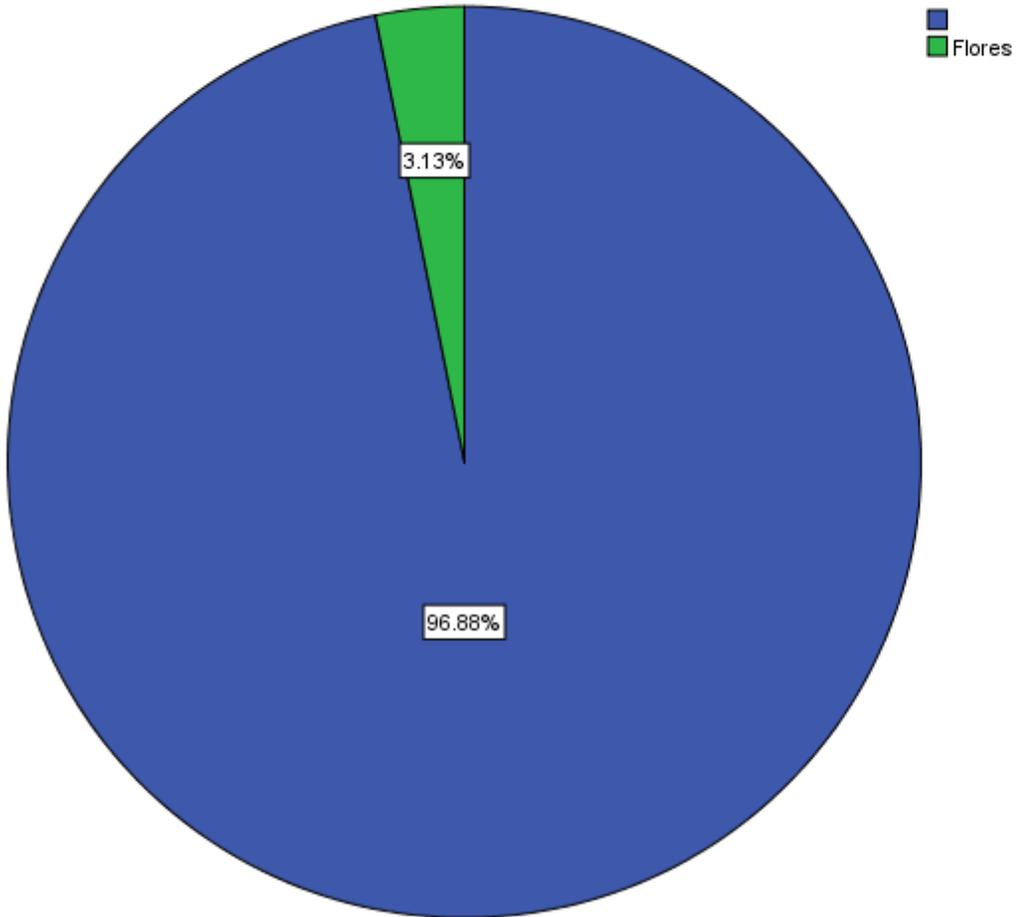




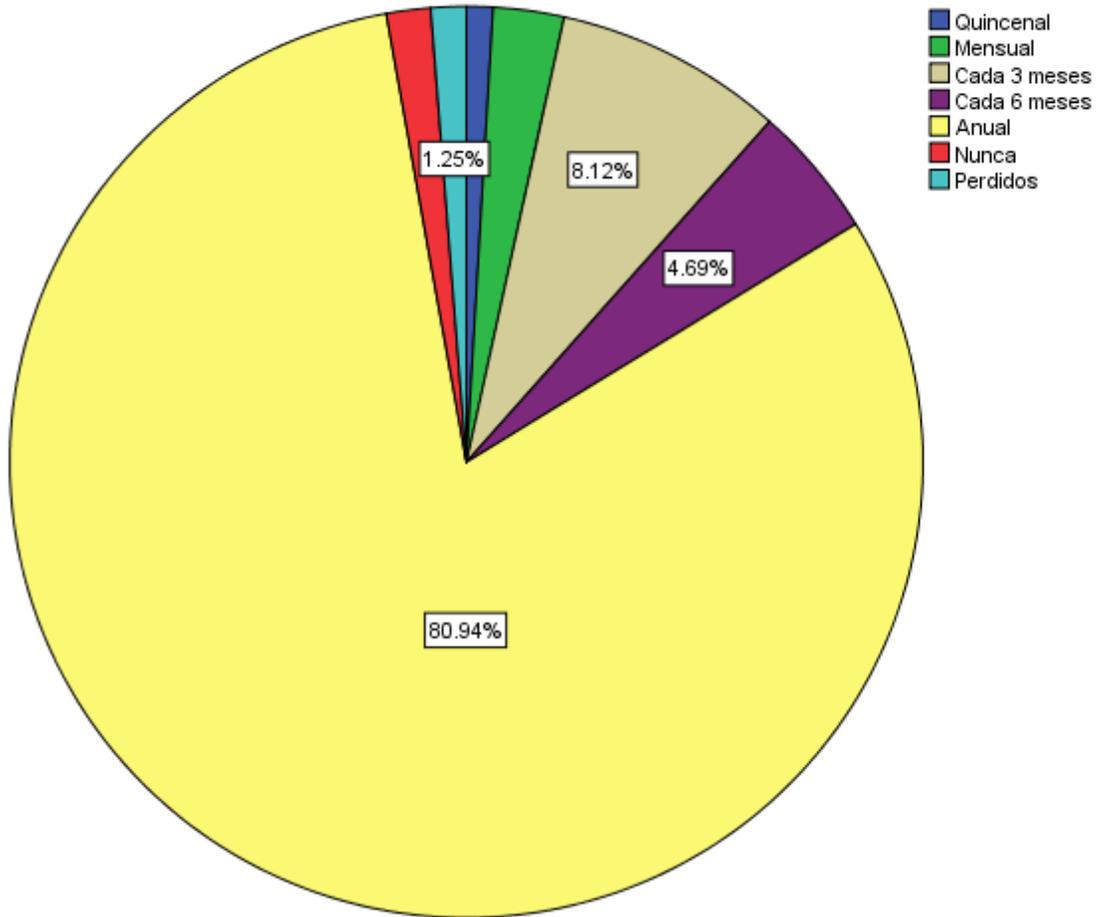
¿Le gusta obsequiar un arreglo con globos personalizados?



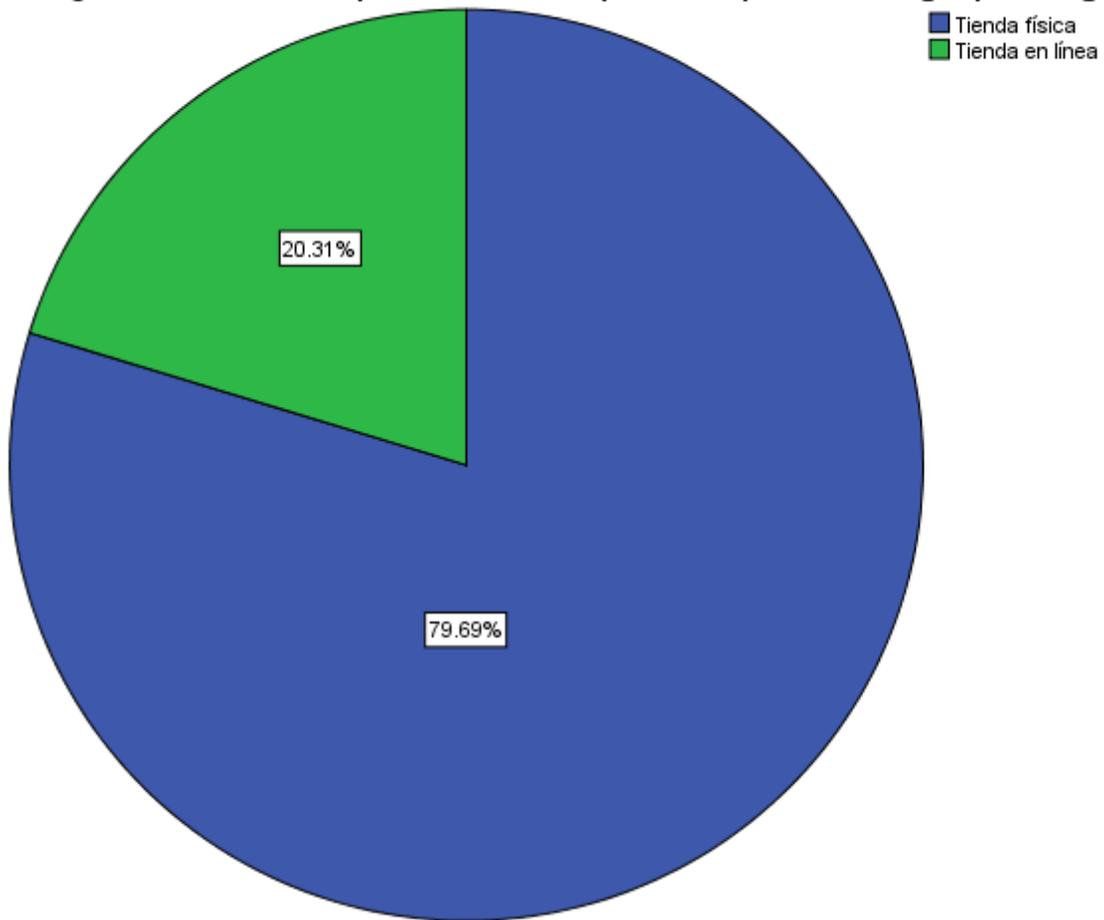
Si su respuesta es no que otro tipo de arreglo obsequias



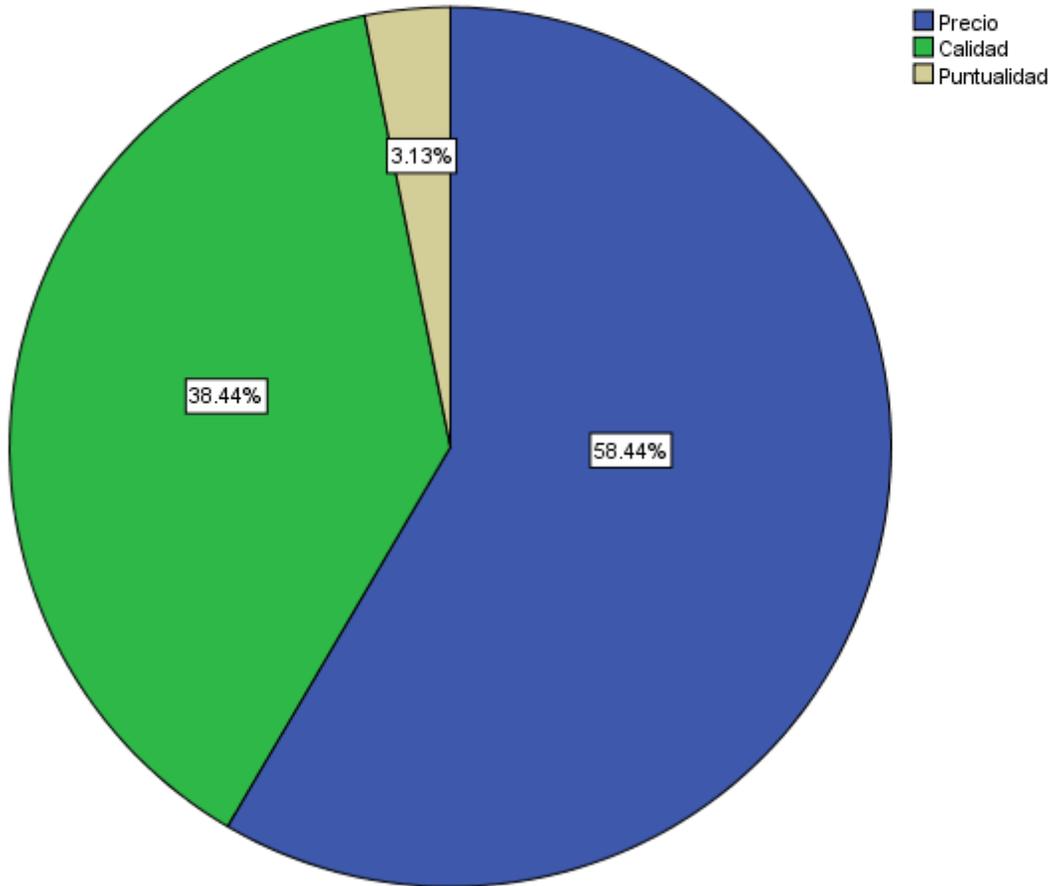
¿Con que frecuencia usted obsequia un arreglo personalizado con globos?



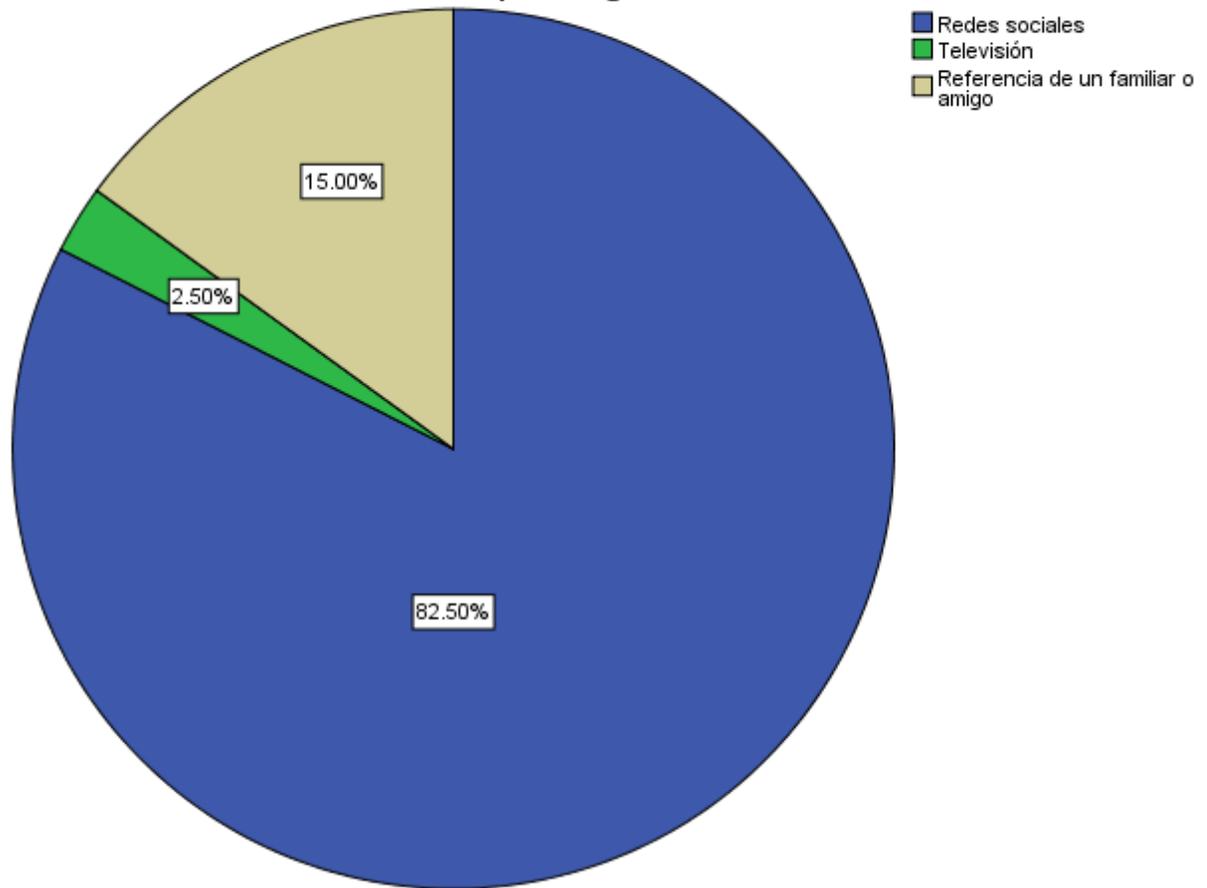
¿Cuál es el medio que usted utiliza para comprar un arreglo para regalo?



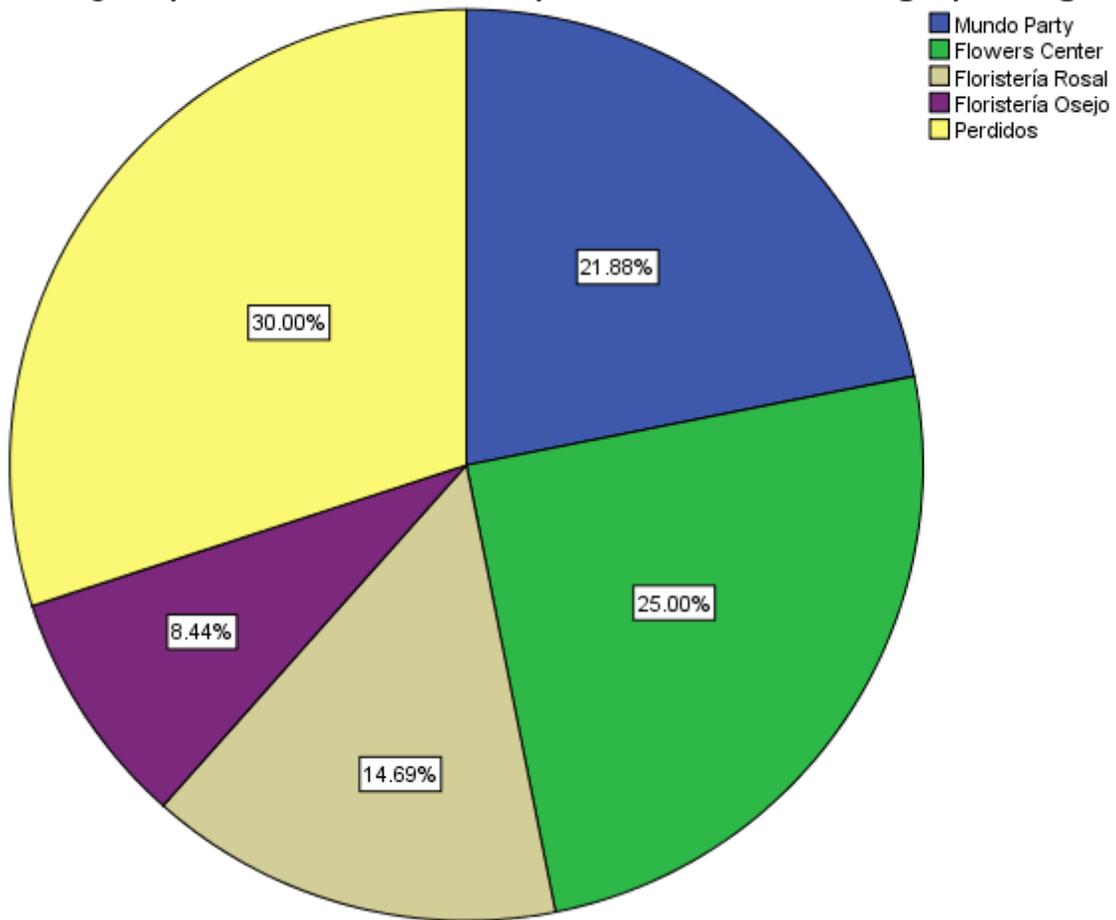
Qué factores influyen al momento de realizar su compra? Amabilidad y calidez humana



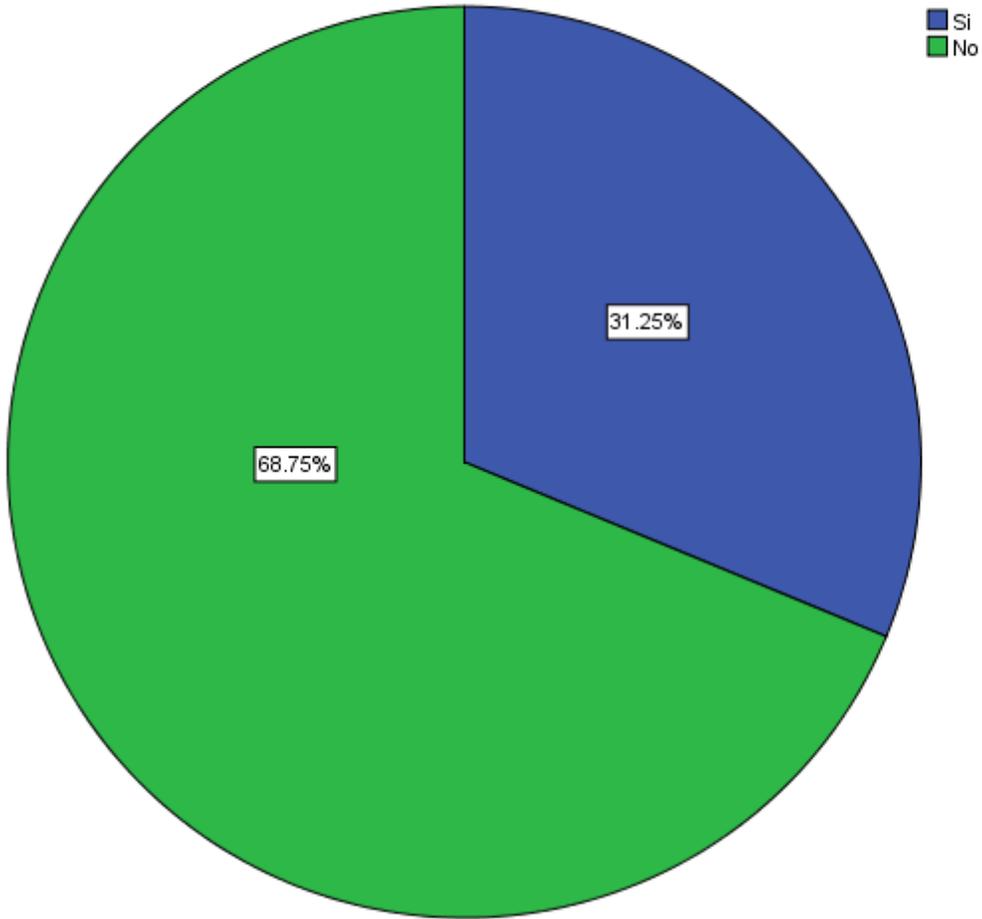
¿Cómo usted ha tenido conocimiento de la existencia de un negocio de arreglos para regalos?



¿En qué establecimiento compro la última vez un arreglo para regalo?

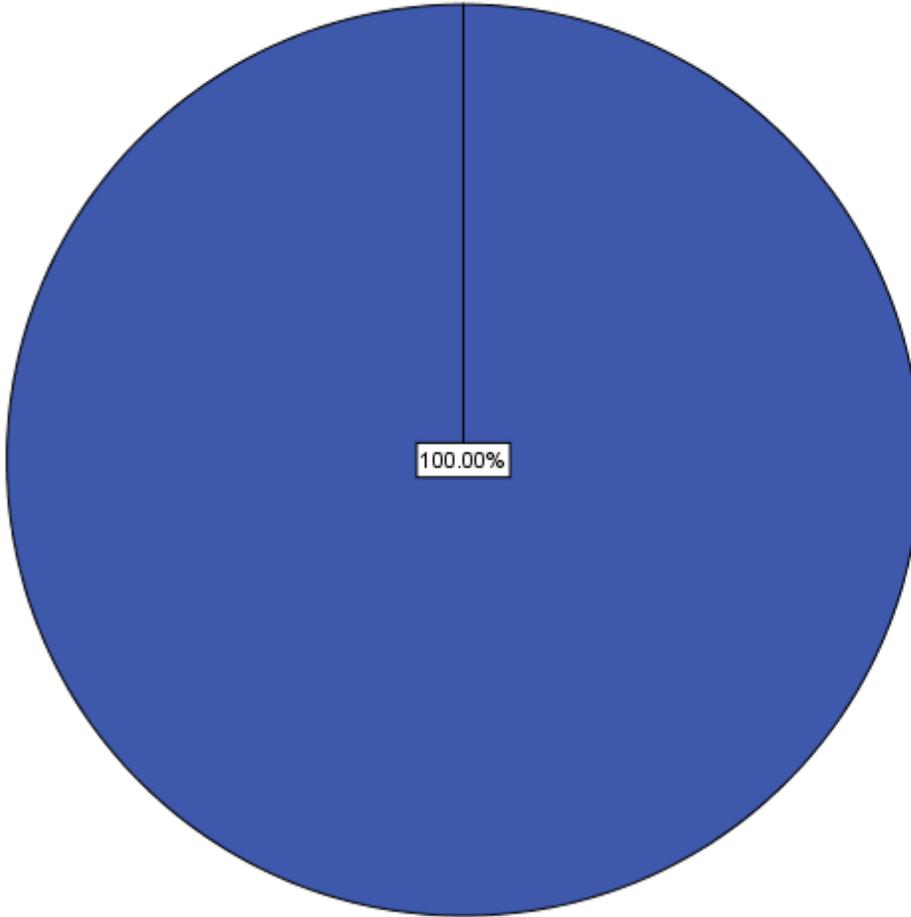


¿Incluía servicio a domicilio su pedido?

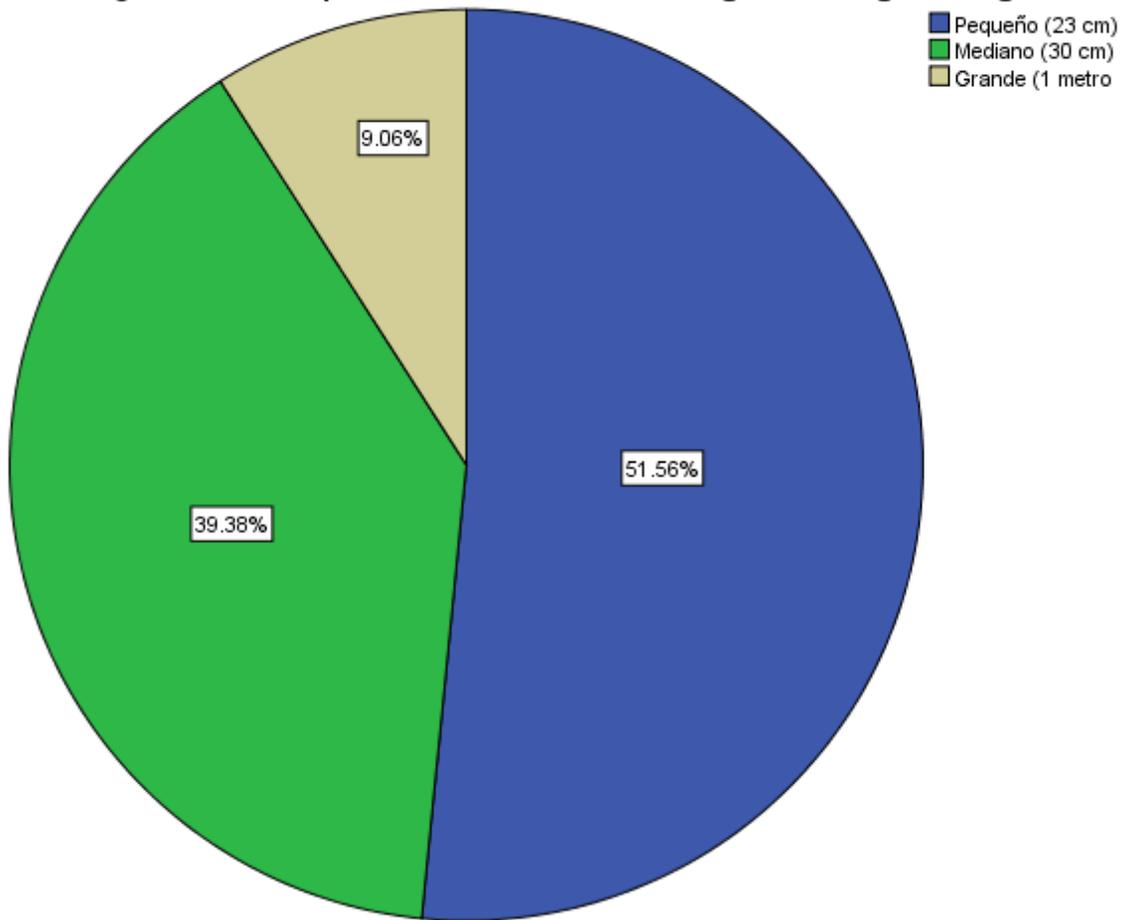


¿Quedo satisfecho con el resultado final de su pedido?

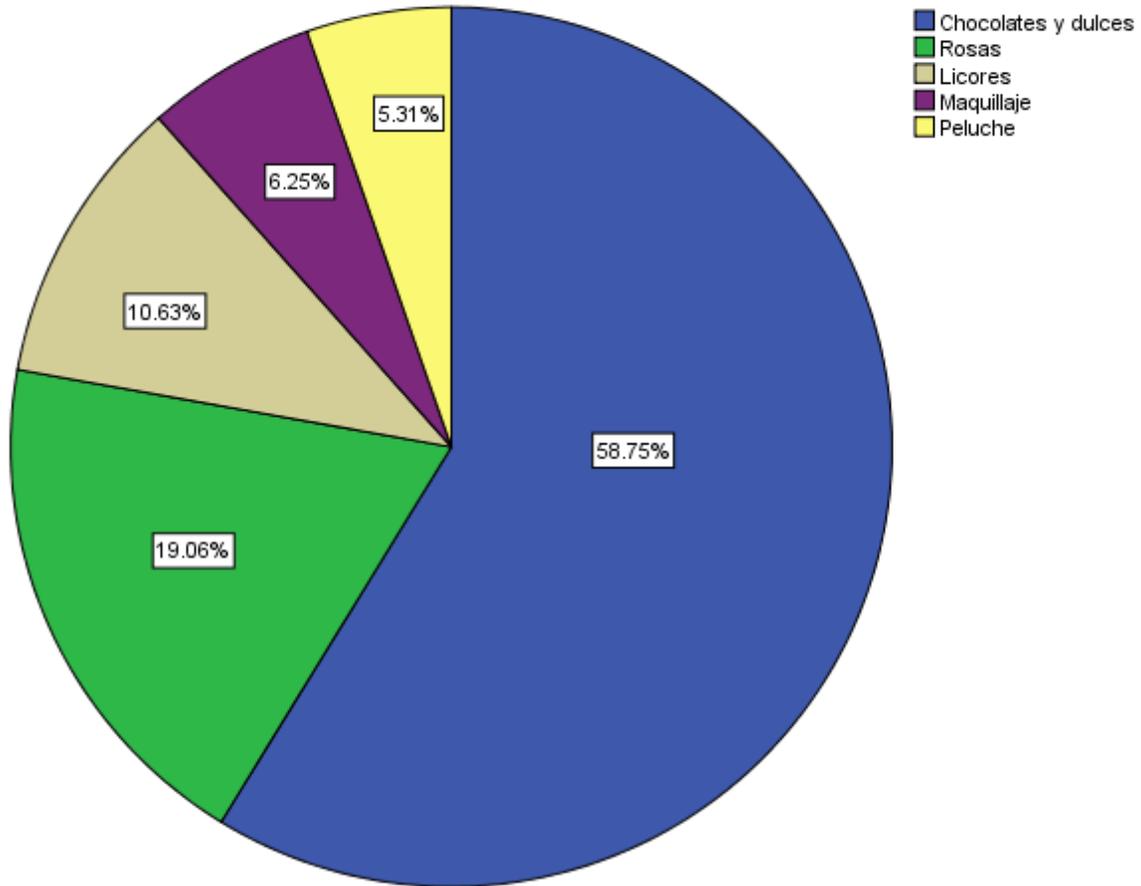
■ Si



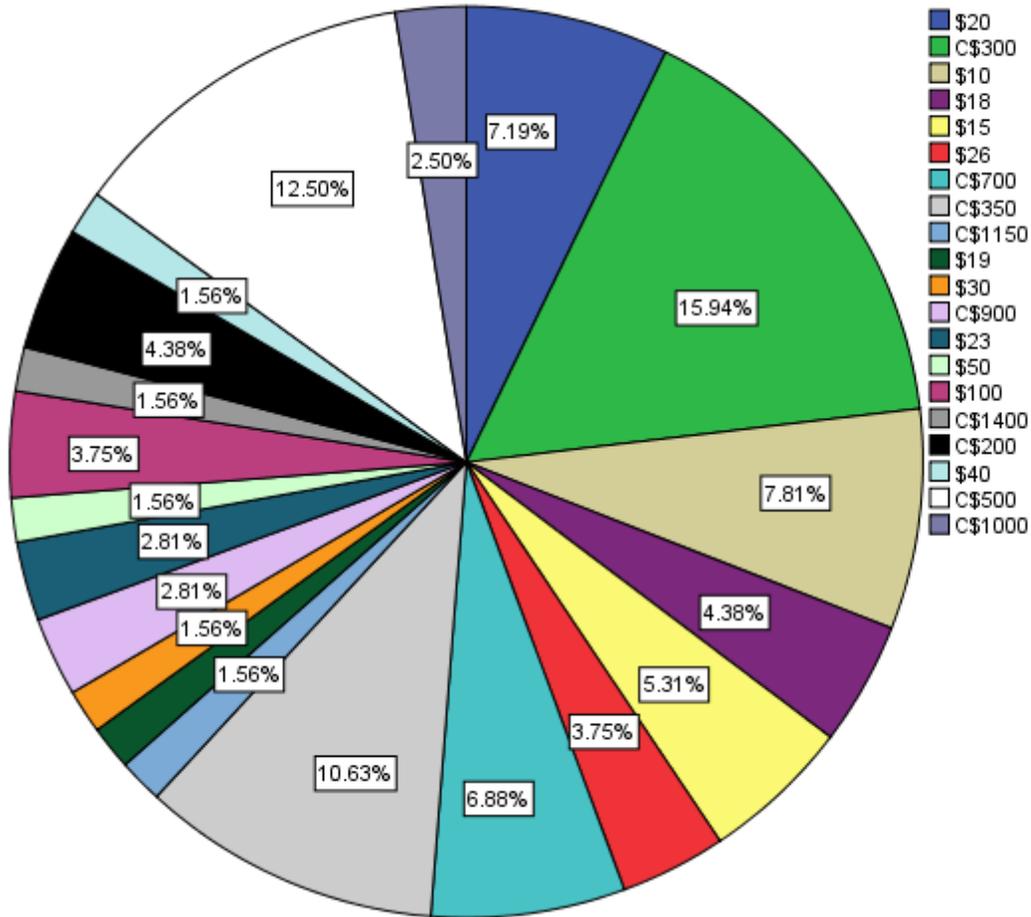
¿Qué tamaño prefiere al momento de elegir un arreglo con globos?



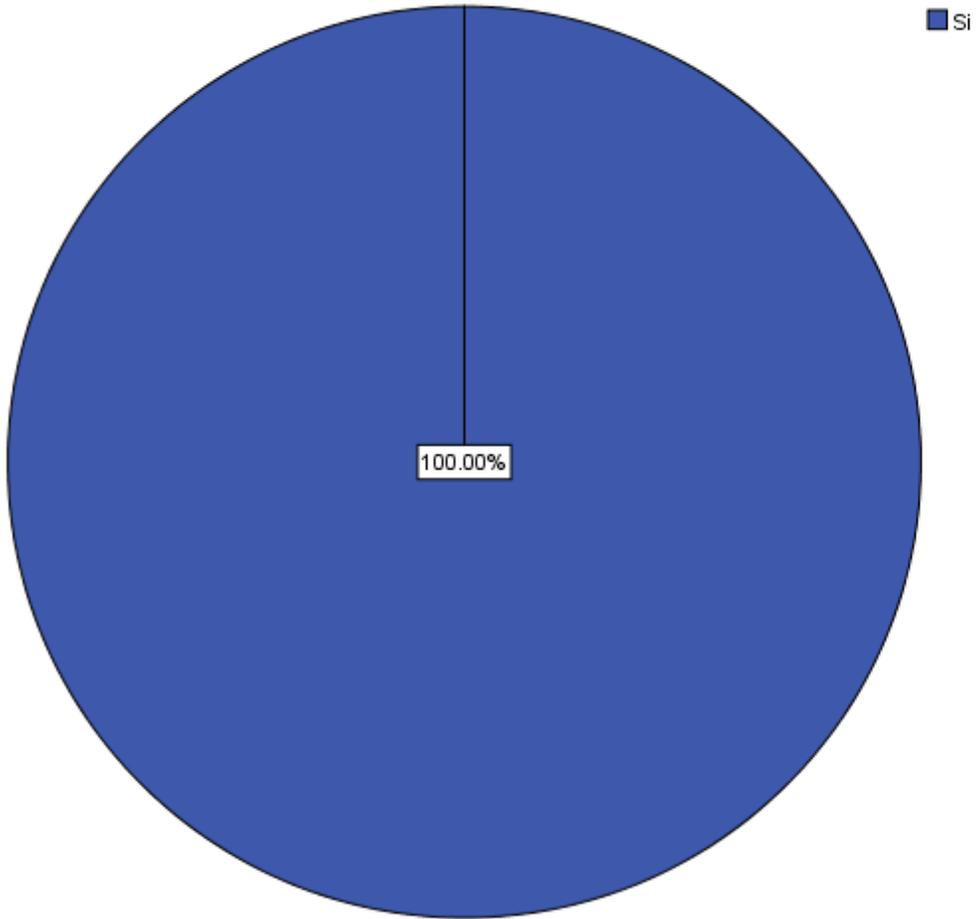
¿Qué productos adicionales le gustaría que llevara su arreglo con globos?  
(Puede marcar más de una opción)



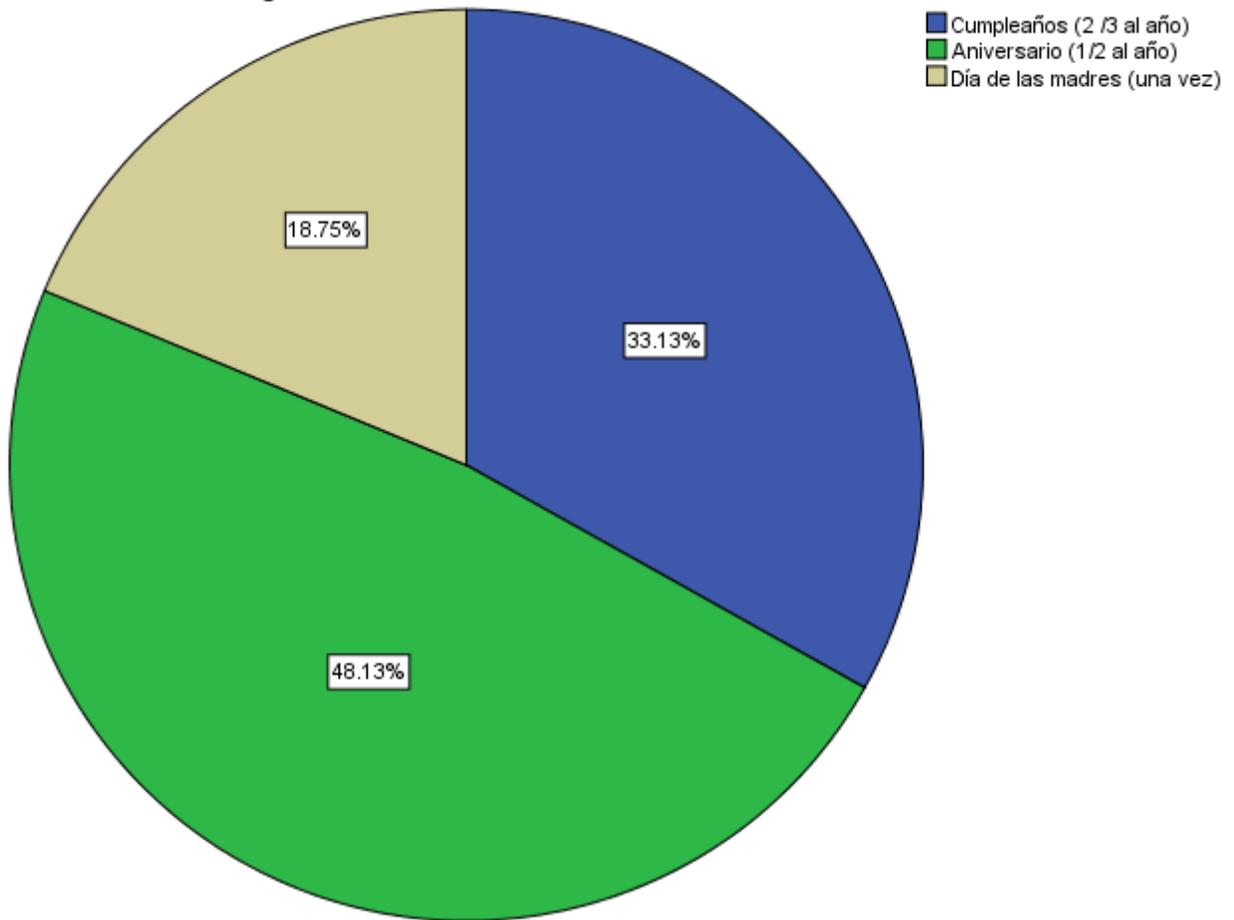
¿Cuánto pago por ese arreglo? C\$



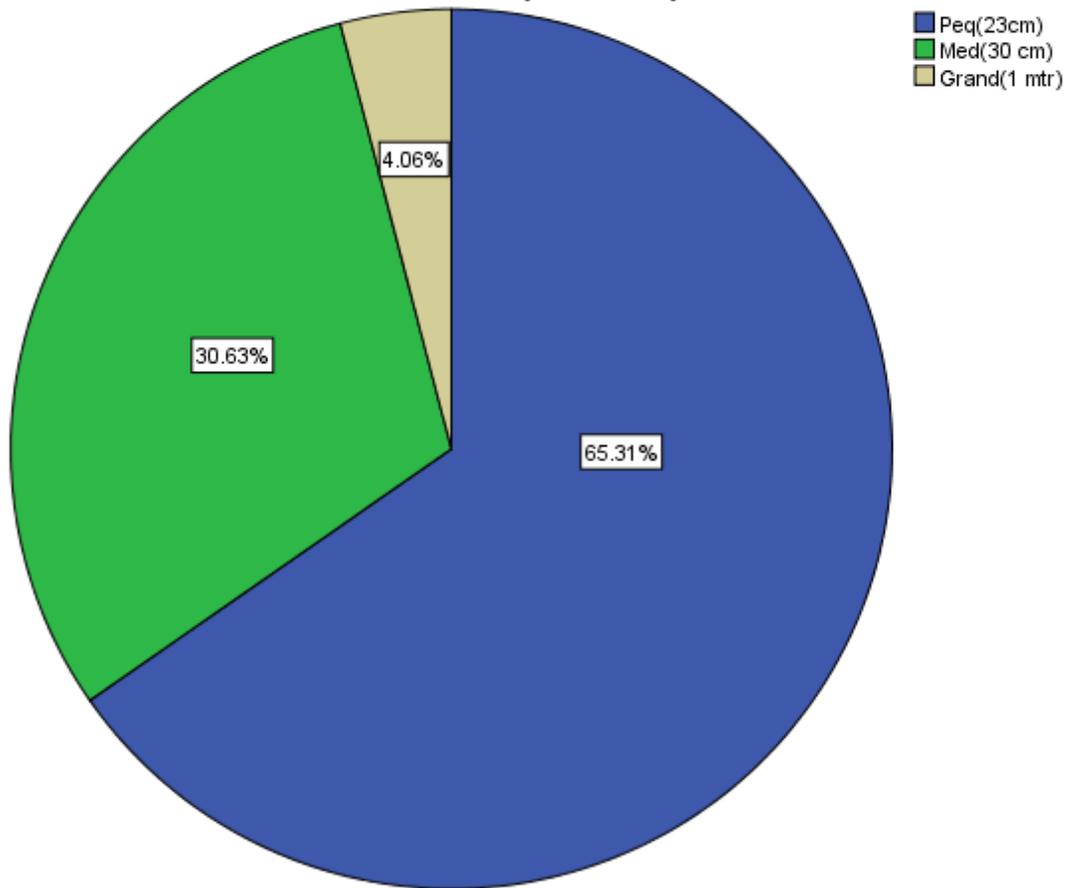
¿Estaría dispuesto a comprar un arreglo con globos?

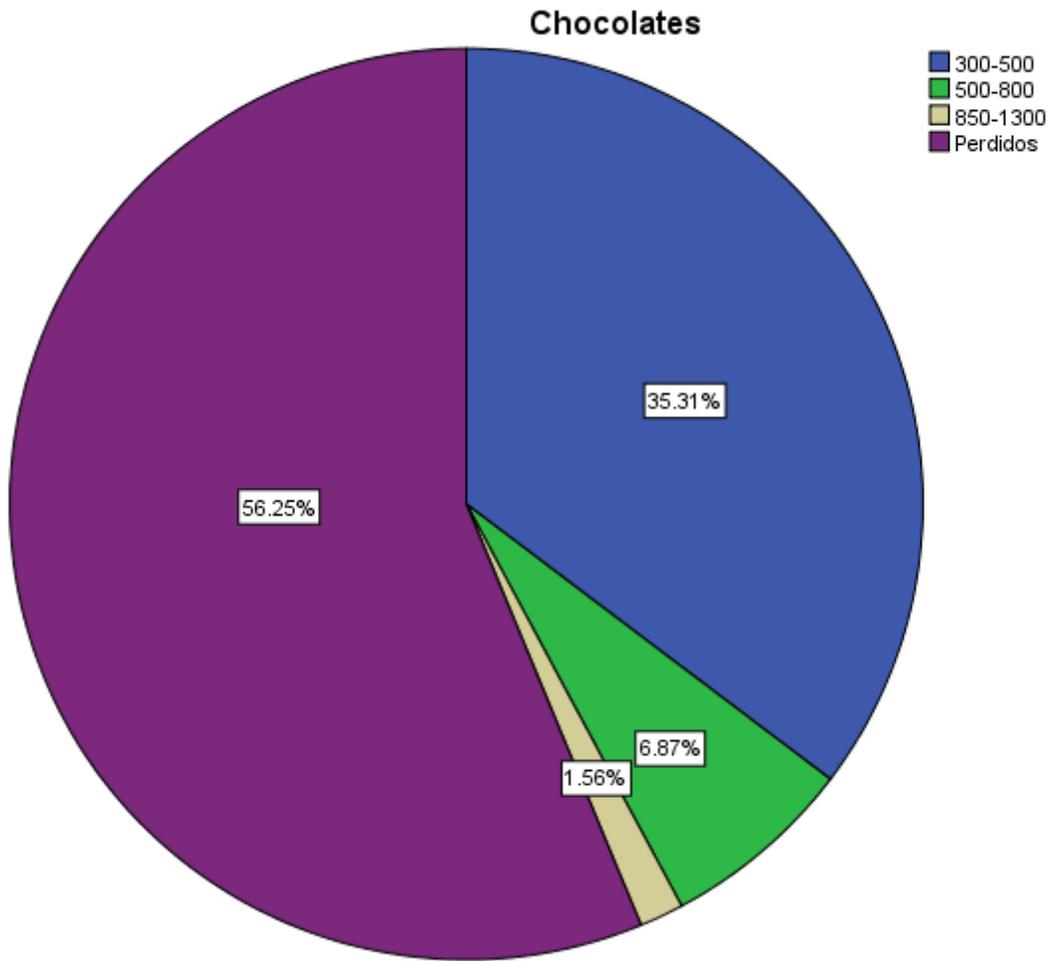


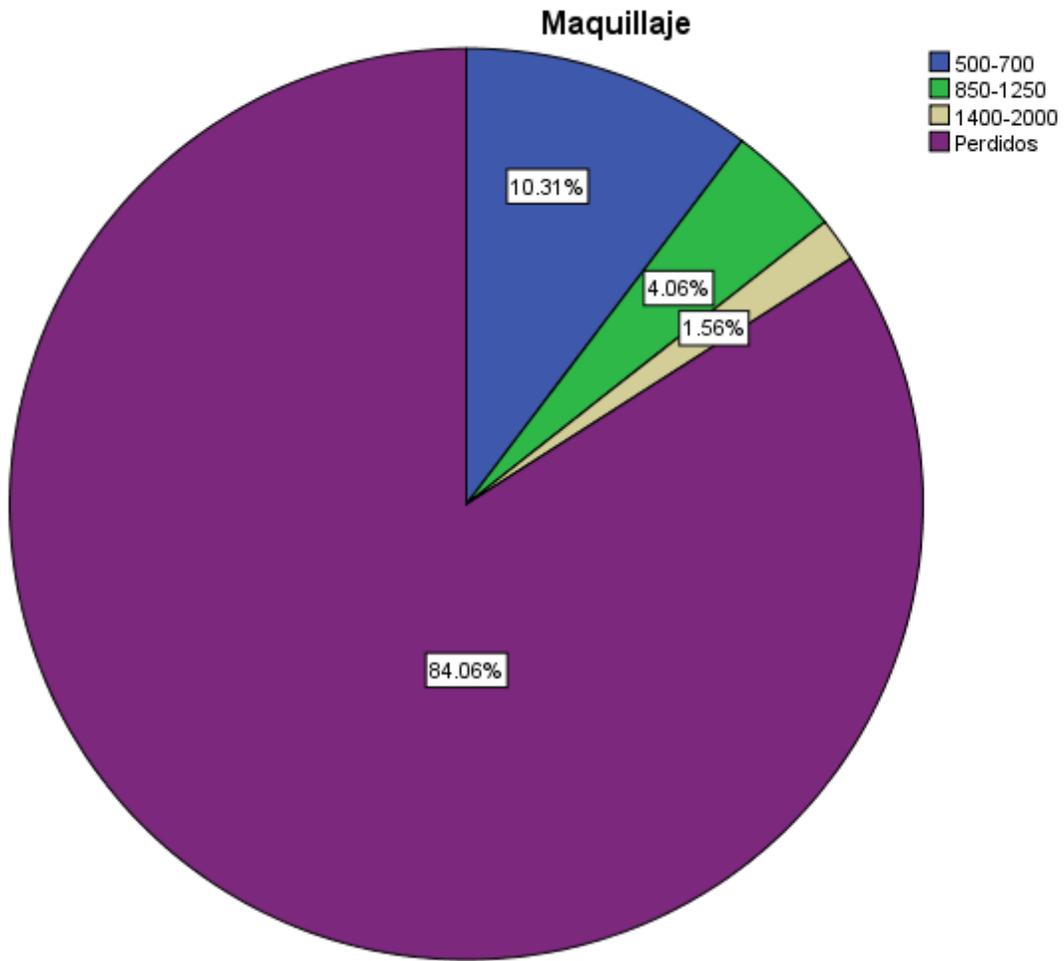
¿Cada cuánto haría uso de nuestros servicios?

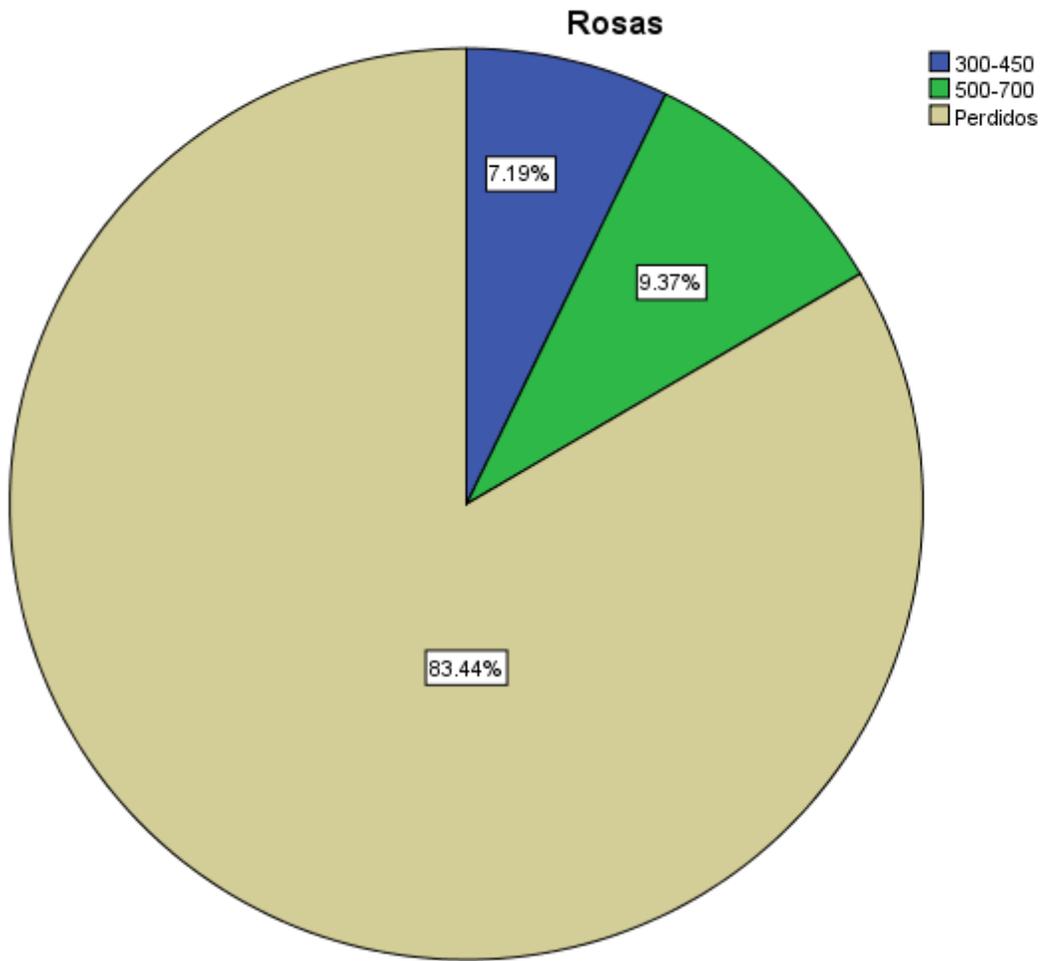


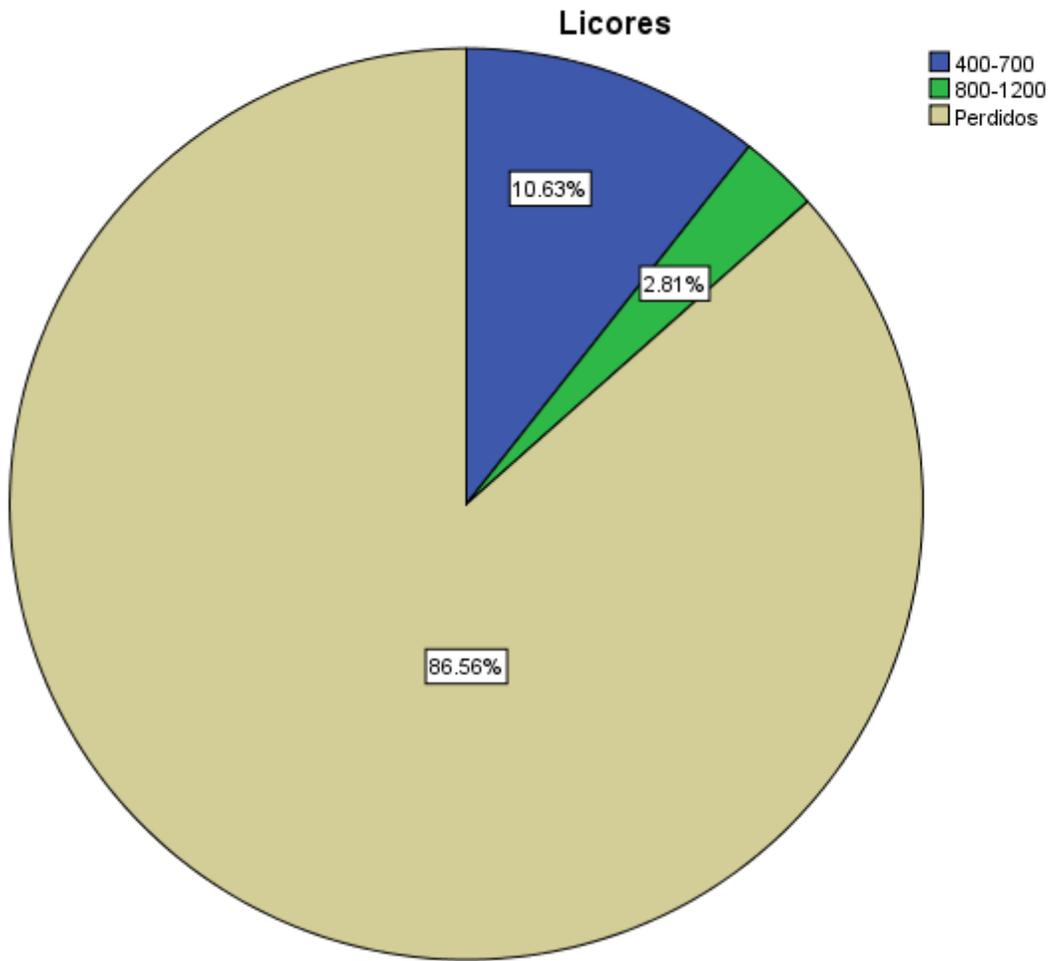
¿Cuánto estaría dispuesto pagar por un arreglo con productos adicionales?  
(Tamaños)

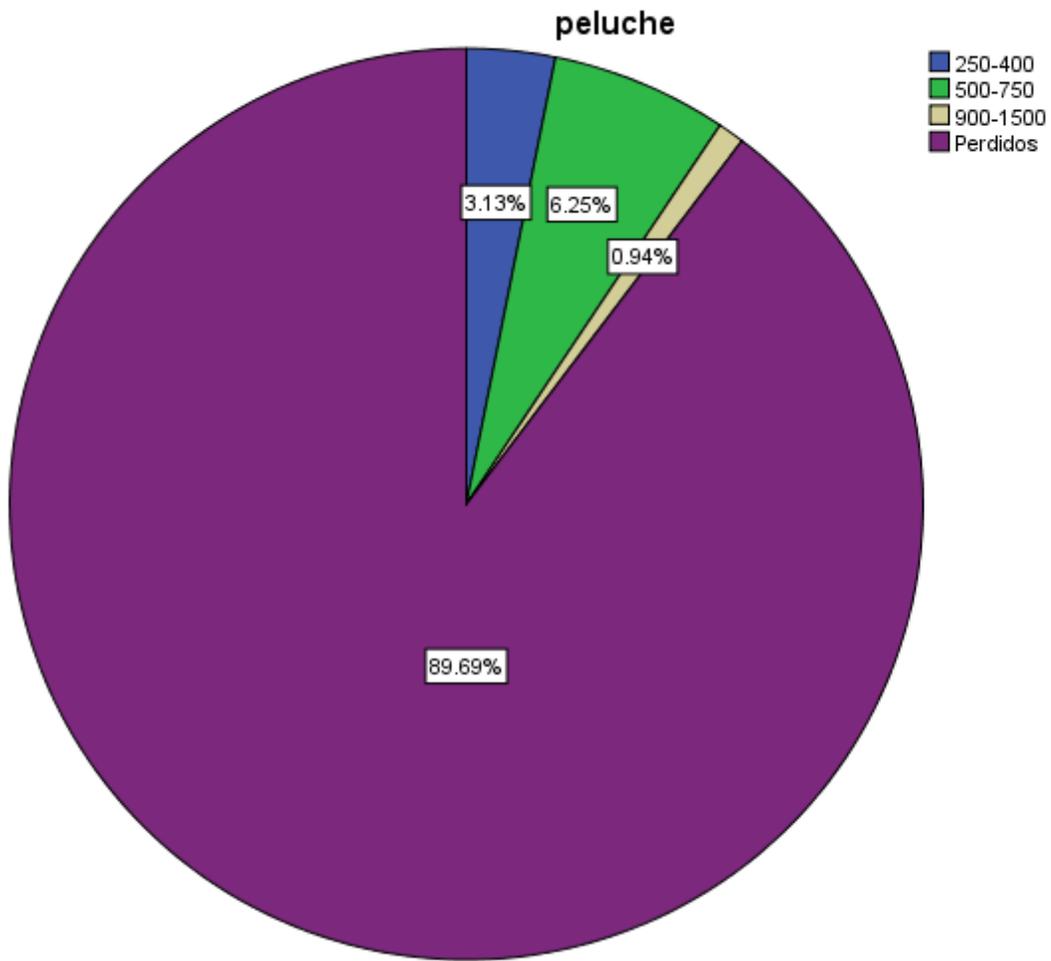




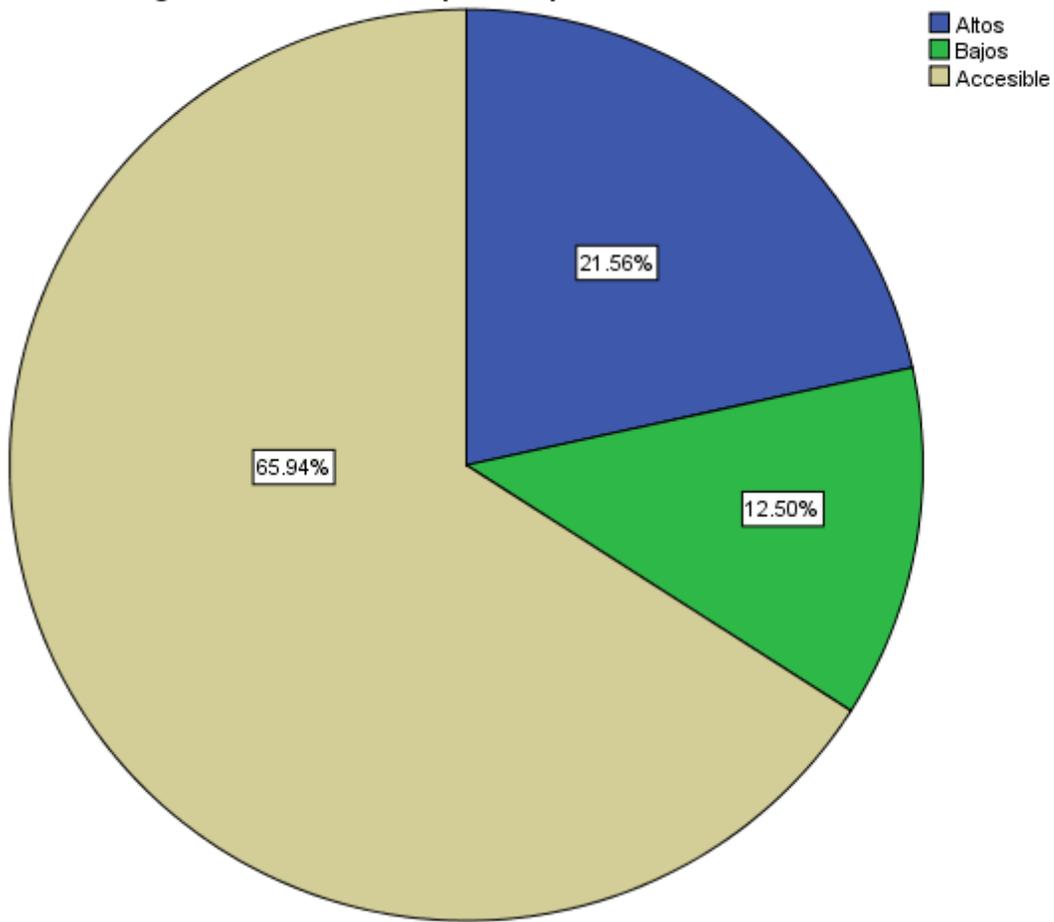




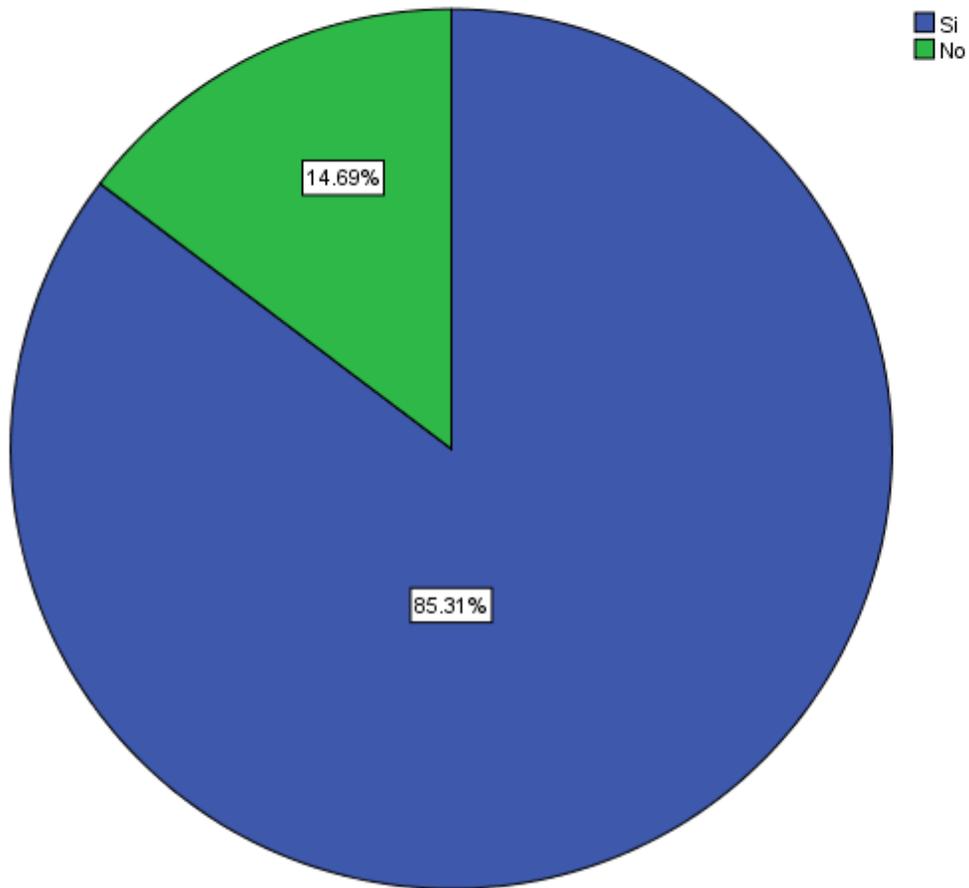




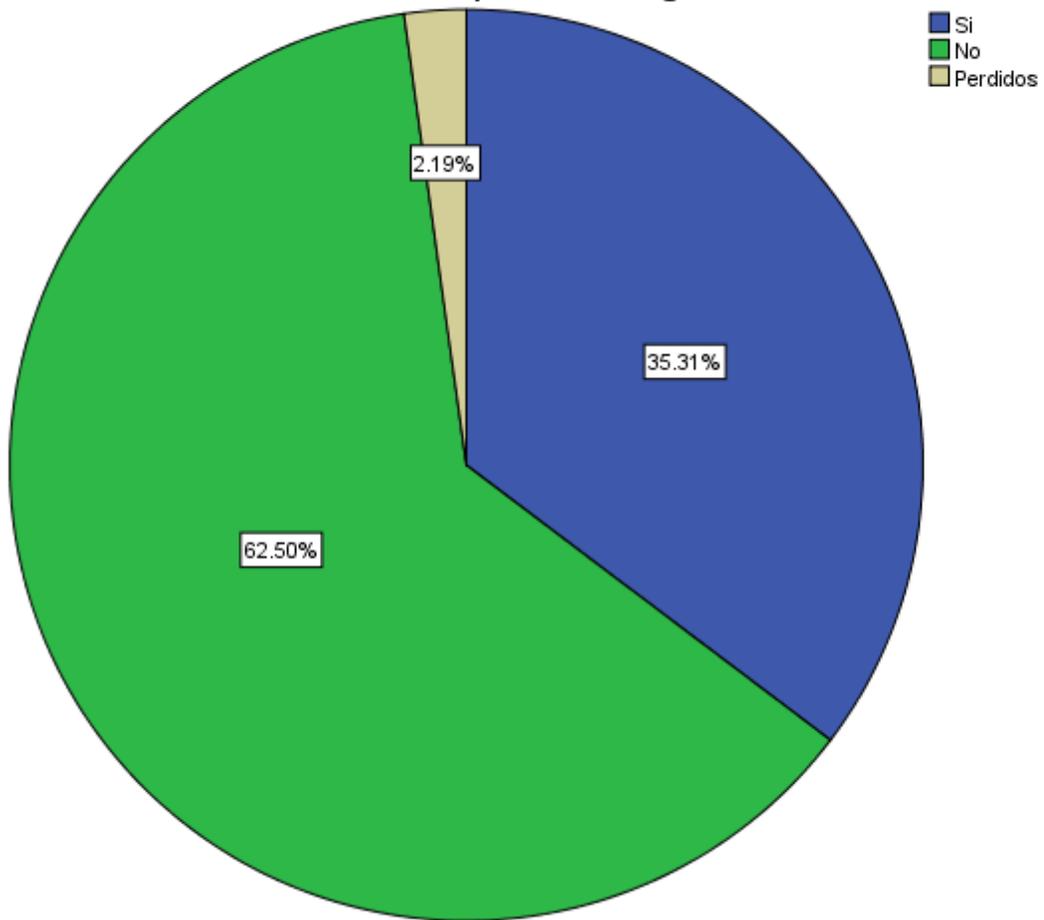
¿Considera usted que los precios antes mencionados están?



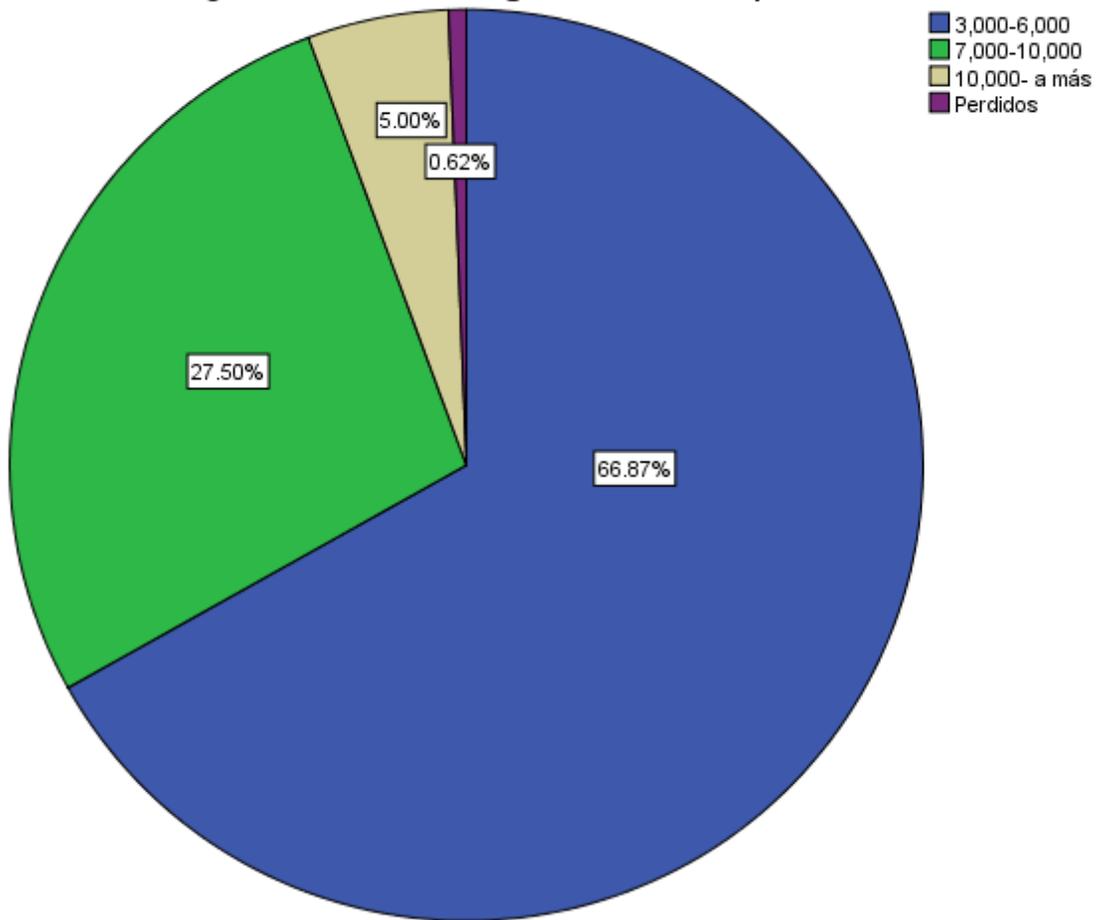
¿Cómo le gustaría adquirir sus arreglos de globos personalizados? -Visitar nuestra tienda ubicada en la colonia Centroamérica



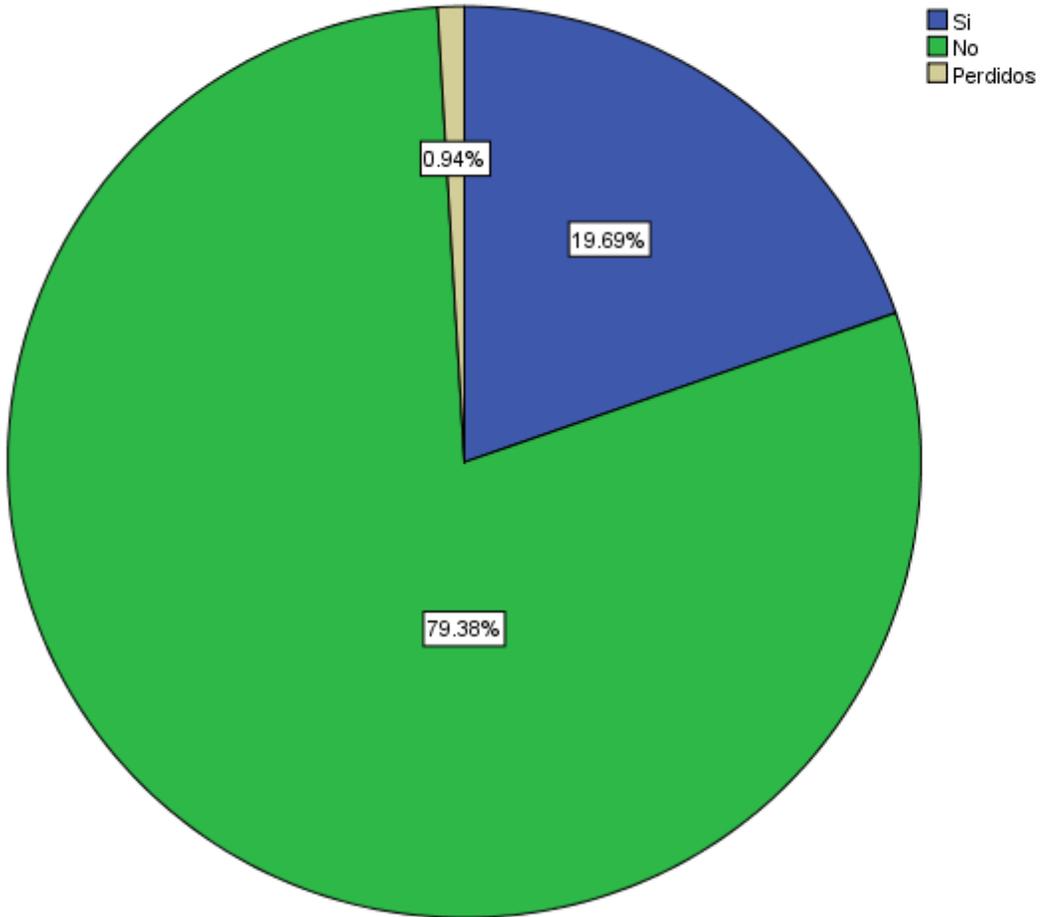
**-O adquirí sus arreglos en línea**



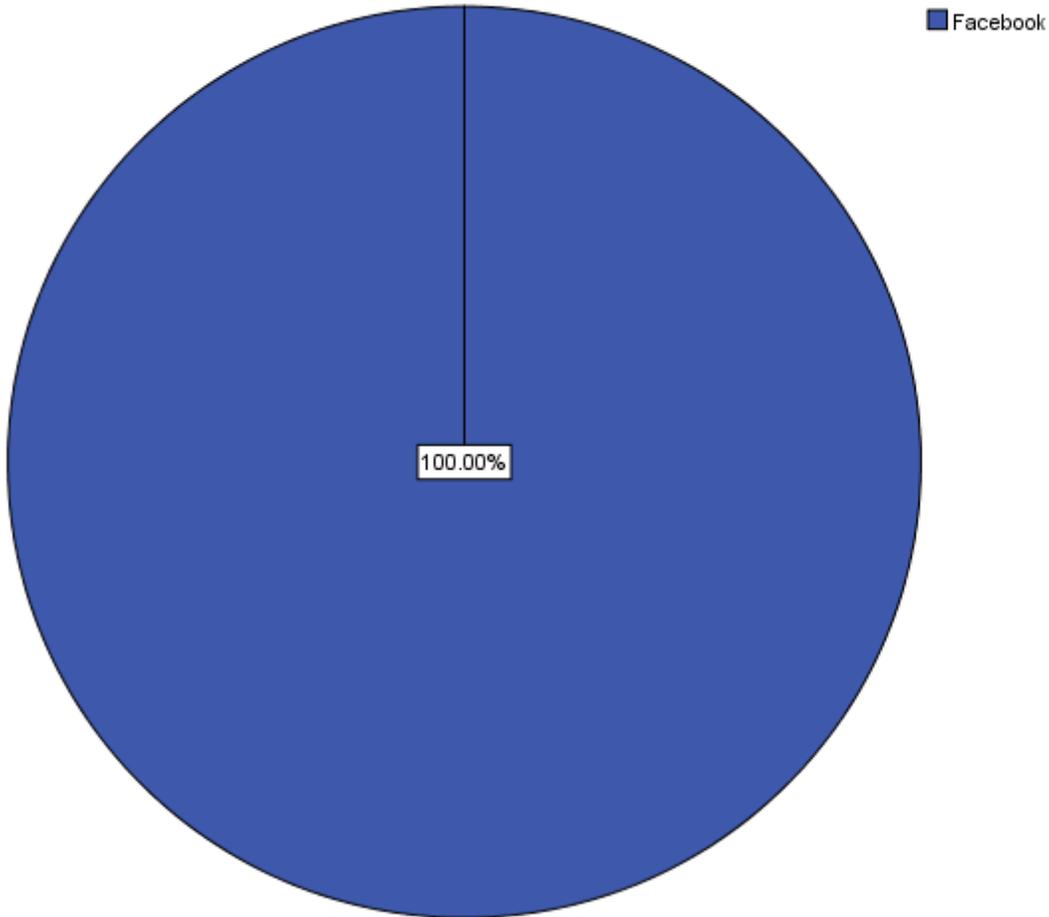
¿De cuánto es su ingreso mensual aproximadamente?



**Estaria dispuesto a asumir un costo por envio y cuanto pagaria**



**A través de que medio le gustaria conocer de una nueva empresa de globos?**



- Flower center: un centro tradicional donde ofrecen arreglos de todo tipo de flores para festividades como el día de las madres aniversarios etc. Se encuentra en el mercado Roberto huembés
- Regalos personalizados: una tienda donde ofrece tazas personalizadas, llaveros personalizados, camisas personalizadas y cojines serigrafiados (con fotos), estos son productos de regalos personalizados son otros sustitutos para el día de las festividades (se encuentra en el sector de metro centro)
- K comer: una tienda que ofrece tazas con fresas y demás frutas rellenas de chocolates personalizados y también queques personalizados.

- Entre otras como floristería el rosal, y floristería Osejo

Anexo 3 cotizaciones

[Oferta]

12/9/2019



**COMTECH**  
TODO EN TECNOLOGÍA

Pagar a nombre de:  
**COMTECH**  
Ced. Jurídica J0310000000603  
Telf.: (505) 22648800  
Avenida Principal Altamira D Este No. 589/599, Ferreteria SINSA, 25 vrs. arriba, Managua, Nicaragua

Empresa: **DILO CON GLOBO**  
Contacto: FRANCISCA LOPEZ | [LOPEZFRANCISCA@DILOCONGLOBO.COM](mailto:LOPEZFRANCISCA@DILOCONGLOBO.COM)  
Teléfono: 87484810 Fax:  
Dirección:  
MANAGUA

www.comtech.com.ni  
Proforma #: 185900  
Fecha: 12/9/2019

Vendedor: **Alexandra Ruiz**  
Celular: 7797-2861  
E-Mail: [aruz@comtech.com.ni](mailto:aruz@comtech.com.ni)  
Tel.: 22648800 Ext.7700

Código	Descripción	Cant.	Precio Un.	Total(US)	Entrega
02601-778	IMPRESORA EPSON ECOTANK L5190 - 110V - C11CG85301	1	US\$ 340.05	US\$ 340.05	Inmediato
04701-1655	NOTEBOOK HP 14-CM0094LM A6-9225/4GB/1TB/14/AZUL/4PE70LA#ABM	1	US\$ 430.00	US\$ 430.00	Inmediato

**Monto en letras: Ochocientos Ochenta y Cinco con 56/100**

Condiciones Generales	
Forma de pago:	Contado
Vigencia de la oferta:	8 Días
Garantía:	Detallada en cada producto
Tasa de Cambio:	33.67

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	770.05
IVA	115.51
<b>Total( US )</b>	<b>885.56</b>

\_\_\_\_\_  
Firma Asesor de Venta

**Aceptación del Cliente**  
Páguese a nombre de Comtech

Nombre: \_\_\_\_\_ Ced. \_\_\_\_\_ Firma: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

Sello:









**PROFORMA**  
 FECHA: 12/09/2019  
 N.º PROFORMA:

RUC: J0310000001464

CLIENTE **DILO CON GLOBOS**  
 ATENCION: Francisco Lopez  
 TELEFONO:  
 MOVIL:  
 CORREO:

PROVEEDOR  
 VENDEDOR: GABRIELA SANCHEZ  
 TELEFONO: 2253-8300 ext 109  
 MOVIL: 8380-1617 8715-9128  
 CORREO: gabriela.sanchez@conico.com.ni

CONDICIONES DE PAGO

COTIZACION DE PRODUCTOS VARIOS

		CREDITO		
ITEM	DESCRIPCION	CANT	PRECIO	TOTAL
1	Equipo de escritorio: CASE MICRO ATX CM11T9 CON FUENTE PODER/ NO CARE TARJETA MADRE GIGABYTE H310M H SOCKET 1151 8GEN PROCESADOR INTEL I3-9100 3.60GHZ 6MB LAG1151 9GEN MEMORIA MUSHKIN DDR4 4GB 2666 MHZ DESKTOP #MES DISCO DURO INTERNO SEAGATE 1TB 3.5" SATA P/PC ST COMBO TECLADO Y MOUSE ARGOM USB (ARG-KB-7418) MONITOR AOC LED E2070SWN 20"1600X900 VGA	1.00	\$393.93	\$393.93
2	IMPRESORA HP INK TANK 315 AIO #Z4B04A#AKY	1.00	\$137.78	\$137.78

OBSERVACIONES:

OFERTA VALIDA POR: 8 DIAS  
 TIEMPO DE ENTREGA: INMEDIATA SEGÚN INVENTARIO  
 ELABORAR CK-A NOMBRE DE: CONICO S.A  
 SE NOS RETIENE EL: 2% Y 1%  
 T/C → C\$33.67  
 LOS PRECIOS ESTAN SUJETOS A CAMBIO SIN PREVIO AVISO  
 GARANTIA: SEGÚN EL PRODUCTO

SUB-TOTAL \$ 531.71

IVA \$ 79.76

NETO \$ 611.47

CORDOBAS C\$20,588.08

DESCUENTO APLICADO

📍 Calle Principal Altamira,  
 Contiguo Donde fue Banpro.  
 Managua

☎️ (505) 2253-8300  
 (505) 8380-1618



🕒 Lun - Vier: 8:00am - 05:30pm  
 Sab: 08:00am - 1:30pm





C O T I Z A C I O N 52911501458

Nombre: .....  
 Dirección: .....  
 Teléfono: .....

Fecha Cotización: 23/09/2019  
 Fecha Actual: 23/09/2019  
 Almacén: CAM PLAZA LAS AMERICAS  
 Vendedor: 00000000 SIN COMISION

Plan de Ventas: CONTADO  
 Periodo: .....

Marca	Modelo	Descripción	Unid.	Unitario	Precio Contado		Total
					Valor Neto	Impuesto	
COMMODITY LSHEW	CT3641	ESCRITORIO PARA COMPUTADOR(ESCR)	1	CE 3.799.13	CS 3.799.13	CS 569.87	CS 4.369.00

CS 3.799.13    CS 569.87    CS 4.369.00

Precio Válido por 8 días

ESTAMOS EXENTOS DE RENTENCION 2% IR  
 PRECIOS EN CORDOBAS



PRODUCTOS DEL AIRE DE NICARAGUA, S.A.  
 KM 7 1/2 CARR NORTE, CONTIGUO A CORTE SUPREMA DE JUSTICIA,  
 NIC

Tels. (505)2233-1674 al 77 \* (505)2233-8761 al 67  
 Página WEB: www.pdelaire.com  
 RUC # J0310000002843

Dirección de envío:  
**MAYELI SABORIO**  
**MANAGUA NICARAGUA,**  
**GTM**

## Presupuesto

**Número** PVE-070169D-1  
**Página** 1 de 3  
**Fecha** 19/09/2019  
**Fecha limite del presupuesto** 19/10/2019  
**Pago** CONTADO

Código de artículo	Descripción	Fecha de envío	Cantidad	Unidad	Precio de venta	Porcentaje de descuento	Descuento	Importe
1002	HELIO T/220	19/09/2019	1,00	und	7.515,00	0,00	0,00	7.515,00
100101038	RENTA DE CILINDROS	19/09/2019	1,00	und	110,00	0,00	0,00	110,00
C020102041	REGULADOR DE HELIO,R125G,WESTERN,A SWR125G,AMS	19/09/2019	1,00	und	2.126,93	10,00	0,00	1.914,24

Divisa	Importe del subtotal de ventas	Descuento total	Gastos	Importe de descuento	Importe neto	Impuestos	Total
NIO	9.539,24	0,00	0,00	0,00	9.539,24	1.430,89	10.970,13

\_\_\_\_\_  
 LUIS RIVERA  
 Firma y Sello

Estamos exentos de la retención del 2% IR y 1% Impuesto Municipal Managua  
 Emitir pago a favor de: Productos del Aire de Nicaragua, S.A.