



Universidad Politécnica de Nicaragua

UPOLI

Escuela de Ciencias Económicas y Empresariales

Plan de Negocios: Services Outsourcing

“Global Service”

Plan de negocio para optar al grado de Licenciatura en Administración de Empresas, Administración turística y hotelera, Mercadotecnia y Contabilidad

Nombres:	Carrera:	Carnet:
• Br. Marina Isabel Guevara Ayerdis	Administración de empresas.	1412042
• Br. Joseling Zeneyda Mendoza Molina	Mercadotecnia.	1410832
• Br. Wendy Fabiola Vargas Castillo	Contaduría Pública y Finanzas	1512053
• Br. Melisa Raquel Ruiz Nicaragua	Administración turística y hotelera	1310454
• Br. Yussiel Yahoska Loáisiga Martínez	Administración de empresas	1510583
• Br. Mauricio José López Salas	Administración de empresas.	0811388

Tutoras:

Msc. Mayra del Socorro Rodríguez

Msc. Marbell Tatiana Guzmán Potosme

Diciembre 2019.

Contenido

I. Dedicatoria	6
II. Agradecimientos	7
III. Resumen ejecutivo	8
1. Objetivos.....	11
1.1. OBJETIVO GENERAL.....	11
1.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	11
2. Aporte del proyecto a la economía local / nacional	12
3. Perfil estratégico del negocio	14
3.1. Misión	14
3.2. Visión.....	14
3.3. Estrategia del Negocio.....	15
4. Plan de Marketing.....	16
4.1. Análisis del entorno y sector	16
4.1.1. Análisis del Macroentorno	16
4.1.2. Análisis del Sector.....	24
4.2. Investigación de mercado.....	27
4.2.1. Metodología	31
4.2.2. Análisis de resultados	34
4.3. Decisiones estratégicas del Marketing	37
4.3.1. Descripción del producto y/o servicio	37
4.3.2. Análisis de la Competencia	45
4.3.3. Objetivos de Marketing.....	49
4.3.4. Descripción del Mercado Meta	49
4.3.5. Demanda y participación de Mercado	49
4.3.6. Estrategias de Marketing.....	56
4.3.7. Estrategia de Posicionamiento	56
4.3.7.1. Estrategia de Segmentación de Mercado	56
4.4. Plan de acción.....	57
5. Plan de producción.....	63
5.1. Flujograma cursograma del servicio	63
5.2. Activos Fijos	65
5.3. Vida útil de los activos fijos	66
5.4. Tabla de Depreciación de activos fijos.....	66

5.5.	Términos y condiciones de la compra de equipos de mantenimiento y reparaciones	67
5.6.	Capacidad Planificada y Futura	67
5.7.	Ubicación y diseño de la planta	70
5.8.	Materia prima y costo de la materia prima	71
5.9.	Detalle de costo por línea de servicio	73
5.10.	Disponibilidad de materias primas, fuentes y precios	73
5.11.	Mano de obra directa e indirecta	76
5.12.	Gastos generales de la empresa.....	79
6.	Plan de organización	80
6.1.	Forma de la empresa.....	80
6.1.1.	Forma de constitución de la empresa.....	80
6.1.2.	Tamaño de la empresa	82
6.1.3.	Tramites, permisos y licencias de operación que debe cumplir.....	82
6.2.	Estructura organizacional	85
6.2.1.	Actividades y gastos pre- operativos.....	90
7.	Plan de finanzas	92
7.1.	Plan de Inversión.....	92
7.2.	Estado De Pérdidas y Ganancias	93
7.3.	Balance General.....	94
7.4.	Flujo De Caja.....	96
7.5.	Programa de devolución del préstamo.....	97
7.6.	Punto de equilibrio	98
7.7.	Razones Financieras	99
7.8.	Valor Actual Neto.....	100
7.9.	Tasa interna de Retorno.....	100
7.10.	Relación beneficio Costo.....	102
7.11.	Periodo de Recuperación.....	102
8.	Conclusiones.....	103
9.	Referencias bibliográficas	104
10.	ANEXOS	105

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Estrategias Competitivas	15
Ilustración 2: Porcentaje de encuestas por tipo de empresa	33
Ilustración 3: Histograma de tipo de empresa	34
Ilustración 4: Datos Estadísticos de Terceros de Mantenimiento en su compañía.....	35
Ilustración 5: Interés de los clientes en Servicios Generales.....	36
Ilustración 6: Frecuencia de Contratación del Servicio	36
Ilustración 7: Niveles de Servicio.....	41
Ilustración 8: Ciclo de Vida del Servicio.....	42
Ilustración 9: Marca del Servicio	44
Ilustración 10: Marca de SERLISA INTERNATIONAL GROUP.....	46
Ilustración 11: Marca SELMECSA.....	46
Ilustración 12: Marca PINTURAS SUR.....	47
Ilustración 13: Vista de planta de GLOBAL SERVICES OUTSOURCING.....	70
Ilustración 14 Sociedad Global Services Outsourcing	80
Ilustración 15: Estructura Organizacional	85
Ilustración 16 ficha ocupacional del comprador	86
Ilustración 17: ficha ocupacional del administrador	87
Ilustración 18: Ficha ocupacional del Ejecutivo de ventas	87
Ilustración 19: Ficha Ocupacional del jefe de Marketing	88
Ilustración 20. Ficha ocupacional del asistente administrativo.....	88
Ilustración 21: Diagrama de GANTT	91

Índice de Tablas

Tabla 1: Cinco Fuerzas de Porter	26
Tabla 2: Precios SERLISA.....	46
Tabla 3: Precio SELMECSA	47
Tabla 4: Precios Pinturas SUR.....	48
Tabla 5: Frecuencia de Consumo	50
Tabla 6: Demanda actual En Unidades Físicas.....	50
Tabla 7: Demanda actual en Unidades Monetarias	52
Tabla 8: Demanda Potencial.....	52
Tabla 9: Demanda Potencial En Unidades Físicas	53
Tabla 10: Participación De Mercado en Unidades	53
Tabla 11: Precios con IVA GLOBAL SERVICES OUTSOURCING	54
Tabla 12: Precios sin IVA GLOBAL SERVICES OUTSOURCING	54
Tabla 13: Proyecciones de Ventas.....	55
Tabla 14: Estrategia de Calidad del Servicio	57
Tabla 15: Estrategia de Precio de Penetración.....	59
Tabla 16: Estrategia Ejecutor - Consumidor	60

Tabla 17: Estrategia de Penetración de Mercado	61
Tabla 18: Estrategia de Publicidad	62
Tabla 19: Cursograma del Servicio	63
Tabla 20: Cursograma de Producción	64
Tabla 21: ACTIVOS FIJOS GLOBAL SERVICES OUTSOURCING	65
Tabla 22: Vida Útil de los Activos	66
Tabla 23: Depreciación De los Activos	66
Tabla 24: Capacidad Planificada	68
Tabla 26: Costos de Servicios al año.....	71
Tabla 27: Costos Unitarios Por servicio	71
Tabla 28: Precios Unitarios por servicio	71
Tabla 29: Proyecciones de ventas	72
Tabla 30: Proyección de venta por línea de servicio	72
Tabla 31 Detalle de Costo Por línea de Servicio	73
Tabla 32: Mano de obra directa e indirecta	78
Tabla 33: Total Mano de obra Directa e indirecta	78
Tabla 34: Gastos Generales.....	79
Tabla 35: Tamaño de la empresa	82
Tabla 36: Tramites y Licencia	82
Tabla 37: Gastos Pre operativos.....	90
Tabla 38: Plan de Inversión	92
Tabla 39: Valor total de la Inversión	92
Tabla 40: Calculo de la rentabilidad Proyectada	93
Tabla 41: Balance General.....	95
Tabla 42: Flujo de caja.....	96
Tabla 43: Calculo Cuota del Préstamo.....	97
Tabla 44: Punto de Equilibrio	98
Tabla 45: Razones Financieras	99
Tabla 46: Flujo de fondos	101
Tabla 47: Relación Beneficio Costo	102
Tabla 48: Periodo de Recuperación	102

I. Dedicatoria

Se la dedicamos a Dios con todo nuestro amor, a nuestros padres por su esfuerzo por darnos una carrera para el futuro y por crecer en nuestras capacidades, siempre han estado brindándonos su amor, cariño y comprensión.

A quienes nos dieron su apoyo incondicional para que pudiésemos culminar nuestros estudios y soportaron nuestras largas horas de ausencia en nuestros hogares.

A nuestros hijos por ser fuente de inspiración para poder superarnos cada día más y así poder luchar para que la vida nos depara un futuro mejor. A nuestros compañeros y amigos presentes y pasados quienes sin esperar nada a cambio compartieron sus conocimientos, alegría y tristezas, a todas aquellas personas que en todos estos años estuvieron a nuestro lado apoyándonos y lograron que este sueño se hiciera realidad.

II. Agradecimientos

A Dios, dador de la vida y Creador de todo cuanto existe, por habernos dado sabiduría e inteligencia. Ya que sin la bendición de Dios y su amor todo esto hubiera sido un fracaso.

Gracias a mis compañeros y docentes que con sus conocimientos pudimos concluir con éxito, quienes a través del tiempo y la distancia fuimos fortaleciendo una amistad similar a una familia para darnos fuerzas y confianza para crecer juntos y seguir adelante.

Al Msc. Mayra del Socorro Tutora del Programa Plan de Negocios por haberse esmerado en transmitirnos conocimientos actualizados y suficientes con una gran calidad educativa y humana.

III. Resumen ejecutivo

Se eligió la idea de proyectar un negocio de Outsourcing global Services, ya que se estudió y se analizó que la situación actual del mercado está compuesta por algunas características que serán viables para la empresa en cuestión una de las características principales es que cuenta con un número de empresas medianas y pequeñas a los que se vio como los principales consumidores de los productos que ofreceremos.

También destacando varios rasgos se visualizó que la competencia no cuenta con todas las características que busca el mercado, es por ello que los clientes no le dan preferencia y salen a otro lado puesto que ellos no encuentran lo que le satisface o no le encuentran sentido a lo que buscan, así mismo la competencia no cumple con satisfacer las necesidades de los principales consumidores.

El objetivo de este negocio es identificar el verdadero segmento al que se avocara el servicio, así como las estrategias y las acciones a llevar a cabo para irnos introduciendo en el mercado posicionando a través de una estrategia de segmento de mercado con un diseño adecuado de las variables de marketing (producto, precio, promoción, plaza) para alcanzar los objetivos generales del negocio y los que propiamente planteamos en este plan de marketing

Avocados a este motivo se decide posicionar un nuevo negocio ofreciendo servicios de mantenimiento y reparación de un alto nivel y posicionarnos en la mente de los posibles consumidores y captar mediante estrategias de publicidad, relaciones públicas y promociones a aquellos consumidores potenciales que todavía tienen un significado porcentaje de indecisión al optar por un nuevo producto.

Se eligió la idea de proyectar un negocio de servicios tercerizados ya que se estudió y se analizó que la situación actual del mercado está compuesta por algunas características que serán viables para la empresa "Global Services" una de las características principales es que cuenta con un número de

empresas pequeñas y medianas a los que se vio como los principales consumidores de los servicios que ofreceremos.

También destacando varios rasgos se visualizó que la competencia no cuenta con todas las características que busca el mercado, es por ello que los clientes no le dan preferencia y salen a otro lado ya que ellos no encuentran lo que le satisface o no le encuentran sentido a lo que buscan, así mismo la competencia no cumple con satisfacer las necesidades de los principales consumidores.

El objetivo principal del negocio es obtener el posicionamiento con respecto a los demás competidores es decir tener el 20% de participación del mercado y pasar a la etapa de crecimiento, logrando ganancias y utilidades, más adelante se pretendería alcanzar mucha más participación y también penetrar en el segmento que dijo que no contrata servicios de mantenimiento

Mercado.

Se hizo un análisis de la situación actual y se encontró algunas características que posee el mercado, este mercado destaca ser medio, y posee un ingreso medio ya que lo componen profesores empresas medianas, y también, se identificó que la competencia ofrece variedad de servicios sin embargo la cobertura de precio y plaza no es suficiente para la satisfacción de los clientes

PRODUCTOS

Los productos que se están ofreciendo son mantenimiento de maquinaria de la empresa, mantenimiento del sistema eléctrico, limpieza general de oficinas y bodegas, mantenimiento de pintura, mantenimiento de parques y jardines.

Características tangibles: los productos son tangibles desde todas las características que poseen, una vez contratado el servicio ellos podrán elegir y ver con lo que se trabajara por ejemplo en el caso de mantenimiento de pintura, eligen el color y nosotros garantizaremos la calidad y durabilidad.

Características intangibles: además de ofrecer productos de calidad se ofrecerá un servicio de calidad, enfocándose a la atención de los clientes, esto se hace

con la finalidad de atraer más clientes, Actualmente no se contaría con una tecnología de punta, con el transcurso del tiempo se irán adquiriendo en base a las necesidades y exigencias de los clientes.

Plan de acción de promoción.

Acciones:

- Creación de una página web en donde nos demos a conocer como empresa, así también los clientes podrían hacernos sus pedidos desde la misma página.
- Creación de una página de Facebook en donde los clientes vean los diversos servicios que ofrecemos.
- Desarrollar promociones para incentivar la contratación de los servicios.

1. Objetivos

1.1. OBJETIVO GENERAL

- Elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a los servicios básicos y elementales “GLOBAL SERVICES OUTSOURCING” en el departamento de Managua con el uso de técnicas de planificación y control en la logística de prestación de servicios generales.

1.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Determinar la viabilidad financiera del Plan de Negocios GLOBAL Services Outsourcing en base a seguimientos de ventas presentado en el flujo de caja
2. Realizar plan de Marketing para la empresa Services Outsourcing
3. Realizar plan financiero para la empresa Services Outsourcing
4. Atender las necesidades del sector empresarial que requieran el desempeño de las actividades de la empresa.
5. Fomentar las capacitaciones del personal para mejor uso de recursos.

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

Somos una empresa creada y orientada a la prestación de servicios generales, lo que implica el intercambio de necesidades en común, lo cual es el empleo. Esto favorece los tiempos de respuesta de producción en menor tiempo en base por poseer recursos humanos adecuados para ejecución.

En la actualidad la empresa cuenta con un amplio portafolio de servicios, resaltándose los de mantenimiento de maquinaria, sectores que permiten el desarrollo y motor de nuestra economía nacional, con la externalización de servicios, esto se ha convertido en el mejor aliado de las empresas.

En la actualidad es ahorro de pago de nóminas y tiempo de realización de los servicios en tiempos más cortos. Y es que mientras éstas se concentran en su **Core business**, compañías de servicios integrales, sobre todo en el área de mantenimiento, se encargan del resto (adecuaciones civiles; mantenimiento edificaciones, equipos de aire acondicionado, fachadas, techos, terrazas, jardinería, entre otros). Con el fin de hacer cambios de imagen, ampliaciones de crecimiento y mantenimiento en general.

Contar con un único **proveedor externo**, es garantizar la gestión, integración y ejecución de los servicios, logrando un mayor y mejor control de las operaciones, generando más beneficios para la organización en términos de *tiempo y dinero*.

Bajo este contexto, **SERVICES OUTSOURCING-** presenta las principales ventajas de contratar bajo este modelo:

1. **Concentrarse en su “Core business”:** la contratación bajo esta modalidad permite que la empresa dirija esfuerzos y recursos en su núcleo de negocio, evitando la destinación de dinero, tiempo y energía en actividades que desconoce y que, si bien son necesarias para su funcionamiento, no aportan a la potencialización de su servicio o producto
2. **Incremento en la productividad:** concentrar la atención en aquellas labores importantes, que generan valor agregado a su producto o

servicio, permite un uso más intensivo de los recursos con los que cuenta la empresa (mano de obra, materiales y equipos).

3. **Reducción de costos:** la externalización de los servicios puede representar un ahorro de entre el 10 y el 15% en costos, en relación a la contratación de personal, compra y/o alquiler de maquinaria y equipos, además, de la compra de materiales.
4. **Profesionalismo:** las empresas contratadas y responsables de la ejecución de los servicios, cuentan con personal capacitado y experto en la materia, lo que se traduce en mejor calidad del servicio, uso de materiales adecuados, atención de manera eficaz y oportuna los requerimientos
5. **Reducción de riesgos:** los colaboradores de la empresa externalizada siempre estarán capacitados para desarrollar sus labores de manera responsable, contarán con formación y capacitación en la prevención de riesgos y accidentes, seguridad en el trabajo y tendrán las certificaciones correspondientes como trabajo seguro en alturas, por ejemplo. Además, tendrán al día sus aportes al sistema de salud, pensión y mejorando la calidad del proceso, tanto de contratación como de ejecución.

3. Perfil estratégico del negocio

3.1. Misión

Es una empresa del sector de Managua llamada Servicios Outsourcing que tiene como misión resolver las necesidades de las exigencias de la clientela nicaragüense mostrando servicios de respuesta inmediata, además pretende desarrollar y generar empleos de manera segura y confiable. Con ejecución de calidad para los clientes de pequeñas, medianas y grandes industrias, dando oportunidad de crecimiento laboral con planes de incentivos laborales que mantengan a los colaboradores motivados y que se sientan parte de la empresa garantizando la rentabilidad del servicio.

3.2. Visión.

Ser una empresa líder en los servicios Outsourcing garantizando la calidad del servicio con precios competitivos que permitan aumentar las ventas, brindando un excelente servicio al cliente que cuyo resultado se verá reflejado en un aumento en los próximos 3 años de la rentabilidad de la empresa y que goce de la presencia de su marca a nivel de Managua.

Dentro de los **valores** más relevantes de la organización se encuentran los siguientes:

Calidad: cualquier actividad que se realiza se ejecuta dando el mejor esfuerzo para obtener un mayor servicio de calidad.

Responsabilidad social: Brindamos iguales oportunidades de crecimiento profesional a hombres y mujeres sin importar su edad, respetando sus derechos y promoviendo sus deberes.

Compromiso: Compromiso con Nicaragua, con nuestros clientes, con nuestros compañeros, incluyendo con nuestros objetivos.

Solidaridad: Nos identificamos con los problemas del pueblo y tenemos la disposición de ayudar en todo y a quienes necesiten de nuestro servicio

3.3. Estrategia del Negocio

La estrategia que la empresa Services Outsourcing utilizará será la de “diferenciación de la competencia” ya que en el servicio que se pretende brindar será la imagen corporativa de las cuales carecen la mayoría de las empresas en este sector.

A esta estrategia se le conoce como una estrategia sin precio. En lugar de ofrecer el producto o servicio más barato, Services Outsourcing varía su oferta a través de otros medios. Estos medios serán la calidad del servicio, estilo e imagen de los mismos. La diferenciación permite que la empresa pueda exigir precios más altos, ya que ofrecen características adicionales que los líderes de costos no.

Por otra parte, es importante mencionar que los tiempos de ejecución de estos trabajos serán de menos tiempo como valor agregado y con alta calidad.

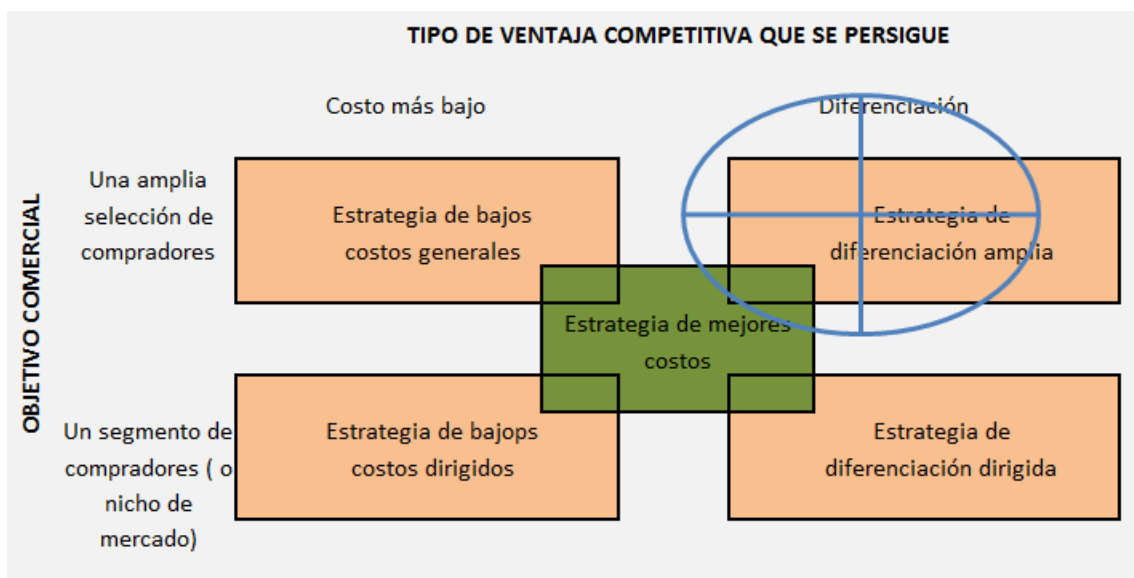


Ilustración 1: Estrategias Competitivas

Fuente: Elaboración Propia

4. Plan de Marketing

4.1. Análisis del entorno y sector

La elaboración del plan de negocios para la empresa de servicios Outsourcing implica la realización como primer paso del plan de Marketing, iniciando por analizar los entornos en que se encuentra inmerso el negocio, destacándose el análisis del macroentorno.

4.1.1. Análisis del Macroentorno

- *Factores políticos*

A raíz de los sucesos lamentable que vivió nuestro país a partir del 19 de abril del año 2018, la economía de nuestro país ha sufrido serias afectaciones en el sector de inversión y la estabilidad empresarial creando una crisis económico-social insostenible obligando al retiro de inversionista, retiro de capitales de las clase burguesa de nuestro país, el cierre de micro y pequeñas empresas, y la reingeniería empresarial de las empresa cooperativas, lo que llevo consigo la reducción de costos provocando en todos los sectores despidos masivos.

Estos sucesos para muchos se vuelve una oportunidad de negocio a partir que muchas empresas entraron en recesión económica lo que lleva a despidos y cierre de algunas áreas dentro de las empresas, lo que obligo a contratar los servicios tercerizados de pequeñas empresas de servicios, con el ánimo de reducir costos y es ahí donde nuestra idea de negocio se hace presente ya que las empresas optan por realizar sub contrataciones que les salen más económicas, evitándose prestaciones sociales.

A raíz de esta problemática política- social se ha tornado un ambiente de incertidumbre, negativo para las empresas y la inversión en el país.

- *Factores Económicos*

Clima de inversión.

Debido al factor político- social Nicaragua perdió 433.6 millones de dólares en inversión extranjera y por la caída del turismo entre enero y marzo del 2019 lo que en porcentaje estaríamos hablando de un 70 %.

El gobierno creo un plan diverso de políticas para incrementar así la inversión extranjera y nacional que a pesar de que el clima para invertir no es el mejor esto inclina un poco a algunas empresas a intentarlo,

Estas son algunas políticas que el gobierno piensa implementar para promover el desarrollo de las MYPYMES que es donde entra nuestra pequeña empresa:

- Desarrollar un plan de fortalecimiento de capacidades técnicas, productivas y comerciales generando ventajas competitivas para su participación en los mercados nacionales e internacionales, esto nos favorece porque al realizar este tipo de actividades somos más capaces de llegar a empresas grandes que requieran de nuestro servicio y nos agrega confiabilidad.
- Promover la economía creativa facilitando plataforma de exposición, como nuestra empresa está empezando no cuenta con publicidad, lo que se hace en si es visitar personalmente a las empresas para ofrecer nuestros servicios y aunque esto tiene sus pro también tiene sus contras debido a que el mercado es extenso y al realizar esto de esta manera nos limitamos a una cartera de clientes, a horarios etc., es por eso que el hecho de poder darnos a conocer en distintas plataforma se vuelve una buena estrategia.
- Promover el registro y protección de la propiedad intelectual.

Exportaciones e importaciones.

En cuanto las exportaciones e importaciones, tenemos claro que al ser una empresa de mantenimiento que ofrece servicios múltiples hay maquinaria que no se encuentra en el país, inclusive hay maquinaria que sale más favorable

comprarla fuera del país, pero en realidad las mayores afectaciones la tuvieron las bebidas que sufrieron un incremento en las tasas de impuestos, lo que prácticamente no merma en nuestra idea de negocios.

Políticas financieras.

A principios de año y el año pasado los bancos acabaron con cerca de 400 mil créditos, solo en el 2018 el sistema financiero cancelo 280 mil préstamos más otros 100 mil que se perdieron en los primeros tres meses de este año esto podría llegar a afectarnos en caso de que no contemos con financiamiento a la hora de proyectos muy grande, por el comienzo nuestra empresa usa fuentes de financiamiento propia, aunque en el reciente trimestre se ve un poco mejorada la situación en cuanto a los créditos del dinero que en un futuro si está estabilizado sería una preocupación menos el financiamiento para grandes proyectos

- **Factores Tecnológicos**

Dentro de tecnologías y herramientas de las telecomunicaciones existe el objetivo que de pretender alcanzar y lograr mejoras de procesos y productividad a través de herramientas automatizadas, enfocadas a la eficiencia continua de los diferentes procesos de servicios o producción.

En el mundo actual es necesario desarrollar y aplicar estrategias puntuales, encaminada a mejorar la experiencia del consumidor final de nuestros productos o servicios.

Se conoce que desde la implementación de estas estrategias las compañías buscan garantizar disminución en costo del lado del consumidor y productor, a través de algunas herramientas es fácil obtener un feed back, lo que conlleva a una mejora continua, con esto se pretende a medida que las empresas desarrollen su ritmo de crecimientos paso a paso, se busca hacer procesos menos complejo de toma de decisiones, dichas tic's se enfoca en que las convierte en más fáciles de reconocer la debilidades y oportunidades que se tiene en cuanto al producto o servicio se brinda, por otra parte focaliza que tanto afecta esto la parte de los ingresos y crecimiento económico, acciones puntuales que se han tomado, y la

experiencia alcanzada, esto ayuda de forma directa a la posición que tomamos frente a la competencia directa o indirecta, dichas herramientas crean pautas las cuales son importantes para la toma de decisiones, control o replanteamiento de uno o más procesos a diferentes niveles.

Según el Nuevo diario en el caso de Nicaragua, el estudio del BID identifica tres limitantes, dos de ellas relacionadas con la legislación vigente: desfase en el marco legal que rige al sector; limitaciones en el marco regulatorio que dificultan la promoción de la competencia, asequibilidad, adopción y la calidad del servicio de banda ancha; y un déficit de banda ancha en zonas rurales.

Según el BID, la Ley 200 “no empodera” a Telcor (regulador) con el mandato para la promoción de infraestructura y competencia en banda ancha que “son claves para el desarrollo del sector”.

Para contrarrestar este efecto el BID considera oportuno desarrollar una legislación secundaria que contemple una regulación de “compartición de infraestructura, acceso abierto a redes de banda ancha, reglamentos de interconexión y regulación de las tarifas mayoristas de los operadores que cuenten con poder significativo de mercado en mercados relevantes”, reza el documento.

Según la comisión económica para América latina y el caribe CEPAL destaca dentro de tantos puntos exactos de los cuales como integrante de este grupo retos que deben adquirirse como empresa tales como Desarrollar y promover tanto la industria de las TIC tradicional como los sectores emergentes, para la producción de contenidos, bienes y servicios digitales; asimismo, fomentar los ecosistemas de economía digital y la articulación público-privada, con énfasis en la creación de mayor valor agregado, el aumento del trabajo calificado y la formación de recursos humanos para incrementar la productividad y competitividad en la región.

- *Factores sociales*

Regulaciones.

En Nicaragua no existe una ley específica que regule de manera expresa y completa sobre la “tercerización” o en otros términos Outsourcing; sino una

serie de disposiciones contenidas en el código del trabajo y en leyes relacionadas tales como la de higiene y seguridad que deben ser utilizadas en esta modalidad contractual.

Así de manera expresa encontramos que, en materia de higiene y seguridad laboral, la ley No. 618 la ley de higiene y seguridad de trabajo establece como obligaciones para el empleador que usare el servicio de contratista y sub contratista (empresa contratante), las siguientes:

- Exigirles a ambos que estén inscritas en el instituto Nicaragüense de seguridad social (INSS) y que cumplan con sus obligaciones ante dicha obligación.
- Exigirles a ambos el cumplimiento de las obligaciones legales en materia de prevención de accidentes de riesgos laborales.

En el caso del entorno unas nos afectan por las regulaciones que se hicieron en el último año la cual subió la tarifa de un 6.25% a un 7% y el inss patronal de un 13 a un 20%, lo que exige de nuestra parte más incremento del dinero. La reforma fiscal no solo afecta en si el número de trabajadores y su pago si no también que las empresas encarecen sus productos por ende nuestros suministros los compraremos más caros y esto nos resta competitividad con Outsourcing más grandes y más establecidas.

En caso de incumplimientos de las obligaciones anteriores, la empresa contratante de los servicios de tercerización será solidariamente responsable de reparar los daños los daños y perjuicios ocasionados a los trabajadores y de las demás obligaciones que dicho contratista o subcontratista tienen con sus trabajadores de conformidad con el código de trabajo y la ley de seguridad social.

Materia de higiene y seguridad de trabajo.

Desde el punto de la vista de la higiene y seguridad del trabajo, cabe señalar que existen disposiciones legales muy claras en cuanto a que aspectos debe considerar el contratista principal, al momento de subcontratar o tercer izar el capital humano. Siendo esta disposición la siguiente:

Garantizar que la empresa subcontratada u Outsourcing. Cuenten con una política de higiene y seguridad del trabajo. Es decir que cuenten con la constancia y la licencia en materia de higiene y seguridad del trabajo que otorga el ministerio del trabajo, según la actividad económica de la misma. (Ley 618 ley general de higiene y seguridad, arto 34 y 35) por lo tanto nuestra idea de negocio se está encargando de cumplir con lo establecido

- *Factores culturales*

Actualmente, Nicaragua alberga más de 47 empresas del sector de externalización de servicios, las cuales exportan servicios cada más especializado a destinos como Estados Unidos, Canadá y Europa.

Entre las principales razones por las cuales el país ha ganado mucho auge en este sector, destacan su proximidad a los mercados de Norte y Sudamérica, su estructura de costos competitiva y la calidad de su talento humano.

Industria de Outsourcing en Cifras

+45 compañías operando

+10,000 empleos

+US\$92 millones invertidos

+US\$134 millones exportados en 2017

Empresas exitosamente establecidas en Nicaragua

¿POR QUÉ NICARAGUA?

Por sus niveles de seguridad

Por su calidad de vida

Por su clima de inversiones

Por su conectividad y acceso a mercados

Por sus incentivos para la inversión

Por sus garantías legales

Por sus costos operativos

Por su talento humano

OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN

Externalización de Procesos de Conocimiento (KPO)

La industria de KPO de Nicaragua ha crecido y se ha diversificado rápidamente en los últimos años, ofreciendo servicios de alto valor agregado tales como la investigación y desarrollo de patentes, mercadeo digital, procesos de reclutamiento, administración de nómina, servicios financieros, entre otros.

Centros de Servicios Compartidos (CSC)

Las empresas deben enfrentar continuamente el reto de reducir costos, mejorar su eficiencia y sus niveles de servicios. Es por esto que un gran número de ellas recurren a instaurar un Centro de Servicios Compartidos (CSC), el cual es un modelo operativo donde una entidad de la empresa consolida y estandariza un conjunto diverso de sistemas, procesos y funciones, para dar servicio a diferentes unidades de negocios dentro de la misma empresa.

Nicaragua presenta una gran oportunidad como un destino para operaciones de Centros de Servicios Compartidos para grupos que han aumentado su presencia en la región. Desde esta operación se pueden consolidar diversos servicios como recursos humanos, finanzas, compras y adquisiciones, entre otros.

Externalización de Procesos de Negocios (BPO)

La industria del BPO ha puesto a Nicaragua en el mapa como una de las plataformas más atractivas para el nearshoring. Esta representa una importante fuente de empleo formal para el talento nicaragüense.

Actualmente, existen más de 22 empresas de BPO exportando servicios tanto en inglés como en español. Los servicios que más exportan las empresas con presencia en Nicaragua son: servicio al cliente, ventas, back office, soporte técnico y servicios por chat.

ACCESO A MATERIA PRIMA

Las herramientas de gestión ambiental preventivas están enfocadas a evitar la generación de impactos ambientales negativos, optimizando los procesos productivos con el fin de mejorar el desempeño económico y ambiental de las organizaciones, disminuyendo los consumos energéticos y de materias primas, la producción más limpia hace parte de este grupo de herramientas. Por otra parte las herramientas correctivas de gestión ambiental, son aquellas que se aplican para tratar o mitigar la contaminación generada por un proceso productivo o acción humana, permiten limitar y orientar el uso y disposición final de materiales altamente contaminantes o peligrosos, así mismo brindar información a los consumidores sobre las características ambientales de un producto en comparación a otros, dentro de estas herramientas se encuentran los etiquetados ecológicos y los mercados de contaminación. Por último las herramientas de conservación y mejoramiento, que hacen referencia a los procesos y tecnologías innovadoras se crean con el fin de disminuir los impactos negativos al medio ambiente, dichas herramientas están enfocadas a las actividades y esfuerzos para la restauración y la preservación de recursos naturales para la sostenibilidad ambiental.

El principal objetivo de la gestión ambiental es lograr un equilibrio entre el consumo de los recursos naturales y la generación de efectos nocivos. Como herramienta fundamental de la gestión ambiental, la producción más limpia es una estrategia que posibilita el equilibrio entre tres factores fundamentales de las organizaciones, el uso eficiente de los recursos naturales) las buenas relaciones con el personal y terceros que se involucren en los procesos de la organización, Y el crecimiento económico de la compañía.

- Factores ecológicos

La gestión ambiental es una metodología que aborda temas de interés ambiental, social y cultural; está encaminada a la resolución de problemas que permitan desarrollar las dinámicas económicas de la sociedad garantizando la preservación y calidad del medioambiente a través del tiempo, además asegurando que las futuras generaciones puedan aprovechar los recursos naturales, es decir un desarrollo sustentable. Para desarrollar la gestión

ambiental existen herramientas de tipo preventivo, correctivo y de conservación y mejoramiento, las cuales se emplean según las necesidades presentes en el campo de acción donde se ejecute la gestión ambiental.

MANEJO DE RESIDUOS

Como estrategia en procesos productivos la producción más limpia funciona conservando materias primas y energía, eliminando materias tóxicas y reduciendo la cantidad de toxicidad de todas las emisiones y residuos desde la fuente. En productos, reduce los impactos negativos a lo largo de todo el ciclo de vida del producto desde el diseño hasta su disposición final. En servicios, la producción más Limpia incorpora cuidados ambientales en el diseño y entrega de servicios (Ministerio del Medio Ambiente). La producción más limpia lleva a un cambio de actitudes, el ejercicio responsable de la administración ambiental y la evaluación de opciones tecnológicas.

4.1.2. Análisis del Sector

Para realizar el análisis del Sector Services sales se realizará siguiendo el modelo de las “cinco fuerzas de Porter” (Porter, 1982) basado en un sistema de análisis establecido en 5 aspectos fundamentales: Amenaza de nuevos ingresos, rivalidad competitiva, poder de negociación de los clientes, poder de negociación de los proveedores, amenaza de productos sustitutos.

El presente análisis pretende tomar como punto de partida las relaciones que posee en el entorno la empresa Services Outsourcing

- Amenazas de nuevos ingresos

Porter, M. (1982) establece que las Amenazas de Nuevos Ingresos dependen de “las Barreras de Ingreso que estén presentes, aunadas a la reacción de los competidores existentes que deben esperar el que ingresa”. Las barreras de entrada de esta industria o probabilidad de creación de un negocio similar son sumamente muy altas porque no existen restricciones para la creación de las mismas, por lo que la amenaza de nuevos ingresos es prácticamente **media**, ya que los costes de materia prima, tecnología avanzada y mano de obra son muy costosos. En síntesis, hay poca amenaza de la apertura de servicios como Outsourcing.

Las barreras de salida de este negocio es una amenaza porque los costes por desmontar o liquidar esta empresa son muy altos.

- Rivalidad competitiva

En la actualidad en Managua hay un mercado medianamente competitivo en el concepto de servicios generales como por ejemplo SERLISA que ofrece sus servicios de limpieza con cobertura en el municipio de Managua la cual ofrece sus servicios a Grandes y medianas empresas. Debido a que la industria Services Outsourcing posee un enfoque diferenciado en Managua de realizar los servicios que se necesiten, prácticamente no hay de nuevos negocios que afecten la rentabilidad del crecimiento de la inversión de capital realizado. No podemos obviar que este sería nuestro principal competidor, por lo que la rivalidad competitiva es alta.

- Poder de Negociación de los clientes

La empresa analizada no es la única en brindar el servicio de Outsourcing en el municipio de Managua ha tenido la oportunidad de atender a un sin número de clientes, los cuales obtienen beneficios a corto y largo plazo. A corto plazo el cliente garantiza que la calidad del servicio brindado no le causará fallas, que afecten los procesos internos de fábrica. Y el principal cliente posee un **medio** poder de negociación.

- Poder de Negociación de los proveedores

En este sector industrial son muy pocos los proveedores los que operan, por lo que dependemos de proveedores externos en su gran mayoría, y el poder de negociación de los proveedores es **bajo**, debido a que al realizar la evolución de solicitudes de compra no se evalúa solamente a un proveedor, sino que se adjudica al que cumple con todos los requerimientos Técnico-económicos que benefician los intereses de este negocio.

- Amenaza de productos sustitutos

Los servicios o productos sustitutos se refieren a aquellos que cumplen funciones similares o iguales pero que se representan en el mercado con

precios generalmente menores. De acuerdo a Porter, M. (1982) “todas las empresas de un sector industrial están compitiendo, en un sentido general, con empresas que producen artículos sustitutos”. Esto lo categoriza como un producto sustituto de clasificación Media.

Tabla 1: Cinco Fuerzas de Porter

Fuerza del microentorno	intensidad	Puntuación asignada (0-5)
Amenazas de nuevos ingresos	Medio	3
Rivalidad competitiva	Alta	5
Poder de negociación de los clientes	Medio	3
Poder de negociación de los proveedores	Bajo	2
Amenaza de servicios sustitutos	Media	3

Fuente: Elaboración Propia

4.2. Investigación de mercado

ANTECEDENTES Y DEFINICION DEL PROBLEMA

A lo largo de los últimos años el mercado en Nicaragua se ha ido expandiendo y creciendo por lo que cada vez son más PYMES las que requieren servicios generales básicos los cuales no pueden cubrir por su dedicación a las cotidianas actividades de sus negocios.

Considerando que esto se vuelve una gran oportunidad para aperturar un negocio potencial en este sector, se pretende el desarrollo de una idea de negocio que ofrezca Servicios Generales con cobertura a nivel de Managua.

Global Services Outsourcing se convierte en una empresa especializada para atender a medianas empresas en la línea de servicios de generales en el municipio de Managua. Cabe destacar que esta empresa fue creada por 6 jóvenes emprendedores que identifican la necesidad que los clientes requieren en sus establecimientos, es por ello que se brindan los servicios de mantenimiento de maquinaria, mantenimiento de sistema eléctrico, mantenimiento y limpieza de bodega, servicio de pintura y servicio de jardinería. De esta forma se pretende ayudar al cliente en tiempo y dinero ya que al momento de querer encontrar estos servicios con otros competidores ellos lo realizan en mucho mayor tiempo.

PROBLEMA DE INVESTIGACION

Debido a los antecedentes del estudio se lograron identificar las causas que dieron origen al formular el problema en los que percibimos que existe una baja confiabilidad de los clientes al momento de adquirir el servicio.

Considerando esto, el problema es el siguiente:

¿Cuál es el nivel de confiabilidad y aceptación del cliente al momento de adquirir el servicio especializado en la ciudad de Managua?

SISTEMATIZACION

Perfil del cliente

¿Cuál es el perfil del cliente que demanda el servicio general especializado?

Demanda actual

¿Cuál es la demanda servicios generales especializados para la ciudad Managua?

¿Cuáles son gustos o preferencias en cuanto servicio generales especializados para medianas empresas en la ciudad de Managua?

¿Cuáles son los competidores presentes en el mercado dedicados a los servicios generales en la ciudad de Managua?

Demanda potencial

¿Cuál es la aceptación para adquirir el servicio especializado en la ciudad de Managua?

¿Qué precios están dispuestos a pagar por servicios especializados las medianas empresas en el municipio de Managua?

¿Cuáles son los gustos y preferencias que demandaría las medianas empresas para la aceptación de servicios especializados en la ciudad de Managua?

¿A través de que medio les gustaría que les llegara la información de servicios especializados en Managua?

JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION

Esta investigación surge porque se pretende conocer cómo se encuentra caracterizado el sector, sus gustos y preferencia, que competidores nos afectarían los rendimientos y si existe la intención de adquirir los servicios especializados de parte de las medianas empresas.

De hecho, se considera importante la investigación de mercado para este negocio debido a que se necesitan conocer las variables o resultados reales de la población con respecto a las innovaciones de atención y servicio que

brindara con mucho valor agregado y que nos permita diferenciarnos de los demás competidores, así como mejorar y hacer estrategias que favorezcan la mejora del proyecto.

NECESIDADES DE INFORMACION

A continuación, se presentan las variables a necesitar a estudiar para el proyecto

Perfil del cliente

- Grandes empresas
- Medianas empresas
- Pequeñas empresas

Demanda actual y competencia

- Demanda del servicio
- Gusto y preferencia del cliente
- Frecuencia con que requiera el servicio
- Fidelidad del cliente
- Precio
- Competencia

Demanda potencial

- Intención de compra
- Demanda del servicio
- Lugar
- Promociones
- Ofertas
- Descuentos

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

OBJETIVO GENERAL

Identificar el nivel de confianza y aceptación de los consumidores en cuanto a los requerimientos de necesidad de los clientes en ejecución de servicios generales en la ciudad de Managua

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Conocer el perfil del cliente que demandaría el servicio de Global Services Outsourcing en la ciudad de Managua.
- Determinar la demanda del servicio de Global Services Outsourcing para la ciudad de Managua
- Identificar los gustos y preferencias en cuanto a servicios generales realizados en sus negocios de la ciudad de Managua
- Descubrir competidores potenciales presentes en el mercado de la ciudad de Managua
- Identificar la aceptación de Global Services Outsourcing y pago del servicio en la ciudad de Managua.

El propósito de este estudio de mercado es conocer las preferencias de los consumidores por lo que utilizamos una investigación exploratoria como punto de partida para primera etapa de este estudio es la encuesta donde los resultados fueron reunidos para propósitos investigativos del mercado, por lo que por medio de esta primera fase lograremos responder preguntas o interrogantes, interpretar de mejor manera los datos primarios y tomar decisiones acertadas sobre el proyecto.

Es una investigación primeramente descriptiva para conocer los fenómenos del mercado que son necesarios como; el perfil del cliente, la demanda actual y potencial de Global Services en Managua, en conclusión, nos apoyamos de fuentes primarias de información para la obtención de información directamente de nuestro sujeto de interés que nos ayudara en la toma de decisiones para determinar la viabilidad de la implementación del Plan de Negocios.

4.2.1. Metodología

Para la obtención de información utilizaremos dos tipos de fuentes de datos, de acuerdo al tipo de investigación que estamos realizando:

- Investigación exploratoria: por medio del uso de fuentes secundarias que consiste en la búsqueda de libros que complementan la base teórica de nuestro proyecto, estudios anteriores, similares, internet.
- Investigación Descriptiva concluyente: a través del uso de fuentes primarias, que consiste en la realización de encuestas estructuradas a personas que han optado por servicios generales en sus negocios o empresas.

POBLACION Y MUESTRA

La muestra de nuestro estudio de mercado es finita, ya que viene siendo todas aquellas medianas empresas que requieren servicios generales en el sector de Managua, ya que es nuestro sector de interés y quien va decidir si adquirir o no nuestro servicio.

SELECCIÓN DE LA MUESTRA

La selección de la muestra está basada en un muestreo proba listico debido a nuestro sujeto de interés, por lo la muestra será de 315 personas que tenga negocios con frecuencia de realización de servicios generales en la ciudad de Managua.

CALCULO

N= Tamaño de la población

Z= nivel de confianza

P: probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q= Probabilidad de Fracaso

E= Precisión (Error Máximo admisible en términos de proporción)

DATOS

$$N= 1765$$

$$Z= 1.96$$

$$P= 50\%= 0.5$$

$$Q= 0.5$$

$$E= 0.05$$

Calculo para una población finita

$$\eta = \frac{Z^2 \frac{\alpha}{2} NPQ}{N-1E^2 + Z^2 \frac{\alpha}{2} PQ}$$

$$N = \frac{(1.96)^2 \times 1765 \times 0.5 \times 0.5}{(1765 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$N= 315$$

El tamaño de la población fue tomado por la anterior operación de información del negocio.

INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS

El Instrumento que se utilizó para la recolección de los datos fue a través de la encuesta; la que está estructurada como primera parte la definición o perfil de los clientes con 3 perfiles y 5 tipos de servicios, en la segunda parte la frecuencia con que demandan los servicios.

Luego de realizada la encuesta, se verificaron las interrogantes y se corrigieron o anexaron ciertas preguntas para agregar información vital para este tipo de estudios.

Posteriormente para realizar el muestreo en campo de las 315 encuestas fue necesario la visita o distribución de encuestas, considerando que el equipo está

conformado por 6 estudiantes, se procedió a dividir las encuestas entre las 6, resultando 52 encuestas por cada una, realizando el llenado de las mismas, duro aproximadamente el llenado en 15 a 20 minutos comenzado el día 7 de octubre 2019, culminando el día 12 de octubre del 2019 en lo interno del departamento de Managua, es importante destacar que las encuestas se enumeraron para tener un mejor control de ellas a la hora del conteo y la realización de gráficas para el planteamiento de resultados.

PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION Y ANALISIS DE LOS DATOS

El procesamiento de los datos o información se llevó a cabo mediante el programa de SPSS donde realizamos el análisis para graficar los resultados que son de suma importancia para el análisis de los mismos y la toma de decisiones del plan de negocio.

Estadísticos

Señale el tipo de empresa

N	Válidos	315
	Perdidos	0
Media		1.87
Mediana		2.00
Moda		2
Mínimo		1
Máximo		3

Señale el tipo de empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	pequeña	106	33.7	33.7	33.7
	mediana	145	46.0	46.0	79.7
	grande	64	20.3	20.3	100.0
	Total	315	100.0	100.0	

Ilustración 2: Porcentaje de encuestas por tipo de empresa

Fuente: Elaboración Propia

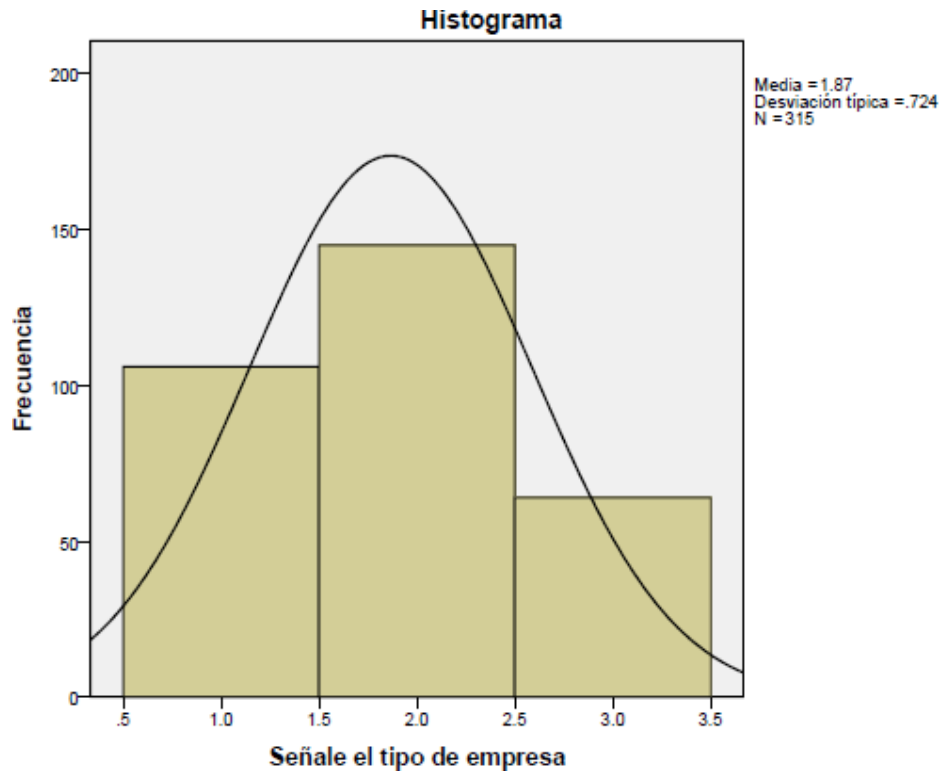


Ilustración 3: Histograma de tipo de empresa

Fuente: Elaboración Propia

4.2.2. Análisis de resultados

Gracias a la investigación de mercado, se obtuvo resultados valiosos para la elaboración del plan de negocios

Según el perfil del cliente

Nuestros encuestados fueron 315 personas que han adquirido servicios generales en sus empresas o negocios, hubo participación de pequeñas, medianas y grandes empresas. Entre las cuales se destaca que el 77.8% requieren de servicios generales.

Estadísticos

Contrata servicios a terceros de mantenimiento en su compañía

N	Válidos	315
	Perdidos	0
Media		1.22
Mediana		1.00
Moda		1
Mínimo		1
Máximo		2

Contrata servicios a terceros de mantenimiento en su compañía

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	245	77.8	77.8	77.8
no	70	22.2	22.2	100.0
Total	315	100.0	100.0	

Ilustración 4: Datos Estadísticos de Terceros de Mantenimiento en su compañía

Fuente: Elaboración Propia

Según la demanda actual

Los resultados que se obtuvieron entorno a la demanda actual en servicios generales fueron de 77.8% de nuestros encuestados de los cuales ya habían hecho contratación de servicios generales en periodos anteriores, mientras que un 22.2% no les interesa ejecutar estos servicios, del 100% de los encuestados al momento de adquirir su servicio se obtiene un valor del precio mínimo en dólares 350 dólares y como máximo en dólares de 2500.

Por otra parte, se destaca que los servicios de interés de las empresas se ponderan en los siguientes porcentajes; mantenimiento de maquinaria 36.5%, mantenimiento de sistema eléctrico 17.1%, limpieza general de servicios y bodegas 18.4%, mantenimiento de pintura 14.3%, mantenimiento de parques y jardines 13.7%.

N	Válidos	315
	Perdidos	0
Media		2.51
Mediana		2.00
Moda		1
Mínimo		1
Máximo		5

¿Que tipo de servicios outsourcing le interesa a su empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos mantenimiento de maquinaria	115	36.5	36.5	36.5
mantenimiento de sistema eléctrico	54	17.1	17.1	53.7
limpieza general de servicios y bodegas	58	18.4	18.4	72.1
mantenimiento de pintura	45	14.3	14.3	86.3
mantenimiento de parques y jardines	43	13.7	13.7	100.0
Total	315	100.0	100.0	

Ilustración 5: Interés de los clientes en Servicios Generales

Fuente: Elaboración Propia

Se destaca que el mayor interés de los clientes es hacia el mantenimiento de maquinarias con 36.5%, en segundo lugar, limpieza general de servicios y bodegas 18.4% y en tercer lugar el mantenimiento de sistema eléctrico 17.1%.

Demanda potencial

Encontramos hallazgos más importantes de la investigación, teniendo en cuenta la demanda potencial del servicio, podemos apreciar que hubo gran aceptación de las personas nuestro negocio ya que 77.8 % está interesado en tercerizar los servicios generales, y se pudo apreciar la frecuencia de necesidad adquirir estos servicios en la siguiente figura

Cada cuanto contrata su empresa servicios de mantenimiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos mensual	67	21.3	21.3	21.3
trimestral	102	32.4	32.4	53.7
semestral	74	23.5	23.5	77.1
anual	68	21.6	21.6	98.7
otro	3	1.0	1.0	99.7
6	1	.3	.3	100.0
Total	315	100.0	100.0	

Ilustración 6: Frecuencia de Contratación del Servicio

Fuente: Elaboración Propia

4.3. Decisiones estratégicas del Marketing

4.3.1. Descripción del producto y/o servicio

Según Kotler Un **servicio** es cualquier acto o función que una parte ofrece a otra, es esencialmente intangible y no implica tener propiedad sobre algo. Su producción podría estar vinculada o no a un producto físico. Cada vez es más frecuente que fabricantes, distribuidores y minoristas provean servicios de valor añadido, o simplemente un excelente servicio a sus clientes, para diferenciarse de los demás.

Global Service es una empresa creada por la necesidad de un segmento específico de los cuales es el sector de mantenimientos de las pequeñas, medianas y grandes empresas enfocándonos en implementar un servicio de mantenimiento ofreciéndolo en lugares que requieran mantenimiento de áreas de trabajos, maquinarias, limpieza de bodegas ofrecemos servicios de instalaciones de sistemas eléctricos remodelaciones de jardines entre otros.

Ya una vez descrito lo que es la empresa Global Service ahora continuaremos a describir cada uno de los servicios que se brinda



Toda empresa que posea áreas de trabajo donde las personas día adía realicen trabajos arduos es primordial que contratar servicios que realicen mantenimientos a las áreas de trabajo,

esto funciona para un mejor y mayor desempeño de las áreas que la empresa posee.

Global service realiza trabajos de limpieza de maquinarias, mantenimientos de maquinarias, limpieza de bodegas, remodelacion de areas de trabajo, verificacion e instalaciones de sistema electrico, limpieza de areas de trabajo entre otros.

Las inspecciones periódicas son altamente recomendables y para ello se necesita contar con una visión a largo plazo que ayude a organizar el mantenimiento con la suficiente antelación. Así se garantizará su rentabilidad y la eficacia.

Es primordial contratar los servicios de profesionales del mantenimiento que aseguren la excelencia y que cuenten con la experiencia profesional necesaria para la realización de estas labores. Las empresas que se decidan por implantar sistemas de mantenimiento, tendrán más posibilidades de alcanzar una ventaja competitiva en su sector a medio plazo.

Entre los beneficios a realizar limpieza de maquinarias tenemos los siguientes:

- Previene accidentes laborales
- Disminuye los pérdidas por parada de la producción
- Permite contar con una documentación de los mantenimientos necesarios para cada equipo
- Impide que surjan daños irreparables en las instalaciones
- Posibilita la correcta elaboración del presupuesto según necesidades de la empresa
- Aumenta la vida útil de los equipos



- Mejora la calidad de la actividad El Mantenimiento Eléctrico permite detectar fallas que comienzan a gestarse y que pueden producir en el futuro cercano o a mediano plazo una parada de una planta y/o un siniestro afectando a personas e instalaciones.

Esto permite la reducción de los tiempos de parada al minimizar la probabilidad de salidas de servicio imprevistas, no programadas, gracias a su aporte en cuanto a la planificación de las reparaciones y del mantenimiento. Los beneficios de reducción de costos incluyen ahorros de energía, protección de los equipos, velocidad de inspección y diagnóstico, verificación rápida y sencilla de la reparación.



La función del orden y limpieza de bodegas/almacenes, ayuda a mantener la mercancía en condiciones óptimas. Donde existe una continua limpieza, se produce un movimiento de mercancía más eficaz ya que

ayuda a organizar todo de tal modo que siempre se colocarán los productos en la posición más idónea para su almacenamiento y manipulación.



Existen varias razones por las cuales es muy importante hacer el debido mantenimiento a la fachada de tu empresa area de trabajo periódicamente, no solamente por cuestión de estética sino para poder mantener en buen estado su estructura.

Mantener en buen estado la fachada de un edificio puede contribuir a alargar la vida de la estructura, ya que al no tener el debido mantenimiento las paredes son más vulnerables ante la humedad haciendo que no solo la fachada esté afectándose sino también los interiores del edificio.



es importante que se mantenga el buen estado de las comunidades y de los jardines en vista de que son espacios que logran despertar y hacer aflorar todos los sentidos de las personas, puesto que en los jardines las personas sentarse a disfrutar del

panorama mientras perciben diferentes y saludables aromas que les regala la naturaleza, así como también pueden percibir diferentes texturas mediante el contacto con las plantas, con el césped, con la grama y todo lo que se encuentre en el jardín, por lo que se está ante la naturaleza en su máxima expresión y son estas mismas magnificas sensaciones que le proporcionarán a los visitantes de estos espacios una gran conciencia de manera general ademas de ellos hace de la empresa una mayor presentacion.

❖ **CLASIFICACION DEL SERVICIO**

Existen cuatro características distintivas que afectan en gran medida el diseño de los programas de marketing: intangibilidad, inseparabilidad, variabilidad y caducidad.

Las empresas de servicios pueden intentar demostrar su calidad mediante la evidencia física y la presentación.

La clasificación de nuestro servicio es la siguiente:

- ✓ Mantenimiento de Maquinarias
- ✓ Limpieza de Maquinarias
- ✓ Instalación y verificación de sistemas eléctricos
- ✓ Limpieza de bodegas/Áreas de trabajo
- ✓ Mantenimiento de pintura
- ✓ Mantenimiento de Jardines y parques.

INTANGIBILIDAD A diferencia de los productos físicos, los servicios no pueden verse, saborearse, sentirse, escucharse u olerse al comprarlos.

INSEPARABILIDAD Mientras que los bienes físicos son fabricados, inventariados, distribuidos y posteriormente consumidos, los servicios generalmente son producidos y consumidos de manera simultánea.¹⁵

VARIABILIDAD Debido a que depende de quién los provee, cuándo, dónde y a quién, la calidad de los

Servicios es altamente variable.

CADUCIDAD Los servicios no pueden almacenarse, así que su caducidad puede ser un problema cuando hay fluctuaciones de la demanda.

❖ **NIVELES DE SERVICIO**

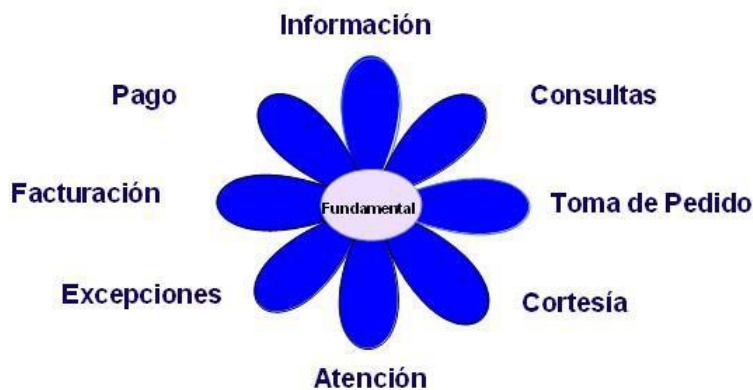


Ilustración 7: Niveles de Servicio

Fuente: Elaboración Propia

- **Información:** Es necesario que cada uno de nuestros clientes tenga conocimiento de quienes somos, que servicios brindamos, y es de vital importancia que ellos conozcan nuestra información para una mayor confiabilidad de parte del cliente darle a conocer a las empresas los servicios que se realizan (mantenimiento, limpiezas, instalación, verificaciones etc.). Se utilizará el canal de internet para promover cada uno de nuestros servicios.
- **Consultas:** Se cuenta con una persona altamente calificada para atender de forma muy atenta las expectativas y demandas de los clientes por medio de internet, redes sociales o llamadas telefónicas esto se da por si el cliente posee inquietud por alguno de nuestros servicios.
- **Toma de pedido:** Realizar la toma de pedido con precaución y lo más rápido posible para tener una mejor optimización del tiempo y ver la satisfacción del cliente.
- **Cortesía:** Es muy importante que en toda empresa sus trabajadores sean cortés ya sea que el cliente llegue a nuestras instalaciones o que haga una llamada telefónica, se debe practicar la cortesía para que los clientes que tratemos tengan una excelente percepción de nuestro Negocio.

- **Atención:** Durante cualquier información solicitada por alguno de nuestros clientes debemos estar atentos a cada una de sus necesidades con respecto a nuestros servicios, debemos ofrecerle un asesoramiento para que el cliente se sienta seguro de adhirir nuestro servicio.
- **Excepciones:** Dentro de las reglas de la empresa puede haber excepciones sin embargo hay que evitar que se repitan.
- **Facturación:** Al momento de realizar las facturas la empresa debe de realizar sus gestiones con transparencia para que el cliente no desconfíe de los servicios que brinda la empresa.
- **Pago:** Los pagos se efectuarán al terminar el servicio a través de cheque, efectivo, o con tarjetas de crédito.

❖ **CICLO DE VIDA DEL SERVICIO**

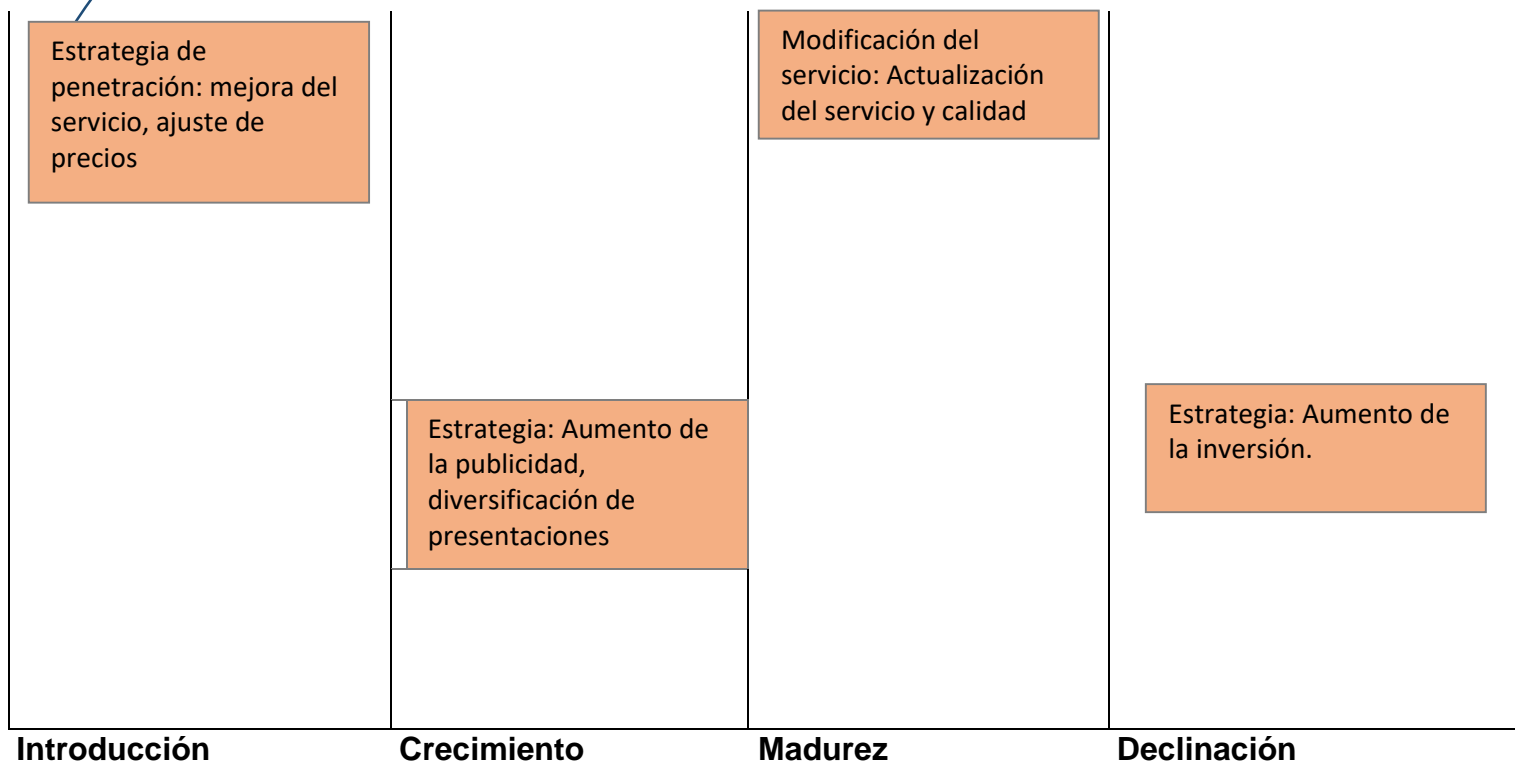


Ilustración 8: Ciclo de Vida del Servicio

Fuente: Elaboración Propia

El ciclo de vida del servicio se divide en 4 etapas, en la primera etapa que constituye la Introducción de la empresa donde la misma presentara sus atributos en cuanto a los tipos de servicio o portafolios de servicios, a su vez se presenta el segmento de mercado al cual va dirigido en conjunto del precio de los servicios que se ofertan en este tipo de Mercado.

En la segunda etapa de crecimiento de la empresa se presentará una estrategia que impulse la publicidad y procurar incrementar las presentaciones siendo estas más atractivas para los clientes finales.

Tercera fase que es la madurez, la empresa se presentara como la mejor solución para utilizar por los clientes es decir estos deberán aceptar como una necesidad de primer orden nuestra ejecución y en el caso de ser positiva la aceptación empezar a actualizar al personal técnico con el objetivo de un mejor servicio especializado para tener un precio por encima del promedio.

En la cuarta y última etapa que es la declinación, la empresa aumentara el nivel de inversión con el fin de atraer mayor segmento de mercado que llevarían a mantener la fidelidad de los clientes.

❖ MARCA

Philip Kotler se refiere a las marcas desde el concepto brindado por la American Marketing Asociación, que las define como “nombre, término, signo, símbolo o diseño o combinación de ellos, cuyo objeto es identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores con objeto de diferenciarlo de sus competidores



Ilustración 9: Marca del Servicio

Fuente: Elaboración Propia

<https://www.redalyc.org/pdf/2654/265433711009.pdf>

❖ **COMPONENTES DE LA MARCA**

Según el tipo de marca de “Global Service” es un imagotipo ya que es una combinación de imagen con el texto y estas mismas pueden funcionar por separado.

El grafico se encuentra compuesto por un engranaje, por lo tanto, se logra cuando dos o más elementos se acoplan y funcionan conjuntamente o de manera coordinada. En medio posee rectas con puntos los cuales se simbolizan los servicios que realizamos que todos van en función del engranaje que representa nuestra empresa “Global Service”.

En la parte de abajo encontramos el eslogan “Creciendo en Calidad” dando referencia a lo que es la empresa y el propósito de ella ante nuestros clientes.

❖ **GAMA CROMATICA**

El significado de los colores que se utilizaron en la marca los cuales son los siguientes

El rojo es un color muy atractivo para el marketing, significa poder, atracción y además hace que la atención del público quede fijada

Azul: calma y confianza, sin embargo, en tonos más oscuros representa elegancia y frescura.

Blanco: Pureza

El color negro: también combina con todo en marketing, un color que se puede asociar al drama o a otros conceptos como la elegancia o lo nocturno.

<https://www.clickprinting.es/blog/significado-de-los-colores-en-publicidad-marketing>

4.3.2. Análisis de la Competencia

Para poder determinar el análisis de nuestra competencia directa e indirecta se tomó como referencia los resultados arrojados en la investigación de campo realizado.

Según los datos que obtuvo la empresa llegó a la conclusión de que muchas de las empresas que realizamos la encuesta, realizan trabajos de mantenimiento con la competencia el 77.8% de las empresas hace contrataciones a terceros, aunque también los datos de la encuesta reflejaron de que mucha de ellas posee área de mantenimiento.

Negocios Consolidados

Que un negocio se consolide es el objetivo de cualquier emprendedor. Alcanzar ese punto en el que el proyecto es viable. Se trata de una fase crucial para el negocio, ya que una vez alcanza y superada, el autónomo puede empezar a realizar planes de crecimiento, innovaciones y diversificaciones. Mediante la investigación se lograron identificar empresas como (serlisa con un 54.8%, Selmec 24.8%, pinturas sur con 3.9%)

Entre nuestros mayores competidores se encuentra

✓ **Serlisa**



Ilustración 10: Marca de SERLISA INTERNATIONAL GROUP

Fuente: Elaboración Propia

Ubicada en la Rotonda El Güegüense 3 cuadras al oeste, ½ cuadra al sur. Certificados con la Norma ISO 9001:2008. El Grupo SERLISA hoy en día consolidado como el mayor proveedor de servicios tercerizados en Nicaragua. Con una cobertura nacional y regional.

Tabla 2: Precios SERLISA

Servicio	Precio
División Comercial	\$1,200- \$2,000
División Industrial	\$400- \$5,000
Outsourcing de Personal	\$100- \$850
Talento humano	\$50-\$400.00

Fuente: Servicio Al cliente SERLISA

✓ **Servicios Electromecánicos Selmec**



Ilustración 11: Marca SELMECSA

Fuente: Elaboración Propia

Es una compañía especializada en el servicio y soporte técnico de los equipos y líneas de producto comercializadas por Corporación Font, permitiendo de esta manera la solidez, confiabilidad de la solución y respaldo a nuestros

clientes. Cuenta con elevados niveles de especialización técnica en las diferentes líneas de producto, así como con servicios y mecanismos de atención preventiva, averías y emergencias.

Dirección: De la rotonda Cristo Rey, 1C al sur

Tabla 3: Precio SELMECSA

Servicio	Precio
Plantas eléctricas	\$2000
Sistemas de aires	\$800- \$2500
Tratamiento de aguas residuales	\$1200
Equipos para piscinas y saunas	\$400 - \$1500
Químicos para piscinas	\$ 250 - \$800
Tecnología de la Información	\$150 - \$1400
Limpieza y Sanitación	\$1000 - \$2200

Fuente: Elaboración Propia

✓ Pinturas Sur



Ilustración 12: Marca PINTURAS SUR

Fuente: Elaboración Propia

Dirección: Carretera Norte km 5,5 del paso a desnivel, 500 mí al norte. Managua

Teléfono: (505) 2249-3712 / 2249-3713 / 2249-3715 / 2248-2833

En su filosofía de desarrollo empresarial, Grupo Sur no se ha limitado a su entorno y los requerimientos de éste, obligándose a pensar y actuar mucho más allá de las exigencias de su mercado, adelantándose a los acontecimientos, para convertirse en una organización de clase mundial.

Calidad, variedad y novedad, son aspectos considerados en el más amplio portafolio de productos que Pinturas Sur ofrece para proteger y embellecer las edificaciones de quién construye y pinta en la región. Las más diversas formas de tratar la madera, proteger y embellecer el metal y una enorme gama de pastas, selladores, estucos, y revestimientos, completan nuestra oferta.

Tabla 4: Precios Pinturas SUR

Servicio	Precio
Asesorías al consumidor	\$50-\$100
Mantenimiento de pinturas	\$150-\$800
Venta de productos	Variedad según producto
Servicio de Pintura	\$500- \$60000

Fuente: Atención al Cliente PINTURAS SUR

4.3.3. Objetivos de Marketing

OBJETIVOS GENERALES

- Diseñar estrategias de Marketing efectivas para el posicionamiento de “Global Service” en la ciudad de Managua

OBJETIVO ESPECIFICO

- Definir atributos técnicos de nuestros servicios de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes.
- Establecer estrategias de precios para obtener utilidad y rentabilidad económica para determinar el mejor precio para cada uno de nuestros clientes.
- Diseñar estrategia de publicidad y promoción que permita dar a conocer nuestro servicio al mercado.
- Ofrecer servicios adicionales que incrementen nuestra experiencia de marca con cada uno de nuestros clientes.

4.3.4. Descripción del Mercado Meta

En base a los resultados de nuestra investigación el segmento que “Global Service” analizaría serían las medianas empresas ya que de ellas obtuvimos el 46% de aceptación en los resultados de nuestras encuestas eso no significa que las empresas grandes y pequeñas se dejaran aun lado, sin embargo, el mayor porcentaje lo obtuvo la mediana empresa

4.3.5. Demanda y participación de Mercado

Los resultados que la empresa “Global Service” tomados en cuenta para la realización de la demanda actual y potencial, la obtuvieron mediante la encuesta realizada a las empresas que brindan servicios en la ciudad de Managua.

En Managua funcionan 1765 empresas dedicadas a servicio Outsourcing según el CISCO sesiono en Managua.

El porcentaje de demandas de cada servicio se tomó como referencia los resultados obtenidos en las encuestas que se reflejan en los anexos.

Considerando que nuestra demanda actual, es la cantidad demandada de la competencia se proyecta en un lapso de 5 años.

Tabla 5: Frecuencia de Consumo

Detalle	Mant Maqui	Mant Sus Ele	Lim. Ser Bodega	Pintura	Mant. Parques
% demandante	36.50%	17.10%	18.40%	14.30%	13.70%
Frecuencia de Consumo	1	1	1	1	1
Cantidad que demanda	1	1	1	1	1

Fuente: Elaboración Propia

DEMANDA ACTUAL EN UNIDADES FISICAS

Tabla 6: Demanda actual En Unidades Fisicas

DAUF	1	2	3	4	5
Mantenimiento de Maquinaria	644	667	690	714	739
Mantenimiento de sistema Electrico	302	312	323	335	346
Limpieza general y servicios de bodega	325	336	348	360	373
Mantenimiento de pintura	252	261	270	280	290
Mantenimiento de parques y jardines	242	250	259	268	277

Fuente: Elaboración Propia

El Cálculo para determinar la demanda se realiza multiplicando la población, el porcentaje demandante frecuencia de consumo y cantidad que demanda todo está recopilado a través de las encuestas

El análisis de la tabla de la demanda actual, nos refleja que la suma de los servicios de mantenimiento de maquinaria es de 644 en el año 1 con un porcentaje de 36.5% aumentando de manera significativa para el año 2 en 667 unidades siguiendo 690 para el año 3 creciendo en el año 4 a 714 y culminando en el 5to año a 739.

El segundo servicio nos refleja la suma de los servicios de mantenimiento de sistema eléctrico es de 302 en el año 1 con un porcentaje del 17.10% aumentando de manera significativa para el año 2 en 312 unidades siguiendo 323 para el año 3 creciendo en el año 4 a 335 y culminando en el 5to año a 346.

En el tercer servicio la suma de los servicios de limpieza general y servicios de bodega es de 325 en el año 1 con un porcentaje del 18.40% aumentando de manera significativa para el año 2 en 336 unidades siguiendo 348 para el año 3 creciendo en el año 4 a 360 y culminando en el 5to año a 373.

En el cuarto Servicio nos refleja la suma de los servicios de mantenimiento pintura es de 252 en el año 1 con un porcentaje del 14.30% aumentando de manera significativa para el año 2 en 261 unidades siguiendo 270 para el año 3 creciendo en el año 4 a 280 y culminando en el 5to año a 290.

En el quinto servicio nos refleja en la suma de servicios de mantenimientos de parques y jardines es de 242 en el año 1 con un porcentaje 13.70% aumentado de manera significativa para el año 2 en 250 unidades siguiendo 259 para el año 3 creciendo en el año 4 a 268 y culminando 267

Los servicios fueron seleccionados por las características de ser usados por nuestros clientes potenciales.

DEMANDA ACTUALES EN UNIDADES MONETARIAS

Para determinar la demanda actual en unidades monetarias se realiza una multiplicación entre la demanda actual de unidades establecidas en el cuadro anterior por el precio del mercado de servicio.

Tabla 7: Demanda actual en Unidades Monetarias

Demanda Actual en Unidades Monetarias US \$					
DAUM	1	2	3	4	5
Mantenimiento de Maquinaria	\$773,070.00	\$833,732.80	\$899,155.82	\$969,712.57	\$1045,805.92
Mantenimiento de sistema Eléctrico	\$181,089.00	\$195,299.05	\$210,624.17	\$227,151.85	\$244,976.45
Limpieza general y servicios de bodega	\$243,570.00	\$262,682.94	\$283,295.67	\$305,525.88	\$329,500.49
Mantenimiento de pintura	\$164,056.75	\$176,930.28	\$190,814.00	\$205,787.18	\$221,935.30
Mantenimiento de parques y jardines	\$86,082.58	\$92,837.48	\$100,122.44	\$107,979.04	\$116,452.16
Total	\$1,447,868.33	\$1,561,482.56	\$1,684,012.09	\$1,816,156.52	\$1,958,670.33

Fuente: Elaboración Propia

El factor de crecimiento de precio fue una tasa del 4.2%

DEMANDA POTENCIAL

Este dato fue calculado con el total de la población demandante y la cantidad anual que estarían dispuestos a comprar los consumidores.

La demanda potencial en unidades monetarias resulta de la multiplicación del total de demanda potencial en unidades por el precio de cada servicio.

Tabla 8: Demanda Potencial

Detalle	Mant Maqui	Mant Sus Ele	Lim. Ser Bodega	Pintura	Mant. Parques
% que demandaría	32.25%	17.00%	17.75%	12.20%	13.00%
Frecuencia de Consumo	1	1	1	1	1
Cantidad que demanda	1	1	1	1	1

Fuente: Elaboración Propia

Los datos que se necesitaron fueron los siguientes.

Tabla 9: Demanda Potencial En Unidades Físicas

Demanda Potencial en Unidades Físicas					
DPUF	1	2	3	4	5
Mant Maqui	569	589	610	631	653
Mant Sis Ele	300	311	321	333	344
Lim. Serv Bodega	313	324	336	347	360
Pintura	215	223	231	239	247
Mant. Parques	229	237	246	254	263
Total	1627	1684	1743	1804	1867

Fuente: Elaboración Propia

Se estima que en el primer año de proyección de la demanda de servicio es de 1627 unidades en el año 2 de 1684 unidades aumentando en 1743 el año 3 en al año 4 1804 y culminando en el año 5 con 1867 unidades.

PARTICIPACION DE MERCADO

En la siguiente tabla se muestra la participación del mercado que Global Service tendrá en los primeros 5 años.

La participación de mercado está determinada por el número de competidores el tamaño del sector y las características del servicio que se pretende ofrecer.

Se determina una participación del mercado del 10% la cual permanecerá constante en los servicios ofrecidos.

Tabla 10: Participación De Mercado en Unidades

PARTICIPACION DEL MERCADO EN UNIDADES.					
Servicios	Servicios año 1	Servicios año 2	Servicios años 3	servicios año 4	servicios 5
Mantenimiento Maquinaria	10	10	14	16	20
Mantenimiento Sistema Electrico	4	4	8	10	14
Limpieza Servicios Bodega	10	10	14	16	20
Pintura	4	4	12	16	20
Mantenimiento Parques	8	8	14	16	20

Fuente: Elaboración Propia

PRECIO DE VENTA

Para el cálculo de precio de venta tomamos en cuenta factores muy importantes que influyen en el mismo tales son: precios de competencia, costos del servicio y margen de ganancia.

PRECIO CON IVA

Tabla 11: Precios con IVA GLOBAL SERVICES OUTSOURCING

PRECIOS CON IVA	1	2	3	4	5
Mantenimiento de Maquinaria	" 1,380.00	" 1,437.96	" 1,498.35	" 1,561.29	" 1,626.86
Mantenimiento de sistema Electrico	" 2,070.00	" 2,156.94	" 2,247.53	" 2,341.93	" 2,440.29
Limpieza general y servicios de bodega	" 862.50	" 898.73	" 936.47	" 975.80	" 1,016.79
Mantenimiento de pintura	" 1,437.50	" 1,497.88	" 1,560.79	" 1,626.34	" 1,694.64
Mantenimiento de parques y jardines	" 632.50	" 659.07	" 686.75	" 715.59	" 745.64

Fuente: Elaboración Propia

PRECIO SIN IVA

Precios	1	2	3	4	5
Mantenimiento de Maquinaria	\$1,200.00	\$1,250.40	\$1,302.92	\$1,357.64	\$1,414.66
Mantenimiento de sistema Electrico	\$1,800.00	\$1,875.60	\$1,954.38	\$2,036.46	\$2,121.99
Limpieza general y servicios de bodega	\$750.00	\$781.50	\$814.32	\$848.52	\$884.16
Mantenimiento de pintura	\$1,250.00	\$1,302.50	\$1,357.21	\$1,414.21	\$1,473.60
Mantenimiento de parques y jardines	\$550.00	\$573.10	\$597.17	\$622.25	\$648.39

Tabla 12: Precios sin IVA GLOBAL SERVICES OUTSOURCING

Fuente: Elaboración Propia

En estos casos podemos observar que los precios se encuentran en dólares tomando en cuenta que los mismo incrementan cada año un 10% promedio.

Este porcentaje se estableció según estudios que realizamos a la competencia los cuales determinaron que anualmente los servicios aumentan un 10%.

PROYECCIONES DE VENTA

Para el estimado de las proyecciones de venta únicamente se procedió a multiplicar las unidades proyectadas según la participación del mercado dando como resultado las proyecciones a 5 años.

Tabla 13: Proyecciones de Ventas

Proyecciones de venta					
Servicios	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Mantenimiento Maquinaria	\$ 12,000.00	\$ 12,540.00	\$ 18,346.02	\$ 21,910.39	\$ 28,620.45
Mantenimiento Sistema Electrico	\$ 7,200.00	\$ 7,524.00	\$ 15,725.16	\$ 20,540.99	\$ 30,051.47
Limpieza Servicios Bodega	\$ 7,500.00	\$ 7,837.50	\$ 11,466.26	\$ 13,693.99	\$ 17,887.78
Pintura	\$ 5,000.00	\$ 5,225.00	\$ 16,380.38	\$ 22,823.32	\$ 29,812.97
Mantenimiento Parques	\$ 4,400.00	\$ 4,598.00	\$ 8,408.59	\$ 10,042.26	\$ 13,117.70
Total Ventas Proyectadas	\$ 36,100.00	\$ 37,724.50	\$ 70,326.41	\$ 89,010.96	\$ 119,490.36

Fuente: Elaboración Propia

Podemos observar en la tabla es que nuestras proyecciones de venta van creciendo cada año, en un 10% esto corresponde al aumento de la población de esta manera se puede apreciar que en el primer año se prevea dar servicios \$36,100 en el segundo año \$37,724.50 continuando con el tercer año \$70,326.41 en el cuarto año \$89.010.96 y finalmente el quinto año \$119,490. Los que nos indica un panorama favorecedor para global Service

4.3.6. Estrategias de Marketing

En marketing, llamamos posicionamiento a la imagen que ocupa nuestra marca, servicio en la mente del consumidor, nuestra estrategia es en base al precio, el cual les brindamos a nuestros clientes un precio razonable con un descuento a adquirir su producto con nosotros.

4.3.7. Estrategia de Posicionamiento

En marketing, llamamos posicionamiento a la imagen que ocupa nuestra marca, servicio en la mente del consumidor, nuestra estrategia es en base al precio, el cual les brindamos a nuestros clientes un precio razonable con un descuento a adquirir su producto con nosotros.

4.3.7.1. Estrategia de Segmentación de Mercado

La estrategia de segmento de mercado que Global Service adopta la estrategia de marketing diferenciado ya que se trataran de varios tipos de servicios en el mercado, lo cual es el de mantenimiento, pintura, limpieza etc. Y para ello tenemos que lanzar diferentes tipos de ofertas para cada uno de los servicios independientes que abarcara global Service.

4.4. Plan de acción

El plan de acción de marketing comúnmente es un seguimiento a las estrategias previamente establecidas y trata de responder ¿Qué? ¿Cómo? ¿Y quién? De lo que se hará.

Plan de acción de producto.

Si no se cuida lo básico de nada sirven los detalles y los extras.

No basta con que sepamos qué servicios ofrecer, a qué nivel lo debemos hacer y cuál es la mejor forma de ofrecerlo, un servicio de calidad incorpora todos los componentes en el para obtener la máxima satisfacción en la experiencia del cliente.

Estos componentes son:

1. Seguridad.
2. Credibilidad.
3. Comprensión al cliente.
4. Accesibilidad
5. Cortesía
6. Profesionalismo

Estrategia: garantizar la calidad del servicio.

Tabla 14: Estrategia de Calidad del Servicio

Que.	Como.	Quien.
Garantizar la calidad del servicio.	<ol style="list-style-type: none">1. Comprar insumos a proveedores para garantizar la calidad referente a su procedencia.2. ofrecer horarios extendidos incluyendo días feriados Nacionales.3. formar y preparar a los empleados, a través de seminarios o talleres ya que si los empleados	Área de comercialización.

	<p>están bien informados realizara un excelente servicio.</p> <p>4. otorgar disponibilidad del servicio en tiempo y forma, acudiendo al cliente cuando este lo requiera.</p> <p>5. Para alcanzar clientes nuevos dar en su primera contratación una asesoría gratuita además de una evaluación del servicio a las 2 semanas de contratado el servicio.</p> <p>6. contar con el equipo adecuado personal y materiales que nos permitan acercarnos al cliente.</p> <p>7. seguimiento de los clientes por llamadas.</p>	
--	--	--

Fuente: Elaboración propia

Plan de acción de precio.

Denominamos fijación del precio, en función de la competencia, al hecho de que las empresas determinen su precio, no por sus costes o demanda, sino en relación al precio medio de las empresas competidoras. La decisión puede estar entre situarse en el precio medio o bien mantener determinadas diferencias al alza o a la baja. En estos casos, los movimientos de precios se producen al mismo tiempo, o con pocos días de diferencia entre las distintas empresas.

Tiene mucha importancia la actitud de la competencia en la fijación de los precios mediante concurso o licitación. Este es un procedimiento muy empleado en las empresas del Gobierno, compras de las industrias y en la construcción. Consiste en que para un proyecto o producto determinado en el

que se especifican sus características básicas, las empresas concursantes presentan sus ofertas; se adjudica el contrato a la empresa que cumpliendo los requisitos establecidos ofrezca el precio más bajo.

Los costes pueden ser calculados dadas las circunstancias del contrato y los ingresos o bien será igual al precio ofertado (en caso de un producto), o puede ser obtenido a través de él (en caso de múltiples unidades de un mismo producto).

Estrategia de precios: estrategia de precio de penetración.

Tabla 15: Estrategia de Precio de Penetración

Que.	Como.	Quien.
Precios de penetración.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar compras al por mayor para obtener un mejor precio. 2. Buscar las medidas más económicas para disminuir los gastos dentro de la empresa. 3. ajustarnos al presupuesto del cliente, esto contratando mano de obra económica y usando Productos económicos, pero de calidad, para ser la primera opción del cliente. 4. contactar alianzas comerciales para optimizar el mejor precio. 	Área de finanzas.

Fuente: Elaboración Propia

Distribución.

La Plaza o distribución es otra de las famosas P's del Marketing Mix y se refiere a los medios de distribución o canales adecuados por los cuales el cliente podrá tener acceso a los productos que se ofrecen. Esto incluye: Puntos de venta o de atención, almacenamiento todo aquello con lo que la empresa garantizará que el consumidor pueda tener posesión del producto o servicio.

En este caso se pretende llegar a las medianas empresas de Managua, por tanto, nuestra estrategia será ejecutor – consumidor, tendremos contacto directo con el cliente.

Estrategia: ejecutor- consumidor

Tabla 16: Estrategia Ejecutor - Consumidor

Que.	Como.	Quien.
Ejecutor- consumidor	<ol style="list-style-type: none">1. Contar con las condiciones de climatización y seguridad para los clientes.2. adquisición del servicio a través de la página web de la empresa o una página en la red social de Facebook.3. realizar visitas a las empresas.4. estar ubicados en un lugar de bastante acceso transitorio.	Área de comercialización.

Fuente: Elaboración Propia

Estrategia de penetración.

Tabla 17: Estrategia de Penetración de Mercado

Que.	Como.	Quien.
Penetración de Mercados.	<p>1. ofrecer a los clientes actuales otros productos que todavía no han adquirido.</p> <p>Ejemplo.</p> <p>Si un cliente solo nos contrata para servicio de mantenimiento eléctrico, ofrecerle también mantenimiento de pinturas, etc.</p> <p>2. variedad de líneas de servicios.</p>	Departamento de comercialización.

Fuente: Elaboración Propia

Plan de acción de promoción.

Las **estrategias de promoción** son uno de los **recursos de marketing** más importantes. Con ellas podrás dar a conocer tus productos, crear la necesidad de ellos en el mercado, incluso conseguir un buen posicionamiento de tu **marca**.

Por ello, si quieres vender tu producto o servicio es muy importante que tengas claro qué estrategias de promoción existen y cuál va mejor para tu negocio, pues es una **acción clave** para que alcances el **éxito**.

La comunicación comercial consiste fundamentalmente en la publicidad y promoción de ventas. La publicidad busca difundir la oferta de la empresa a los consumidores.

Estrategia: publicidad

Usaremos una estrategia de marketing de empuje dirigida al consumidor para la empresa de servicios global servicios,

Tabla 18: Estrategia de Publicidad

Que.	Como.	Quien.
Publicidad.	<ol style="list-style-type: none">1. se realizará una campaña publicitaria a través de tarjetas de presentación.2. elaboración de un blog o una página web en los que se ofrezcan los servicios de la empresa y aparte de eso consejos útiles para el servicio contratado.3. realizar eventos especiales donde podamos hacer rifas y aplicar nuestro catálogo de ventas.4. aplicar descuentos, rebajas y 2x1 en fechas especiales.	Departamento de comercialización.







Fuente: Elaboración Propia

5. Plan de producción

5.1. Flujograma cursograma del servicio

En la siguiente tabla se detallan el significado de cada uno de los símbolos plasmados en el Cursograma, para identificar la acción a realizar en el proceso de elaboración de la contratación de nuestros servicios.







Tabla 19: Cursograma del Servicio

Actividades	Símbolo	Nombre del diagrama	Información específica
Operación		Diagrama de flujo de operaciones	Operaciones, controles, tiempo de cada una, materiales que entregan
Control			
Transporte		Diagrama de flujo de procesos	Todas las actividades, tiempo de cada actividad y total, distancias recorridas
Almacenamiento			
Demora		Diagrama de flujo de recorrido	Todas las actividades, tiempo de cada actividad y total, distancias recorridas, lugar de la actividad
Combinados			

Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se muestran las actividades del proceso de contratación de los servicios por lo tanto si uno de estos procesos falla causaría el atraso de alguna de estas actividades.

Tabla 20: Cursograma de Producción

Proceso del producto	Simbología						Cargo	Duración
Descripción de actividades								
Recibir solicitud de servicios (cliente)	●						Recepcionista	5 min
Análisis de costos y precios de los servicios solicitados	●						Jefe de coordinación y operaciones	60 min
Esperar respuesta de análisis						●	Ventas (mercadeo)	24 hrs
Formular presupuesto a enviar	●						Jefe de coordinación y operaciones	30 min
Preparación de documentos	●						Jefe de coordinación y operaciones	15 min
Enviar propuesta a cliente	●						Ventas (mercadeo)	2 min
Espera de aceptación de cliente						●	Ventas (mercadeo)	12 hrs
Firmar contrato de servicio	●						Jefe de coordinación y operaciones	1 min
Traslado de materia prima y equipos a lugar						●	Operarios Transporte	1 hr
Ejecución de servicio solicitado	●						Maestros de obras o técnico	(Depende tipo de obra)
Supervisión de calidad						●	Supervisor de calidad	2 hrs
Entrega de obra	●						Jefe de coordinación y operaciones	10 min
Gestión de cobro por trabajo terminado	●						Jefe de coordinación y operaciones	5 min

Fuente: Elaboración Propia

5.2. Activos Fijos

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

Entre los activos fijos se eligió al proveedor más rentable de los cuales nos brindó su cotización que se encuentra establecida en la parte de nuestros anexos, también en la cotización que nos facilitó nuestro proveedor nos especificó que por la compra de todos nuestros equipos a solicitar obsequiaron el mantenimiento de todos ellos

Los activos fijos de Global Service s. A tienen un valor total de \$8,640 los cuales son aportados por los socios de la compañía, en la siguiente tabla detallamos el valor de cada activo y las cantidades que existen en nuestro inventario.

Tabla 21: *ACTIVOS FIJOS GLOBAL SERVICES OUTSOURCING*

Activo	Detalle	Precio US\$	cantidad	valor total u\$
Equipo de computo				
Computadora	laptop DELL	\$365	2	\$730
Tablet	ipad 5.0 generacion	\$250	1	\$250
Impresora	impresora hp full inyection colors	\$230	1	\$230
Mobiliario y equipo de oficina				
Escritorio	Acabado de madera de caoba 3*2	\$200	1	\$200
Archivador	4 compuertas metalico	\$180	1	\$180
Sillas semi ejecutivas	ADEC, silla de oficina lawyer, medidas 64 x 126 cm, color negro	\$70	4	\$180
Equipo de producción				
Equipos de proteccion personal	LIBUS, elementos de proteccion personal	\$330	1	\$330
Podadora	podadora de pasto 4 hp Truper A19966	\$955	1	\$955
Máquina de limpieza	COLUMBUS, Maquinas fregadoras industriales	\$860	1	\$860
Caja de herramientas	marca decker	\$200	1	\$200
1				
Vehiculo	camion hyundi 2016 4*4	\$5,000	1	\$5,000
Total		\$8640		\$9,115

Fuente: Elaboración Propia

5.3. Vida útil de los activos fijos

En esta tabla detallamos las especificaciones de cada activo de la empresa, proveedores y anexamos cotizaciones.

Tabla 22: Vida Útil de los Activos

Activo	Detalle	Proveedor	características del activo/especificaciones técnicas	tipo de compra(credito/contado)	Uso que se va a dar
Equipo de computo					
Computadora	laptop DELL	SEVASA	Procesador i-7 , dos nucleos, 1 tb de memoria interna	contado	Servicio
Tablet	lpad 5.0 generacion	SEVASA	Pantalla 8.5pulg , memoria 64g	contado	Servicio
Impresora	impresora hp full inyection colors	SEVASA	Hp full tinta 5*800l	contado	Servicio
Mobiliario y equipo de oficina					
Escritorio	Acabado de madera de caoba 3*2	SEVASA	moderno muebele,madera	contado	Servicio
Archivador	4 compuertas metalico	SEVASA	metalico para oficinas 6	contado	Servicio
Sillas semi ejecutivas	silla semi ejecutivas	SEVASA	Oficina dimension 4*3 mm	contado	Servicio
Equipo de produccion					
Equipos de proteccion personal	guantes,audifonos,contenido de casco	FERET JENNY	Caja 6*4	contado	Servicio
Podadora	podadora HRR2169VKM	FERET JENNY	Honda	contado	Servicio
Maquina de limpieza	Máquina barredora	FERET JENNY	6000 x 4000 p (50,80 x 33,87 cm)	contado	Servicio
Caja de herramientas	marca decker	FERET JENNY	caja de 18 y 12 pulgadas	contado	Servicio
Equipo rodante					
Vehiculo	camion hyundi 2016 4*4	Deshon y cia	color blanco	contado	Servicio

Fuente: elaboración propia

5.4. Tabla de Depreciación de activos fijos

En la siguiente tabla presentamos la depreciación a la largo de 5 años que tienen nuestros activos, para determinar la depreciación que tienen cada uno de nuestros activos se procedió por desarrollarlo por medio de la ley 822 arto 34 (ley de concertación tributaria) y de lo cual nos regimos.

Tabla 23: Depreciación De los Activos

DEPRECIACION								
Activos	Precio US\$	Cantidad	valor total u\$	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Equipo de computo								
Computadora	\$365	2	\$730	365	365			
Tablet	\$250	1	\$250	125	125			
Impresora	\$230	1	\$230	115	115			
Mobiliario y equipo de oficina								
Escritorio	\$200	1	\$200	40	40	40	40	40
Archivador	\$180	1	\$180	36	36	36	36	36
Sillas semi ejecutivas	\$70	4	\$280	56	56	56	56	56
Equipo de produccion								
Equipos de protección personal	\$330	1	\$330	66	66	66	66	66
Podadora	\$955	1	\$955	191	191	191	191	191
Maquina de limpieza	\$860	1	\$860	172	172	172	172	172
Caja de herramientas	\$200	1	\$200	40	40	40	40	40
Equipo rodante								
Vehiculo	\$5,000	1	\$5,000	\$5,000				
Total			\$9,215	\$6,206	\$1,206	\$601	\$601	\$601

Fuente: elaboración propia.

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

Se utilizó un proceso para seleccionar a nuestros mejores proveedores para la realización de las compras de nuestros equipos a utilizar. Dentro del proceso valoramos reputación, precio y cuestiones financieras, ofertas u promociones que como proveedor pueden brindarnos, también tecnologías si cumple con los estándares de calidad y si presenta confiabilidad al adquirir cualquier producto.

Entre los proveedores se encuentran

- Sevasa como proveedor de todos nuestros equipos electrónicos y de oficina.
- Ferretería Jenny como proveedor de todos nuestros instrumentos de construcción, mantenimiento equipos de protección personal etc.
- Deshon y Cía. Como proveedor de vehículos para nuestra empresa

Al realizar la verificación de todas las cotizaciones y escoger las más recomendable para global Service, se procedió a entablar una comunicación con los proveedores antes de adquirir los equipos, en los que ellos se comprometieron a realizar el mantenimiento de todos nuestros equipos en él, por lo cual también global Service se beneficia de todos nuestros proveedores ya que no se realizaría un gasto para cubrir el mantenimiento de los mismos.

5.6. Capacidad Planificada y Futura

La capacidad planificada estará en compresión de los siguientes aspectos:

- Maquinaria e insumos a utilizar por servicio.
- Recurso humano.

En la evaluación de la capacidad planificada se han tomado en consideración los servicios que brindaremos por año, entre los cuales tenemos: Mantenimiento de maquinaria, mantenimiento de sistema eléctrico, limpieza de servicios de bodega, servicio de pintura y mantenimiento de parques.

Para el servicio de mantenimiento de maquinaria podemos cubrir con eficiencia el servicio del primer año de 10 servicios porque contamos con el capital humano para que cada uno se realice en tiempo y forma.

Para el servicio de mantenimiento del sistema eléctrico contamos con los equipos de sistemas eléctricos y de 4 transformadores que podrán ser utilizados para cubrir la demanda desde el primer año.

Para el servicio de limpieza de bodegas contamos con el personal que será subcontratado para cubrir la demanda de nuestros clientes, cabe mencionar que este servicio será el más utilizado debido a las investigaciones y el comportamiento que ha tenido en el país este servicio.

Para el servicio de mantenimiento de parque contamos con 8 podadoras de última tecnología que ahorran el tiempo y eficiencia para cubrir con las exigencias de nuestros clientes

Tabla 24: Capacidad Planificada

GLOBAL SERVICE S.A				
Capacidad planificada				
Año	Capacidad de producción anual	Demanda anual	Eficiencia	Capacidad Ociosa
1	32	11	34.38%	65.72%
2	32	14	43.75%	56.25%
3	62	32	51.61%	48.39%
4	74	41	55.41%	44.59%
5	94	52	55.32%	44.68%

Fuente: Elaboración Propia

- Capacidad Futura

Por lo previsto en el mercado en el que se desea incursionar se ha considerado no realizar aumento de la capacidad futura, debido a que el porcentaje de eficiencia aumentara periódicamente en 2% durante los 5 años de proyección.

Posterior las proyecciones que tenemos a largo plazo en global Service trabajaremos con maquinaria y tecnología de punta acoplada a los estándares de calidad el cual nos regimos para ofrecer los mejor en servicios de Outsourcing empresarial.

Global Service estará comprometida a brindar un servicio de calidad y eficiencia ya que la capacidad futura estará cubierta ya que contamos con toda la maquinaria necesaria para que nuestra empresa trabaje y sobresalga sobre la competencia.

5.7. Ubicación y diseño de la planta

Global Service tendrá sus instalaciones ubicadas en calle principal de Altamira contiguo a sinisa, será un edificio de una planta el cual estará distribuido con una recepción, cuatro oficinas las cuales estarán ubicados el departamento de Recursos Humanos, Gerencia General, coordinación y operaciones, marketing, sala de reuniones y bodega.

Hemos elaborado este diseño con el fin que sean unas instalaciones compactas, eficientes, confortables bajo un modelo sencillo y que sea de bajo costo.

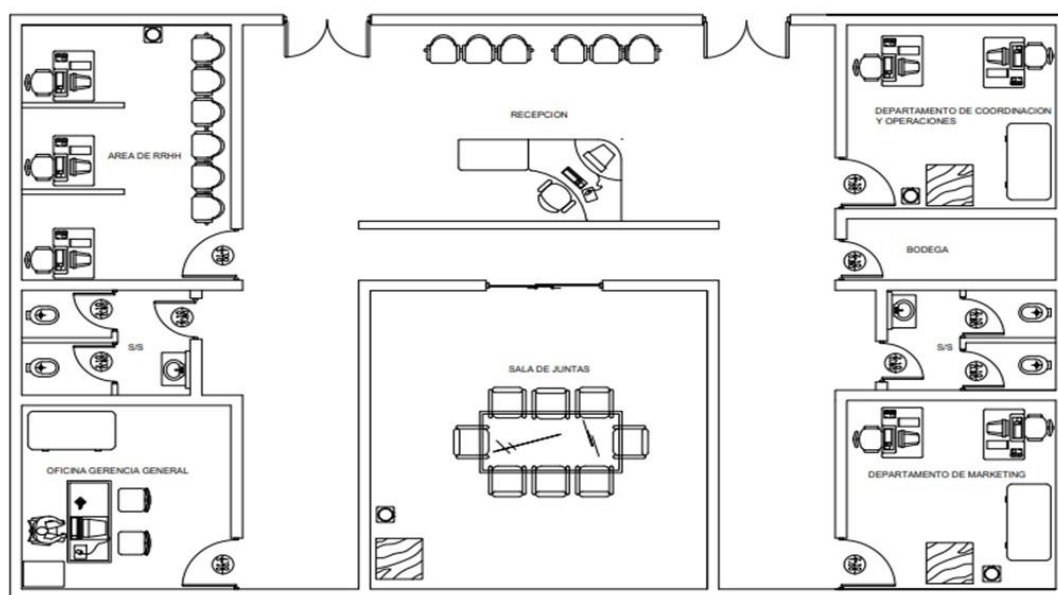


Ilustración 13: Vista de planta de GLOBAL SERVICES OUTSOURCING

Fuente: Elaboración Propia

5.8. Materia prima y costo de la materia prima

Tabla 25: Costos de Servicios al año

Costos por Servicios al año					
Servicios	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Mantenimiento Maquinaria	\$ 2,120.00	\$ 2,183.60	\$ 3,148.75	\$ 3,706.53	\$ 4,772.16
Mantenimiento Sistema Electrico	\$ 2,500.00	\$ 2,575.00	\$ 5,304.50	\$ 6,829.54	\$ 9,848.20
Limpieza Servicios Bodega	\$ 1,400.00	\$ 1,442.00	\$ 2,079.36	\$ 2,447.71	\$ 3,151.42
Pintura	\$ 1,800.00	\$ 1,854.00	\$ 5,728.86	\$ 7,867.63	\$ 10,129.58
Mantenimiento Parques	\$ 1,450.00	\$ 1,493.50	\$ 2,692.03	\$ 3,168.91	\$ 4,079.97
Total	\$ 9,270.00	\$ 9,548.10	\$ 18,953.51	\$ 24,020.32	\$ 31,981.33

Fuente: Elaboración Propia

Se puede observar que los costos por servicio al año empiezan con \$9,720.00 y ascienden en el año 5: \$31,981.33

Tabla 26: Costos Unitarios Por servicio

Costos unitarios por servicios					
Servicios	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Mantenimiento Maquinaria	212.00	218.36	224.91	231.66	238.61
Mantenimiento Sistema Electrico	625.00	643.75	663.06	682.95	703.44
Limpieza Servicios Bodega	140.00	144.20	148.53	152.98	157.57
Pintura	450.00	463.50	477.41	491.73	506.48
Mantenimiento Parques	181.25	186.69	192.29	198.06	204.00
COSTOS UNITARIOS TOTALES	1,608.25	1,656.50	1,706.19	1,757.38	1,810.10

Fuente: Elaboración Propia

El **costo unitario** es el gasto total que incurre la compañía por producir, almacenar y vender un servicio en particular. Es un sinónimo del **costo** de mercancía vendida y del **costo** de ventas. Se trata de la medida del **costo** de la empresa para construir o crear una unidad de servicio lo cual muestra crecimiento en los 5 años de proyección.

Tabla 27: Precios Unitarios por servicio

Precios Unitarios por servicios					
Servicios	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Mantenimiento Maquinaria	\$ 1,200.00	\$ 1,254.00	\$ 1,310.43	\$ 1,369.40	\$ 1,431.02
Mantenimiento Sistema Electrico	\$ 1,800.00	\$ 1,881.00	\$ 1,965.65	\$ 2,054.10	\$ 2,146.53
Limpieza Servicios Bodega	\$ 750.00	\$ 783.75	\$ 819.02	\$ 855.87	\$ 894.39
Pintura	\$ 1,250.00	\$ 1,306.25	\$ 1,365.03	\$ 1,426.46	\$ 1,490.65
Mantenimiento Parques	\$ 550.00	\$ 574.75	\$ 600.61	\$ 627.64	\$ 655.89
Totales	\$5,550.00	\$ 5,799.75	\$ 6,060.74	\$ 6,333.47	\$ 6,618.48
factor de crecimiento precio	0.045				

Fuente: Elaboración Propia

En este cuadro se puede observar los precios unitarios de cada línea de servicio; mantenimiento de maquinaria \$1,200.00 mantenimiento de sistemas eléctricos de \$1,800.00 servicio de limpieza y servicio de bodegas \$750.00 servicio de pintura \$1,250.00 mantenimiento de parques \$550.00, todos los servicios se toma un factor de crecimiento de 4.5%

Tabla 28: Proyecciones de ventas

Proyecciones de venta					
Servicios	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Mantenimiento Maquinaria	\$ 12,000.00	\$ 12,540.00	\$ 18,346.02	\$ 21,910.39	\$ 28,620.45
Mantenimiento Sistema Electrico	\$ 7,200.00	\$ 7,524.00	\$ 15,725.16	\$ 20,540.99	\$ 30,051.47
Limpieza Servicios Bodega	\$ 7,500.00	\$ 7,837.50	\$ 11,466.26	\$ 13,693.99	\$ 17,887.78
Pintura	\$ 5,000.00	\$ 5,225.00	\$ 16,380.38	\$ 22,823.32	\$ 29,812.97
Mantenimiento Parques	\$ 4,400.00	\$ 4,598.00	\$ 8,408.59	\$ 10,042.26	\$ 13,117.70
Total Ventas Proyectadas	\$ 36,100.00	\$ 37,724.50	\$ 70,326.41	\$ 89,010.96	\$ 119,490.36

Fuente: Elaboración Propia

En este cuadro se puede apreciar la proyección de ventas por cada línea de servicio con un ingreso en el año 1 de: \$36,100.00 y el año 5 de: \$119,490.36

Tabla 29: Proyección de venta por línea de servicio

Servicios	Servicios año 1	Servicios año 2	Servicios años 3	servicios año 4	servicios 5
Mantenimiento Maquinaria	10	10	14	16	20
Mantenimiento Sistema Eléctrico	4	4	8	10	14
Limpieza Servicios Bodega	10	10	14	16	20
Pintura	4	4	12	16	20
Mantenimiento Parques	8	8	14	16	20

Fuente: Elaboración Propia

En este cuadro se puede observar la cantidad de servicios al año por cada línea de servicio

5.9. Detalle de costo por línea de servicio

Tabla 30 Detalle de Costo Por línea de Servicio

GASTO ANUAL					
Costos	Líneas de Productos				
	Mantenimiento Maquinaria	Mantenimiento Sistema eléctrico	Limpieza y servicio Bodega	SERVICIO DE PINTURA	Mantenimiento de parques
Aceite	500				
Lubricantes	300				
Alambres		500			
Toma corriente y apagadores		300			
Cloro			400		
Ambientador			300		
Insectisida					300
Jabón líquido					200
LIMPIADOR DE CONTACTOS	200	200			
XEDEX	50	50	50	50	100
breaker	70	150			
desengrasante industrial			200		
zenner acrilico				400	
zenner corriente				300	
lijas				300	
base gris automotriz				100	
base para pintura fast dry				100	
cepillos circular conico de alambre				100	
escobas			100	50	100
rastrillos					100
palas					100
tijeras de jardin					50
cajas de herramientas	200	200	200	200	200
voltmetro		100			
fasimetro	100				
equipos de prueba	500	700			
mangueras			100	100	200
equipos de proteccion personal	200	300	50	100	100
TOTAL GASTO	2120	2500	1400	1800	1450

Fuente: elaboración propia.

En este acápite se puede observar el stock de gastos según el Kardex de los insumos por cada línea de servicio; Mantenimiento de maquinaria, mantenimiento de servicio eléctrico, servicio de limpieza, servicio de pintura y mantenimiento de parques.

5.10. Disponibilidad de materias primas, fuentes y precios

El concepto de cadena de suministro ha tomado auge en los últimos años ya que cada vez más la competitividad de una organización no puede darse de manera aislada sino a través de su cadena de suministro. Esta última por lo tanto puede definirse según Schroeder, Goldstein y Rungtusanatham como un “Conjunto de entidades y relaciones, que, de manera acumulativa, determinan

los materiales y flujos de información tanto de modo descendente hacia el cliente como ascendente hacia el primer proveedor” (2011, p. 211).

En esta sección se planteará el papel de la organización desde el punto de vista de los flujos de materiales, información y capital y los distintos enfoques planteados. La cadena de suministros de Services Outsourcing inicia con el **ciclo de abasto** a través de 2 insumos, en primer lugar, se encuentra los materiales eléctricos y en segundo lugar artículos de servicio de mantenimiento que son extraídos a través de un proveedor local u otras empresas ferreteras ubicados en el municipio de Managua para la obtención de materia prima.

El **ciclo de solicitud del servicio** donde se dan seguimiento a todas las necesidades de los clientes de manera adecuada para que la logística no se vea opacada por mala recepción de documentos.

El **área de compras** de Services Outsourcing cotiza a través de órdenes de compra, el cual es revisado que cumplan con lo solicitado en el menor tiempo posible.

Con lo anterior el ciclo de solicitud del servicio se concluye y se puede observar que el flujo de materiales sigue siendo descendente y el **suministro físico** termina en este momento debido a que esta cadena de suministros se focaliza en Global Services Outsourcing. EL flujo de información se da de manera descendente a través costos de adquisición y ascendente por medio de las OC y niveles de inventarios.

En este punto Inicia el **ciclo de reabastecimiento y la distribución física de los bienes ya transformados**. Compras ya ha realizado su función y Operaciones se encarga de supervisar la ejecución de los procesos inherentes a la distribución física como lo son la recepción de producto, almacenamiento y preparación para despacho del mismo donde también establece, a través de sistemas informáticos, sistemas de inventarios controlados por lotes y vencimientos, su adecuada rotación (PEPS) y la implementación de un nuevo sistema de inventarios ABC que llevará a administrar pedidos a través de puntos de reorden. A su vez se programan operaciones asignando los recursos requeridos para cada proceso interno inherente a la cadena de suministros.

En este punto se ha acumulado gran cantidad de información como lo son los inventario y precios de ventas (que serán transmitidos de manera descendente) y los pedidos de los intermediarios, aunque aquí no se conoce la demanda real por lo que se requiere de pronósticos. A partir de este punto (incluyendo otros intermediarios mayoristas) se podrá ver el **efecto látigo** el cual afecta se destaca que los patrones de ordenes e inventarios presentaran mayor variación a medida que se ascienda en la cadena de suministros, y en donde se hace notar en los momentos de excesos y faltantes de inventarios

Todos los procesos anteriores pueden clasificarse como procesos de empuje ya que deben anticiparse a los pedidos de los clientes y es hasta que inicia el **ciclo de pedido del cliente** que se observa el **proceso de tirón** ya que es aquí donde el proceso inicia con el pedido del cliente y las características del producto en análisis, “Global Services Outsourcing”, son propias de minoristas de autoservicio en donde es el cliente quien se dirige al establecimiento para obtener el producto. En este punto el flujo del producto llega a su final, pero pueden darse flujos inversos de productos a través de devoluciones. También se puede observar que el flujo de información se da de manera descendente brindando a los clientes precios de venta finales y la información que brindan las etiquetas de cada producto y el cliente por su parte brinda retroalimentación a los minoristas a través de sus acciones que denotan gustos y preferencias, comportamiento de demanda real del artículo.

Los problemas de flujos de materiales podrían ser afectados a su vez por **flujos de información deficientes** debido a que si la información suministrada por la demanda real no es compartida para mejorar los pronósticos de cada línea de servicio se generará mayor incertidumbre y por lo tanto fluctuaciones de ordenes e inventarios que se puede ver en el efecto látigo descrito anteriormente. Por tal motivo es indispensable que la cadena completa trabaje de manera conjunta para permitir que estos flujos se ejecuten de manera eficaz y que esto permita el éxito de Global Services Outsourcing.

Diseño y mejora de procesos en donde la empresa ya ha iniciado con la documentación de los procesos más importantes de las áreas de compras, operaciones, logística y ventas. Para agregar valor a esta iniciativa es posible

realizar una revisión a los mismos para detectar posibles cuellos de botella o deficiencias en los mismos, disminuyendo el número de pasos o personas que ejecutan cada proceso para mejorar la eficiencia interna de la empresa

En cuanto a la **administración de precios de inventario**, se establece que los inventarios de cada línea deben ser independientes uno del otro para dar el seguimiento de los insumos de los servicios en el municipio de Managua

5.11. Mano de obra directa e indirecta

Primeramente, para conocer y determinar el monto de nuestra mano de obra directa e indirecta es importante conocer ciertas preguntas y respuestas:

¿En cuánto está el sueldo mínimo en Nicaragua?

El salario mínimo en Nicaragua es sólo un promedio. Debido a que el trabajo se divide en varios sectores, y cada uno varía. Los cuales son:

- √ Sector pesca: salario mínimo mensual de 6.350,48 córdobas.
- √ Sector agropecuario: salario mínimo mensual de 4.176,49 córdobas.
- √ Seguros, establecimientos financieros y construcción: salario mínimo mensual de 9.346.99 córdobas.
- √ Comercio y servicios: salario mínimo mensual de 7.660,52 córdobas.
- √ Gobierno municipal y central: salario mínimo mensual de 5.208, 27 córdobas.

Empresas micro, industrias artesanales y turísticas pequeñas: salario mínimo mensual de 4.487,41 córdobas. “Este detalle fue dado a conocer por la **“ministra Alba Luz Torres Briones”**”.

¿Quién fija la renta mínima en Nicaragua?

Como es de saberse, para el sustento de Nicaragua existen diferentes entes gubernamentales que están encargados de distintas situaciones del país para poder mantener el mismo, productivo en todos sus aspectos.

Por su parte, para poder tomar la decisión de establecer un monto para la renta o salario mínimo mensual en Nicaragua está formado la Comisión Nacional de Salario Mínimo.

Para poder llevar a cabo un resultado satisfactorio, este Ministerio debe trabajar en conjunto con el Ministerio del Trabajo o también conocido por su abreviación como (Mitrab).

El aumento del salario mínimo anual, Y Leyes que lo amparan.

El año pasado El Ministerio del Trabajo (Mitrab) dio a conocer que el incremento del salario mínimo vigente a partir del primero de marzo es 10.40%, ello en base la Ley 185 "Código del Trabajo", y Ley 625 "Ley del Salario Mínimo", pero cabe destacar que pese a esta información por diversas situaciones fortuitas en el país este se mantuvo estático sin embargo nos basaremos en este dato para proceder con nuestro cálculo de mano de obra directa e indirecta.

Conociendo esto determinaremos los salarios de la siguiente manera: la **mano de obra indirecta** ganará el 3 por ciento de las ventas mensuales. (Proyecciones de ventas)

En mano de obra indirecta tenemos *un cajero y un administrador*, que se encargaran en la parte administrativa de la empresa, se consideran mano de obra indirecta porque no están desempeñando sus funciones directamente a un servicio y estos al momento de ofrecerlo quedan como secundario de la empresa.

La **mano de obra directa** está determinada por el plan de la empresa global Services por encima del salario mínimo.

En mano de obra directa tenemos *un electricista* y personal de mantenimiento; lo denominamos así porque al momento de realizar o brindar un servicio a una empresa se trabaja directamente con este personal ya que ellos brindan directamente el servicio.

Crecimiento Anual: 10.40%

Tabla 31: Mano de obra directa e indirecta

Mano de obra Directa	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Electricista	\$ 2,000.00	\$ 2,208.00	\$ 2,437.63	\$ 2,691.15	\$ 2,971.02
Personal de mantenimiento	\$ 1,920.00	\$ 2,119.68	\$ 2,340.13	\$ 2,583.50	\$ 2,852.18
Total	\$3,920.00	\$4,327.68	\$4,777.76	\$5,274.65	\$5,823.21
Mano de obra Indirecta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
cajero	\$ 1,400.00	\$ 1,545.60	\$ 1,706.34	\$ 1,883.80	\$ 2,079.72
administrador	\$ 1,800.00	\$ 1,987.20	\$ 2,193.87	\$ 2,422.03	\$ 2,673.92
Total	\$3,200.00	\$3,532.80	\$3,900.21	\$4,305.83	\$4,753.64

Fuente: elaboración propia.

Tabla 32: Total Mano de obra Directa e indirecta

AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
total mano de obra directa	\$3,920.00	\$4,532.80	\$3,900.21	\$4,305.83	\$4,753.64
prestaciones	\$1,901.20	\$2,098.92	\$2,317.21	\$2,558.20	\$2,824.26
total	\$5,821.2	\$6,631.72	\$6,217.42	\$6,864.03	\$7,577.9
total mano de obra indirecta	\$3200	\$3532.8	\$3900.21	\$4305.83	\$4753.64
prestaciones	\$1552	\$1713.40	\$1891.60	\$2088.32	\$2305.51
total	\$4752	\$5246.2	\$5791.81	\$6394.14	\$7059.15
total mod más prestaciones	\$5,821.2	\$6,631.72	\$6,217.42	\$6,864.03	\$7,577.9
total moi más prestaciones	\$4,752	\$5,246.2	\$5,791.81	\$6,394.14	\$7,059.15
total	\$10,573.1	\$11,877.92	\$12,009.23	\$13,258.17	\$14,637.05

Fuente: Elaboración Propia

5.12. Gastos generales de la empresa

En este cuadro se proyecta los gastos generales de la empresa en un periodo de 5 años.

Entre el detalle tenemos gastos como depreciación que en el primer año se encuentra en un valor de \$6,206 y va disminuyendo hasta el año 5 quedando en \$601.00, también se encuentran gastos como la publicidad que es de vital importancia invertir en publicidad ya que a través de ella nuestra empresa se mantiene identificada por nuestros clientes, los servicios básicos son otro gasto que mensualmente se tienen que cumplir en nuestra empresa, y gastos también importantes como papelerías y útiles de oficina y productos de limpieza.

El total de gastos generales asciende a **\$8,809.00** en el año 1, en el año 2 a **\$4,066.87** en el año 3 **\$4,247.15**, en el año 4 **\$4,634.98** y al final en el año 5 **\$5,551.11**.

Los gastos generales sin depreciación varían en el año 1 a **\$2,603.00** en el año 2 **\$2,860.87** en el año 3 **\$3,646.15** en el año 4 **\$4,033.98** y al final en el año 5 **\$4,950.11**

Tabla 33: Gastos Generales

Gastos Generales					
Detalles	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	" 400.00	" 600.00	" 800.00	" 850.00	" 900.00
Depreciación	" 6,206.00	" 1,206.00	" 601.00	" 601.00	" 601.00
Servicios básicos (agua, luz telef, internet)	" 500.00	" 525.00	" 551.25	" 578.81	" 607.75
Gastos Administrativos en general (papelería y útiles de oficina)	" 120.00	" 150.00	" 160.00	" 170.00	" 200.00
Productos de limpieza	" 500.00	" 1,020.00	" 1,080.00	" 1,100.00	" 1,450.00
2% IR sobre ventas	" 722.00	" 377.25	" 703.26	" 890.11	" 1,194.90
Matricula alcaldia (1%)	" 361.00	" 188.62	" 351.63	" 445.05	" 597.45
Gastos Generales	" 8,809.00	" 4,066.87	" 4,247.15	" 4,634.98	" 5,551.11
Gastos Generales sin depreciación	\$ 2,603.00	\$ 2,860.87	\$ 3,646.15	\$ 4,033.98	\$ 4,950.11

Fuente: elaboración propia.

6. Plan de organización

6.1. Forma de la empresa

6.1.1. Forma de constitución de la empresa

Global Services es una empresa de servicios generales fundada como sociedad anónima, en nuestro caso los socios aportaran 65% del capital de inversión equivalente y un 35% de financiamiento, de este modo cada socio aportara partes iguales a la sociedad, las cuales se convierten en acciones para cada una, para poder llevar a cabo el plan de negocio.

Esta sociedad se establece mediante Escritura Pública de Constitución de Sociedad y Estatutos, la cual para adquirir la personalidad jurídica se inscribe en el Registro Público. La administración de la sociedad le es de competencia a una junta Directiva integrada únicamente por los accionistas de la sociedad y la representación legal de la sociedad la tiene el presidente de la Junta directiva.

Como primera instancia estaremos presentando la forma jurídica de la empresa es decir la forma constitucional legal bajo la cual nos regiremos, la cual decidimos que fuera sociedad colectiva de responsabilidad limitada.

Global Services.

Tipo	No de socios	Responsabilidad.
Sociedad colectiva de responsabilidad limitada (sociedad en nombre colectivo).	5	Limitada al capital aportado.

Ilustración 14 Sociedad Global Services Outsourcing

Fuente: Elaboración Propia

Esta forma jurídica es una subespecie de la sociedad colectiva que se caracteriza por la posibilidad de que los socios limiten su responsabilidad por las deudas sociales. Los socios no son responsables de las deudas sociales, sino hasta el importe de su participación que han llevado a la sociedad, elegimos este tipo de sociedad porque está especialmente diseñada para la

constitución de negocios pequeños y ya que a esto es una empresa en crecimiento es la más conveniente a la hora de iniciar las operaciones.

Ventajas y desventajas de la sociedad colectiva de responsabilidad limitada.

Ventajas.

Su organización es fácil y económica.

Tiene una administración flexible, por lo que su funcionamiento no es complicado.

Los acreedores personales de un socio por deudas contraídas después de celebrada la sociedad, no podrán embargar, mientras ésta subsista, el capital que dicho socio hubiere introducido; pero les será permitido solicitar la retención de la parte de interés que en ella tuviere para percibirla al tiempo de la división social.

Desventajas.

La responsabilidad no es atractiva para los socios.

Por su carácter personalista, la falta de unidad de su criterio social, crea dificultades y divergencias que hacen inciertas e inefectiva su existencia.

6.1.2. Tamaño de la empresa

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

Tabla 34: Tamaño de la empresa

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

Fuente: elaboración propia

Global servicios se considera de acuerdo a su tamaño una empresa que tiene 4 trabajadores, ventas anuales de hasta 1.2 millones de Córdoba

6.1.3. Tramites, permisos y licencias de operación que debe cumplir

Como sociedad Colectiva de responsabilidad limitada debemos cumplir ciertos requisitos y cumplir con permisos específicos de acuerdo a nuestro tipo de negocio, los cuales están descritos a continuación:

Tabla 35: Tramites y Licencia

Trámite	Instancia	Requisitos	Duración
Constitución Legal	Registro Público Mercantil y de la Propiedad	*Escritura de Constitución.	1 mes
		*Solicitud de inscripción como Comerciante original en papel sellado y firmada por el presidente.	
		*Fotocopia de cédula de identidad de la persona que firma la solicitud.	
		*Libros Contables de la	

		empresa	
		*Poder General de Administración en papel sellado con C\$ 70 de timbres fiscales.	
Número RUC	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.	
Poder de Administración al Representante Legal	Notario	*Documentos de Identidad del Representante.	1 día
Contribuyente a la Admón. De Rentas.	Administración de Rentas	*Solicitar inspección como contribuyente.	1 semana
		*Realizar inspección en el comercio	
Registro en la Alcaldía	Alcaldía de Managua	*Copia de Escritura de Constitución	1 semana
		*Libros contables debidamente registrados	
Apertura de Cuenta	BAC	*Cédula RUC	2 semanas
		*Documentos Representante Legal.	
		*Origen de Fondos.	
		*Certificado de libre venta de origen.	
Registro de Trabajadores	INSS	*Afiliación de Empleador	1 mes
		*Inscripción de Asegurados, Beneficiarios.	
		*Solicitud de prestaciones económicas (subsidios, pensión).	
		*Solicitud de prestaciones en especie (silla de rueda, bastón, etc.)	

		*Solicitud de Historial Laboral.	
		*Reclamos de Facturas. -Reporte de movimientos de trabajadores.	
		*Traslados de Institución Proveedora de Servicios de Salud.	
		*Atención en General.	

Fuente: Elaboración Propia

6.2. Estructura organizacional.

La estructura organizacional de Global Services es de orden jerárquico lineal ya que cada uno de los trabajadores se va regir de acuerdo a lo que se su superior indique además las comunicaciones son abiertas y se hacen sin intermediarios también es de carácter funcional porque cada responsable de área toma decisiones en los procesos de la empresa.

En este punto se presenta a continuación una propuesta del organigrama de la empresa.

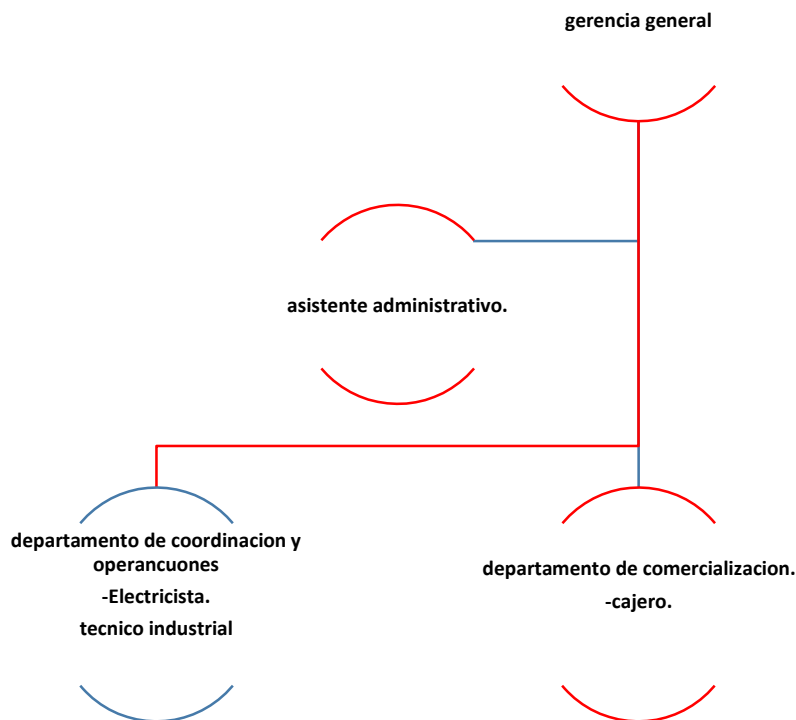


Ilustración 15: Estructura Organizacional

Fuente: Elaboración Propia

Fichas ocupacionales

Nombre del puesto:	Comprador.
Ubicación jerárquica:	Departamento de comercialización.
Puesto del jefe inmediato:	Mercadologo.
Descripción del puesto:	Se encargara de realizar las cotizaciones y compras de los materiales que se ocuparan a la hora de que la empresa lo contrate para un servicio. Recibir los materiales en tiempo y forma. Llevar en orden las facturas, devoluciones y similares. Ejecutar cualquier otra labor a fin sugerida por su jefe inmediato.
Especificación del puesto:	Dominio de paquetes computarizados. Capacidad de análisis de las circunstancias. Pro activo paciente Bunas relaciones personales. Experiencia con proveedores
Vigencia:	Indefinida.

Ilustración 16 ficha ocupacional del comprador

Fuente: elaboración propia

Nombre del puesto:	Administrador.
Ubicación jerárquica:	Gerencia general.
Puesto del jefe inmediato:	Gerencia General
Descripción del puesto:	Evaluar y controlar que los planes de la empresa se vayan cumpliendo bajo lo establecido. Controlar las fuentes financieras de la empresa. Valorar las asesorías contratadas.
Especificación del puesto:	Licenciado en Administración de empresas o carrera a fin Dominio de paquetes computarizados. Capacidad de análisis de las circunstancias. Pro activo y pro positivo.
Vigencia:	Indefinida.

Ilustración 17: ficha ocupacional del administrador

Fuente: elaboración propia

Nombre del puesto:	Ejecutivo de ventas.
Ubicación jerárquica:	Departamento de comercialización.
Puesto del jefe inmediato:	Mercadólogo.
Descripción del puesto:	Deberá alcanzar los objetivos de ventas, brindar asesoría a los clientes acerca de nuestros servicios, mantener el área asignada limpia y ordenada informar al comprador la falta de alguna mercancía con el fin de evitar contratiempos en los servicios, ejecutar cualquier otra labor a fin sugerida por su jefe inmediato.
Especificación del puesto:	Licenciado en Administración de empresas o carrera a fin Dominio de paquetes computarizados. Capacidad de análisis de las circunstancias. Pro activo y pro positivo.

Ilustración 18: Ficha ocupacional del Ejecutivo de ventas

Fuente: elaboración propia

Nombre del puesto:	Jefe de marketing
Ubicación jerárquica:	Departamento de comercialización.
Puesto del jefe inmediato:	Administrador.
Descripción del puesto:	Coordinar los planes de trabajo con el ejecutivo de ventas y el comprador. Analizar los problemas para aumentar la eficiencia de la operaciones y proponer soluciones rentables Elaborar y ejercer el presupuesto semestral
Especificación del puesto:	Licenciado en marketing o carrera a fin Dominio de paquetes computarizados. Capacidad de análisis de las circunstancias. Pro activo Elaboración de estrategias comerciales.

Ilustración 19: Ficha Ocupacional del jefe de Marketing

Fuente: elaboración propia

Nombre del puesto:	Asistente administrativa.
Ubicación jerárquica:	Oficina de apoyo
Puesto del jefe inmediato:	administrador
Descripción del puesto:	Contestar y canalizar las llamadas telefónicas recibidas a la empresa, tramitar y realizar los pagos de planilla, apoyar las tareas del administrador, las demás tareas asignadas por el administrador.
Especificación del puesto:	Licenciado en administración de empresas o carrera a fin Dominio de paquetes computarizados. Capacidad de análisis de las circunstancias. Pro activo Elaboración de estrategias comerciales.

Ilustración 20. Ficha ocupacional del asistente administrativo

Fuente: elaboración propia

El organigrama que presentamos es por funciones, debido al tamaño de la empresa y al número de colaboradores.

Este tipo de organización tiene sus ventajas como desventajas, en las **ventajas podemos contar con lo sig.**

- ✚ Es sencilla y clara.
- ✚ Se establece una disciplina laboral.
- ✚ Se facilita la rapidez de acción.
- ✚ Es más fácil y útil para la micro empresa.

En las desventajas podemos obtener lo sig.:

- ✚ Se carece de especialización.
- ✚ Existen numerosos conflictos.
- ✚ Mucho cargo de responsabilidades dificultando así las acciones comunes.

Po otra parte, aunque lo socios estén arriba del organigrama, estos tendrán tareas y funciones a devengar.

- El tamaño de la empresa
- Definiendo PYMES a nivel mundial

6.2.1. Actividades y gastos pre- operativos.

A continuación, se describen las actividades y gastos pre operativo que Global Services Outsourcing debe realizar antes de poner en funcionamiento la empresa. La información se muestra en las siguientes tablas y sus costos:

Tabla 36: Gastos Pre operativos

Actividad	Inicio	Final	Gasto
Plan de Negocios	1/1/2019	1/4/2019	" 400.00
Trámites legales	1/4/2019	15/4/2019	" 330.00
Financiamiento	1/5/2019	20/5/2019	" 1850.00
Uniformes	1/6/2019	30/6/2019	" 550.00
Remodelación	1/7/2019	15/8/2019	" 260.00
Inventario de productos	1/8/2019	30/8/2019	" 320.00
Reclutamiento del personal	1/9/2019	30/10/2019	" 80.00
Capacitación del Personal	1/11/2019	7/11/2019	" 400.00
		TOTAL	\$4,190.00

Fuente: elaboración Propia

Ilustración 21: Diagrama de GANTT

Actividad	Inicio	Final	1-ene	1-feb	1-mar	1-abr	1-may	1-jun	1-jul	1-ago	1-sep	1-oct	1-nov	1-dic
Plan de Negocios	1/1/2019	1/4/2019	■	■	■	■								
Trámites legales	1/4/2019	15/4/2019				■								
Financiamiento	1/5/2019	20/5/2019					■							
Uniformes	1/6/2019	30/6/2019						■						
Remodelación	1/7/2019	15/8/2019							■	■				
Inventario de productos	1/8/2019	30/8/2019								■				
Reclutamiento del personal	1/9/2019	30/10/2019									■	■		
Capacitación del Personal	1/11/2019	7/11/2019											■	

Fuente: Elaboración Propia

7. Plan de finanzas

7.1. Plan de Inversión

El monto de la inversión para la apertura de la empresa Global Service es de \$17,395 (Quince mil ochocientos cinco dólares). El financiamiento de dicha inversión es de fondos propio con aporte de los socios, más un préstamo por \$9,215 que será financiado por el banco con el fin de utilizarlo para los gastos que se presenten a lo largo del año.

Tabla 37: Plan de Inversión

Concepto	Inversión total	Financiamiento	
	Monto	Fondos Propios	Préstamos
Equipo de computo	\$ 1,210.00		\$ 1,210.00
Computadora	" 730.00		\$ 730.00
Tablet	" 250.00		\$ 250.00
Impresora	" 230.00		\$ 230.00
Mobiliario y equipo de oficina	\$ 660.00		\$ 660.00
Escritorio	" 200.00		\$ 200.00
Archivador	" 180.00		\$ 180.00
Sillas semis ejecutivas	" 280.00		\$ 280.00
Equipo de Produccion	\$ 2,345.00		\$ 2,345.00
Equipos de Proteccion	" 330.00		\$ 330.00
Podadora	" 955.00		\$ 955.00
Maquina de Limpieza	" 860.00		\$ 860.00
Caja de herramientas	" 200.00		\$ 200.00
Equipo Rodante	\$ 5,000.00		\$ 5,000.00
Vehiculo (Camion)	" 5,000.00		" 5,000.00
Capital de Trabajo:	\$ 3,990.00	\$ 3,990.00	
Capital Trabajo	" 3,990.00	" 3,990.00	
Gastos pre operativos	\$ 4,190.00	\$ 4,190.00	
Gastos pre operativos	" 4,190.00	" 4,190.00	
Totales:	\$ 17,395.00	\$ 8,180.00	\$ 9,215.00
	Total	Aporte	Financiamiento
	100%	47%	53%

Fuente: Elaboración Propia

Valor total de la inversión inicial

Tabla 38: Valor total de la Inversión

Inversion Total de la Inversión	
Activos fijos	\$ 9,215.00
Capital de Trabajo	\$ 3,990.00
Gastos pre-operativos	\$ 4,190.00
Total	\$ 17,395.00

Fuente: Elaboración Propia

El aporte de los socios será de \$8,180 entre seis socios lo que equivale a \$1,363.33

7.2. Estado De Pérdidas y Ganancias

Todas las empresas independientemente de su tamaño necesitan obtener información acerca de su desempeño para saber si lograra resultados positivos o al contrario se ha sufrido pérdidas producto de sus operaciones a continuación se presentan proyecciones de Estado de pérdidas o ganancias o bien estado de resultado que muestra de forma detallada y ordenada la forma en cómo se obtuvo el resultado del ejercicio en un periodo determinado.

En el siguiente cuadro, se presenta el estado de resultado proyectado donde se observa el total de ingresos y egresos incurridos durante los primeros 5 años de Operación de la empresa Global Service con el fin de conocer ganancias o pérdidas de la empresa.

Tabla 39: Calculo de la rentabilidad Proyectada

Calculo de Rentabilidad Proyectada					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 36,100.00	\$ 37,724.50	\$ 70,326.41	\$ 89,010.96	\$ 119,490.36
Costo de los bienes vendidos	" 15,091.20	" 15,974.70	" 26,048.48	" 31,853.17	" 40,628.80
Utilidad Bruta	\$ 21,008.80	\$ 21,749.80	\$ 44,277.93	\$ 57,157.78	\$ 78,861.57
Gastos Generales (sin depreciación)	" 2,603.00	" 2,860.87	" 3,646.15	" 4,033.98	" 4,950.11
Gastos Administración	" 4,752.00	" 5,246.21	" 5,791.81	" 6,394.16	" 7,059.16
Depreciación	" 6,206.00	" 1,206.00	" 601.00	" 601.00	" 601.00
Total Gastos de Operación	\$ 13,561.00	\$ 9,313.08	\$ 10,038.96	\$ 11,029.14	\$ 12,610.26
Utilidad de Operación	\$ 7,447.80	\$ 12,436.72	\$ 34,238.97	\$ 46,128.64	\$ 66,251.30
Intereses pagados	" 1,697.93	" 1,329.70	" 883.17	" 338.68	
Utilidad antes de impuestos	" 5,749.87	" 11,107.02	" 33,355.80	" 45,789.96	" 66,251.30
Impuestos 30% IR	" 1,724.96	" 3,332.11	" 10,006.74	" 13,736.99	" 19,875.39
Utilidad neta	\$ 4,024.91	\$ 7,774.92	\$ 23,349.06	\$ 32,052.97	\$ 46,375.91

Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en el cuadro da una visión panorámica de cuál será el comportamiento de la empresa en los primeros 5 años, en términos más sencillos si está o no generando utilidades después de impuesto.

Se puede notar que en el primer año se lanza un resultado de 4,024.91 dólares de utilidades neta después de haber cumplido con todas las obligaciones del negocio en valores porcentuales hablamos de un 58% sobre las ventas, respectivamente en el segundo año de operación se denota una utilidad neta de 7,774.92 dólares, 57% de margen de utilidad sobre las ventas.

Con respecto al año 3 4 y 5 se pretende elevar las ventas, pero manteniendo un gasto general y de administración a un margen mínimo lo cual permitirá que las utilidades sean mayores en estos años, obteniendo así utilidades después de impuestos de 23,349.06 dólares en el 3er año 32, 052. 97 dólares en el cuarto año y 46,375.91 dólares en el 5to año.

Ninguno de estos indicadores dio negativo lo que resulta positivo para dar continuidad a la idea de negocio

7.3. Balance General

En el balance general a continuación presentado esta proyectado de igual forma que el estado de resultado a 5 años, esta nos servirá como base para tomar decisiones futuras, es decir que nos permite ver si tenemos recursos suficientes para invertir y si disponemos de muchos pasivos.

Para continuar con el análisis se presenta el Estado de Situación Financiera proyectado para los primeros cinco años de funcionamiento de la empresa en el cual se muestran los activos, pasivos, así como el capital aportado y el capital ganado en el transcurso del periodo de estudio. Cuenta con activos Corrientes y activos No Corrientes, estos últimos representados con la Propiedad, Planta y Equipo, específicamente con el Mobiliario y Equipo de oficina

Tabla 40: Balance General

Balance general						
ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos circulantes	\$ 8,180.00	\$ 16,743.85	\$ 23,689.47	\$ 45,157.71	\$ 74,780.86	\$ 121,757.77
Caja y bancos	" 8,180.00	" 16,743.85	" 23,689.47	" 45,157.71	" 74,780.86	" 121,757.77
Activo fijo	\$ 9,215.00	\$ 3,009.00	\$ 1,803.00	\$ 1,202.00	\$ 601.00	\$ -
Mobiliario y Equipo de Oficina	" 660.00	" 660.00	" 660.00	" 660.00	" 660.00	" 660.00
Equipo de computo	" 1,210.00	" 1,210.00	" 1,210.00	" 1,210.00	" 1,210.00	" 1,210.00
Equipos de producción	" 2,345.00	" 2,345.00	" 2,345.00	" 2,345.00	" 2,345.00	" 2,345.00
Equipo Rodante	" 5,000.00	" 5,000.00	" 5,000.00	" 5,000.00	" 5,000.00	" 5,000.00
Depreciación acumulada	"	" (6,206.00)	" (7,412.00)	" (8,013.00)	" (8,614.00)	" (9,215.00)
Activo Diferido	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pre-Operativos (Constitución y Legalización)	" -	" -	" -	" -	" -	" -
Amortización Diferidos	"	" -	" -	" -	" -	" -
Total de activos diferidos	" -	" -	" -	" -	" -	" -
Total de activos	\$ 17,395.00	\$ 19,752.85	\$ 25,492.47	\$ 46,359.71	\$ 75,381.86	\$ 121,757.77
PASIVOS	\$ 9,215.00	\$ 7,547.94	\$ 5,512.65	\$ 3,030.83	\$ -	\$ -
Pasivo largo plazo	" 9,215.00	" 7,547.94	" 5,512.65	" 3,030.83	" -	" -
Préstamo largo plazo	" 9,215.00	" 7,547.94	" 5,512.65	" 3,030.83	" -	" -
CAPITAL	\$ 8,180.00	\$ 12,204.91	\$ 19,979.83	\$ 43,328.88	\$ 75,381.86	\$ 121,757.77
Capital social	" 8,180.00	" 8,180.00	" 8,180.00	" 8,180.00	" 8,180.00	" 8,180.00
Utilidad acumulada	"	" 4,024.91	" 11,799.83	" 35,148.88	" 67,201.86	" 121,757.77
Utilidad del periodo	"	" 4,024.91	" 7,774.92	" 23,349.06	" 32,052.97	" 46,375.91
Total pasivo mas capital	\$ 17,395.00	\$ 19,752.85	\$ 25,492.47	\$ 46,359.71	\$ 75,381.86	\$ 121,757.77

Fuente de elaboración: propia

Nuestra empresa se basa en la prestación de servicios tercerizados, en el año cero contamos con una liquidez de 8180 que es parte del aporte de los socios para caja y banco es resultado de las actividades, económicas de la empresa, los recursos que obtuvo la empresa como financiamiento el 47 % son propios, ya que es capital aportado por los socios y el 53 % es parte de un financiamiento a un tercero, en otras palabras un préstamo, siendo este el único pasivo proyectado a largo plazo se podría decir que es una situación manejable para la empresa en cuestión.

Para el análisis de los siguientes años se utilizó el método horizontal, comparando de manera relativa el año uno con el año dos y así de manera sucesiva, en el primer año la empresa demuestra un crecimiento en el balance del 13.55% respectivamente, debido al aumento en la liquidez cabe destacar que en los activos caja y bancos son los que respectivamente crecen año con año mientras que los activos fijos se mantienen constantes, solo se registra la variación de la depreciación sobre el valor de los mismos.

Para el 2do año se registra un aumento en el balance general del 29.05% manteniendo siempre los activos fijos sin aumentos y caja y banco con variaciones.

En cambio, los pasivos al pasar el tiempo van disminuyendo llegando al año 4 sin deudas a largo plazo, siendo cancelado el préstamo en el año 3.

7.4. Flujo De Caja

A continuación, mostramos el flujo de caja el cual nos permite conocer cuál es la liquidez de nuestra empresa en un periodo de tiempo determinado, en esta tabla se reflejan los ingresos y egresos, obteniendo como resultado, el saldo de efectivo final por cada año en un periodo de 5 años, se aprecia que para en el año 0 nuestro saldo final es de \$8180, para el primer año se experimenta un incremento de \$16,743.85 y así consecutivamente, esto debido a que se va originando una acumulación de dividendos en cada periodo, dicho flujo de caja crecerá en los siguientes años dada esta situación.

El flujo nos muestra que al final del quinto año la empresa cuenta con un flujo de \$121,757.77 dólares. Gran capacidad para autofinanciar mayormente sus actividades siendo esto un reflejo del total disponible para el inversionista, y por lo cual no tiene necesidad de acudir a fuentes externas de financiamiento si pretendieran implementar una reinversión en sus activos

Tabla 41: Flujo de caja

Flujo de caja						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo inicial		" 8,180.00	" 16,743.85	" 23,689.47	" 45,157.71	" 74,780.86
Ingresos (Utilidad contable)	" 17,395.00	" 4,024.91	" 7,774.92	" 23,349.06	" 32,052.97	" 46,375.91
Egresos	" 9,215.00					
Amortización		" 1,667.06	" 2,035.29	" 2,481.82	" 3,030.83	" -
Depreciación		" 6,206.00	" 1,206.00	" 601.00	" 601.00	" 601.00
Saldo final	\$ 8,180.00	\$ 16,743.85	\$ 23,689.47	\$ 45,157.71	\$ 74,780.86	\$ 121,757.77

Fuente de elaboración: propia.

7.5. Programa de devolución del préstamo

El financiamiento necesario para GLOBAL SERVICES OUTSOURCING será gestionado por uno de los socios el cual se ofrecerá como garantía un vehículo automotor valorado en \$9,215. El préstamo se realizará por medio del financiamiento PYMES que ofrece Banco de la Producción, S.A. (Banpro). Se puede observar que, el monto del préstamo será de US\$ 9,215.00 dólares y la tasa de interés cobrada será del 20% anual, dicha deuda será solventada en 48 cuotas mensuales, las cuales tienen un monto de US\$ 280.42 dólares. (Ver Anexo: Amortización del préstamo).

Tabla 42: Calculo Cuota del Préstamo

Cálculo Cuota Préstamo	
Monto	\$ 9,215.00
Interés Anual	20%
Plazo en Meses	48
Cuota	(\$280.42)
Seguros	0%
Cuota Total	\$ 280.42

Fuente: Elaboración Propia

7.6. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es aquel en donde la empresa no obtiene utilidades, pero tampoco pierde, cuando llega a un nivel donde el beneficio es cero.

Para este ejemplo la empresa proyecta de manera sencilla para 5 años de operación con niveles de ventas positivos, con el objetivo de recuperar la inversión, De presentarse escenarios que no beneficien a la empresa, se deberá realizar modificaciones en el punto de equilibrio, hasta alcanzar un nuevo punto de equilibrio.

Para muchos expertos el seguimiento del punto de equilibrios es primordial como el de este caso que en el primer año el punto de equilibrio es de \$30,100.00 y llegando al año 5 a \$56,165.76, cuyos resultados están por encima del punto de equilibrio, por ende, la empresa será capaz de cubrir sus gastos.

La fórmula que se plantea para la realización del punto de equilibrio es la siguiente:

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

Tabla 43: Punto de Equilibrio

Punto de equilibrio (U\$)						
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Porcentaje sobre ventas %	85%	72%	55%	51%	47%	
Punto de Equilibrio	" 30,684.45	" 27,314.91	" 38,362.95	" 45,111.31	" 56,165.76	
Ventas	\$ 36,100.00	\$ 37,724.50	\$ 70,326.41	\$ 89,010.96	\$ 119,490.36	
Porcentaje sobre ventas %	63%	54%	40%	37%	34%	
Costos Fijos	\$ 22,805.09	\$ 20,401.48	\$ 28,023.84	\$ 32,937.66	\$ 41,133.12	
Mano de Obra Directa	" 5,821.20	" 6,426.60	" 7,094.97	" 7,832.85	" 8,647.47	
Gastos Generales (sin depreciación)	" 2,603.00	" 2,860.87	" 3,646.15	" 4,033.98	" 4,950.11	
Gastos Administración	" 4,752.00	" 5,246.21	" 5,791.81	" 6,394.16	" 7,059.16	
Depreciación	" 6,206.00	" 1,206.00	" 601.00	" 601.00	" 601.00	
Intereses pagados	" 1,697.93	" 1,329.70	" 883.17	" 338.68	" -	
Impuestos	" 1,724.96	" 3,332.11	" 10,006.74	" 13,736.99	" 19,875.39	
Porcentaje sobre ventas %	26%	25%	27%	27%	27%	
Costos Variables	\$ 9,270.00	\$ 9,548.10	\$ 18,953.51	\$ 24,020.32	\$ 31,981.33	
Costo de Venta (sin M.O.D.)	" 9,270.00	" 9,548.10	" 18,953.51	" 24,020.32	" 31,981.33	

Fuente: Elaboración Propia

7.7. Razones Financieras

Tabla 44: Razones Financieras

Razones Financieras					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rentabilidad sobre ventas	11%	21%	33%	36%	39%
Rentabilidad sobre inversion	23%	45%	134%	184%	267%

Fuente: Elaboración Propia

Las **razones financieras de rentabilidad** son aquellas que permiten evaluar las utilidades de la empresa respecto a las ventas, los activos o la inversión de los propietarios, para este caso son mayores que cero por ende es un proyecto en el cual es rentable realizar esta inversión.

Los márgenes porcentuales de utilidad permiten obtener un panorama real de la situación financiera que tiene Global Services, lo cual garantiza el ingreso por ventas empezando en el año 1 con 11% y aumentando menos ocioso a partir del año 2 con un 21%; los cuales son indicadores que no existen riesgos indirectos o sobre impuesto para solventar sus obligaciones bancarias.

7.8. Valor Actual Neto

El concepto de Valor Actual Neto, también conocido como **VAN**, se refiere a un criterio de inversión que pasa por actualizar los cobros y pagos de un proyecto para conocer si esa inversión resulta rentable o no.

Una buena **definición de Valor Actual Neto** puede ser una medida de rentabilidad de un negocio en términos absolutos netos, lo que supone el número de unidades monetarias. Se emplea para valorar las diferentes alternativas de inversión. Con el cálculo del VAN de distintas inversiones conoceremos en cuál de ellas existirá mayores opciones de ganancias.

El Valor Actual Neto nos permitirá afrontar un par de decisiones. Por un lado, conocer si las inversiones a realizar merecen la pena por la obtención de beneficios y por otro comprobar qué inversión es la más ventajosa. Para ello hay que tener en cuenta los siguientes parámetros.

- VAN superior a 0: el proyecto de inversión permite conseguir ganancias y beneficios.
- VAN inferior a 0: debe rechazarse la inversión al provocar pérdidas.
- VAN igual a 0: el proyecto de inversión no genera ni pérdidas ni beneficios, por lo que su ejecución provoca indiferencia

7.9. Tasa interna de Retorno

Definición de **Tasa Interna de Retorno (TIR)** es la tasa de rentabilidad que proporciona una inversión, considerándose el porcentaje de pérdida o beneficios que tendrá dicho negocio para las cantidades invertidas.

Se trata de un medidor empleado en la evaluación de proyectos de inversión íntimamente ligado con el Valor Actual Neto. También se considera como el valor de la tasa de descuento que consigue que el VAN resulte igual a cero.

Gracias al concepto de Tasa Interna de Retorno conseguiremos conocer cuando una inversión resulta rentable o no. El resultado aparece reflejado en un porcentaje.

El criterio general para saber si es conveniente realizar un proyecto es el siguiente:

- Si $TIR > r$ Se aceptará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida (el coste de oportunidad).
- Si $TIR < r$ Se rechazará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad menor que la rentabilidad mínima requerida

A continuación, se muestra la tabla de flujo de fondo, las cuales son determinante al momento de poder calcular la VAN y la TIR.

Tabla 45: Flujo de fondos

Flujo de fondos						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad contable		" 4,024.91	" 7,774.92	" 23,349.06	" 32,052.97	" 46,375.91
Depreciación		" 6,206.00	" 1,206.00	" 601.00	" 601.00	" 601.00
Amortización		" 1,667.06	" 2,035.29	" 2,481.82	" 3,030.83	
Flujo de fondos	\$ (17,395.00)	" 8,563.85	" 6,945.62	" 21,468.24	" 29,623.15	" 46,976.91
VAN al 20%	40,153.46					
TIR	74%					
Tasa de descuento	0.2	Esta tasa corresponde al promedio de la suma de tasa de interés activa + tasa de interés pasiva + inflación + tasa del préstamo				

Fuente: Elaboración Propia

Los cálculos dieron para la van \$40,153.46 lo que indica que la inversión es factible, al igual que la TIR que está mucho más encima de la tasa utilizada para la VAN dando un porcentaje del 74% este 74 indica en porcentaje la ganancia de nuestro proyecto.

La importancia se estos dos indicadores es que nos indican si un proyecto será factible o no, entre más reales los datos más confiables se vuelven estos indicadores.

7.10. Relación beneficio Costo

Tabla 46: Relación Beneficio Costo

		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				
		1	2	3	4	5
RELACION BENEFICIO COSTO	3.31	7,136.54	4,823.35	12,423.75	14,285.85	18,878.97
Periodo de Recuperacion		(10,258.46)	(5,435.11)	6,988.64	21,274.49	40,153.46

Fuente: Elaboración Propia

La **relación costo beneficio** toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los **beneficios** por cada dólar que se sacrifica en el proyecto. Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados, de los cuales siempre son positivos desde el año 1 con **\$7,136** y el año 5 con **\$ 18,878.97**

7.11. Periodo de Recuperación

Tabla 47: Periodo de Recuperación

		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				
		1	2	3	4	5
RELACION BENEFICIO COSTO	3.31	7,136.54	4,823.35	12,423.75	14,285.85	18,878.97
Periodo de Recuperacion		(10,258.46)	(5,435.11)	6,988.64	21,274.49	40,153.46

Fuente: Elaboración Propia

El **periodo de recuperación de la inversión** es un criterio para valorar **inversiones** que queda definido como el **periodo** de tiempo que se requiere para recuperar el capital invertido en la fase inicial de un proyecto, lo cual para este proyecto su recuperación inicia a partir del año 3 con un ingreso de **\$ 6,988.64**

8. Conclusiones.

La realización de este plan de negocio sirvió como guía para la creación de la empresa de servicios tercerizados, cumpliéndose así el objetivo general del trabajo.

Se cumplieron los objetivos específicos de la investigación a lo largo del desarrollo del proyecto, pues se desarrollaron los diferentes planes operativos para el comienzo de una empresa, a través de un sondeo de mercado para ayudar a determinar factores de éxito para la empresa de servicios. La reunión de información para respaldar la idea del negocio, un análisis de viabilidad del proyecto y proponiendo la organización en general de la empresa.

El desarrollo de un plan de negocio es un tema complejo, durante el desarrollo del trabajo se pudieron definir aspectos claves para la realización del plan de negocio tales como el administrativo y el operativo.

Uno de los principales objetos de búsqueda de este plan fue identificar y conocer la factibilidad para la creación del mismo, los cuales dieron positivos siendo este un logro satisfactorio.

Uno de los aspectos más importantes a considerar es la calidad del servicio ya que además de ser nuestro giro de negocio de acuerdo con la investigación de mercado se pudo observar que es un aspecto que al cliente le da mucha relevancia.

Como recomendación es importante que se haga énfasis en la tecnología a implementar dentro de la empresa global Services, así como el crecimiento de mano de obra directa para contar con un especialista en cada uno de los servicios.

Después de todas las evaluaciones y planeaciones de este negocio nos dimos cuenta la importancia que estos tienen ya que se detallan actividades de la empresa que sirven de guía para que le permita más posibilidades de éxito.

9. Referencias bibliográficas

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

<http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/381168-pea-acelera-su-crecimiento/>

http://www.bcn.gob.ni/divulgacion_prensa/notas/2019/noticia.php?nota=1074

Kotler, Philip. Dirección de Marketing Ed. 13.

<http://www.todomktblog.com/2013/09/niveles-producto.html>}

www.clickprinting.es/blog/significado-de-los-colores-en-publicidad-marketing

El emprendedor de éxito Rafael Alcaraz Rodríguez, cuarta edición

<https://www.lifeder.com/canales-distribucion/>

www.buenosnegocios.com/cursograma-tu-aliado-detectar-ineficiencias-n281

https://es.wikipedia.org/wiki/Mercadotecnia_de_atracci%C3%B3n

<http://www.mitrab.gob.ni/documentos/salario-minimo>

10. ANEXOS

FODA

FORTALEZAS:

- Mayor funcionalidad
- Menores costos
- Tecnología avanzada
- Optimizar el proceso
- Reducción de desgastes administrativos
- Personalización de cada servicio por cada cliente

OPORTUNIDADES:

- Mercado extensor para ofrecer gran variedad de servicios a diversos tipos de clientes ya sea gubernamental o privado
- Diversidad de gustos y preferencias
- Facilidad de redes sociales para obtener información
- Aparición d nuevos segmentos

DEBILIDADES:

- Falta de financiación
- Costes unitarios elevados
- Cartera de productos limitada

AMENAZAS

- Entrada de nuevos competidores
- Competencia actual agresiva
- Nueva legislación que afecta al sector
- Cambio de hábitos de los consumidores

COTIZACIÓN.

Nombre: Global services
Atención:
e-mail: Yussiloaisiga13@gmail.com
Teléfono:

Fecha: 15.20.2019
Vendedor: Isabel Rodriguez.
Sevasaonline@sevasaonline.co
m

cant	Descripción	p. unit	p.total
1	Escritorio Acabado de madera de caoba 3*2	\$170	\$170
1	Archivador. 4 compuertas metálico	\$144.5	\$144.5
3	Sillas semi ejecutivas. Mxn cod 3289	\$79	\$238
1	Computadora laptop DELL intel inside HD	\$620.5	\$620.5
1	Tablet Ipad 5.0 generacion	\$212.5	\$212.5
1	Impresora hp full injection colors	\$195.5	\$195.5
		Sub total	\$1581
		IVA	\$237
		15%	
		Total	\$1818

Tiempo de garantía: Extendido
Valor de Envío: 52 dólares
Tiempo de entrega: 24-72 Hrs

Isabel rodriguez.

ANALISIS DE LA ENCUESTA EN SPSS

Encuesta.

ENCUESTA

NO. _____

Buenos días/tardes somos estudiantes de la Escuela de Administración, Comercio y Finanzas de la Universidad Politécnica de Nicaragua como parte de nuestra culminación de estudios. Solicitamos por favor llene la siguiente encuesta, la información proporcionada será utilizada para conocer el grado de aceptación en el mercado de Outsourcing de servicios empresariales. Marque con una x su respuesta.

Datos Generales.

V1. Nombre de la empresa y/o propietario. _____

V2. Señale el tipo de empresa: pequeña mediana gran empresa

Municipio _____ Distrito _____

Dirección _____

SERVICIOS GENERALES

V3. ¿Cuenta su empresa con área de mantenimiento y reparación? Sí NO

V4. Contrata servicios a terceros de mantenimiento en su compañía

Sí No

V5. ¿Qué tipo de servicios Outsourcing le interesa a su empresa (marque con una x las de mayor preferencia)

Mantenimiento de maquinaria de la empresa.

Mantenimiento de sistema eléctrico.

Limpieza general de servicios y bodegas

Mantenimiento de pintura

Mantenimiento de parques y jardines.

V6. Cada cuanto contrata su empresa servicios de mantenimiento.

Mensual trimestral semestral anual

Otro especifique. _____

V7. Marque con una x el nombre de otras empresas con las que ha trabajado el servicio

Outsourcing Termine Dryclean Servicio Tecnificado de Nicaragua

Serlisa Otros

V8. ¿Según el servicio contratado en la variable 5 cuál es el precio de referencia que ha pagado por cada servicio?

Mantenimiento de maquinaria de la empresa. _____

Mantenimiento de sistema eléctrico. _____

Limpieza general de servicios y bodegas _____

Mantenimiento de pintura _____

Mantenimiento de parques y jardines. _____

V9. Para Usted ¿qué es más determinante al momento de contratar el servicio?

Cumplimiento del servicio en tiempo y forma

Garantía y calidad

Precio

PLAZA

V10. Para contratar el servicio donde le gustaría hacer la gestión administrativa

En su oficina o taller Visita de Ejecutivos de ventas

a través Internet por telemarketing

Otro, especifique. _____

COMUNICACIÓN

V11. A través de que medio le gustaría conocer información de este servicio

Anuncio en periódicos o revistas radio

Tv internet Mantas publicitarias

V12. Qué tipo de promociones le gustaría que aplicáramos en su servicio

Por temporadas 2x1 descuentos ofertas

V13. Cree que su empresa les brinda importancia a los mantenimientos requeridos.

Sí No

```

FRECUENCIAS VARIABLES=tipo
  /STATISTICS=MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
  /HISTOGRAM NORMAL
  /ORDER=ANALYSIS.

```

Frecuencias

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\VOSTRO\Desktop\encuestas miga.sav

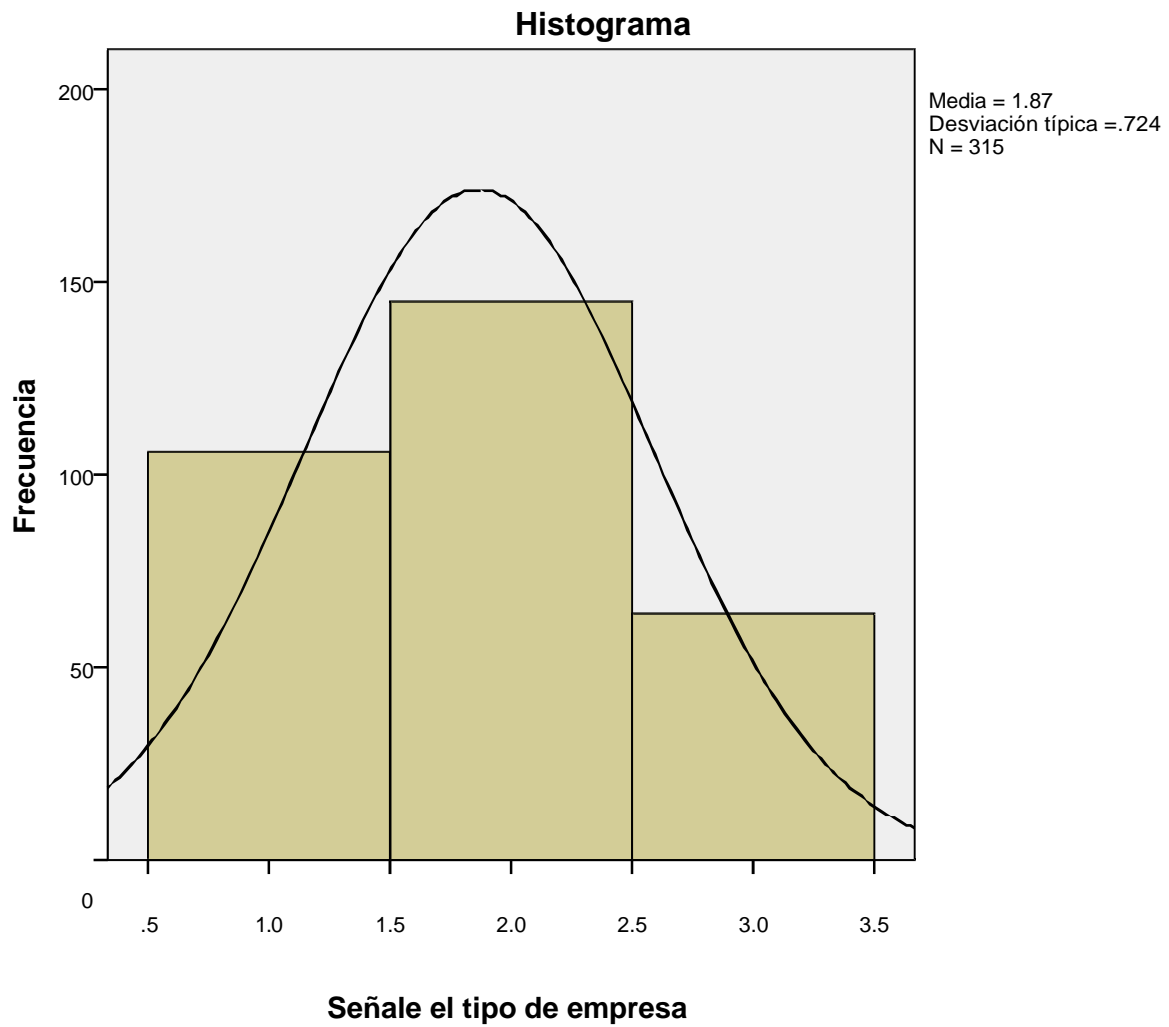
Estadísticos

Señale el tipo de empresa

N	Válidos	315
	Perdidos	0
Media		1.87
Mediana		2.00
Moda		2
Mínimo		1
Máximo		3

Señale el tipo de empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	pequeña	106	33.7	33.7	33.7
	mediana	145	46.0	46.0	79.7
	grande	64	20.3	20.3	100.0
	Total	315	100.0	100.0	



```

FREQUENCIES VARIABLES=cuenta
  /STATISTICS=MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
  /HISTOGRAM NORMAL
  /ORDER=ANALYSIS.
  
```

Frecuencias

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\VOSTRO\Desktop\encuestas miga.sav

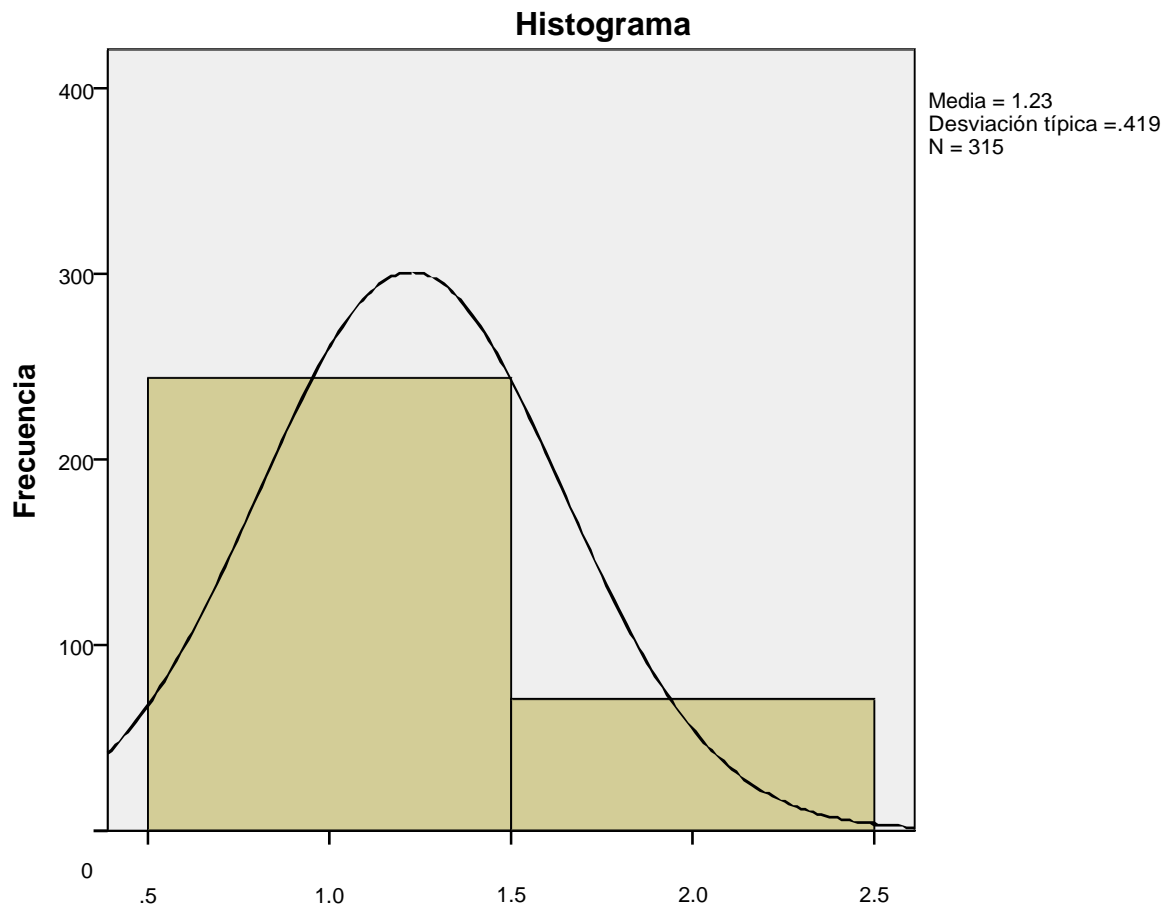
Estadísticos

¿cuenta su empresa con area de mantenimiento en su compañía?

N	Válidos	315
	Perdidos	0
Media		1.23
Mediana		1.00
Moda		1
Mínimo		1
Máximo		2

¿cuenta su empresa con area de mantenimiento en su compañía?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	244	77.5	77.5	77.5
	no	71	22.5	22.5	100.0
	Total	315	100.0	100.0	



**¿cuenta su empresa con area de mantenimiento en su
compañía?**

```
FREQUENCIES VARIABLES=terceros
  /STATISTICS=MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
  /HISTOGRAM NORMAL
  /ORDER=ANALYSIS.
```

Frecuencias

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\VOSTRO\Desktop\encuestas miga.sav

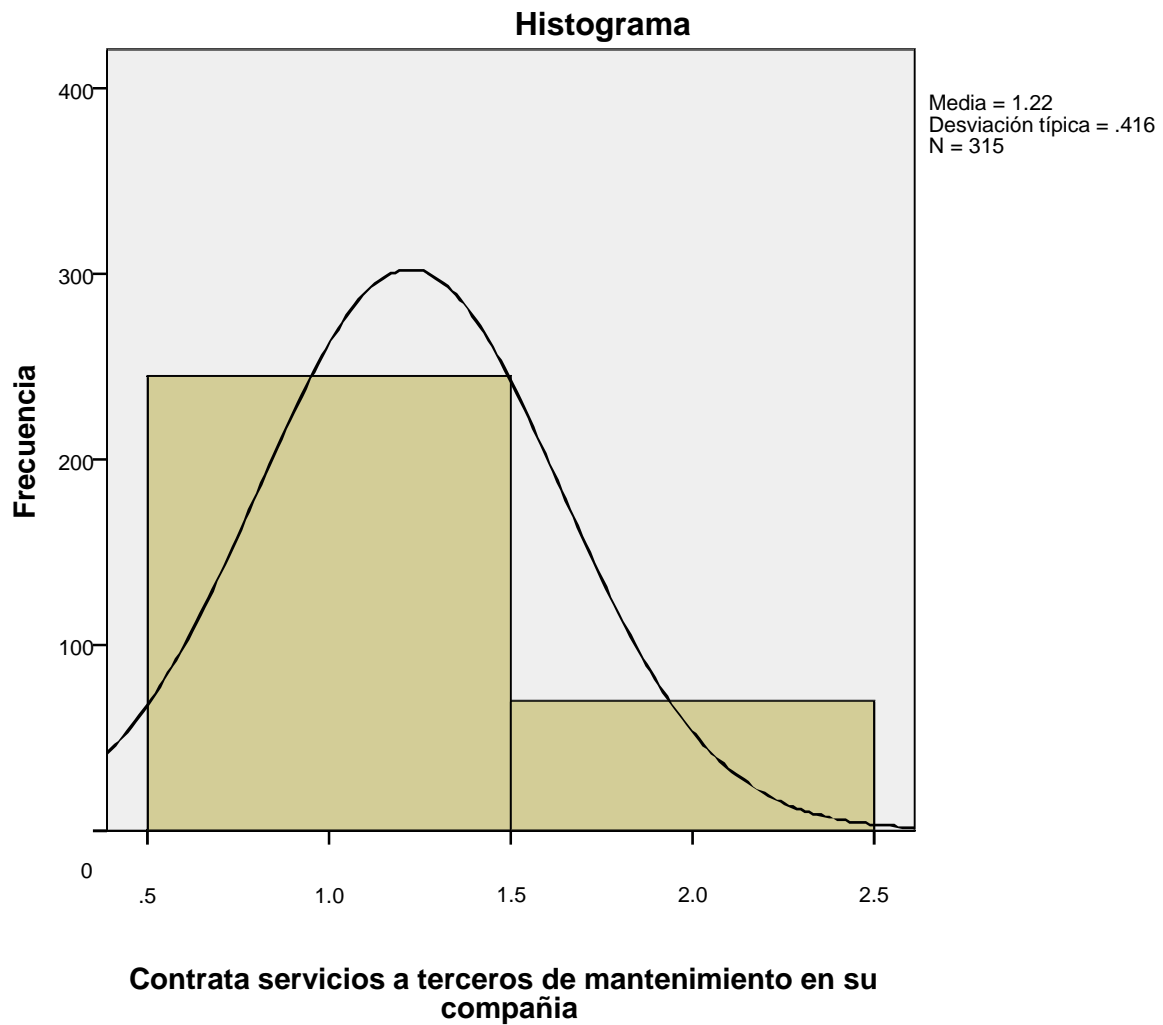
Estadísticos

Contrata servicios a terceros
de mantenimiento en su
compañía

N	Válidos	315
	Perdidos	0
Media		1.22
Mediana		1.00
Moda		1
Mínimo		1
Máximo		2

Contrata servicios a terceros de mantenimiento en su compañía

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	245	77.8	77.8	77.8
	no	70	22.2	22.2	100.0
	Total	315	100.0	100.0	



```

FREQUENCIES VARIABLES=servicios
  /STATISTICS=MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
  /HISTOGRAM NORMAL
  /ORDER=ANALYSIS.

```

Frecuencias

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\VOSTRO\Desktop\encuestas miga.sav

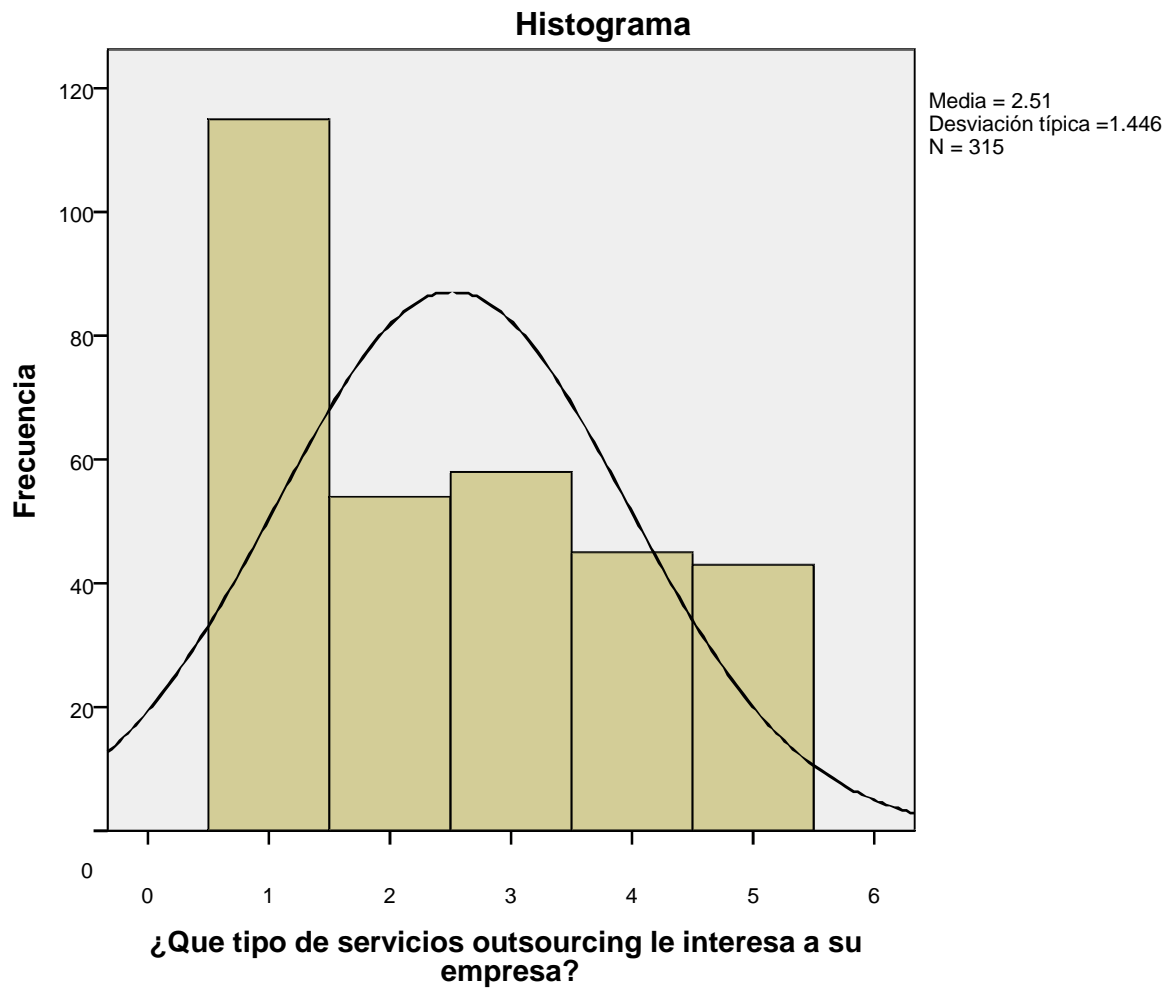
Estadísticos

¿Que tipo de servicios outsourcing le interesa a su empresa?

N	Válidos	315
	Perdidos	0
Media		2.51
Mediana		2.00
Moda		1
Mínimo		1
Máximo		5

¿Que tipo de servicios outsourcing le interesa a su empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos mantenimiento de maquinaria	115	36.5	36.5	36.5
mantenimiento de sistema electrico	54	17.1	17.1	53.7
limpieza general de servicios y bodegas	58	18.4	18.4	72.1
mantenimiento de pintura	45	14.3	14.3	86.3
mantenimiento de parques y jardines	43	13.7	13.7	100.0
Total	315	100.0	100.0	



```

FREQUENCIES VARIABLES=contrata
  /STATISTICS=MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
  /HISTOGRAM NORMAL
  /ORDER=ANALYSIS.

```

Frecuencias

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\VOSTRO\Desktop\encuestas miga.sav

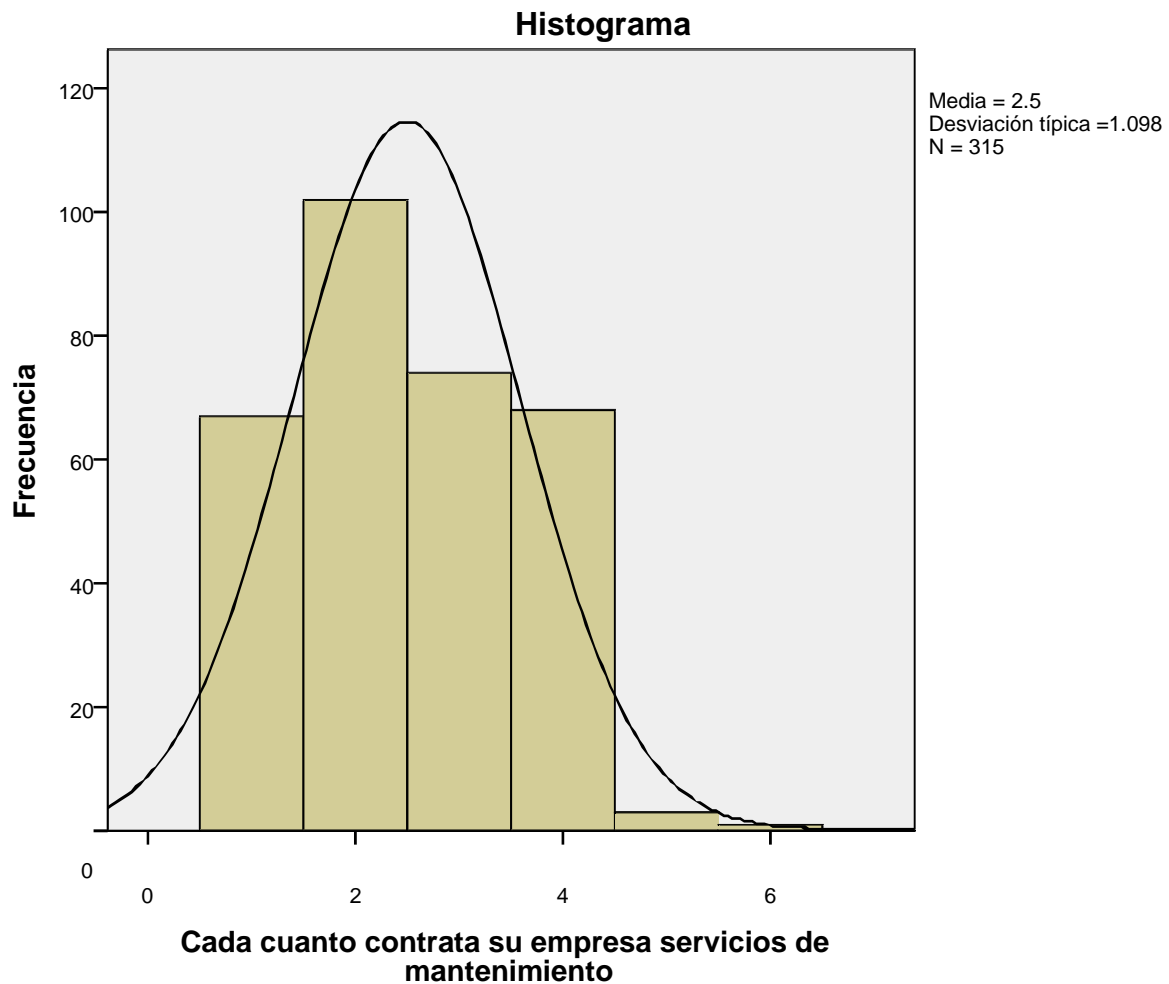
Estadísticos

Cada cuanto contrata su
empresa servicios de
mantenimiento

N	Válidos	315
	Perdidos	0
Media		2.50
Mediana		2.00
Moda		2
Mínimo		1
Máximo		6

Cada cuanto contrata su empresa servicios de mantenimiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
mensual	67	21.3	21.3	21.3
trimestral	102	32.4	32.4	53.7
semestral	74	23.5	23.5	77.1
anual	68	21.6	21.6	98.7
otro	3	1.0	1.0	99.7
6	1	.3	.3	100.0
Total	315	100.0	100.0	



```

FRECUENCIES VARIABLES=competencia
  /STATISTICS=MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
  /HISTOGRAM NORMAL
  /ORDER=ANALYSIS.

```

Frecuencias

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\VOSTRO\Desktop\encuestas miga.sav

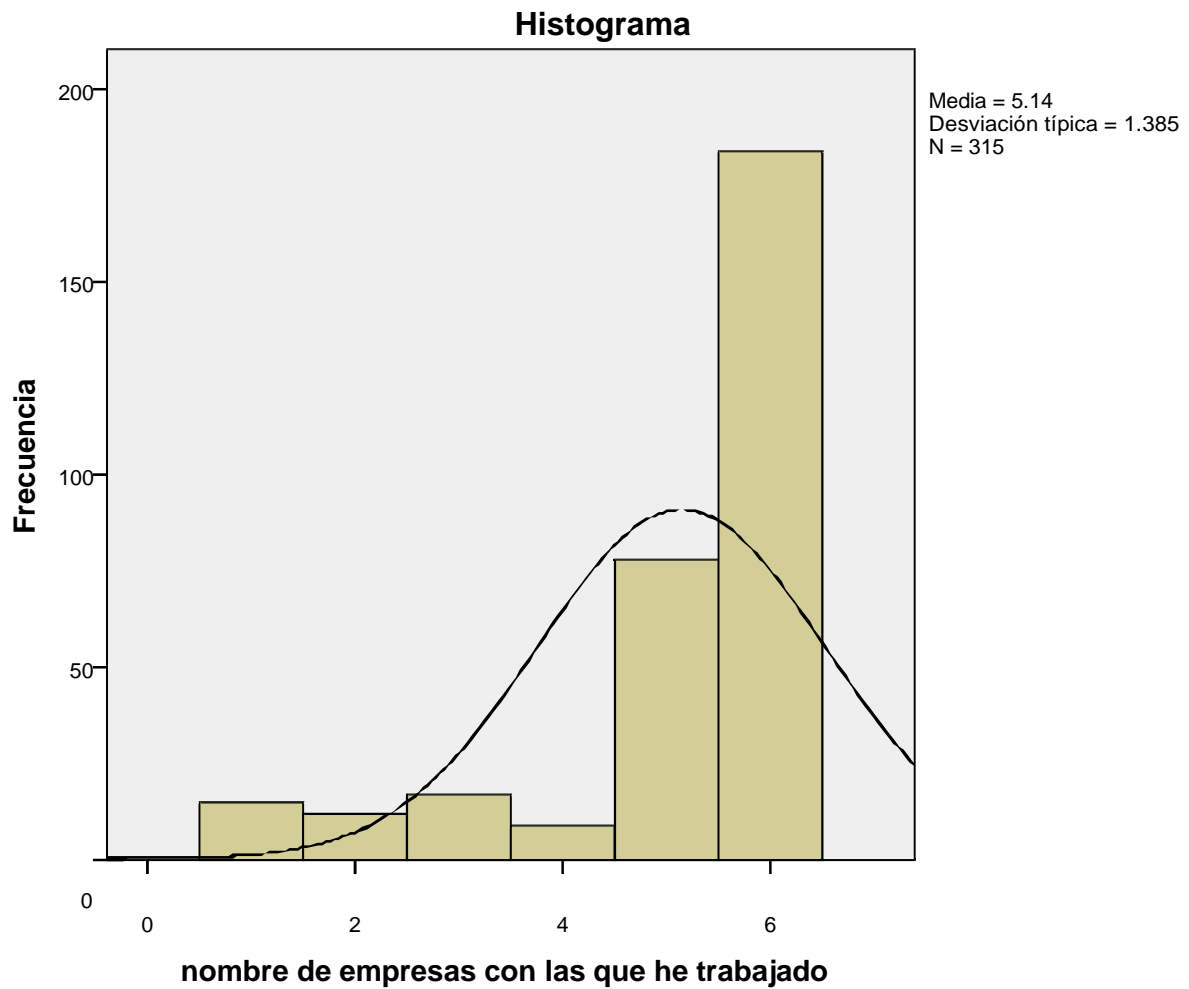
Estadísticos

nombre de empresas con las que he trabajado

N	Válidos	315
	Perdidos	0
Media		5.14
Mediana		6.00
Moda		6
Mínimo		1
Máximo		6

nombre de empresas con las que he trabajado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos outsourcing	15	4.8	4.8	4.8
terminex	12	3.8	3.8	8.6
dryclean	17	5.4	5.4	14.0
servicio tecnificado de nicaragua	9	2.9	2.9	16.8
serlisa	78	24.8	24.8	41.6
otros	184	58.4	58.4	100.0
Total	315	100.0	100.0	



```

FRECUENCIAS VARIABLES=determinante
  /STATISTICS=MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
  /HISTOGRAM NORMAL
  /ORDER=ANALYSIS.

```

Frecuencias

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\VOSTRO\Desktop\encuestas miga.sav

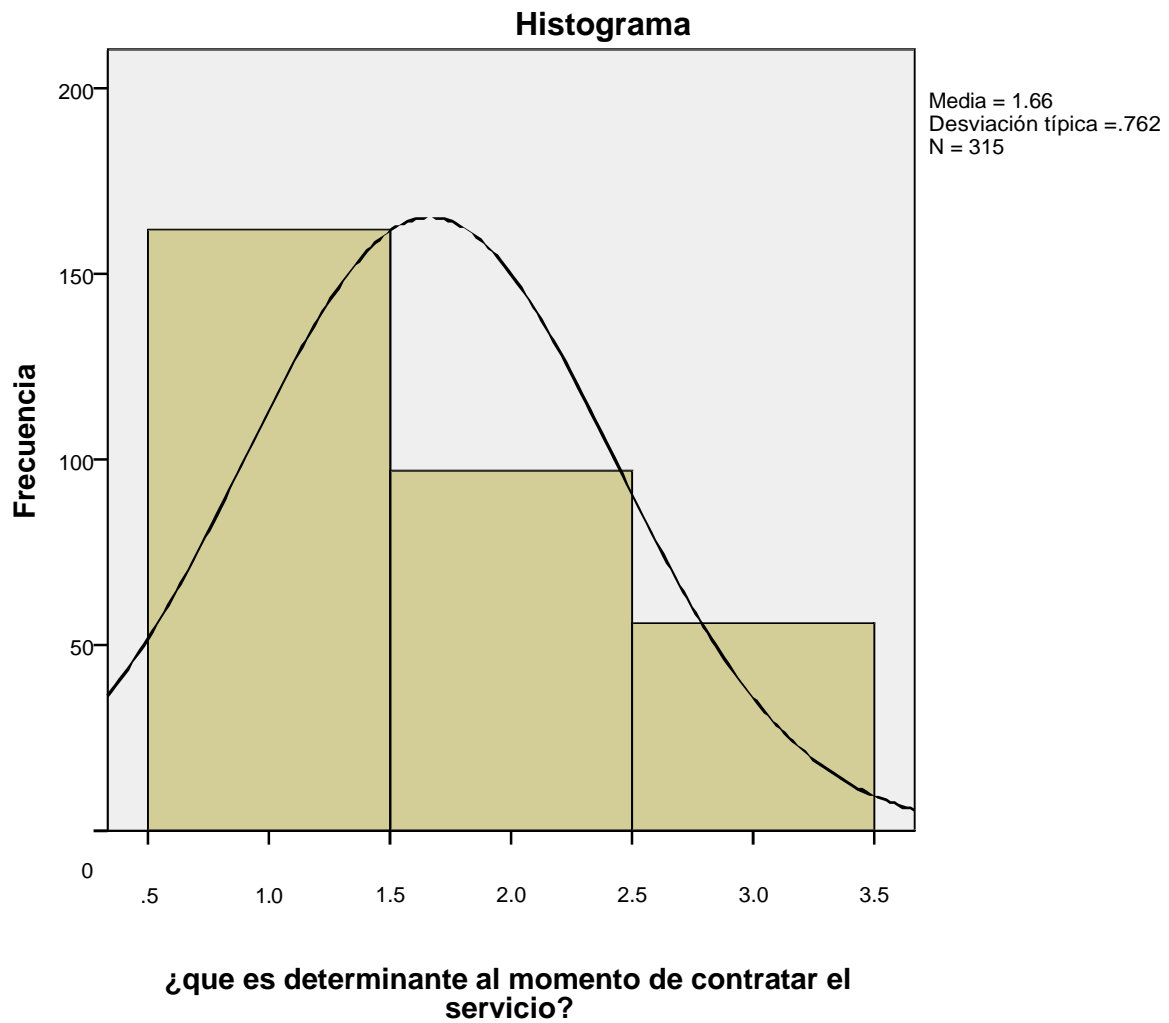
Estadísticos

¿que es determinante al momento de contratar el servicio?

N	Válidos	315
	Perdidos	0
Media		1.66
Mediana		1.00
Moda		1
Mínimo		1
Máximo		3

¿que es determinante al momento de contratar el servicio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos cumplimiento del servicio en tiempo y forma	162	51.4	51.4	51.4
garantía y calidad	97	30.8	30.8	82.2
precio	56	17.8	17.8	100.0
Total	315	100.0	100.0	



```

FREQUENCIES VARIABLES=plaza
  /STATISTICS=MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
  /HISTOGRAM NORMAL
  /ORDER=ANALYSIS.

```

Frecuencias

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\VOSTRO\Desktop\encuestas miga.sav

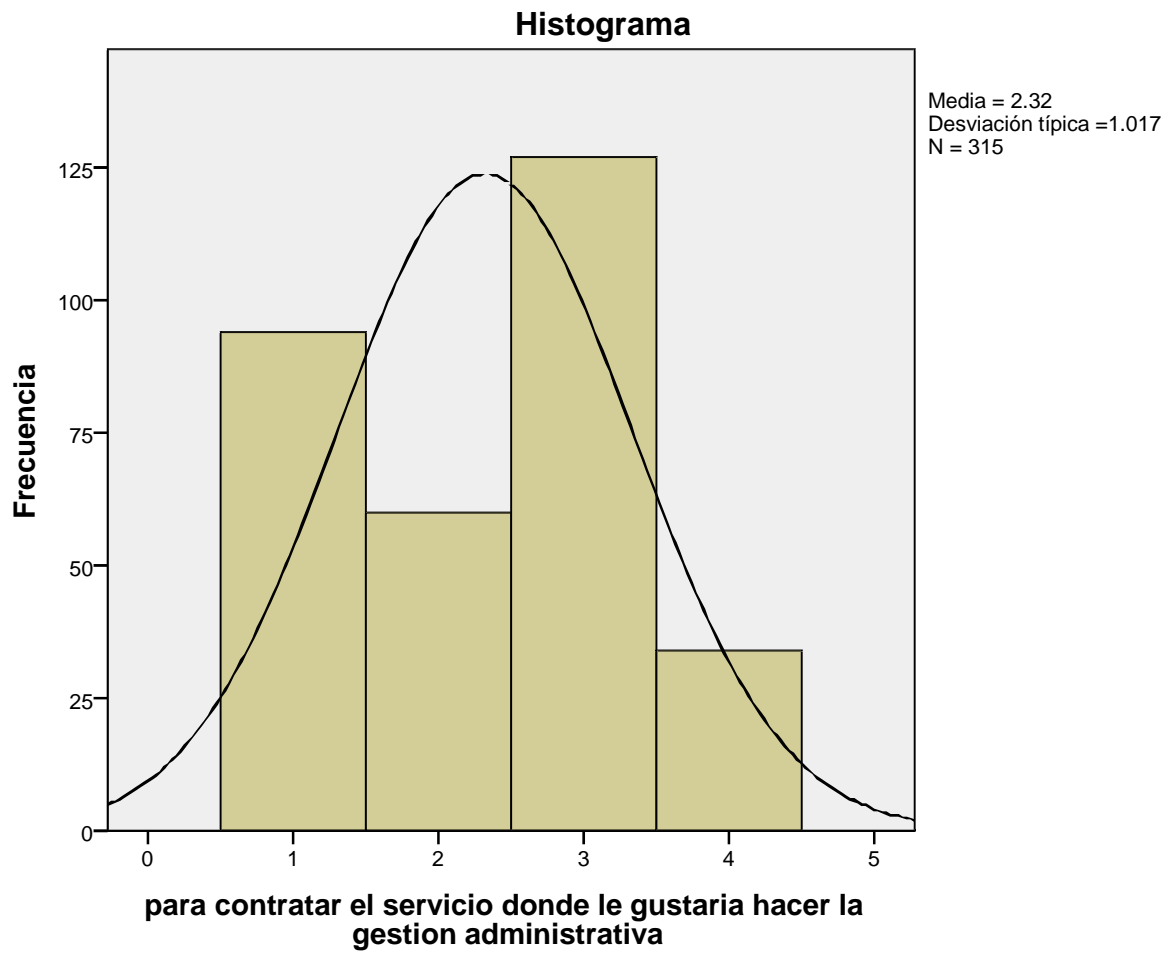
Estadísticos

para contratar el servicio
donde le gustaria hacer la
gestion administrativa

N	Válidos	315
	Perdidos	0
Media		2.32
Mediana		3.00
Moda		3
Mínimo		1
Máximo		4

para contratar el servicio donde le gustaria hacer la gestion administrativa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos en su oficina o taller	94	29.8	29.8	29.8
visita de ejecutivos de ventas	60	19.0	19.0	48.9
a traves de internet	127	40.3	40.3	89.2
telemarketing	34	10.8	10.8	100.0
Total	315	100.0	100.0	



```

FRECUENCIAS VARIABLES=medio
  /STATISTICS=MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
  /HISTOGRAM NORMAL
  /ORDER=ANALYSIS.

```

Frecuencias

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\VOSTRO\Desktop\encuestas miga.sav

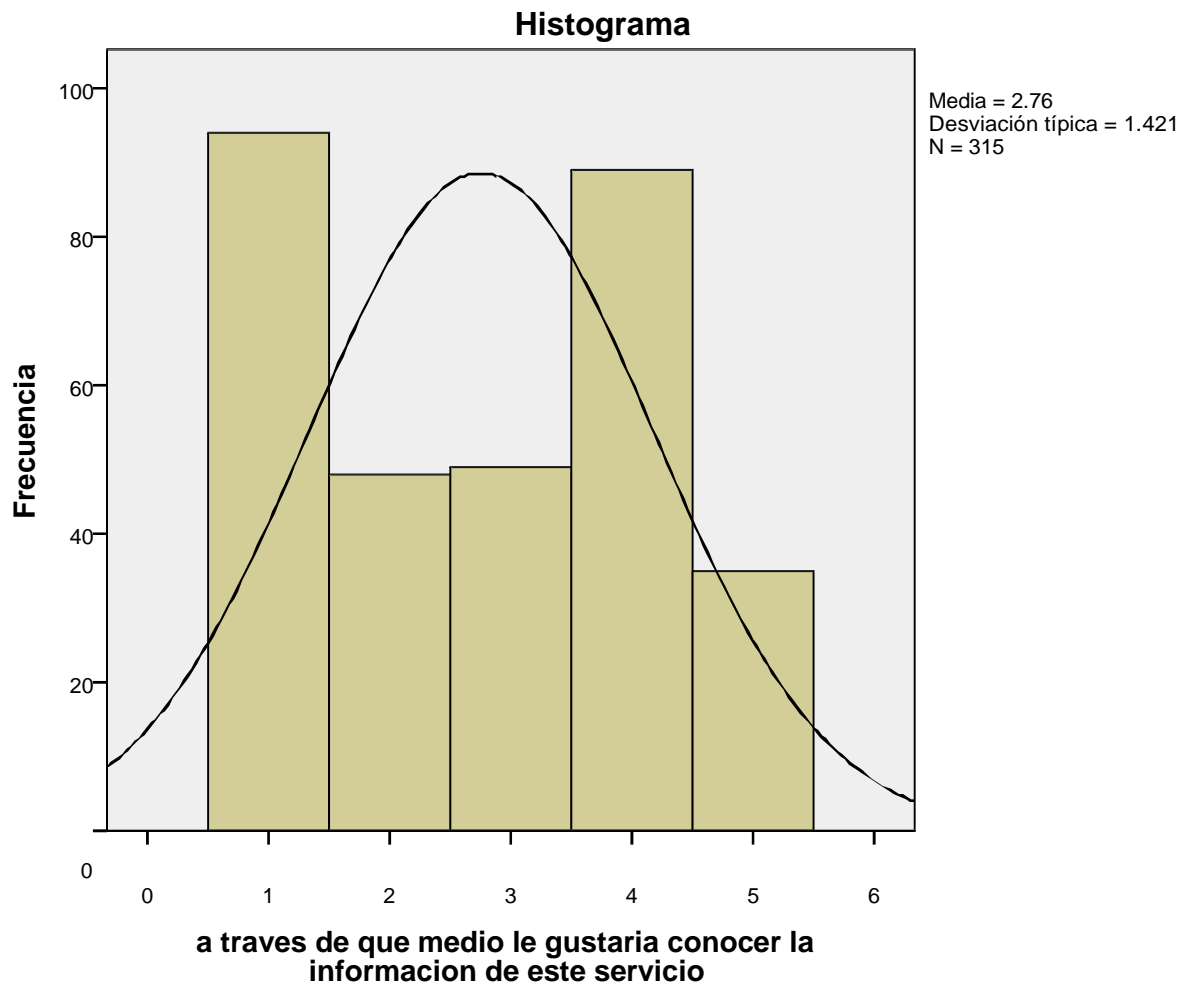
Estadísticos

a través de que medio le
gustaría conocer la
información de este servicio

N	Válidos	315
	Perdidos	0
Media		2.76
Mediana		3.00
Moda		1
Mínimo		1
Máximo		5

a través de que medio le gustaría conocer la información de este servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos anuncio en periodicos o revistas	94	29.8	29.8	29.8
radio	48	15.2	15.2	45.1
TV	49	15.6	15.6	60.6
internet	89	28.3	28.3	88.9
mantas publicitarias	35	11.1	11.1	100.0
Total	315	100.0	100.0	



```

FRECUENCIES VARIABLES=promociones
  /STATISTICS=MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
  /HISTOGRAM NORMAL
  /ORDER=ANALYSIS.

```

Frecuencias

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\VOSTRO\Desktop\encuestas miga.sav

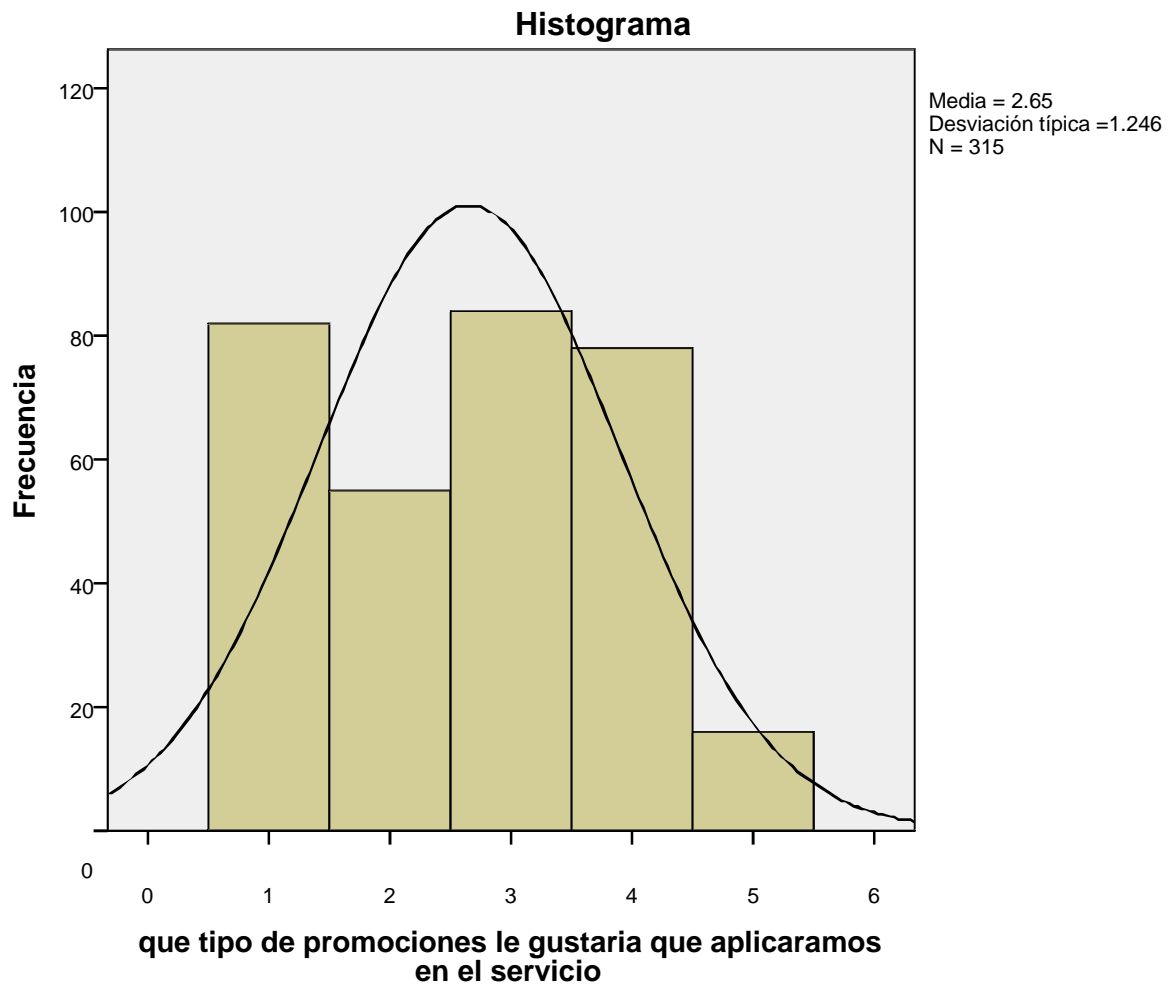
Estadísticos

que tipo de promociones le gustaria que aplicaramos en el servicio

N	Válidos	315
	Perdidos	0
Media		2.65
Mediana		3.00
Moda		3
Mínimo		1
Máximo		5

que tipo de promociones le gustaria que aplicaramos en el servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos por temporadas	82	26.0	26.0	26.0
2 x 1	55	17.5	17.5	43.5
descuentos	84	26.7	26.7	70.2
ofertas	78	24.8	24.8	94.9
5	16	5.1	5.1	100.0
Total	315	100.0	100.0	



```

FRECUENCIES VARIABLES=importancia
  /STATISTICS=MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
  /HISTOGRAM NORMAL
  /ORDER=ANALYSIS.

```

Frecuencias

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\VOSTRO\Desktop\encuestas miga.sav

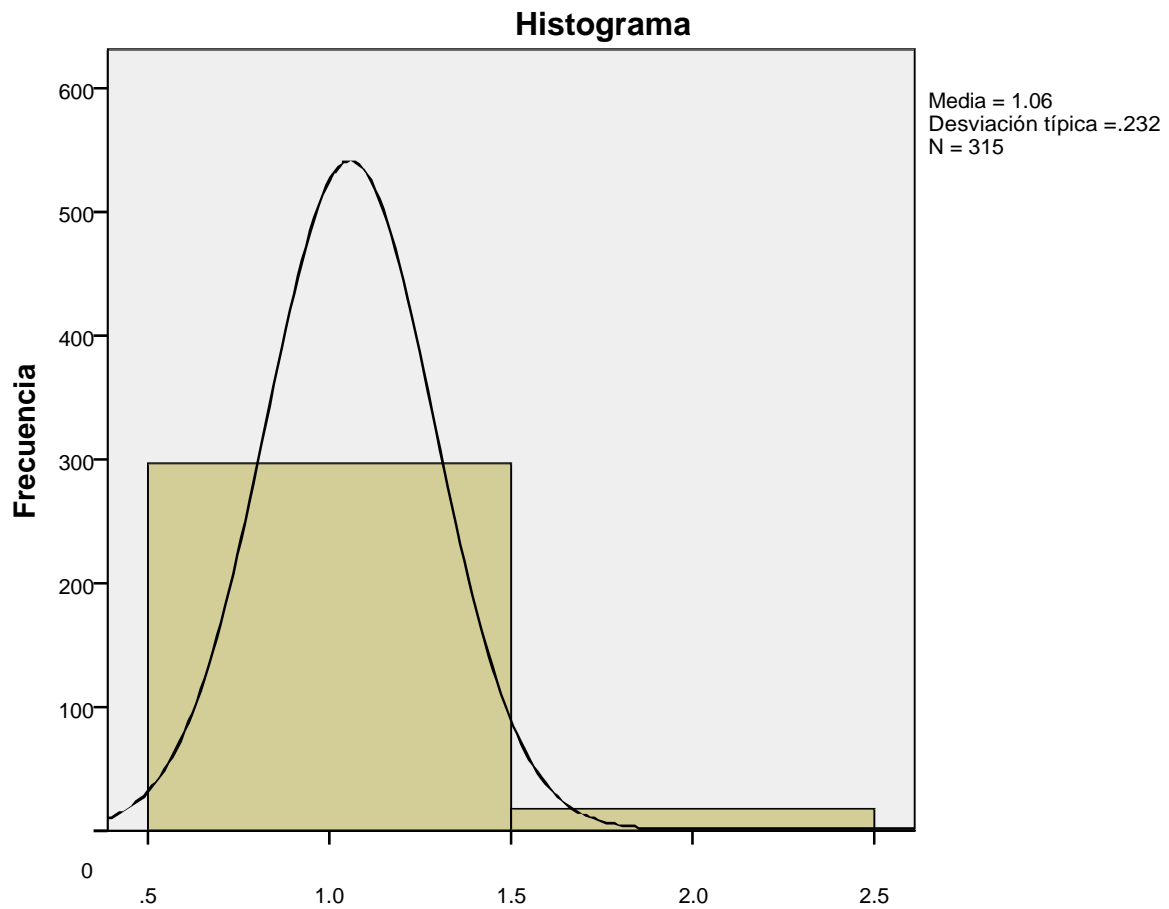
Estadísticos

cree que su empresa le brinda
importancia a los
mantenimientos requeridos

N	Válidos	315
	Perdidos	0
Media		1.06
Mediana		1.00
Moda		1
Mínimo		1
Máximo		2

cree que su empresa le brinda importancia a los mantenimientos requeridos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	297	94.3	94.3	94.3
	no	18	5.7	5.7	100.0
	Total	315	100.0	100.0	



cree que su empresa le brinda importancia a los mantenimientos requeridos

```
FREQUENCIES VARIABLES=PMME
  /STATISTICS=MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
  /HISTOGRAM NORMAL
  /ORDER=ANALYSIS.
```

Frecuencias

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\VOSTRO\Desktop\encuestas miga.sav

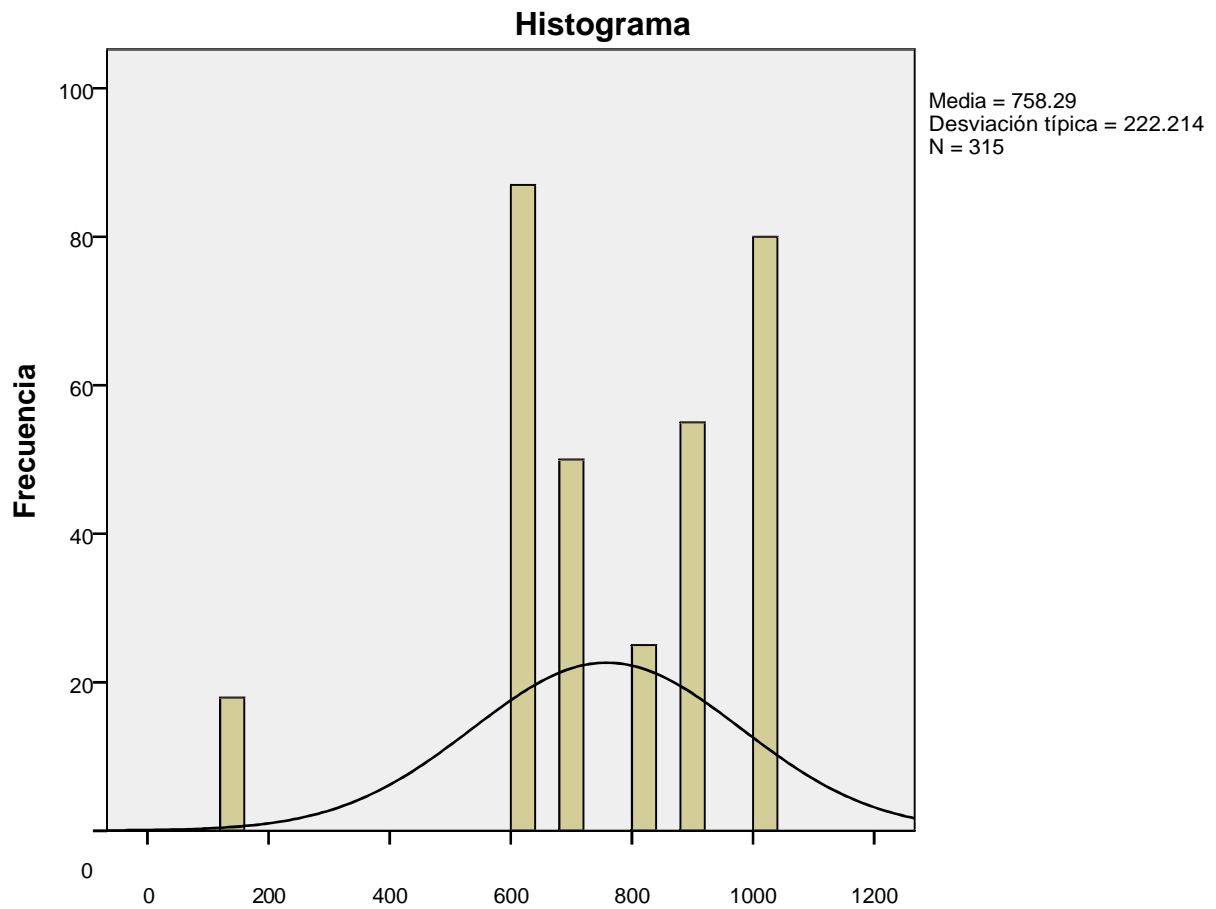
Estadísticos

cual es el precio que ha
pagado por el servicio de
mantenimiento de maquinaria

N	Válidos	315
	Perdidos	0
Media		758.29
Mediana		800.00
Moda		600
Mínimo		120
Máximo		1000

**cual es el precio que ha pagado por el servicio de mantenimiento de
maquinaria**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 120	18	5.7	5.7	5.7
600	87	27.6	27.6	33.3
700	50	15.9	15.9	49.2
800	25	7.9	7.9	57.1
900	55	17.5	17.5	74.6
1000	80	25.4	25.4	100.0
Total	315	100.0	100.0	



cual es el precio que ha pagado por el servicio de mantenimiento de maquinaria

```

FREQUENCIES VARIABLES=PMSE
  /STATISTICS=MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
  /HISTOGRAM NORMAL
  /ORDER=ANALYSIS.

```

Frecuencias

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\VOSTRO\Desktop\encuestas miga.sav

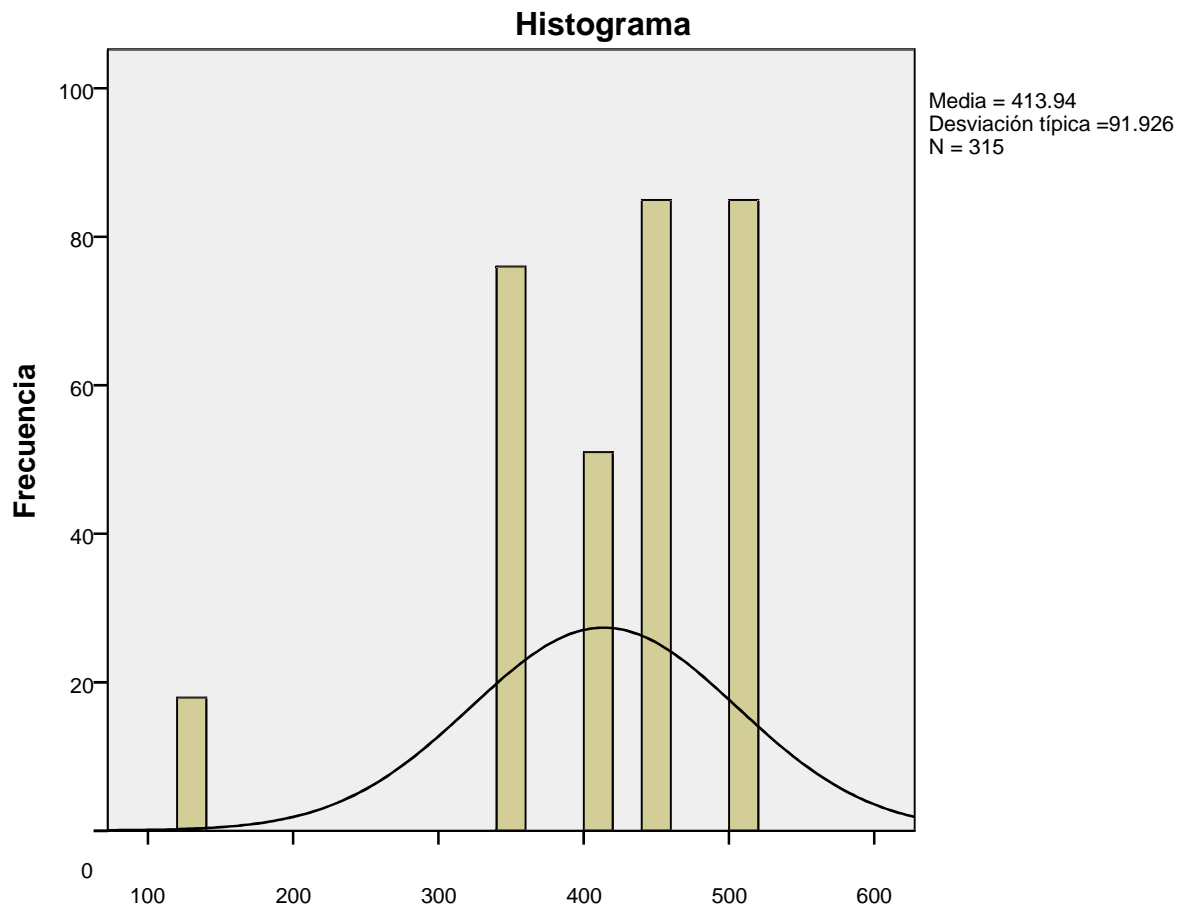
Estadísticos

cual es el precio que ha
pagado por el servicio de
mantenimiento de sistema
electrico

N	Válidos	315
	Perdidos	0
Media		413.94
Mediana		456.00
Moda		500
Mínimo		120
Máximo		500

**cual es el precio que ha pagado por el servicio de mantenimiento de sistema
electrico**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 120	18	5.7	5.7	5.7
350	76	24.1	24.1	29.8
400	51	16.2	16.2	46.0
450	5	1.6	1.6	47.6
456	80	25.4	25.4	73.0
500	85	27.0	27.0	100.0
Total	315	100.0	100.0	



cual es el precio que ha pagado por el servicio de mantenimiento de sistema electrico

```
FREQUENCIES VARIABLES=PLGSB
  /STATISTICS=MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
  /HISTOGRAM NORMAL
  /ORDER=ANALYSIS.
```

Frecuencias

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\VOSTRO\Desktop\encuestas miga.sav

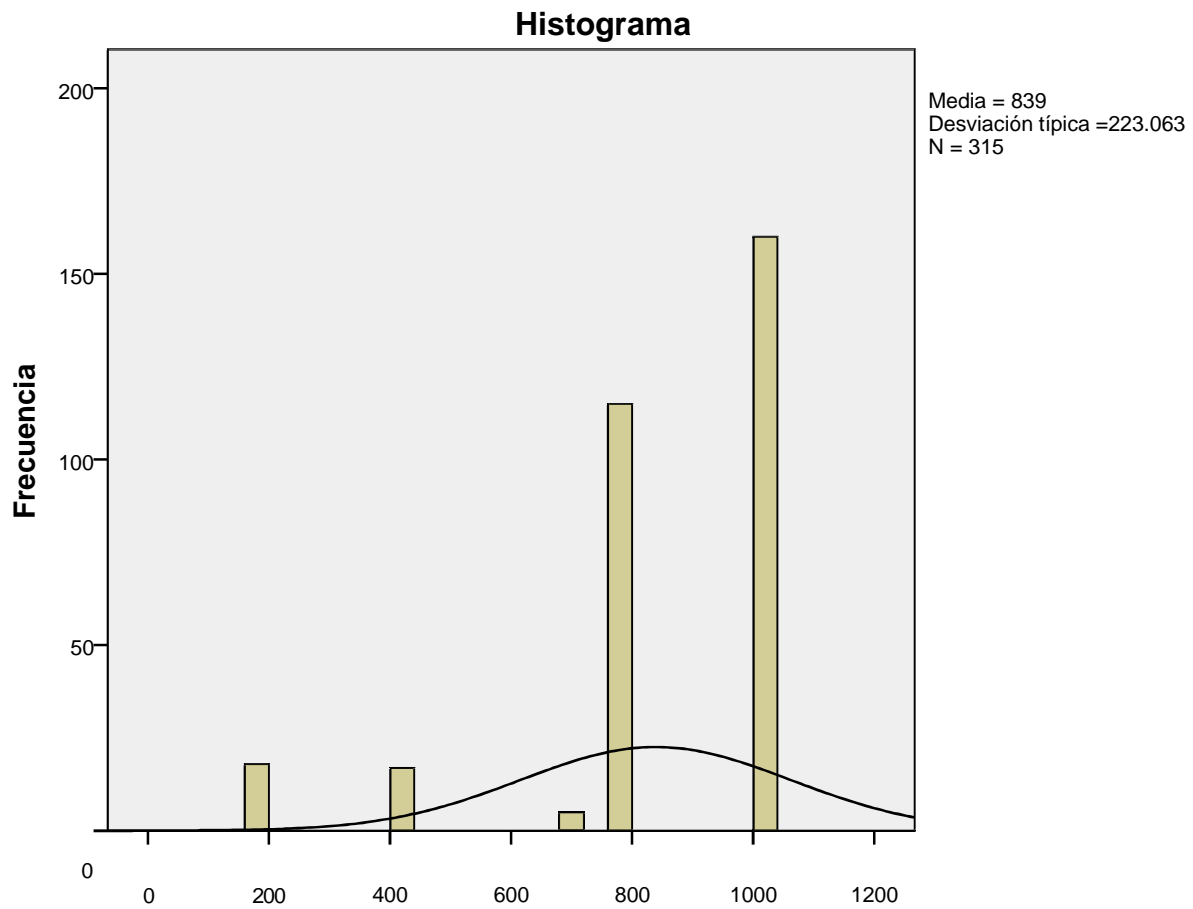
Estadísticos

cual es el precio que ha
pagado por el servicio de
limpieza general de servicios
y bodegas

N	Válidos	315
	Perdidos	0
Media		839.00
Mediana		1000.00
Moda		1000
Mínimo		180
Máximo		1000

**cual es el precio que ha pagado por el servicio de limpieza general de
servicios y bodegas**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 180	18	5.7	5.7	5.7
400	17	5.4	5.4	11.1
700	5	1.6	1.6	12.7
789	105	33.3	33.3	46.0
790	10	3.2	3.2	49.2
1000	160	50.8	50.8	100.0
Total	315	100.0	100.0	



cual es el precio que ha pagado por el servicio de limpieza general de servicios y bodegas

```
FREQUENCIES VARIABLES=PMP
  /STATISTICS=MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
  /HISTOGRAM NORMAL
  /ORDER=ANALYSIS.
```

Frecuencias

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\VOSTRO\Desktop\encuestas miga.sav

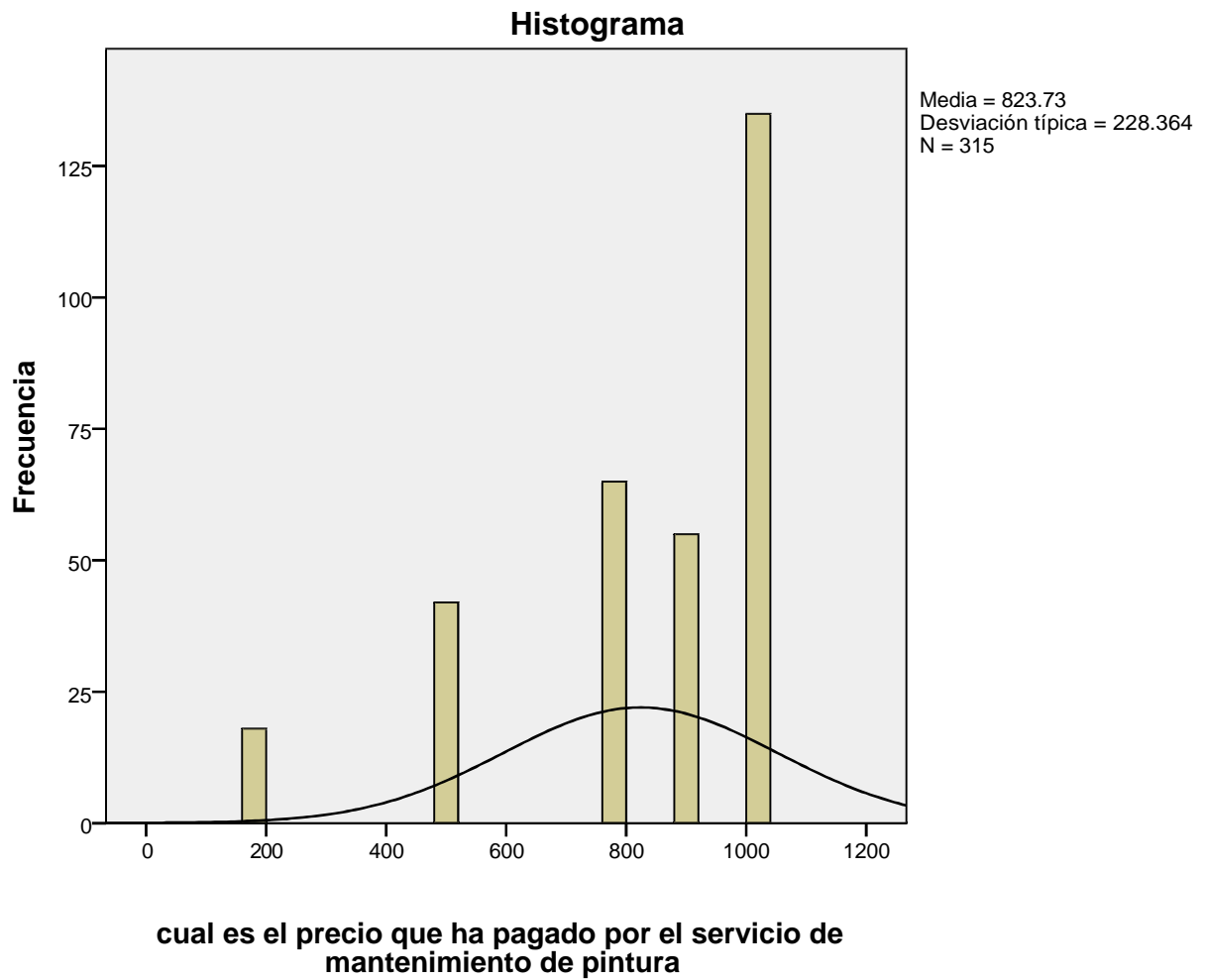
Estadísticos

cual es el precio que ha
pagado por el servicio de
mantenimiento de pintura

N	Válidos	315
	Perdidos	0
Media		823.73
Mediana		890.00
Moda		1000
Mínimo		180
Máximo		1000

cual es el precio que ha pagado por el servicio de mantenimiento de pintura

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	180	18	5.7	5.7	5.7
	500	42	13.3	13.3	19.0
	789	65	20.6	20.6	39.7
	890	55	17.5	17.5	57.1
	1000	135	42.9	42.9	100.0
	Total	315	100.0	100.0	



```

FRECUENCIES VARIABLES=PMPJ
  /STATISTICS=MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
  /HISTOGRAM NORMAL
  /ORDER=ANALYSIS.

```

Frecuencias

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\VOSTRO\Desktop\encuestas miga.sav

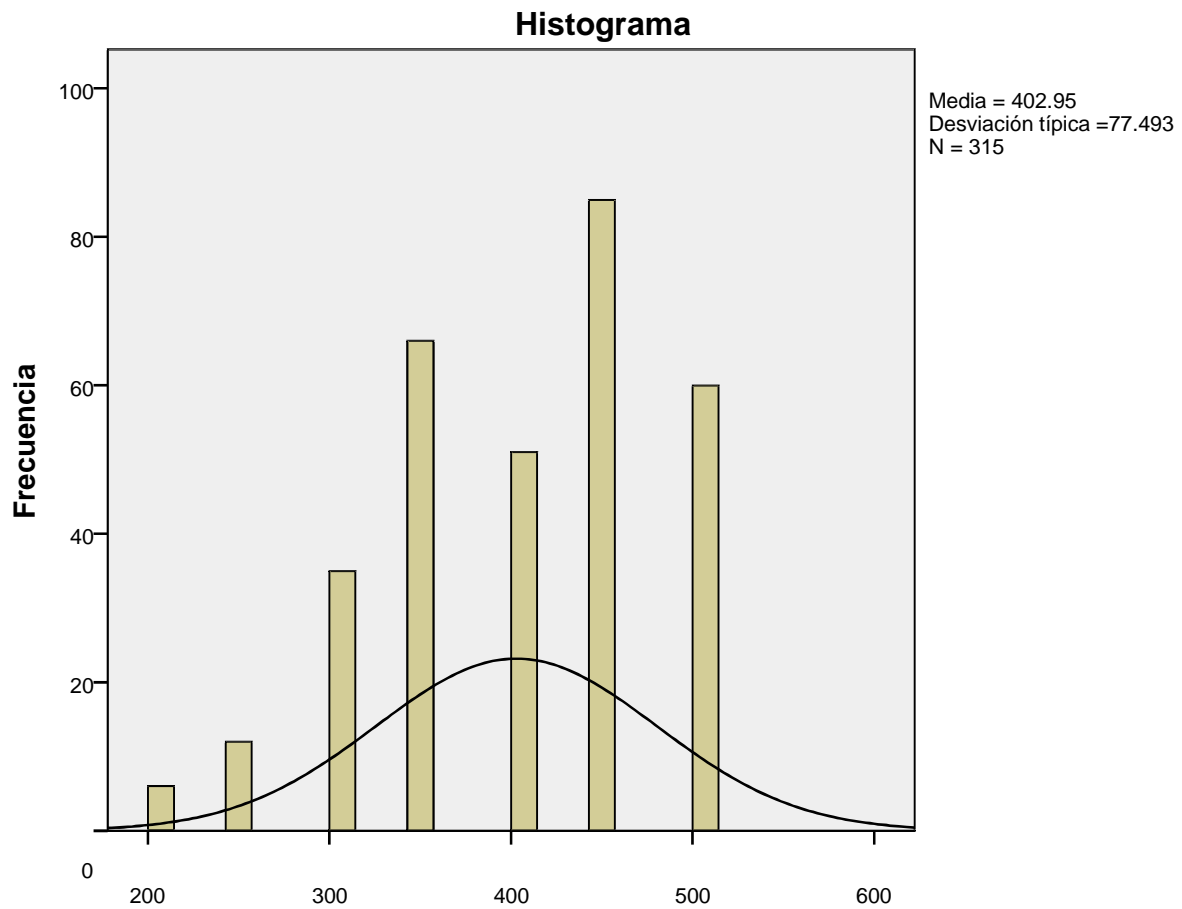
Estadísticos

cual es el precio que ha
pagado por el servicio de
mantenimiento de parques y
jardines

N	Válidos	315
	Perdidos	0
Media		402.95
Mediana		400.00
Moda		456
Mínimo		200
Máximo		500

**cual es el precio que ha pagado por el servicio de mantenimiento de
parques y jardines**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	200	6	1.9	1.9	1.9
	250	12	3.8	3.8	5.7
	300	35	11.1	11.1	16.8
	350	66	21.0	21.0	37.8
	400	51	16.2	16.2	54.0
	450	5	1.6	1.6	55.6
	456	80	25.4	25.4	81.0
	500	60	19.0	19.0	100.0
	Total	315	100.0	100.0	



cual es el precio que ha pagado por el servicio de mantenimiento de parques y jardines

```

ONEWAY PMME PMSE PLGSB PMP PMPJ BY servicios
  /POLYNOMIAL=1
  /STATISTICS HOMOGENEITY
  /PLOT MEANS
  /MISSING ANALYSIS.

```

ANOVA de un factor

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\VOSTRO\Desktop\encuestas miga.sav

Prueba de homogeneidad de varianzas

	Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
cual es el precio que ha pagado por el servicio de mantenimiento de maquinaria	11.503	4	310	.000
cual es el precio que ha pagado por el servicio de mantenimiento de sistema electrico	38.833	4	310	.000
cual es el precio que ha pagado por el servicio de limpieza general de servicios y bodegas	24.758	4	310	.000
cual es el precio que ha pagado por el servicio de mantenimiento de pintura	31.290	4	310	.000
cual es el precio que ha pagado por el servicio de mantenimiento de parques y jardines	25.911	4	310	.000

ANOVA de un factor

			Suma de cuadrados	gl	
cual es el precio que ha pagado por el servicio de mantenimiento de maquinaria	Inter-grupos	(Combinados)	1559189.159	4	
		Término lineal	No ponderado	1032034.678	1
			Ponderado	742558.170	1
			Desviación	816630.989	3
	Intra-grupos		13945885,13	310	
Total			15505074,29	314	
cual es el precio que ha pagado por el servicio de mantenimiento de sistema electrico	Inter-grupos	(Combinados)	287196.945	4	
		Término lineal	No ponderado	10068.816	1
			Ponderado	2943.409	1
			Desviación	284253.536	3
	Intra-grupos		2366201.786	310	
Total			2653398.730	314	
cual es el precio que ha pagado por el servicio de limpieza general de servicios y bodegas	Inter-grupos	(Combinados)	2194111.121	4	
		Término lineal	No ponderado	40218.887	1
			Ponderado	350717.202	1
			Desviación	1843393.919	3
	Intra-grupos		13429678,88	310	
Total			15623790,00	314	
cual es el precio que ha	Inter-grupos	(Combinados)	2736958.508	4	

ANOVA de un factor

			Media cuadrática	F	
cual es el precio que ha pagado por el servicio de mantenimiento de maquinaria	Inter-grupos	(Combinados)	389797.290	8.665	
		Término lineal	No ponderado	1032034.678	22.941
			Ponderado	742558.170	16.506
			Desviación	272210.330	6.051
	Intra-grupos		44986.726		
Total					
cual es el precio que ha pagado por el servicio de mantenimiento de sistema electrico	Inter-grupos	(Combinados)	71799.236	9.407	
		Término lineal	No ponderado	10068.816	1.319
			Ponderado	2943.409	.386
			Desviación	94751.179	12.414
	Intra-grupos		7632.909		
Total					
cual es el precio que ha pagado por el servicio de limpieza general de servicios y bodegas	Inter-grupos	(Combinados)	548527.780	12.662	
		Término lineal	No ponderado	40218.887	.928
			Ponderado	350717.202	8.096
			Desviación	614464.640	14.184
	Intra-grupos		43321.545		
Total					
cual es el precio que ha	Inter-grupos	(Combinados)	684239.627	15.553	

ANOVA de un factor

			Sig.	
cual es el precio que ha pagado por el servicio de mantenimiento de maquinaria	Inter-grupos	(Combinados)	.000	
		Término lineal	No ponderado	.000
			Ponderado	.000
			Desviación	.001
	Intra-grupos			
	Total			
cual es el precio que ha pagado por el servicio de mantenimiento de sistema eléctrico	Inter-grupos	(Combinados)	.000	
		Término lineal	No ponderado	.252
			Ponderado	.535
			Desviación	.000
	Intra-grupos			
	Total			
cual es el precio que ha pagado por el servicio de limpieza general de servicios y bodegas	Inter-grupos	(Combinados)	.000	
		Término lineal	No ponderado	.336
			Ponderado	.005
			Desviación	.000
	Intra-grupos			
	Total			
cual es el precio que ha	Inter-grupos	(Combinados)	.000	

ANOVA de un factor

			Suma de cuadrados	gl	
cual es el precio que ha pagado por el servicio de mantenimiento de parques y jardines	Término lineal	No ponderado	121293.735	1	
		Ponderado	638378.323	1	
		Desviación	2098580.185	3	
	Intra-grupos		13638223,56	310	
	Total		16375182,06	314	
	Inter-grupos	(Combinados)	463077.748	4	
		Término lineal	No ponderado	100744.308	1
			Ponderado	15016.916	1
			Desviación	448060.832	3
	Intra-grupos		1422556.538	310	
Total		1885634.286	314		

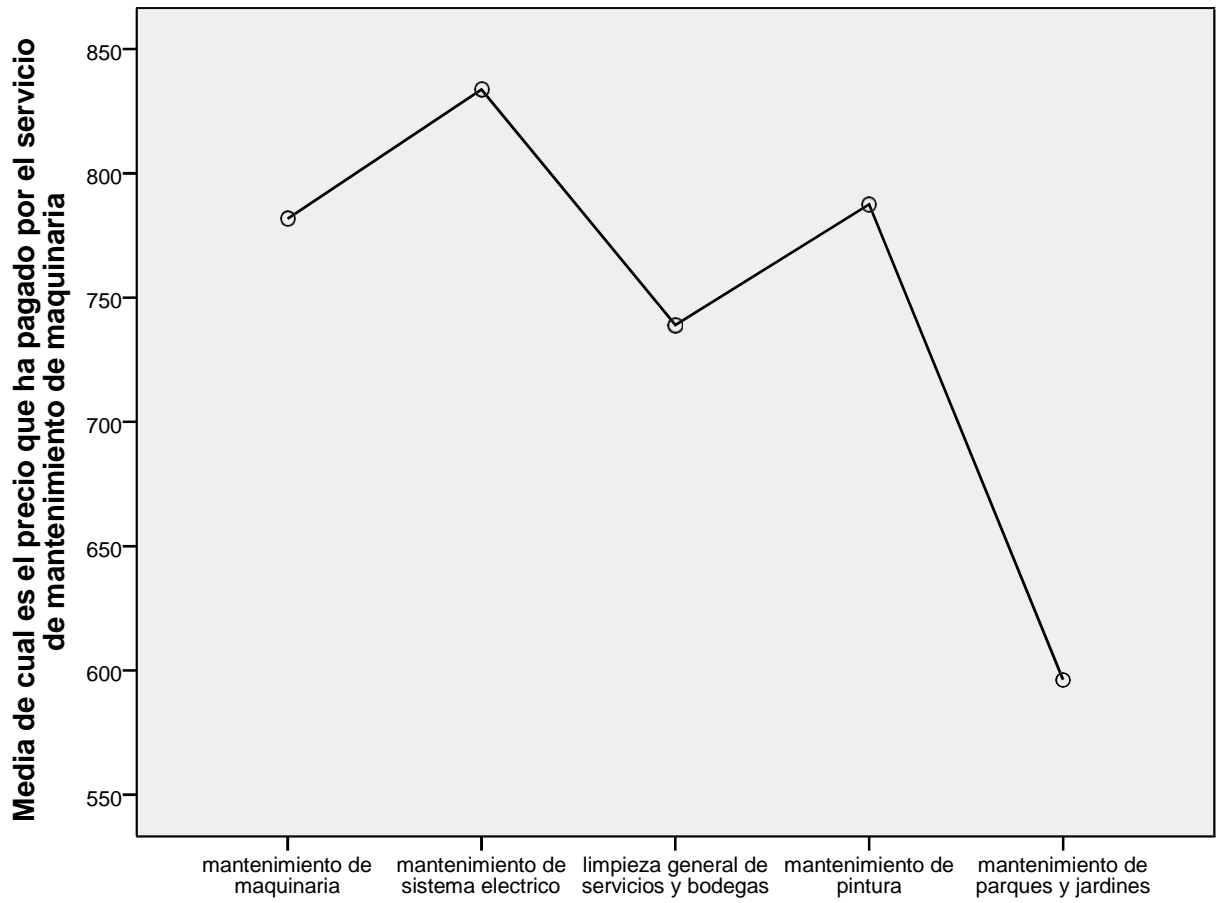
ANOVA de un factor

			Media cuadrática	F	
cual es el precio que ha pagado por el servicio de mantenimiento de parques y jardines	Término lineal	No ponderado	121293.735	2.757	
		Ponderado	638378.323	14.510	
		Desviación	699526.728	15.900	
	Intra-grupos		43994.270		
	Total				
	Inter-grupos (Combinados)			115769.437	25.228
		Término lineal	No ponderado	100744.308	21.954
			Ponderado	15016.916	3.272
	Desviación		149353.611	32.547	
	Intra-grupos		4588.892		
	Total				

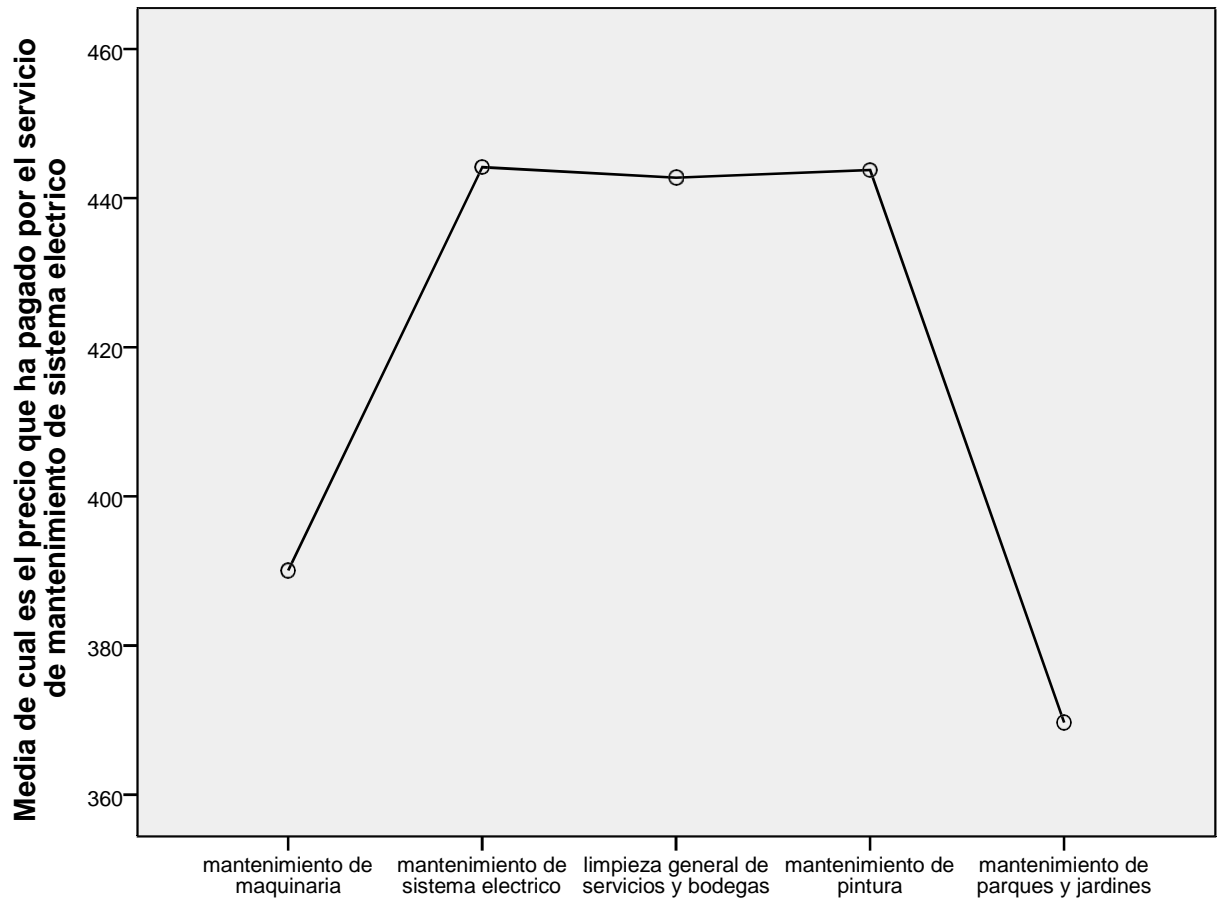
ANOVA de un factor

			Sig.	
cual es el precio que ha pagado por el servicio de mantenimiento de parques y jardines	Término lineal	No ponderado	.098	
		Ponderado	.000	
		Desviación	.000	
	Intra-grupos			
	Total			
	Inter-grupos (Combinados)			.000
		Término lineal	No ponderado	.000
			Ponderado	.071
	Desviación		.000	
	Intra-grupos			
	Total			

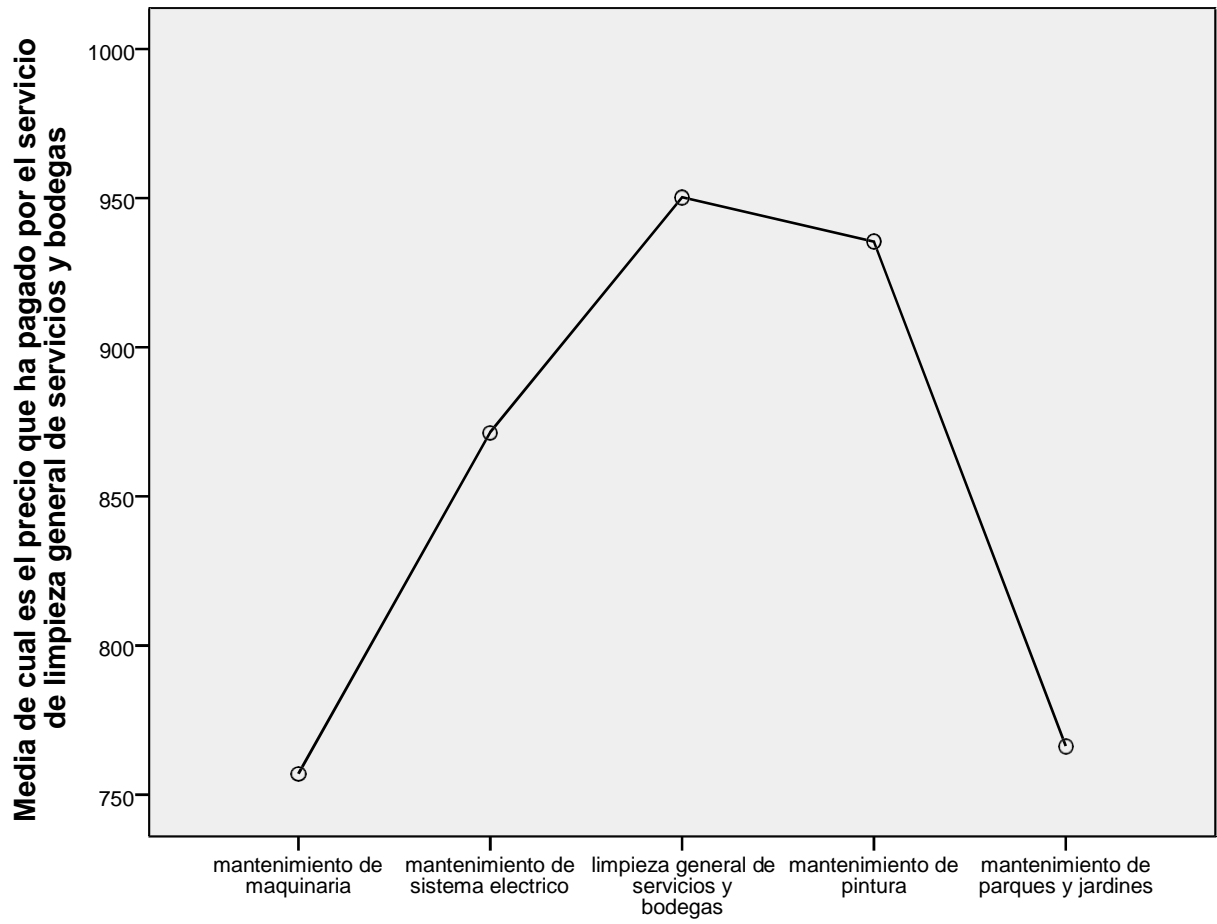
Gráfico de las medias



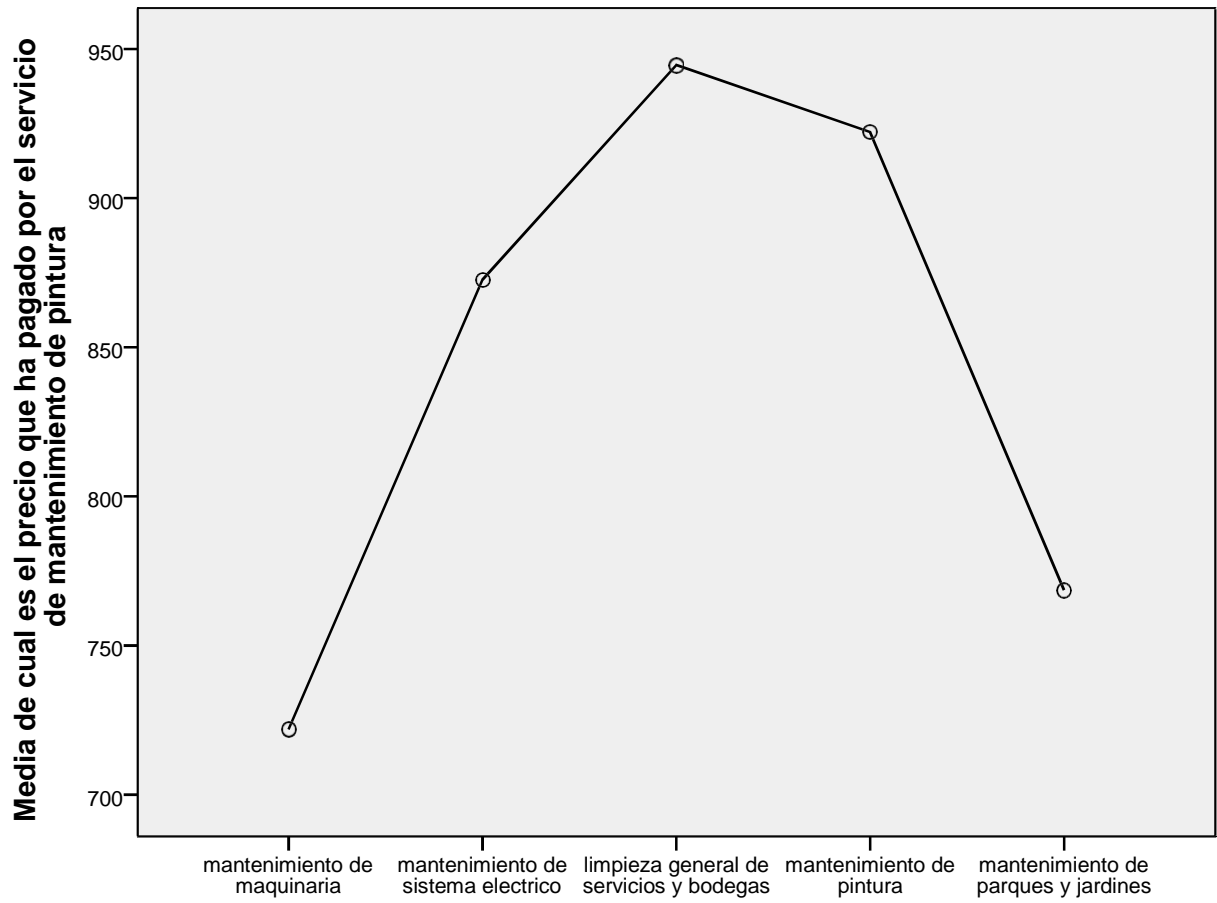
¿Que tipo de servicios outsourcing le interesa a su empresa?



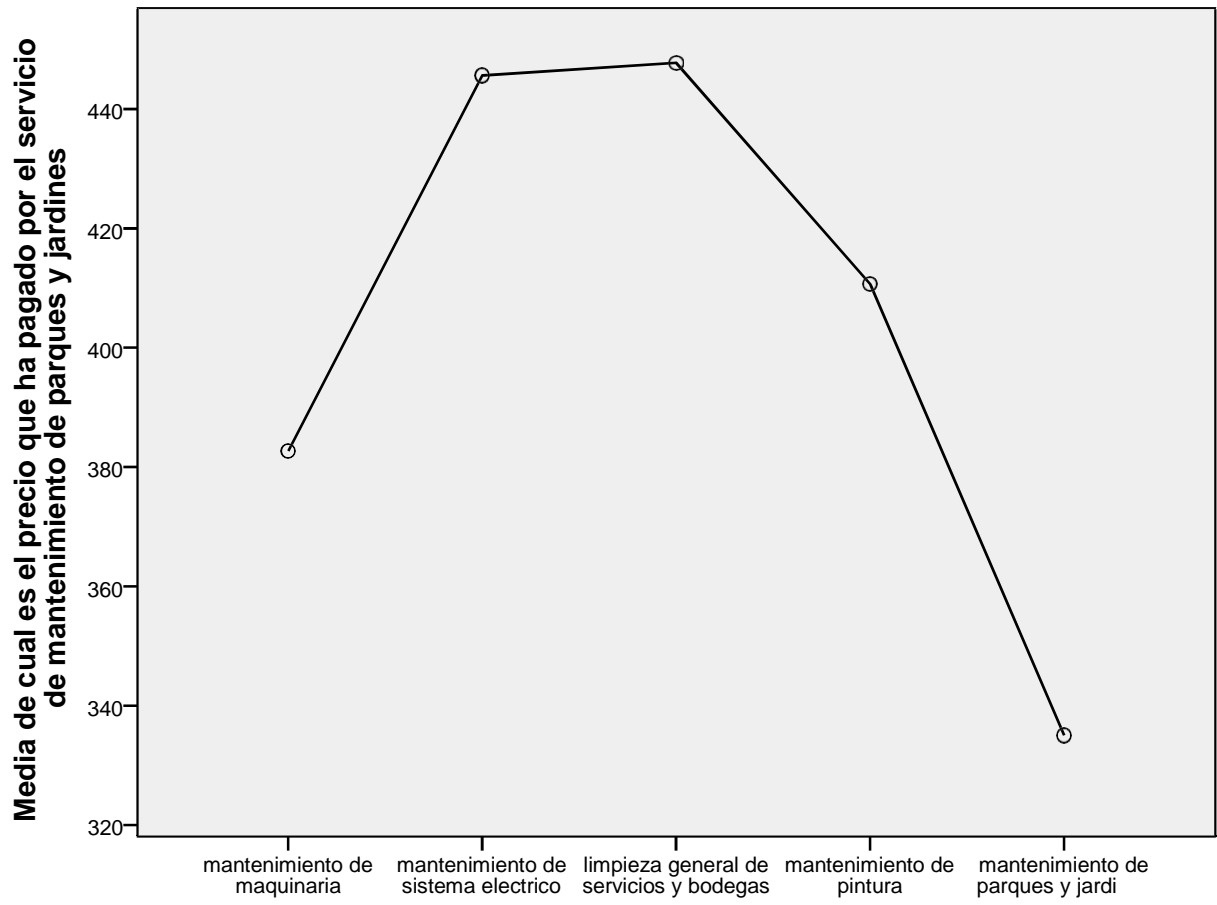
¿Que tipo de servicios outsourcing le interesa a su empresa?



¿Que tipo de servicios outsourcing le interesa a su empresa?



¿Que tipo de servicios outsourcing le interesa a su empresa?



AMORTIZACION DEL PRESTAMO

Tabla de amortización de préstamo				
Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo
0				" 9,215.00
Año 1				
1	" 280.42	" 153.58	" 126.83	" 9,088.17
2	" 280.42	" 151.47	" 128.95	" 8,959.22
3	" 280.42	" 149.32	" 131.10	" 8,828.13
4	" 280.42	" 147.14	" 133.28	" 8,694.85
5	" 280.42	" 144.91	" 135.50	" 8,559.34
6	" 280.42	" 142.66	" 137.76	" 8,421.58
7	" 280.42	" 142.66	" 137.76	" 8,283.82
8	" 280.42	" 138.06	" 142.35	" 8,141.47
9	" 280.42	" 135.69	" 144.72	" 7,996.75
10	" 280.42	" 133.28	" 147.14	" 7,849.61
11	" 280.42	" 130.83	" 149.59	" 7,700.02
12	" 280.42	" 128.33	" 152.08	" 7,547.94
Año 2				
13	" 280.42	" 125.80	" 154.62	" 7,393.32
14	" 280.42	" 123.22	" 157.19	" 7,236.13
15	" 280.42	" 120.60	" 159.81	" 7,076.32
16	" 280.42	" 117.94	" 162.48	" 6,913.84
17	" 280.42	" 115.23	" 165.19	" 6,748.65
18	" 280.42	" 112.48	" 167.94	" 6,580.71
19	" 280.42	" 109.68	" 170.74	" 6,409.98
20	" 280.42	" 106.83	" 173.58	" 6,236.39
21	" 280.42	" 103.94	" 176.48	" 6,059.92
22	" 280.42	" 101.00	" 179.42	" 5,880.50
23	" 280.42	" 98.01	" 182.41	" 5,698.09
24	" 280.42	" 94.97	" 185.45	" 5,512.65
Año 3				
25	" 280.42	" 91.88	" 188.54	" 5,324.11
26	" 280.42	" 88.74	" 191.68	" 5,132.43
27	" 280.42	" 85.54	" 194.88	" 4,937.55
28	" 280.42	" 82.29	" 198.12	" 4,739.43
29	" 280.42	" 78.99	" 201.43	" 4,538.00
30	" 280.42	" 75.63	" 204.78	" 4,333.22
31	" 280.42	" 72.22	" 208.20	" 4,125.03
32	" 280.42	" 68.75	" 211.67	" 3,913.36
33	" 280.42	" 65.22	" 215.19	" 3,698.17
34	" 280.42	" 61.64	" 218.78	" 3,479.39
35	" 280.42	" 57.99	" 222.43	" 3,256.96
36	" 280.42	" 54.28	" 226.13	" 3,030.83
Año 4				
37	" 280.42	" 50.51	" 229.90	" 2,800.93
38	" 280.42	" 46.68	" 233.73	" 2,567.19
39	" 280.42	" 42.79	" 237.63	" 2,329.56
40	" 280.42	" 38.83	" 241.59	" 2,087.97
41	" 280.42	" 34.80	" 245.62	" 1,842.36
42	" 280.42	" 30.71	" 249.71	" 1,592.65
43	" 280.42	" 26.54	" 253.87	" 1,338.78
44	" 280.42	" 22.31	" 258.10	" 1,080.67
45	" 280.42	" 18.01	" 262.40	" 818.27
46	" 280.42	" 13.64	" 266.78	" 551.49
47	" 280.42	" 9.19	" 271.22	" 280.27
48	" 280.42	" 4.67	" 280.27	" -

AÑO 1	
Interés	Capital
" 1,697.93	" 1,667.06

AÑO 2	
Interés	Capital
" 1,329.70	" 2,035.29

AÑO 3	
Interés	Capital
" 883.17	" 2,481.82

AÑO 4	
Interés	Capital
" 338.68	" 3,030.83

Tipo de cambio oficial



Banco Central de Nicaragua

Emitiendo confianza y estabilidad

AVISO

El Banco Central de Nicaragua informa al público en general los tipos de cambio oficial del córdoba con respecto al dólar de los Estados Unidos de América (USD) que regirán en el periodo abajo señalado:

TIPO DE CAMBIO OFICIAL DE 11 - 2019

Fecha	Córdoba por USD
01-Noviembre-2019	33.6740
02-Noviembre-2019	33.6768
03-Noviembre-2019	33.6795
04-Noviembre-2019	33.6822
05-Noviembre-2019	33.6850
06-Noviembre-2019	33.6877
07-Noviembre-2019	33.6904
08-Noviembre-2019	33.6931
09-Noviembre-2019	33.6959
10-Noviembre-2019	33.6986
11-Noviembre-2019	33.7013
12-Noviembre-2019	33.7041
13-Noviembre-2019	33.7068
14-Noviembre-2019	33.7095
15-Noviembre-2019	33.7122
16-Noviembre-2019	33.7150
17-Noviembre-2019	33.7177
18-Noviembre-2019	33.7204
19-Noviembre-2019	33.7232
20-Noviembre-2019	33.7259
21-Noviembre-2019	33.7286
22-Noviembre-2019	33.7314
23-Noviembre-2019	33.7341
24-Noviembre-2019	33.7368
25-Noviembre-2019	33.7396
26-Noviembre-2019	33.7423
27-Noviembre-2019	33.7450
28-Noviembre-2019	33.7478
29-Noviembre-2019	33.7505
30-Noviembre-2019	33.7532

Salario mínimo en Nicaragua



ACUERDO MINISTERIAL

ALTB-01-03-13

SOBRE LA APLICACIÓN DE LOS SALARIOS MINIMOS APROBADOS POR LA COMISION NACIONAL DE SALARIO MINIMO

LA MINISTRA DEL TRABAJO

En uso de las facultades que le confieren las leyes:

CONSIDERANDO

I

Que de acuerdo a lo estipulado en el Arto. 4 de la Ley de Salario Mínimo, Ley 625, publicada en La Gaceta, Diario Oficial, No. 120 del 26 de Junio del año 2007, la Ministra del Trabajo convocó el día diecisiete de Enero del año dos mil trece a la Comisión Nacional de Salario Mínimo para la aprobación de los nuevos salarios mínimos que regirán los diversos sectores.

II

De conformidad a lo acordado en la sesión del siete de marzo del año en curso, la Comisión Nacional de Salario Mínimo, consciente de la necesidad de mantener la estabilidad laboral y mejorar las condiciones salariales de las personas trabajadoras, y en cumplimiento de lo anterior, acordó lo siguiente:

Artículo 1.- Reajustar el actual salario mínimo en cada uno de los sectores de la economía nacional, a partir del uno de marzo del presente año, conforme a la siguiente tabla:

SECTOR DE ACTIVIDAD	PORCENTAJE	MENSUAL	DIARIO	POR HORA
Agropecuario *	6.5%	C\$ 2,421.60	C\$80.72	C\$10.09
Pesca	6%	C\$ 3,717.18	C\$123.91	C\$15.49
Minas y Canteras	6%	C\$ 4,390.49	C\$146.35	C\$18.29
Industria Manufacturera	6%	C\$3,287.10	C\$109.57	C\$13.70
Industrias sujetas a régimen fiscal**	10%	C\$3,708.00	C\$123.60	C\$15.45
Micro y pequeña industria artesanal y turística nacional ***	5%	C\$2,719.58	C\$90.65	C\$11.33



**CRISTIANA, SOCIALISTA, SOLIDARIA!
BUEN GOBIERNO!**

MINISTERIO DEL TRABAJO
Dirección: del Estadio Nacional 400 metros al norte, Managua / Tels: 2222-2145
/ Página Web: www.mitrab.gob.ni / Apartado postal: 487





Gobierno de Reconocimiento
y Unidad Nacional
¡Q! Pueblo, Presidente!

2013:
**BENDECIDOS,
PROSPERADOS Y
EN VICTORIAS!**

Electricidad, Gas y agua; Comercio, Restaurantes y Hoteles; Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	6%	C\$4,483.98	C\$149.47	C\$18.68
Construcción, Establecimientos Financieros y Seguros	6%	C\$5,470.89	C\$182.36	C\$22.80
Servicios Comunales, Sociales y Personales	6%	C\$3,427.14	C\$114.24	C\$14.28
Gobierno Central y Municipal	6%	C\$3,048.61	C\$101.62	C\$12.70

*/ Salario más alimentación.

** / Vigentes a partir del uno de enero del 2013

***/Vigente a partir del dieciséis de febrero del 2013

Artículo 2.- En el caso de la industria sujeta a régimen fiscal, el salario mínimo aquí señalado estará vigente desde el uno de enero hasta el treinta y uno de diciembre del año dos mil trece, de conformidad con lo acordado en la Comisión Tripartita de Zonas Francas.

Artículo 3.- En los casos en que el salario sea estipulado en base a normas de producción o rendimiento, las unidades de medidas deberán mantenerse sin ninguna alteración, en consecuencia debe revalorizarse cada operación o pieza como efecto del incremento en el salario mínimo.

Artículo 4.- El alimento del sector agropecuario a que se refiere el primer sector de la tabla está regulado en el Acuerdo Ministerial No. JCHG-012-10-10 Normativa sobre la Alimentación para las personas Trabajadoras del campo, emitido por el Ministerio del Trabajo el veintinueve de Octubre del año dos mil diez y prorrogado mediante acuerdo ministerial JCHG-08-11-11, emitido en fecha del ocho de Noviembre del año dos mil once.

Artículo 5.- Se aplicará a partir del día quince de febrero del presente año, un reajuste del 5 % a los salarios mínimos del sector de la micro y pequeña industria artesanal y turística nacional. A este efecto, en correspondencia con lo estipulado en el Arto. 126 del Código del Trabajo, se consideran micro y pequeñas empresas " las que tengan a su servicio no más de diez trabajadores si se emplea maquinaria impulsada por fuerza motriz, y no más de veinte si no se emplea dicha fuerza".

Artículo 6.- En ninguna circunstancia se podrá practicar disminuciones de salario en los casos en que se estén pagando salarios superiores a los aquí establecidos.



**CRISTIANA, SOCIALISTA, SOLIDARIA!
BUEN GOBIERNO!**

MINISTERIO DEL TRABAJO

Dirección: Del Estadio Nacional 400 metros al norte, Managua / Tels. 222-0200
/ Página Web: www.mitrab.gob.ni / apartado postal: 987





Gobierno de Reconciliación
y Unidad Nacional
Que Pueblo, Avanzante!


2013:
**BENDECIDOS,
PROSPERADOS Y
EN VICTORIAS!**

Artículo 7.- Los salarios aquí estipulados entran en vigencia a partir del uno de marzo del año en curso, hasta el treinta y uno de agosto del año dos mil trece, a excepción de las industrias sujetas a régimen fiscal, en las que se aplicó el incremento a partir del primero de enero del presente año, sin perjuicio de su posterior publicación en la Gaceta Diario Oficial.

Artículo 8.- Los nuevos salarios mínimos serán aplicables a aquellas pensiones de jubilación que así estén consideradas en la Ley de Seguridad Social.

Artículo 9.- A fin de darle cumplimiento a la Ley de Salario Mínimo, la Comisión Nacional de Salario Mínimo queda convocada para el quince de agosto del año en curso.

Dado en la ciudad de Managua, a los ocho días del mes de marzo del año dos mil trece.


Dra. Alba Luz Torres Briones
MINISTRA DEL TRABAJO

