



Universidad
Politécnica
de Nicaragua

Sirviendo a la Comunidad

INTEGRANTES:

Juan Victor Salas Delgadillo.
Noel Antonio Calderon Sanchez.
Jefferson Manuel Leiva Pérez.

N° CARNET:

Salas Delgadillo - 0811586
Calderon Sanchez - 0711308
Leiva Pérez - 1011190

CARRERA:

Licenciatura en Diseño Gráfico

PLAN DE NEGOCIOS.

PUNTO GRÁFICO, S.A.

TUTOR:

LUIS CARVAJAL



Punto Gráfico

11/ Septiembre / 2015

INDICE

CAPÍTULO	PÁGINA
	RESUMEN EJECUTIVO 03
I.	AUDITORÍA PERSONAL 05
II.	INTRODUCCIÓN AL PLAN DE NEGOCIOS 06
III.	EL MERCADO 11
IV.	PRODUCCIÓN 25
V.	ORGANIZACIÓN 50
VI.	PLAN FINANCIERO 67
VII.	CONCLUSIONES 83
VIII.	RECOMENDACIONES 84
IX.	ANEXOS 85
	• MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA 107

PLAN DE NEGOCIOS:



Punto Gráfico



RESUMEN EJECUTIVO

Decidimos realizar el “modulo plan de negocio” porque va enlazado en el campo de nuestra carrera brindando todos nuestros conocimientos como diseñadores y a su vez retroalimentándonos, demostrando que es un proyecto rentable donde se determina oportunidades en el mercado competitivo.

Nosotros como grupo nos apoyamos unos a los otros y personas cercanas como amigos, familiares, que siempre están extendiendo su mano para brindarnos apoyo y optimismo que si se pueden hacer bien las cosas y que con mucho trabajo, dedicación y esmero se lograra lo que uno siempre se proponga.

Nosotros esperamos que esta documentación sea de gran apoyo y guía para establecer un negocio, en el cual aplicaremos todos nuestros conocimientos que hemos adquirido en el trayecto de toda nuestra carrera, poniéndole un gran esmero y dedicación a este trabajo.

La empresa “Punto Grafico” estará representada como una microempresa ya que iniciara sus operaciones con menos de 10 personas dedicada al servicio que desempeñaremos.

Nuestra Empresa estará ubicada de la entrada principal de la Universidad Autónoma de Managua UNAN, 2 Cuadras al sur, por poseer un margen de clientes potenciales.

En la etapa de mercadeo, abordaremos los objetivos de la mercadotecnia, investigación de mercado, estudio de mercado, distribución y punto de ventas, promoción del servicio, así como en la definición del servicio con base en las preferencias del consumidor, de forma tal, que permitan dar un intercambio (entre nuestra empresa y consumidor), que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización.

En el desarrollo del estudio de mercado siendo un medio de vital importancia; en cual se recopilara, analizara y se registrara los datos en relación al mercado específico, el cual nuestra empresa ofrecerá el servicio, brindando una oportunidad para identificar las fortalezas y debilidades de la competencia, las cuales serán útil al momento de realizar la planificación y estrategias de mercado.

“Punto Grafico, S.A”, es una empresa que se dedicara al diseño e impresión, fotocopiado de documentos, venta de suministros de papel al detalle.

Nuestro parámetro de control de calidad en el servicio que brindamos; es que en el resultado final del diseño cumpla con todas las expectativas de las necesidades del consumidor, brindando a su vez asesoramiento de mejoras y tipo de material que pueden utilizar en la impresión de lo que están solicitando a un costo módico donde el cliente se pueda sentirse satisfecho.



RESUMEN EJECUTIVO

Nuestros principales clientes serán empresas cercanas a nuestra ubicación y estudiantes universitarios de la UNAN Managua, UNICIT y parte de la UCA y demás universidades que demanden el servicio de impresión y fotocopiado a menor escala y las empresas comerciales, industriales y de servicio que soliciten diseño gráfico en general.

En la etapa de producción pretendemos acondicionar adecuadamente la planta de diseño, con los equipos necesarios para la realización de los procesos de los servicios que brindaremos, con la finalidad de ofrecer a nuestros clientes un servicio que cumpla con los estándares de calidad, eficiencia y eficacia.

La empresa “Punto Grafico, S.A” se crea inicialmente con (3) socios. Tendremos unidades organizativas conformadas de la siguiente manera: Gerencia General, Gerencia de Diseño, Gerencia de Mercadeo, Gerencia Administrativa y Gerencia Financiera.

Cada unidad tendrá como propuesta un jefe de unidad o departamento para funcionar organizativamente. Se establecerá una Comunicación Diagonal para una retroalimentación a nivel departamento en todas las áreas de la empresa. Existirá una descripción de puesto y funciones para que conozcan su ámbito y alcance en el ejercicio de sus labores profesionales.

En la etapa financiera estableceremos las cuentas y procedimientos contables que formaran parte del giro de la empresa, para que el registro de cada transacción cumpla con las normas financieras y principios contables, de tal manera que la información financiera sea confiable para una mejor toma de decisiones. A si mismo aportar alternativas de ahorro en cuanto costos y gastos con el fin de alcanzar un mayor rendimiento sobre la inversión.

El capital social de nuestra empresa está representado por aportación de los tres (03) socios fundadores, el que alcanza el monto de C\$ 300,000.00 en efectivo, los cuales serán en una cuenta corriente que “Punto Grafico, S.A” abrirá en el Sistema Financiero Nacional (SFN) al momento del inicio del proyecto, dado que la naturaleza del negocio y la aportación es en efectivo y el estudio de factibilidad y rentabilidad, no implicaría el endeudamiento dentro del sistema financiero para el inicio de operaciones de nuestra firma a corto y mediano plazo.

Las pruebas de liquidez y prueba acida nos indican que la Empresa contara con suficiente capacidad para garantizar sus pasivos de corto plazo.

Se estima una rotación de activo total de 0.99, esto nos indica que las ventas netas triplicaran el valor de los activos totales para finalizar el primer año.

La rentabilidad calculada en base a los diferentes indicadores muestran una rentabilidad neta sobre ventas de un 7.76%, sobre capital de 75.45% y de 7.70% sobre los activos, es decir un margen de rentabilidad aceptable que nos permitiría reinvertir en el negocio.

01

AUDITORÍA PERSONAL

En este capítulo de la auditoria personal, abarcaremos un diagnostico general para identificar nuestra situación actual, conociendo: quiénes somos, con qué contamos, qué podemos ofrecer y a quiénes se lo podemos ofrecer.

La parte más importante de la auditoria personal, se centra en el análisis de los datos recabados; el señalamiento de las fallas encontradas sobre el cumplimiento de los objetivos que tenemos propuestos como grupo.

Nosotros como grupo nos apoyamos unos a los otros y personas cercanas como amigos, familiares, que siempre están extendiendo su mano para brindarnos apoyo y optimismo que si se pueden hacer bien las cosas y que con mucho trabajo, dedicación y esmero se lograra lo que uno siempre se proponga.

Nosotros esperamos que esta documentación sea de gran apoyo y guía para establecer un negocio, en el cual aplicaremos todos nuestros conocimientos que hemos adquirido en el trayecto de toda nuestra carrera, poniéndole un gran esmero y dedicación a este trabajo

02

INTRODUCCIÓN AL PLAN DE NEGOCIOS

Propósitos u objetivos de un Plan de Negocios

Que necesidades satisface

La empresa fue creada con el propósito de satisfacer las necesidades del cliente ofreciéndoles el servicio de diseño gráfico e impresiones con una alta calidad personalizada.

Tipo de empresa

Nuestra empresa está clasificada como del sector servicio

Tamaño

La empresa estará representada como una microempresa ya que iniciara sus operaciones con menos de 10 personas dedicada al servicio que desempeñaremos.

Ubicación

Nuestra Empresa estará ubicada de la entrada principal de la Universidad Autónoma de Managua UNAN, 2 Cuadras al sur, por poseer un margen de clientes potenciales.

Justificación

Decidimos realizar el “modulo plan de negocio” porque va enlazado en el campo de nuestra carrera brindando todos nuestros conocimientos como diseñadores y a su vez retroalimentándonos, demostrando que es un proyecto rentable donde se determina oportunidades en el mercado competitivo.

02

INTRODUCCIÓN AL PLAN DE NEGOCIOS

Misión

Mediante un enfoque profesional y de calidad ofrecemos la mercado nicaragüenses soluciones originales, creativas y diversa en el campo de diseño gráfico impreso a una variedad de clientes a través de la calidad y profesionalismo.

Visión

Convertir “Punto Grafico, S.A”, en la empresa líder de diseño gráfico e impresión Nicaragüense en un mercado competitivo, comprometiéndonos con nuestros clientes y con todo el personal que está involucrado en el proceso de este plan de negocios en ofrecer siempre la calidad de nuestros servicios y atención personalizada al consumidor.

02

INTRODUCCIÓN AL PLAN DE NEGOCIOS

Integridad: Ser transparentes al momento de realizar los servicios que ofreceremos, brindando a nuestros clientes confianza y satisfacción.

Responsabilidad: Tener la convicción de brindar un excelente servicio, con un alto grado de responsabilidad.

Carácter: Le permitirá mantener que su sí, es sí, y que su no, es no, lo que le distinguirá positivamente de los demás y lo transmitirá al servicio brindado y a los demás. Lo contrario es flaqueza e ineficacia.

Aprender: Siempre tiene que estar dispuesto a seguir aprendiendo, en una educación continua y escuchando todas las sugerencias que le hagan. Cuanto más sepa, más prosperará. Lo contrario es mantenerse o aumentar la ignorancia.

Autodisciplina: Junto con el autodomínio, son dos de las virtudes más importantes, para saber actuar sin dejarse llevar por los vicios contrarios, como son la pereza, la holgazanería, etc. Lo contrario es el desorden.

Confianza: Teniéndola sobre sí mismo y sobre lo que está haciendo, para que le de fuerza el hacer las cosas. Los negocios deben hacerse, la mayoría de las veces en función de la mutua desconfianza. Lo contrario es inseguridad.

Ética: Las acciones y servicios si son hechos bajo esta premisa moral, siempre darán buenos frutos. Donde falta la ética entran los problemas. La ética siempre paga buenos dividendos, Lo contrario es Corrupción.

Puntualidad: Teniendo en cuenta que el tiempo es oro, armonía familiar y social, para uno mismo y para los demás. Nadie tiene derecho a robar impunemente el tiempo ajeno. Lo contrario es informalidad, abuso, desconsideración.

Religión: Su trato frecuente con Dios y la conciencia de que lo que hace debe servir para la eternidad, pondrá a las demás virtudes en su sitio.

Humildad: Significa sencillamente, que no siempre tenemos la razón ni conocemos todas las repuestas. Ofrecer nuestra ayuda a un empleado y pedírsela cuando la necesitamos nos convierte en un equipo más unido y humano.

02

INTRODUCCIÓN AL PLAN DE NEGOCIOS

Los valores en los que se basa la “Punto Grafico, S.A” para sus operaciones son:

Respeto: Nos ayuda a valorar las diferencias, a apreciar a cada persona por sus cualidades personales únicas. A través del respeto, podemos descubrir el verdadero potencial de cada persona.

Convicción: Es la piedra angular para asumir nuestras responsabilidades como profesionales y dar lo mejor de nosotros mismos como empresa. Si creemos en alguien, y se lo demostramos, esa persona moverá montañas para ganarse nuestra confianza.

Confianza: Significa que queremos vivir y trabajar en un entorno abierto a la comunicación, en el que las personas se sienten libres para asumir riesgos, dar su punto de vista, y decirnos lo que realmente piensan

Calidad: Brindando a nuestros clientes un servicio que cumpla con los estándares de calidad requeridos al momento de brindar el servicio.

Integridad: Debe ser nuestro distintivo como empleados de “Punto Grafico, S.A”, si asumimos y respetamos los valores éticos más elevados de cada cliente, cumpliremos con nuestro deber de velar, no solo para nuestros clientes en el sector que servimos, sino que también por nuestros mismos y nuestros compañeros.

Es una empresa de diseño e impresión entregada para satisfacer las necesidades del consumidor con una atención personalizada.

Nos destacamos en la mejor obtención de calidad, innovación y satisfacción del cliente debido que es una de las claves principales en nuestra compañía, logrando así una demanda alta en nuestras ventas.

02

INTRODUCCIÓN AL PLAN DE NEGOCIOS

Ventajas competitivas

Ventajas De La Empresa

Ventajas Competitivas

- ◊ Brindaremos un servicio innovador en el mercado nacional.
- ◊ Ofrecemos variedad de servicios.
- ◊ Nuestro servicio personalizado es único en el mercado, donde el cliente se sentirá a gusto.
- ◊ Los trabajos solicitados se entregaran de manera inmediata según las necesidades del cliente.
- ◊ Los trabajos de diseños se realizaran con una mano de obra calificada
- ◊ Los diseños serán impresos y elaborados por maquinaria especializada

Distingos Competitivos

- ◊ Se tiene un área de foto estudio con las condiciones necesarias para que el cliente se sienta a gusto.
- ◊ Entrega Delivery (ha pedido domiciliar).
- ◊ Atención personalizada y servicio postventa

03

EL MERCADO

Introducción

En esta etapa de mercadeo, abordaremos los objetivos de la mercadotecnia, investigación de mercado, estudio de mercado, distribución y punto de ventas, promoción del servicio, así como en la definición del servicio con base en las preferencias del consumidor, de forma tal, que permitan dar un intercambio (entre nuestra empresa y consumidor), que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización.

En el desarrollo del estudio de mercado siendo un medio de vital importancia; en cual se recopilara, analizara y se registrara los datos en relación al mercado específico, el cual nuestra empresa ofrecerá el servicio, brindando una oportunidad para identificar las fortalezas y debilidades de la competencia, las cuales serán útil al momento de realizar la planificación y estrategias de mercado.

3.1- Objetivos de mercadotecnia:

Objetivo General:

Tener una posición y volumen de venta sostenible partiendo de un plan investigativo de mercado para conocer las necesidades en el mercado nicaragüense y de esta manera obtener resultados para fijar buenas estrategias de comercialización.

Corto Plazo:

- ◊ Promover nuestro servicio y lograr un estimado de más de 4,800 personas incluyendo a 5 empresas más (micro, pequeña y grande) en el primer año.
- ◊ En nuestro primer año de haber iniciado operaciones y referente a la proyección de ventas pretendemos alcanzar un total de \$ 8783.33 (cantidad estimada que puede variar de acuerdo al desarrollo del proyecto)
- ◊ Esperamos proveer una cantidad de 4,950 servicios para abarcar la cantidad de ventas esperadas.
- ◊ Crear una cartera de clientes estable de un 15% de acuerdo a la cantidad de clientes esperados abarcar en nuestro mercado potencial.

Mediano Plazo:

- ◊ Incrementar la producción de la empresa para aumentar la atención a 1500 personas y lograr una cantidad de 03 empresas (micro, mediana y grande) manteniendo los clientes logrados en el corto plazo.
- ◊ Después de 3 años finalizando operaciones en nuestra empresa estimamos lograr un ingreso en ventas de \$14,053.32
- ◊ En un periodo de tres años proveeremos más de 6,692 servicios.
- ◊ Contaremos con una cartera de clientes estable de acuerdo a lo logrado en el primer año y aumentaremos un 50% en la cantidad de clientes nuevos (empresa y persona) en comparación al primer año.

03

EL MERCADO

Largo Plazo:

- ◉ En el periodo de cinco a cinco años pretendemos expandirnos en el mercado con una nueva sucursal para cubrir nuestro mercado objetivo, logrando abarcar más de 10,000 atenciones al cliente.
- ◉ Estaremos obteniendo un ingreso de más de \$ 25,295.98 incluyendo los ingresos de la nueva sucursal.
- ◉ Elevaremos el número de nuestros clientes en un 80% con lo cual estaremos posicionándonos en nuestro mercado objetivo y alcanzando la auto-sostenibilidad financiera.
- ◉ En el periodo de cinco años estaremos proveyendo más de 12,046 servicios de acuerdo al giro de desarrollo de nuestra empresa.

Descripción del negocio:

“**Punto Grafico, S.A**”, es una empresa que se dedicara al diseño e impresión, fotocopiado de documentos, venta de suministros de papel al detalle.

Nuestro parámetro de control de calidad en el servicio que brindamos; es que en el resultado final del diseño cumpla con todas las expectativas de las necesidades del consumidor, brindando a su vez asesoramiento de mejoras y tipo de material que pueden utilizar en la impresión de lo que están solicitando a un costo módico donde el cliente se pueda sentirse satisfecho.

Nuestra empresa cuenta con programas de diseño como ilustrador, Photoshop, InDesign y Corel Draw, los cuales son básicos para brindar un excelente servicio a los clientes a si mismo todos los programas adicionales del diseño gráfico, brindando una atención personalizada con un alto grado de eficiencia, para que nuestros mismos clientes sean los portadores de comunicar nuestro buen servicio a futuros potenciales consumidores.

3.2- Investigación Del Mercado

El propósito de esta Investigación de Mercado es obtener información para buscar la satisfacción del cliente, para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y como pueden satisfacerse.

3.2.1- Tamaño Del Mercado:

◉ Segmentación de Mercado y Posicionamiento

El segmento de mercado seleccionado comprende los estratos ubicados entre la clase social media baja a media alta en las edades comprendidas de 16 años a más, será en el distrito I, en la ciudad de Managua, en clientes que frecuentan la UNAN, UNICIT, UCA y negocios cercanos.

03

EL MERCADO

Características del segmento de mercado

- ◊ Clientes potenciales que necesitan frecuentemente los servicios de impresión, diseño y venta de papel al detalle, debido a la demanda de los centros educativos y negocios.
- ◊ Estos Servicios son de vital importancia para los clientes para realizar sus actividades a diario en tiendas minoristas y otros puntos de distribución.
- ◊ Muestran disponibilidad a pagar precios acorde a sus ingresos.
- ◊ Costumbre de solicitar siempre este tipo de servicio.

Segmentación Geográfica

“Punto Grafico, S.A” estará ubicada de la entrada principal de la Universidad Autónoma de Managua UNAN, 2 Cuadras al sur. Con la facilidad de satisfacer la demanda de las siguientes universidades: UNAN, UNICIT, UCA y negocios cercanos.

Segmentación Demográfica

- ◊ **Por edad:** Nuestros servicios pueden ser adquiridos por personas mayores de 16 años en adelante por brindar servicios y productos para estudio y negocios.
- ◊ **Por género:** Este producto está dirigido a todos los géneros (Masculino y Femenino).
- ◊ **Por ingreso:** Por ser un producto de bajo costo es accesible al bolsillo de todo consumidor.

◊ **Segmentación Psicográfica**

Nuestro producto está dirigido a la clase social media baja a media alta, ya que la población que habita en esta zona, son trabajadores con un estilo de vida estable laboralmente, con actitudes positivas, creencias religiosas y con valores éticos y morales.

- ◊ **Localización Zona Urbana:** Distrito I, en la ciudad de Managua, capital de Nicaragua, de la entrada principal de la Universidad Autónoma de Managua UNAN, 2 Cuadras al sur.

03

EL MERCADO

3.2.2- Motivación De Compra

Consumo Aparente:

El número de clientes del segmento del mercado seleccionado es de 182,446 habitantes.

El número de clientes potenciales ubicados en el sector de la Universidad Nacional Autónoma de Managua es de 4,800 habitantes.

El Consumo unitario aparente por clientes es de:

- ◉ 40% 1,920 Solicitarían el servicio 1 vez por semana
- ◉ 30% 1,440 Solicitarían el servicio mensualmente
- ◉ 20% 960 Solicitarían el servicio Semestralmente
- ◉ 10% 480 Solicitarían el servicio ocasionalmente

El consumo mensual aparente del mercado es de 7,680 servicios gráficos solicitados.

Demanda Potencial:

Tomando en consideración las investigaciones previas llevadas a efectos en relación con el segmento de mercado previsto a atender, se establecerá que:

Corto plazo: Para que la empresa sea rentable tiene que cubrir 30% del mercado potencial; es decir, realizar servicios de diseño en un total mensual de 2,304 servicios.

Mediano plazo: Un crecimiento del mercado de 30%; es decir, se espera realizar 4,608 servicios mensuales al comenzar a expandirnos en el mercado seleccionado.

Largo Plazo: Un crecimiento del 20%; es decir, se espera realizar 6,144 servicios mensuales.

3.2.3- Participación De La Competencia En El Mercado

Actualmente en el mercado donde nos ubicaremos las competencias son las siguientes:

- ◉ Lumicentro: En relación a nuestros servicios ellos se dedican a impresión de mayor escala.
- ◉ Huellas Publicidad: Este tipo de competidor se dedica a la publicidad corporativa.
- ◉ CMYK: Este competidor se dedica a ofrecer nuestros mismos servicios siendo una competencia de fuerte.
- ◉ PBS: Es una competencia bastante fuerte debido a que está ubicado dentro de un segmento de mercado que queremos cubrir dentro de la UCA.
- ◉ Zegesa: Es una competencia fuerte debido a que está ubicado dentro de un segmento de mercado que incorpora negocios establecidos y demanda el servicio de diseño, en cuanto a la publicidad. Ubicados en las cercanías de villa fontana y carretera a Masaya.

03

EL MERCADO

Descripción	Lumicentro	Huellas Publicidad	CMYK	PBS
Distribución	Managua	Managua	Managua	Managua
Servicios Brindados	Gigantografía	Publicidad Corporativa	Diseño e Impresión	Diseño e Impresión
Calidad de Servicio	Buena	Buena	Regular	Buena
Calidad del Material	Buena	Buena	Mala	Buena
Costos	Bajos	Altos	Bajos	Altos

Tabla Comparativa

Principales Clientes:

Nuestros principales clientes serán empresas cercanas a nuestra ubicación y estudiantes universitarios de la UNAN Managua, UNICIT y parte de la UCA y demás universidades que demanden el servicio de impresión y fotocopiado a menor escala y las empresas comerciales, industriales y de servicio que soliciten diseño gráfico en general.

3.3- Estudio De Mercado

Los servicios de la Empresa "Punto Grafico, S.A", está dirigida a todos los estudiantes universitarios de la UNAN, UNICIT y UCA y negocios cercanos que necesiten nuestro servicio de diseño e impresión, brindando atención y asesoramiento personalizado con alta calidad de servicio.

Existiendo una gran demanda del servicio de diseño e impresión porque estamos ubicados en un sector donde es una necesidad básica para los clientes potenciales.

El estudio de mercado nos permitirá recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual nuestra empresa ofrecerá nuestro servicio.

03

EL MERCADO

3.3.1 Objetivo Del Estudio De Mercado

El estudio de mercado se realizó con el objetivo de conocer las necesidades, gustos y preferencias de los servicios de diseño gráfico que estará ofreciendo “Punto Grafico, S.A” en el Distrito I del Municipio de Managua y de esta manera satisfacer las necesidades en cuanto atención al cliente, calidad y precio.

Marco de referencia

Para la obtención de información acerca de la investigación de mercado en relación a “Punto Grafico, S.A”, se decidió emplear una investigación de tipo cualitativa, con recopilación de datos primarios realizando cuestionarios y aplicándolos en el campo.

Método

Se diseñó un formato de encuestas donde podamos percibir las necesidades básicas del consumidor.

Lugar

Nuestro público objetivo son los estudiantes y empresas cercanas aledañas a nuestra empresa en el sector de la UNAN del distrito I del departamento de Managua.

Resultados Obtenidos (Véase Anexo)

3.3.2 Conclusiones Del Estudio Realizado

Nuestro público objetivo son los estudiantes de las universidades aledañas a nuestra empresa del sector de la UNAN del distrito I del departamento de Managua, lo cual nos permitirá una mayor demanda de nuestros servicios, por su frecuencia de consumo.

El objetivo de ubicar nuestro mercado en el sector de la UNAN del Distrito I de la ciudad de Managua, es porque, es un lugar muy transitado por clientes potenciales que continuamente solicitan el tipo de servicios que ofreceremos.

Según resultados de la encuesta, el 81% de los encuestados opinaron que si hubiera una empresa que les brindara mejores beneficios en los servicios que demanda en el mercado nacional se cambiarían de proveedor, el 19% restante opinaron que no hay posibilidad de que cambien de proveedor ya que ellos son fieles consumidores de la competencia, siendo esta cifra mínima.

03

EL MERCADO

Según los resultados obtenidos de las encuestas detallamos a continuación el perfil del consumidor:

“**Punto Grafico, S.A**” realizo encuesta a un total de 120 personas de las universidades aledañas a nuestra empresa del sector de la UNAN del distrito I del departamento de Managua, basado en la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

De las cuales los servicios que más frecuentemente demandan son los siguientes: Papelería en general con un 29% (35 personas), Brochures con un 28% (34 personas), afiches con un 27% (32 personas), carnet PVC con un 6% (07 personas), stickers con un 5% (06 personas), logotipo con un 3% (03 personas) y presentación con un 2% (02 personas).

El 65% (78 personas) de nuestros encuestados requieren de estos servicios semanalmente, el 15% (18 personas) mensualmente, el 13% (15 personas) semestralmente, mientras que el 8% (9 personas) lo solicitan anualmente.

El 42% (50 personas) de los encuestados afirmaron que solo visitan a un proveedor para solicitar el servicio de productos gráficos, el 53% (64 personas) respondieron que visitan a dos proveedores y el 5% (06 personas) afirmaron que visitan de tres a mas proveedores.

La mayoría respondieron que actualmente no están satisfechos con el precio que les brindan los proveedores que actualmente les atienden, lo que equivale a un 60% (72 personas) de la población encuestada y el restante manifestaron que si están de acuerdo con el precio que les ofrecen lo cual representa al 40% (48 personas).

El 73% (87 personas) de nuestros encuestados respondieron que se dieron cuenta de la existencia del negocio con el que actualmente trabajan por publicidad realizada por la empresa, el 10% (12 personas) se dieron cuenta por la visita de un ejecutivo de venta, el 18% (21 personas) ubicaron la empresa por medio de las páginas amarillas, cabe destacar que no hubo ningún comentario de los encuestados en informar otro medio por el cual se dieron cuenta de los negocios de diseño que frecuentan.

El 91% (109 personas) de los encuestados afirmaron que no han sido beneficiado con alguna promoción por parte del negocio con el que trabajan actualmente y el 9% (11 personas) restante manifestaron que si hay sido beneficiada de alguna manera con promoción, siendo esta cifra mínima.

03

EL MERCADO

En el desarrollo del análisis de la encuesta nos brindó información que el 29% (57 personas) indicaron que prefieren visitar al negocio de diseño Lumicentro, pero un alto índice de los encuestados que representa el 40% (78 personas) afirmaron que visitan el negocio PBS, el 16% (32 personas) solicitan el servicio a Huellas Publicidad y una minoría de 15% (29 personas) afirmaron que visitan CMYK.

En relación al tiempo que llevan los encuestados solicitando el servicio de diseño con el proveedor Lumicentro, 30 personas de los encuestados afirmaron que llevan medio año y 27 personas un año.

Con el proveedor PBS, 19 personas encuestadas afirmaron que llevan solicitando el servicio por medio año, 22 personas por un año y 37 personas de los encuestados siendo la mayoría, por dos años.

La cantidad de 13 personas encuestadas llevan medio año solicitando el servicio a Huellas Publicidad, 11 personas tienen un año y 08 personas tienen 2 años con este proveedor.

En relación a proveedor CMYK, 19 personas tienen medio año demandando este servicio y 10 personas del total encuestados tiene un año.

El 7% (8 personas) de los encuestados indicaron que la atención que brindan los negocios es excelente, un 10% (12 personas) es muy buena, el 39% (47 personas) señalaron que es buena, el 43% (51 personas) informaron que es regular lo que indica que los clientes no están totalmente satisfecho la atención y el servicio que les esta brindado la competencia, el 2% (02 personas) que es mala y no hubo ningún señalamiento en el ítem de muy mala atención.

En la categoría número 1, de las prioridades en relación a los negocios que frecuentan nuestros encuestados es la buena atención que brindan los negocios, fortalezas de los competidores que tiene que ser superada con nuevas estrategias de atención al cliente, en la categoría número 6, nuestros encuestados señalaron que están inconformes con la entrega en tiempo y forma y con la mala fijación de los precios y en la categoría número 3, afirmaron que están de acuerdo con la atención inmediata que les brindan los negocios.

El 81% (97 personas) de los encuestados están de acuerdo que se cambiarían de proveedor por una empresa que le brindara mejores beneficios en los servicios que demandan en el mercado nacional, brindándonos una gran oportunidad debido a que están dispuestos al cambio, siendo una gran oportunidad para nuestra empresa y el restante que es el 19% (23 personas) no están dispuestas a cambiar de empresa porque son fieles a las empresas que solicitan su servicio de diseño.

03

EL MERCADO

3.4- Distribución Y Punto De Ventas

El servicio que ofreceremos será directamente al consumidor final, debido a que se presentara a nuestro negocio a solicitar nuestros servicios de productos de diseño gráfico.

Una vez que nuestra demanda crezca consideraremos la contratación de uno o dos vendedores a domicilio con sus medios de transporte para brindar un mejor servicio y comodidad a nuestros clientes potenciales.

Este canal seleccionado es de un nivel y es la forma más sencilla de hacer llegar el producto al consumidor final.

Bienes de Consumo:

- Productor-----Consumidor Final.

Este servicio va dirigido a minoristas: Estudiantes de las universidades cercanas a la UNAN y empresas que se encuentran a su alrededor.

3.5- Promoción Del Servicio

El punto básico de nuestra estrategia de ventas será integrarnos con nuestros principales clientes por la diversidad de servicios que ofreceremos en el aspecto de las impresiones, fotocopias y diseño gráfico a menor escala repartiremos volantes en las entradas principales de la universidades aledañas a nuestro local donde empezaremos a operar y de igual forma iniciaremos a visitar los futuros clientes que serán prospectos a convertirse en nuestra cartera de clientes

Le daremos seguimiento a través de las redes sociales donde semanal, estaremos subiendo las promociones y paquetes de impresiones del mes y una variedad de información y datos relevante al diseño y al tipo de cliente que trabajara con nosotros, es decir le sacaremos el máximo a las redes sociales para crear una imagen de la empresa accesible y moderna.

Dependiendo la cantidad de ventas que tengamos con algún determinado cliente, le ofreceremos un servicio de entrega puerta a puerta Estrategia De Lanzamiento: Diseñamos una estrategia de lanzamiento donde iniciaremos nuestra campaña publicitaria a través de las redes sociales (FACEBOOK) y la radio UNAN-MANAGUA (On Line), artes impresos al invitar a las diferentes empresas y en particular a los clientes de cada universidad que solicitaran nuestro servicio y de igual forma crearemos un “convenio” con la universidad UNAN-MANAGUA, donde será nuestro punto básico de ventas (Impresión – fotocopias).

03

EL MERCADO

Estrategia De Posicionamiento:

Diseñaremos una estrategia de posicionamiento donde al haber establecido dicho “convenio” con nuestro principal cliente (UNAN- MANAGUA), estaremos creando una raíz de ingresos que nos permita seguir operando y de tal forma solidificar nuestra cartera de clientes.

Matriz Bcg

“Punto Grafico e Impresiones, S.A”

Estrella:

Gran crecimiento y Gran participación de mercado. Se recomienda potenciar al máximo dicha área de negocio hasta que el mercado se vuelva maduro.

Nuestro producto ESTRELLA serán los servicios publicitarios los cuales son los más solicitados por los diferentes grupos sociales, los cuales son como: Impresiones a menor escala, Volantes, Brochures, Afiche.

Incógnita:

Gran crecimiento y Poca participación de mercado. Hay que re-evaluar la estrategia en dicha área, que eventualmente se puede convertir en una estrella o en un perro.

Nuestro producto INCOGNITA serán los servicios publicitarios los cuales se componen por los servicios no tan transcurrido en el diseño gráfico, ya que suelen ser solicitados en algunas temporadas o dichos momentos: Diagramación de Documentos, Diseño de logotipos.

Vaca:

Poco crecimiento y alta participación de mercado. Se trata de un área de negocio que servirá para generar efectivo necesario para crear nuevas estrellas.

◊ Nuestro producto VACA serán los servicios que solicitan en una buena parte la sociedad pero en diferentes tiempos, es decir poco crecimiento y alta participación, como serán los:

- ◊ Banners
- ◊ Sticker
- ◊ Caratulas de CD
- ◊ Personalización de fotos

Perro:

Poco crecimiento y poca participación de mercado. Áreas de negocio con baja rentabilidad o incluso negativa. Se recomienda deshacerse de ella cuando sea posible. Generalmente son negocios / productos en su última etapa de vida. Raras veces conviene mantenerlos en el portafolio de la empresa.

◊ Nuestro producto PERRO serán los servicios publicitarios los cuales son de poca demanda por los clientes debido a su bajo rendimiento de utilidad, los cuales son:

03

EL MERCADO

- ◉ Membretes
- ◉ Recibos
- ◉ Separadores
- ◉ Facturas
- ◉ Diplomas
- ◉ Calendario
- ◉ Etiqueta y carnet PVC

3.6- Fijación Y Políticas De Precio

Se fijará el precio de acuerdo al costo en que se incurra en el servicio que se brindara al consumidor, costos variables, mano obra y costos fijos.

Nuestros precios de ventas serán fijados:

- ◉ Según la utilidad deseada con inclusión de costos
- ◉ Los precios se basan exclusivamente en relación con el mercado: esta fijación de precio será determinada para fijar un precio igual al del mercado para hacer frente a la competencia.
- ◉ Metas orientadas a la situación actual: alcanzar el volumen de ventas de servicios proyectadas de acuerdo al plan estratégico de mercadeo.

03

EL MERCADO

PRECIOS DE VENTA	
Diseño Gráfico e Impresión	PRECIO
Volantes	C\$ 8.00
Brochures	C\$ 28.00
Afiche	C\$ 50.00
Diagramación de Documentos	C\$ 3,825.00
Diseño de logotipos	C\$ 3,825.00
Banners	C\$ 460.00
Stickers	C\$ 20.00
Gigantografía	C\$ 6,375.00
Retoque fotográfico	C\$ 80.00
Membretes	C\$ 3.00
Separadores	C\$ 18.00
Facturas	C\$ 800.00
Diplomas	C\$ 100.00
Calendario	C\$ 280.00
Carnet PVC	C\$ 60.00
Tarjetas (presentación, invitación, eventos sociales, etc.)	C\$ 2.80
Impresión	
Carta a Color	C\$ 8.00
Carta B/N	C\$ 1.00
Legal a Color	C\$ 13.00
Legal B/N	C\$ 2.00
Tabloide a Color	C\$ 45.00
Tabloide B/N	C\$ 15.00
Fotocopiado	
Carta	C\$ 0.50
Legal	C\$ 1.00
TOTAL DE PRECIOS DE VENTAS POR UNIDAD	C\$ 16,020.30

a. Presupuesto publicitario
Los costos calculados son las siguientes:

PRESUPUESTO DE MARKETING	
CONCEPTO	Monto
Volantes	C\$ 4,800.00
Radio	C\$ 3,600.00
Total	C\$ 8,400.00

03

EL MERCADO

Políticas De Precio

- No se otorgara descuento por volumen y pronto pago en el corto plazo
- No pagara comisión por ventas en los primeros 6 meses de operación. Los integrantes del equipo serán los vendedores, se establecerán precios acordes con la calidad del producto y de acuerdo a las encuestas aplicadas.

3.7- Plan De Introducción Al Mercado

“Punto Grafico, S.A”, iniciará a operar en el mercado utilizando estrategias de precios que generen utilidad de acuerdo a los costos unitarios. Contamos con un plan de mercadeo y publicidad en el cual se contempla redes sociales (FACEBOOK) y la radio UNAN-MANAGUA (On Line), artes impresos al invitar a las diferentes empresas y en particular a los clientes de cada universidad que solicitaran nuestro servicio y de igual forma crearemos un “convenio” con la universidad UNAN-MANAGUA, donde será nuestro punto básico de ventas (Impresión – fotocopias)

Nuestro servicio en su fase inicial se iniciara en nuestro punto de ventas que es donde estaremos ubicados, posteriormente se tiene proyectado expandirnos en todo el distrito I, posicionándonos en la mente del consumidor.

Riesgos	Acciones A Realizar
Poca aceptación de nuestro servicio en la fase de introducción	Diseñar y desarrollar campañas promocionales informativa y persuasivas para posicionarnos en la mente del consumidor
Posible ingresos de nuevos competidores	Crear lealtad a nuestra empresa, brindarles un excelente servicio, exclusividad y calidad en los diseños solicitados
Posibles errores muestrales o probabilísticos	Aplicar una segunda encuesta

3.8- Riesgos Y Oportunidades Del Mercado

03

EL MERCADO

Oportunidades	Acciones A Implementar
Adquisición de nuevas tecnologías que permiten mejorar calidad y tiempo de realización de los servicios a ofrecer.	Dar a conocer estas ventajas a través de Promociones y publicidad a nuestros clientes potenciales
Tienes precios accesibles	Dar a conocer esta ventaja a través de promoción y publicidad a nuestros clientes potenciales
Capacidad de diversificar los productos y servicios ofrecidos en cuanto a nuevo modelos de comercialización	Dar a conocer esta ventaja a través de promoción y publicidad a nuestros clientes potenciales
Convenios con proveedores de suministros y servicios de impresiones a gran magnitud.	Categorizar a los proveedores.

3.9 Sistema Y Plan De Ventas

En la fase inicial no se pagara comisiones a los vendedores, ya que los mismos dueños de la empresa realizaran esta función y no se otorgara descuento por volumen de venta o pronto pago.

04

PRODUCCION

4.1- Objetivo Del Área De Producción

◉ **Objetivo General**

Acondicionar adecuadamente la planta de diseño, con los equipos necesarios para la realización de los procesos de los servicios que brindaremos, con la finalidad de ofrecer a nuestros clientes un servicio que cumpla con los estándares de calidad, eficiencia y eficacia.

◉ **Corto Plazo (6 meses a 1 año)**

Capacitar a nuestros empleados con programas actuales de diseño para brindar un excelente servicio del producto de diseño, atendiendo la demanda proyectada en el mercado nacional.

◉ **Mediano Plazo (3 años)**

Ampliar nuevas líneas de servicios de diseño gráfico para atender con una mayor variedad a nuestros clientes y poder expandirnos en todo el territorio del distrito I de la Ciudad de Managua.

◉ **Largo Plazo (5 años)**

Desarrollar estrategias para minimizar los costos, para obtener equipos de cómputo avanzado de mayor calidad y capacidad, para aumentar nuestros estándares de exclusividad de productos de diseño.

4.2- Especificaciones Del Producto:

“**Punto Grafico, S.A**”, es una empresa que se dedicara al diseño e impresión, fotocopiado de documentos, venta de suministros de papel al detalle.

Nuestro parámetro de control de calidad en el servicio que brindamos; es que en el resultado final del diseño cumpla con todas las expectativas de las necesidades del consumidor, brindando a su vez asesoramiento de mejoras y tipo de material que pueden utilizar en la impresión de lo que están solicitando a un costo módico donde el cliente se pueda sentirse satisfecho.

Nuestra empresa cuenta con programas de diseño como ilustrador, Photoshop, inDesign y corel Draw, los cuales son básicos para brindar un excelente servicio a los clientes a si mismo todos los programas adicionales del diseño gráfico, brindando una atención personalizada con un alto grado de eficiencia, para que nuestros mismos clientes sean los portadores de comunicar nuestro buen servicio a futuros potenciales consumidores.

Descripción Materia Prima Adicional:

Una vez que está listo el diseño gráfico del consumidor se procede a ofertar los diferentes tipos de papel para imprimir como los siguientes:

04

PRODUCCION

- ◉ Papel Bond.
- ◉ Cartulina
- ◉ Papel estucado: Para revistas, catálogos y folletos.
- ◉ Papel Off Set: Para fotocopiadora, libretas o libros y su grosor del tipo de papel de 40 a 60 gramos es utilizado en periódico.
- ◉ Papel de 80 a 100 gramos es de papel de folio clásico de oficina.
- ◉ Papel de 90 a 170 gramos es utilizado en la impresión de folletos y carteles
- ◉ Papel de 200 a 250 gramos es cartulina fina utilizada para imprimir tapas de revistas o flayer.
- ◉ Papel de 250 a 350 utilizado en tarjetas postales, tarjetas de visita y flayer gruesos.
- ◉ Papel de 350 a 450 Cartón utilizado en tarjetas de visitas y cubiertas de libros.
- ◉ Papel Opalina: Papel grueso de alta blancura, se utiliza en impresión de diplomas y otro tipos de diseño que requieren acabado fino

4.3- Descripción Del Proceso De Producción Del Servicio:

El proceso de producción constara que cada uno de nuestros servicios y productos que se vendan en un porcentaje estimado mensualmente.

Esto constara en un proceso donde el cliente interactué con nuestros productos y tenga un fácil acceso a estos mismos, es decir diseñaremos una exhibición interactiva donde el cliente tendrá todo el privilegio de seleccionar algún suministro o producto que desee adquirir tanto como dentro y fuera de nuestras instalaciones, cuando decimos fuera de nuestras instalaciones el vendedor llevara a las manos del cliente dicho archivo para que este pueda seleccionar su archivo.

El proceso de servicio es el siguiente:

- ◉ Una vez que el cliente este en nuestra empresa la recepcionista atenderá al cliente lo más confortable, cómodo y educadamente para que nuestro cliente se sienta en confianza.
- ◉ Una vez que el cliente describa el tipo de servicio que necesita, la recepcionista llamara al diseñador para que sea atendido de manera inmediata y personalizada.
- ◉ Posteriormente el diseñador se encargara de captar las necesidades que el cliente tenga, asesorándolo en brindarles posibles soluciones en relación al precio, material y diseño creativo que el necesita.
- ◉ El diseñador le dará a conocer la propuesta acerca de los diferentes diseños y estilos que el sugirió, tomando en cuenta las observaciones que el cliente indico.

04

PRODUCCION

- ◉ El diseñador procede a digitalizar el diseño en ilustrador, Photoshop, y todos los programas que amerite el trabajo solicitado por el cliente.
- ◉ Luego el diseñador procede a revisar medidas reales de impresión, diferentes pruebas a blanco y negro, para garantizar una composición estética y equilibrada, respetando siempre el gusto y decisión de nuestro cliente.
- ◉ Una vez seleccionado el diseño final por el cliente se procederá a la impresión.
- ◉ Se establecerá fecha y hora de entrega del trabajo.

4.4- Diagrama De Flujo Del Proceso

Simbología básica para diagrama de flujo de proceso

	Retraso	<ul style="list-style-type: none">➤ Una vez que el cliente este en nuestra empresa la recepcionista atenderá al cliente lo más confortable, cómodo y educadamente para que nuestro cliente se sienta en confianza.➤ Una vez que el cliente describa el tipo de servicio que necesita, la recepcionista llamara al diseñador para que sea atendido de manera inmediata y personalizada.➤ Posteriormente el diseñador se encargara de captar las necesidades que el cliente tenga, asesorándolo en brindarles posibles soluciones en relación al precio, material y diseño creativo que el necesita.➤ El diseñador le dará a conocer la propuesta acerca de los diferentes diseños y estilos que el sugirió, tomando en cuenta las observaciones que el cliente indico.
	Operación	<ul style="list-style-type: none">➤ El diseñador procede a digitalizar el diseño en ilustrador, Photoshop, y todos los programas que amerite el trabajo solicitado por el cliente.
	Inspección	<ul style="list-style-type: none">➤ Luego el diseñador procede a revisar medidas reales de impresión, diferentes pruebas a blanco y negro, para garantizar una composición estética y equilibrada, respetando siempre el gusto y decisión de nuestro cliente.
	Transporte	<ul style="list-style-type: none">➤ Una vez seleccionado el diseño final por el cliente se procederá a la impresión.➤ Se establecerá fecha y hora de entrega del trabajo.

04

PRODUCCION

4.5- Características de la tecnología:

Para la elaboración de nuestros servicios de productos gráficos contaremos con los siguientes equipos de computación:

Equipo Tecnológico		Costo Estimado
02 Computadoras		C\$ 24,000.00
Componente	Atributos	
Memoria instalada	512 MB (2 x 256)	
Máximo permitido	4 GB* (4 x 1GB) requiere el reemplazo de los 256 MB DIMM instalados *La memoria real disponible puede ser menor	
Velocidad admitida	PC3200 MB/seg	
Tipo	184 pines, DDR SDRAM	
Ranuras DIMM	4	
Ranuras abiertas DIMM	2	
Unidad de disco duro	120 GB SATA/7200 rpm	
Monitor	LCD plano de 17" con altavoces integrados	
DVD+R DL de grabación única	2.4X	
DVD+R de grabación única	16X	
DVD+RW regrabable	4X	
DVD-R de grabación única	8X	
DVD-RW regrabable	4X	
Lectura de DVD-ROM	16X	
CD-R de grabación única	40X	
CD-RW regrabable	24X	
Lectura de CD-ROM	40X	
Unidad de CD-ROM	Velocidad máxima: 48X	
Módem	Módem de datos/fax PCI K56flex	
Gráficos de video	Integrados con memoria de video asignada de hasta 128 MB	
Sonido/audio	Audio integrado Intel High Definición (TM) (Azalia)	

Puertos de E/S externos

Puertos de E/S en el panel delantero

Tipo de puerto	Cantidad
9 en 1 (4 ranuras)	1
IEEE 1394	1
USB (2.0)	2
Auriculares	1
Micrófono	1

Puertos de E/S en el panel posterior

Tipo de puerto	Cantidad
PS/2 (teclado/mouse)	Dos (uno cada uno)
Monitor VGA	1
Paralelo	1
USB (2.0)	4
IEEE 1394	1
LAN	1
Audio	1 cada uno (línea de entrada, línea de salida, micrófono)

04

PRODUCCION

Ranuras de expansión (total)

Tipo de ranura	Cantidad
PCI	Tres (dos disponibles)
Módulo DIMM	Cuatro (dos disponibles)

Bahías de unidad (total)

Tipo de bahía	Cantidad
5,25 pulg., externa	Dos (ocupadas)
3,5 pulg., interna	Una (ocupada)
Unidad de medios personales	Una (disponible)

Accesorios del bastidor

- Tapa de la base de acoplamiento para la cámara
- Mando a distancia
- Receptor infrarrojo USB
- Teclado y ratón
- Teclado inalámbrico de HP
- Ratón inalámbrico superior de HP

04

PRODUCCION

Categoría del software	Título del software
Sistema operativo	Microsoft Windows XP Home Edition Microsoft Service Pack 2
CD/CD-RW/DVD/DVD+RW	✓ WinDVD 5 Player Basic (con actualización 7.1 opcional) ✓ RecordNow 7.22 w/Sonic Express Labeler
Enseñanza y consultas	Microsoft Encarta Encyclopedia 2005 Standard (cd/dvd)
Diversión, música y juegos	✓ iTunes 4.7 (con Quicktime) ✓ Real Player
Imágenes, fotografía, vídeo y cine	✓ HP Image Zone Plus 4,5 ✓ InterVideo Home Theater 2,2 ✓ WinDVD Creator 2.5 con InterVideo Disc Label ✓ Muvée autoProducer 3.5MX con DV de captura
Productividad y finanzas	✓ Adobe Reader ✓ MediaRing PC Phone ✓ Microsoft Works 8.0 (cd/dvd)
PC Security	✓ Norton Internet Security 2005 (suscripción de actualización de seguridad por 1 año)
Utilidad, mantenimiento y rendimiento	✓ HP Organize ✓ PC-Doctor
HP Recovery	✓ Recuperación de sistema de Microsoft ✓ Conjunto de software de recuperación ✓ Asistente para reparación de software
Servicio y soporte	✓ Actualizaciones de HP ✓ Centro de ayuda y asistencia técnica ✓ Registro de equipo de escritorio basado en la Web ✓ Documentación en línea
ISP Signup	✓ Suscripción fácil a Internet ✓ Ofertas de ISP
Ofertas de socios de HP	✓ Symantec Security Connection
Programa CS6	

Software

04

PRODUCCION

Fotocopiadora Multifuncional		
Equipo	Características	Costo Estimado
Fotocopiadora multifuncional WorkCentre 5325/5330/5335	<ul style="list-style-type: none"> Copiadora o impresora/copiadora/escáner para correo electrónico/USB/carpeta de dispositivos Funciones avanzadas de seguridad y capacidad de control de costos Velocidad: hasta 25 / 30 / 35 ppm 	C\$ 211,140.00



4.6- Equipo De Instalación

Descripción		Costos	
Equipo de Oficina	Cantidad	Unitario	Total C\$
Computadoras de Escritorio	2	12,000.00	24,000.00
Fotocopiadora Multifuncional	1	211,140.00	211,140.00
Teléfono	2	450.00	900.00
Escritorios	4	1,800.00	7,200.00
Archivos	2	1,500.00	3,000.00
Silla de escritorios	4	1,200.00	4,800.00
Silla de espera	4	500.00	2,000.00
Perforadoras	4	120.00	480.00
Grapadora	4	85.00	340.00
Saca Grapas	4	12.00	48.00
Sello	6	200.00	1,200.00
Calculadora	4	150.00	600.00
Caja Resma de Papel	2	1800.00	3,600.00
Total			259,308.00

04

PRODUCCION

Descripción		Costos	
Útiles De Limpieza	Cantidad	Unitario	Total
Detergente (Bolsón de 10 kgs)	1	326.00	326.00
Cloro (galones)	1	104.00	104.00
Basureros	2	140.00	280.00
Desinfectantes Aromáticos (galones)	1	105.00	105.00
Dispensadores de papel Plásticos	2	40.00	80.00
Palas Plásticas	2	70.00	140.00
Lampazo	2	110.00	220.00
Escobas	2	55.00	110.00
Total			1,365.00

Los servicios básicos necesarios para el proceso de este servicio es la electricidad.

Para el mantenimiento de los equipos tecnológicos se realizara mensualmente para que tenga una vida útil a largo plazo y siempre se encuentren en óptimas condiciones.

4.6.1 Depreciación de Equipos y Mobiliarios de Oficina (Véase Anexo)

4.7- Materia Prima

Necesidades de Materia Prima:

Con el objetivo de brindar un excelente servicio a nuestros clientes potenciales, a parte de los equipos tecnológicos que son la parte vital para el proceso del servicio, se necesita la materia prima para la impresión de los productos gráficos que elaboraremos.

04

PRODUCCION

Detallándose la materia prima a utilizar de la siguiente manera:

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Papel Bond.	Caja	10	C\$ 650	C\$6,500.00
Cartulina	Caja	10	C\$ 600	C\$6,000.00
Papel estucado	Caja	10	C\$ 690	C\$6,900.00
Papel Off Set	Caja	10	C\$ 590	C\$5,900.00
Papel de 80 a 100 gramos	Caja	10	C\$ 670	C\$6,700.00
Papel de 90 a 170 gramos	Caja	10	C\$ 675	C\$6,750.00
Papel de 200 a 250 gramos.	Caja	10	C\$ 681	C\$6,810.00
Papel de 250 a 350	Caja	10	C\$ 685	C\$6,850.00
Papel de 350 a 450	Caja	10	C\$ 688	C\$6,880.00
Papel Opalina: Papel grueso de alta blancura	Caja	10	C\$ 710	C\$7,100.00
Total				C\$66,390.00

04

PRODUCCION

Materia Prima	Proveedor	Costo Unitario C\$	Calidad
➤ Papel Bond.	PAYCA NIC, S.A	850	Muy Buena
➤ Cartulina	PAYCA NIC, S.A	600	Muy Buena
➤ Papel estucado	PAYCA NIC, S.A	720	Muy Buena
➤ Papel Off Set	PAYCA NIC, S.A	710	Muy Buena
➤ Papel de 80 a 100 gramos	PAYCA NIC, S.A	680	Muy Buena
➤ Papel de 90 a 170 gramos	PAPEL DEPOTT DE NICARAGUA, S.A	700	Muy Buena
➤ Papel de 200 a 250 gramos.	PAYCA NIC, S.A	730	Muy Buena
➤ Papel de 250 a 350	PAPEL DEPOTT DE NICARAGUA, S.A	690	Muy Buena
➤ Papel de 350 a 450	PAYCA NIC, S.A	680	Muy Buena
➤ Papel Opalina: Papel grueso de alta blancura	PAYCA NIC, S.A	730	Muy Buena

Identificación de Proveedores y Cotizaciones

04

PRODUCCION

Materia Prima	Cantidad	UND	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Papel Bond.	10	Caja	C\$ 650.00	C\$ 6,500.00	C\$ 78,000.00
Cartulina	10	Caja	C\$ 600.00	C\$ 6,000.00	C\$ 72,000.00
Papel estucado	10	Caja	C\$ 690.00	C\$ 6,900.00	C\$ 82,800.00
Papel Off Set	10	Caja	C\$ 590.00	C\$ 5,900.00	C\$ 70,800.00
Papel de 80 a 100 gramos	10	Caja	C\$ 670.00	C\$ 6,700.00	C\$ 80,400.00
Papel de 90 a 170 gramos	10	Caja	C\$ 675.00	C\$ 6,750.00	C\$ 81,000.00
Papel de 200 a 250 gramos.	10	Caja	C\$ 681.00	C\$ 6,810.00	C\$ 81,720.00
Papel de 250 a 350	10	Caja	C\$ 685.00	C\$ 6,850.00	C\$ 82,200.00
Papel de 350 a 450	10	Caja	C\$ 688.00	C\$ 6,880.00	C\$ 82,560.00
Papel Opalina: Papel grueso de alta blancura	10	Caja	C\$ 710.00	C\$ 7,100.00	C\$ 85,200.00
Total				C\$ 66,390.00	C\$ 796,680.00

04

PRODUCCION



Punto Gráfico

Orden de Compra

Proveedor _____ Orden de Compra N° _____

Fecha de Pedido: _____

Fecha de entrega: _____

CANTIDAD	CONCEPTO	PRECIO	IMPORTE
			
			
			

SELLO/FIRMA

Subtotal: _____

IVA : _____

Total: _____

Entrada principal de la Universidad Autónoma de Managua UNAN, 2 Cuadras al sur.

04

PRODUCCION

4.8- Capacidad Instalada

La capacidad instalada de la empresa “Punto Grafico, S.A” es equivalente a la cantidad de servicio que se realizara de acuerdo a la demanda potencial de nuestro mercado.

Periodo	Servicio Brindado
1 día	165 Servicios
1 Semana	825 Servicios
1 Mes	4950 Servicios

4.9- Manejo De Inventario

Debido a que “Punto Grafico, S.A”, es una empresa de servicio, nuestro inventario dependerá del tipo de servicio que solicite el cliente, se tiene proyectado realizar la cantidad de 4,950 servicios de los cuales podrían ser diseño gráfico impreso en trabajos como volantes, brochures, afiches, diagramación de documentos, diseño de logotipos, banners, Sticker, gigantografías, etc.

Entonces el detalle del inventario de la materia adicional se desarrollaría de la siguiente manera:

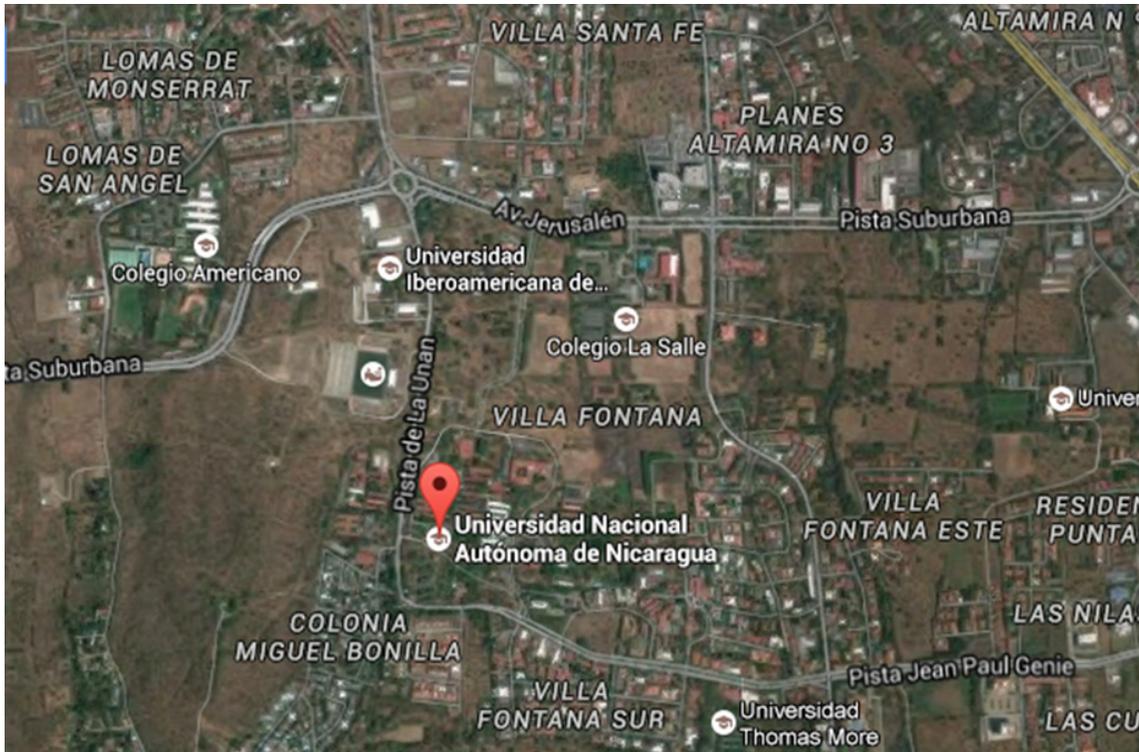
- $4,950 / 6 = 825$ servicio por semana
 $825 / 5 = 165$ servicios por día
- $2 \text{ días} \times 165 \text{ servicios} = 330$ Servicios
2 días es el tiempo en el que el proveedor tarda en distribuir la materia prima adicional que se necesita para la impresión de los diseños que se realizaran.
- 1 día de margen = 165 servicios (165 servicios es la tardanza estimada en la entrega entonces 330 servicios, es el punto mínimo, es el margen de seguridad. Por lo tanto 495 servicios se tienen que realizar para que el inventario de la materia prima adicional se mantenga al día)

04

PRODUCCION

4.10- Ubicación De La Empresa

Nuestra Empresa estará ubicada de la entrada principal de la Universidad Autónoma de Managua UNAN, 2 Cuadras al sur, por poseer un margen de clientes potenciales.



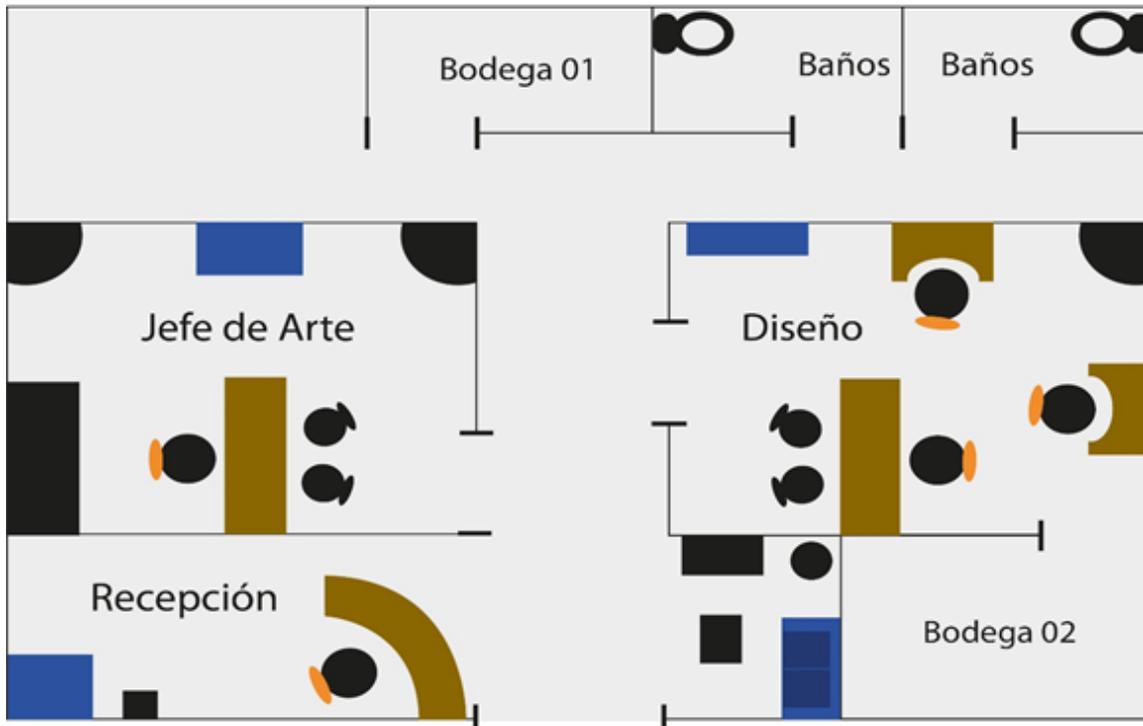
Distribución física de la planta

Para realizar el funcionamiento de nuestras operaciones estaremos ubicados en un local de suma importancia, es decir será un punto clave en cuanto a localizar a nuestros clientes y la demanda de nuestros servicios diversos.

La ubicación micro será: De la entrada principal de la Universidad Autónoma de Managua, 2 Cuadras al sur

La ubicación seleccionada presta condiciones de fácil acceso y es un área bastante transcurrida por diferentes grupos sociales tales como estudiantes, empresarios, vendedores, etc...Además a sus alrededores cuenta con diferentes negocios que serán un porcentaje de nuestros ingresos y viceversa, también en este sector contamos con los servicios básicos como agua, luz, teléfono e internet en el local.

Plano General



04

PRODUCCION

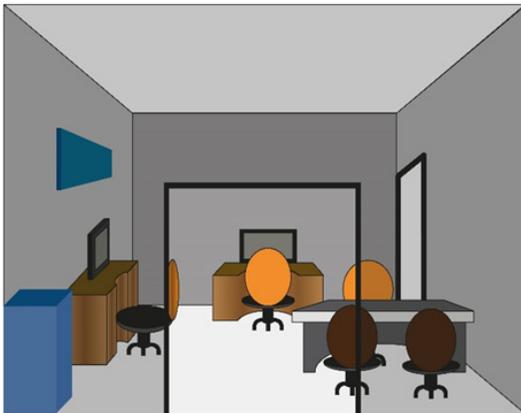
Jefe en Arte/ Administración/ Ventas



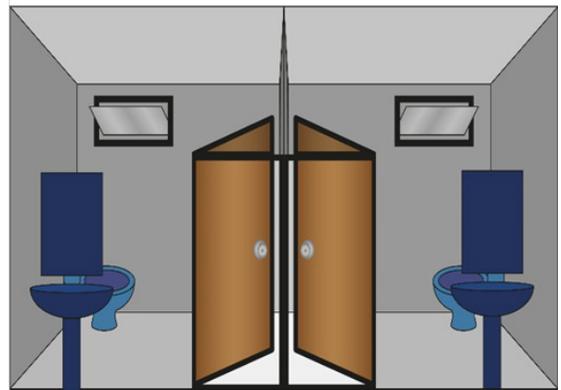
Recepción



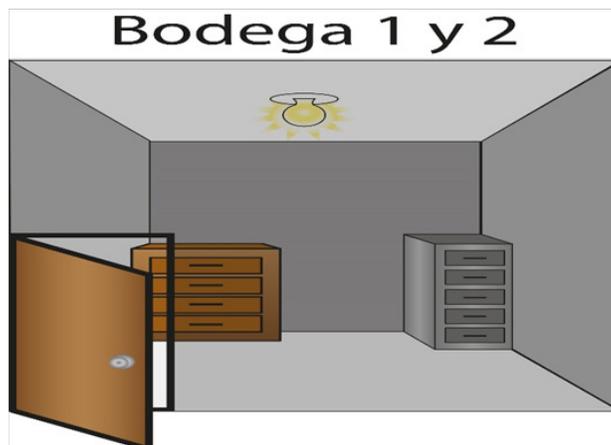
Area de Diseño



Baños



Bodega 1 y 2



04

PRODUCCION

Los costos de remodelación que van a incurrir en nuestras instalaciones haciende a un monto de C\$ 40,692.00 (Cuarenta mil seiscientos noventa y dos córdobas netos), donde incluye pintura, iluminación, adornos, división de secciones y otros gastos que puedan surgir a la medida que estamos iniciando). Cabe destacar que las instalaciones serán de uno de nuestros socios.

4.11- Mano De Obra Requerida

“Punto Grafico, S.A”, requiere de personal calificado para brindar un excelente servicio.

Actividad	Nº de personas	Tipo de Habilidad
➤ digitalizar el diseño en ilustrador, Photoshop, y todos los programas que amerite el trabajo solicitado por el cliente.	➤ 2 con experiencia en el área de diseño.	Conocimiento y experiencia en el manejo de programas de diseño

Mano de obra requerida: 2 operarios, realizan el proceso productivo en una jornada de 8 horas diarias.

4.12- Procedimientos De Mejora Continua

- ◊ Todo el personal estará entrenado para cubrir las necesidades cuando alguien está enfermo o solicite permiso para no disminuir los estándares de los servicios demandados.
- ◊ Se tomara en cuenta el tiempo de realización de una actividad para ser más productivo y aprovechar el tiempo.
- ◊ Se realizaran encuestas tanto a clientes como a proveedores y así saber en qué se debe mejorar.
- ◊ Se realizaran reuniones con los encargados de las diferentes áreas y se plantearan soluciones posibles para mejorar las debilidades de la empresa.
- ◊ Se hará un proceso de revisión de materia prima antes de la impresión del diseño para garantizar la calidad en el mismo.
- ◊ Se evaluara la elaboración de los diseños que se realicen antes de ser entregados a los clientes.

04

PRODUCCION

4.13- Programa De Producción

Actividades:

- ◊ Adquisición del local
- ◊ Acondicionar el local
- ◊ Compra de equipos tecnológicos
- ◊ Negociar con los proveedores
- ◊ Obtener la materia prima adicional
- ◊ Capacitación del personal
- ◊ Realizar estándares de calidad en el servicio brindado.

Plan de Producción Anual
Ver paginas siguientes...

04

PRODUCCION

Estas cantidades calculadas en base a la demanda potencial que se obtuvo un consumo de 2,304 servicios brindados al mes.

SERVICIOS BRINDADOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Diseño grafico e impresión de:													
Volantes													
Brochures													
Afiche													
Diagramación de Documentos													
Diseño de logotipos													
Banners													
Stickers													
Gigantografía													
Rebque fotográfico	2304	2304	2304	2304	2304	2304	2304	2304	2304	2304	2304	2304	27,648
Membretes	Servicios	Servicios	Servicios	Servicios	Servicios								
Separadores													
Facturas													
Diplomas													
Calendario													
Carnet PVC													
Tarjetas (presentación, invitación, eventos sociales, etc.)													
Impresión en general													
Fotocopiado de documentos													

Programa de Servicios brindados por "Punto Grafico, SA"
 Plan de producción de servicios y Comercialización
 Primer año de Julio 2015 a Julio 2016

SERVICIOS BRINDADOS	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
Diseño gráfico e impresión de: Volantes Brochures Afiche Diagramación de Documentos Diseño de logotipos Banners Stickers Gigantografía Rebrote fotográfico Membretes Separadores Facturas Diplomas Calendario Carnet PVC Tarjetas (presentación, invitación, eventos sociales, etc.) Impresión en general Fotocopiado de documentos	2304 Servicios	27.648 Servicios Brindados											

Plan de producción de servicios y Comercialización
Segundo año de Julio 2016 a Julio 2017

SERVICIOS BRINDADOS	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
Diseño grafico e impresión de: Volantes Brochures Afiche Diagramación de Documentos Diseño de logotipos Banners Stickers Gigantografía Retoque fotográfico Membretes Separadores Facturas Diplomas Calendario Carnet PVC Tarjetas (presentación, invitación, eventos sociales, etc.)	2304 Servicios	27.648 Servicios Brindados											
Impresión en general Fotocopiado de documentos													

Plan de producción de servicios y Comercialización
Tercer año de Julio 2017 a Julio 2018

SERVICIOS BRINDADOS	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
Diseño gráfico e impresión de:													
Volantes													
Brochures													
Afiche													
Diagramación de Documentos													
Diseño de logotipos													
Banners													
Stickers													
Gigantografía													
Retoque fotográfico													
Membretes	4608	4608	4608	4608	4608	4608	4608	4608	4608	4608	4608	4608	55,296
Separadores	Servicios	Servicios	Servicios	Servicios	Servicios	Servicios	Servicios	Servicios	Servicios	Servicios	Servicios	Servicios	Servicios
Facturas													
Diplomas													
Calendario													
Carnet PVC													
Tarjetas (presentación, invitación, eventos sociales, etc.)													
Impresión en general													
Fotocopiado de documentos													

Plan de producción de servicios y Comercialización
Tercer año de Julio 2017 a Julio 2018

SERVICIOS BRINDADOS	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
Diseño gráfico e impresión de: Volantes Brochures Afiche Diagramación de Documentos Diseño de logotipos Banners Stickers Gigantografía Retoque fotográfico Membretes Separadores Facturas Diplomas Calendario Carnet PVC Tarjetas (presentación, invitación, eventos sociales, etc.)	4608 Servicios	55,296 Servicios Brindados											
Impresión en general Fotocopiado de documentos													

04

PRODUCCION

Plan de producción de servicios y Comercialización
Quinto año de Julio 2019 a Julio 2020

SERVICIOS BRINDADOS	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
Diseño gráfico e impresión de:													
Volantes													
Brochures													
Afiche													
Diagramación de Documentos													
Diseño de logotipos													
Banners													
Stickers													
Gigantografía													
Retoque fotográfico	6144	6144	6144	6144	6144	6144	6144	6144	6144	6144	6144	6144	73.728
Membretes	Servicios	Servicios	Servicios	Servicios	Servicios	Servicios	Servicios	Servicios	Servicios	Servicios	Servicios	Servicios	Servicios
Separadores													Brindados
Facturas													
Diplomas													
Calendario													
Carnet PVC													
Tarjetas (presentación, invitación, eventos sociales, etc.)													
Impresión en general													
Fotocopiado de documentos													

Total servicios brindados a nuestros consumidores al plazo de 5 años.

04

PRODUCCION

Curso grama analítico del proceso de servicio
"Punto Grafico, S.A"

Actividad	Símbolos				Tiempo (min)
					
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Una vez que el cliente este en nuestra empresa la recepcionista atenderá al cliente lo más confortable, cómodo y educadamente para que nuestro cliente se sienta en confianza. 	X				5
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Una vez que el cliente describa el tipo de servicio que necesita, la recepcionista llamara al diseñador para que sea atendido de manera inmediata y personalizada. 	X				10
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Posteriormente el diseñador se encargara de captar las necesidades que el cliente tenga, asesorándolo en brindarles posibles soluciones en relación al precio, material y diseño creativo que el necesita. 	X				30
<ul style="list-style-type: none"> ➤ El diseñador le dará a conocer la propuesta acerca de los diferentes diseños y estilos que el sugirió, tomando en cuenta las observaciones que el cliente indico 	X				10
<ul style="list-style-type: none"> ➤ El diseñador procede a digitalizar el diseño en ilustrador, Photoshop, y todos los programas que amerite el trabajo solicitado por el cliente. 		X			120
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Luego el diseñador procede a revisar medidas reales de impresión, diferentes pruebas a blanco y negro, para garantizar una composición estética y equilibrada, respetando siempre el gusto y decisión de nuestro cliente. 			X		30
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Una vez seleccionado el diseño final por el cliente se procederá a la impresión. ➤ Se establecerá fecha y hora de entrega del trabajo. 				X	15
Total					220

Este tiempo puede variar según la magnitud del diseño y solicitud de servicio que requiera el cliente.

05

ORGANIZACION

5.1- Objetivos Del Área De Organización

Objetivo General

Instituir una adecuada asignación de responsabilidades y actividades que garantice el trabajo en equipo, la coordinación y el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Corto Plazo

Desarrollar la estructura organizacional de “Punto Grafico, S.A”, para garantizar el desarrollo óptimo de los procesos de los servicios brindados, garantizando un trabajo coordinado y eficiente.

Mediano Plazo

Establecer manuales de funciones y reclutar, seleccionar e inducir al personal que garantizara las actividades de servicio y comercialización de la empresa.

Largo Plazo

Realizar programas de desarrollo del personal, evaluación del desempeño y relaciones de trabajo a través del adiestramiento y capacitación continua, planes compensatorios que garanticen un clima organizacional apropiado para sustentar las actividades que se realizan a diario.

05

ORGANIZACION

5.2- Estructura Organizacional

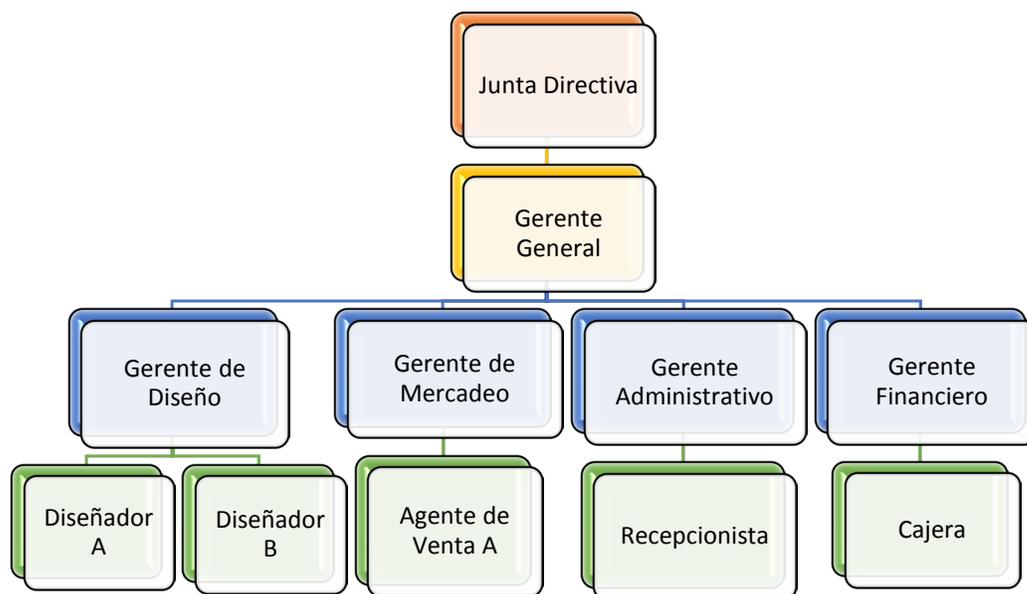
La empresa “Punto Grafico, S.A” se crea inicialmente con (3) socios. Tendremos unidades organizativas conformadas de la siguiente manera: Gerencia General, Gerencia de Diseño, Gerencia de Mercadeo, Gerencia Administrativa y Gerencia Financiera.

Cada unidad tendrá como propuesta un jefe de unidad o departamento para funcionar organizativamente. Se establecerá una Comunicación Diagonal para una retroalimentación a nivel departamento en todas las áreas de la empresa.

Existirá una descripción de puesto y funciones para que conozcan su ámbito y alcance en el ejercicio de sus labores profesionales.

Cada línea de mando tendrá una misión específica identificada en manuales, los cuales deberán llevarse a cabo para cumplir con los objetivos finales de la empresa.

El organigrama de la empresa está elaborado de manera funcional para responder a las demandas de nuestros clientes de forma ordenada estableciendo los niveles de autoridad y responsabilidad dentro la empresa con eficiencia y eficacia.



Nota: realizaremos la prestación de servicio de conserje y vigilante, con la finalidad de minimizar costos de vacaciones, aguinaldo, antigüedad etc.

05

ORGANIZACION

5.3- Funciones Específicas Por Puesto

Gerente General

Objetivo General Del Cargo:

Administrar con eficiencia y transparencia los recursos Financieros, Humanos y Materiales de “Punto Grafico, S.A”, realizando la distribución de los mismos de acuerdo al presupuesto anual de gastos.

Funciones Principales Del Cargo:

- ◊ Planifica, organiza, dirige y controla las funciones y actividades necesarias para el logro de los objetivos de la junta directiva.
- ◊ Controla permanentemente la ejecución del presupuesto.
- ◊ Revisa y analiza informes diarios, semanales y mensuales relacionados con la administración financiera de la empresa.
- ◊ Prepara y remite informes especiales y documentos evaluativos a la Junta Directiva acerca de la gestión financiera que realiza.
- ◊ Asegura el control, seguimiento y evaluación de la ejecución del presupuesto de la empresa, de los gastos ejecutados por las diferentes dependencias en cada período contable.

Gerente De Diseño

Objetivo General Del Cargo:

Dirigir las funciones relacionadas con el proceso de diseño gráfico: selección de materia prima (papelería), programas actuales de diseño gráfico, contactar al proveedor, supervisar el proceso de elaboración de los diseños solicitados, así mismo garantizar los pedidos en tiempo y forma.

Funciones Principales Del Cargo:

- ◊ Contactar con proveedores para que la materia prima (papelería) este en tiempo y forma.
- ◊ Recibir la materia prima (papelería) en buen estado.
- ◊ Planear y especificar las metas para cumplir con la proyección de servicios que se pretende atender.
- ◊ Establecer los niveles de servicio en base a las estimaciones de la demanda.
- ◊ Cumplir con los programas de pedidos y recepción de servicio.
- ◊ Supervisar el área, con el propósito que los diseñadores estén elaborando el producto de diseño gráfico con calidad y eficiencia.
- ◊ Garantizar que se tenga los programas de diseños actuales para brindar un mejor servicio a los clientes.

05

ORGANIZACION

Gerente De Mercadeo

Objetivo General Del Cargo:

Debe lograr sus deberes dentro de un esquema mayor de objetivos organizacionales, estrategias y objetivos de mercado, en tanto que monitorea continuamente el macro ámbito (factores tecnológicos, competitivos, económicos, legales, culturales y éticos) y todo aquello público de la empresa (empleados, proveedores, comunidad financiera, de los medios, de los accionistas públicos general).

Funciones Principales Del Cargo:

- ◊ Diseñar estrategias de promoción y ventas.
- ◊ Evaluar el mercado potencial y la demanda futura.
- ◊ Diseñar el sistema de distribución de los servicios solicitados.
- ◊ Determinar la política de precios en coordinación con las áreas financieras.
- ◊ Establecer las metas y objetivos de esta área.
- ◊ Realizar estudio y análisis de la competencia (conocimiento de la competencia con sus ventajas y debilidades competitivas).

- ◊ Diseñar estrategias de venta.
- ◊ Presenta informe de avance y resultados mensuales a la junta directiva.
- ◊ Realiza estudio de mercado analizando el entorno y competencia a fin de brindar información estratégica.

Gerente Administrativo

Objetivo General Del Cargo:

Garantizar el eficiente y eficaz uso de los recursos humanos, financieros y materiales de la empresa y el óptimo manejo del personal a su cargo.

Funciones Principales Del Cargo:

- ◊ Planifica, organiza, dirige y controla las funciones y actividades necesarias para el logro de los objetivos del Departamento Administrativo.
- ◊ Supervisa las áreas bajo su responsabilidad directa a través del cumplimiento de procedimientos y normativas que regulan las operaciones de la empresa
- ◊ Establece coordinaciones internas con las autoridades de los órganos sustantivos y de apoyo, en función de la ejecución financiera relacionadas con los planes y proyectos que desarrolla la empresa.

05

ORGANIZACION

Gerente Financiero

Objetivo General Del Cargo:

Asegurar la presentación de los estados financieros ante la Junta Directiva, para la toma de decisiones después de haberse registrado correctamente las transacciones financieras de la empresa cumpliendo con Normas y Principios de Contabilidad.

Funciones Principales Del Cargo:

- ◊ Cumplir con las políticas y procedimientos de control interno establecidos con respecto a los registros contables.
- ◊ Revisa diariamente: El Informe diario de Caja y Banco, Informe de Ingreso, los cheques emitidos, las órdenes de compras y las Notas de Débito y Crédito.
- ◊ Prepara los reportes requeridos por la administración y los comprobantes de diario, ingresos y egresos.
- ◊ Mantiene un correcto registro de las asignaciones de activos fijos dentro de la empresa.
- ◊ Prepara Estados Financieros, revisa y verifica mensualmente las: Conciliaciones bancarias, Asientos de diario, Registros auxiliares del Balance General y del Estado de Pérdidas y Ganancias.

Gerente Financiero

Objetivo General Del Cargo:

Asegurar la presentación de los estados financieros ante la Junta Directiva, para la toma de decisiones después de haberse registrado correctamente las transacciones financieras de la empresa cumpliendo con Normas y Principios de Contabilidad.

Funciones Principales Del Cargo:

- ◊ Cumplir con las políticas y procedimientos de control interno establecidos con respecto a los registros contables.
- ◊ Revisa diariamente: El Informe diario de Caja y Banco, Informe de Ingreso, los cheques emitidos, las órdenes de compras y las Notas de Débito y Crédito.
- ◊ Prepara los reportes requeridos por la administración y los comprobantes de diario, ingresos y egresos.
- ◊ Mantiene un correcto registro de las asignaciones de activos fijos dentro de la empresa, preparando Estados Financieros, revisa y verifica mensualmente las: Conciliaciones bancarias, Asientos de diario, Registros auxiliares del Balance General y del Estado de Pérdidas y Ganancias.

05

ORGANIZACION

Diseñadores

Objetivo General Del Cargo:

Realizar, estructurar e implementar la creatividad e innovación en los diseños e imagen requerida por la organización, con motivo de reconocimiento y atracción del cliente desde la imagen de la empresa.

Funciones Principales Del Cargo:

- ◉ Reunión con los clientes y entender claramente lo que están solicitando e imaginar el aspecto final del proyecto como tal.
- ◉ Crear y desarrollar nuevas ideas. Esto puede incluir trabajar con un equipo de diseño o trabajando directamente con el cliente.
- ◉ La Utilización de programas informáticos diferentes para generar proyectos finales para la aprobación del cliente.
- ◉ La modificación, revisión y edición de proyectos como lo exige el cliente.
- ◉ Mantenerse dentro de los plazos y cumplir las fechas límite para la finalización de los proyectos. Esto requiere buena administración del tiempo y organización.

Agente De Ventas

Objetivo General Del Cargo:

Garantizar y captar periódicamente la cartera de clientes garantizando el servicio que ofrece "Punto Grafico, S.A", en tiempo y forma.

Funciones Principales Del Cargo:

- ◉ Conocer de las cualidades de nuestro servicio para una mejor perspectiva hacia nuestros clientes.
- ◉ Levantar pedidos de los clientes.
- ◉ Prospeccionar nuevos clientes.
- ◉ Mantener y retener la cartera de clientes.
- ◉ Incrementar la solicitud de servicio de los clientes actuales.
- ◉ Organizar, planificar y ejecutar sus objetivos.

05

ORGANIZACION

Recepcionista

Objetivo General Del Cargo:

Garantizar la atención al cliente, el funcionamiento y desarrollo de las actividades propias de su cargo, mediante la transcripción de la correspondencia que se genera en la misma, atender cortésmente a los visitantes, tanto personal como vía telefónica y brindar todo el apoyo logístico de índole secretarial.

Funciones Principales Del Cargo:

- ◊ Atiende todas las actividades propias de su cargo.
- ◊ Atiende cortésmente a los clientes que visitan la empresa, haciéndoles sentir con confort y tranquilidad.
- ◊ Redacción de cartas o memorando que su jefe inmediato le solicite.
- ◊ Atiende y realiza llamadas telefónicas.
- ◊ Mantiene control en el recibo de correspondencia interna y externa.
- ◊ Mantiene actualizado y ordenado el Archivo de la correspondencia enviada y recibida en el área.
- ◊ Mantiene control de la agenda de reuniones y distribución del tiempo de su jefe inmediato.
- ◊ Prepara el pedido de materiales y suministros de uso de oficina y controla los niveles de existencia de los mismos.
- ◊ Maneja las comunicaciones a través de fax, e-mail, etc.
- ◊ Garantizar el cuidado necesario del área donde estará ubicada.

05

ORGANIZACION

Cajera

Objetivo General Del Cargo:

Garantizar las operaciones de una unidad de caja, efectuando actividades de recepción, entrega y custodia de dinero en efectivo, cheques, giros y demás documentos de valor, a fin de lograr la recaudación de ingresos a la institución y la cancelación de los pagos que correspondan a través de caja.

Funciones Principales Del Cargo:

- ◊ Recibe dinero en efectivo y realiza depósitos bancarios.
- ◊ Paga salarios, jornadas y otros conceptos.
- ◊ Lleva el registro y control del movimiento de caja, así mismos como cheques a pagar, recibos de pago y otros.
- ◊ Registra directamente los movimientos de entrada y salida de dinero.
- ◊ Elabora periódicamente relación de ingresos y egresos por caja.
- ◊ Realiza arqueos de caja.
- ◊ Suministra a su superior los recaudos diarios del movimiento de caja.
- ◊ Chequea que los montos de los recibos de ingreso por caja y depósitos bancarios coincidan.
- ◊ Atiende a las personas que solicitan información.

Políticas Operativas de la Empresa

Sistema de comunicación

La organización tendrá un desarrollo de un sistema de Comunicación interno que permitirá la solución de problemas y deficiencias internas, explicando las causas que las generan y las posibles soluciones.

Toda la organización funciona mejor cuando su personal no como individuo sino como miembros de un grupo; por lo tanto es fundamental que exista una buena comunicación, con el fin de lograr el máximo de eficiencia del equipo de trabajo: con una estructura homogénea y establecida que sea altamente efectiva para la organización.

La organización del sistema de comunicación de la empresa obedece a dos corrientes opuestas y complementarias: la orientada hacia un nivel operativo, mediante los procesos y procedimientos de trabajo y las de retroalimentación que parten del nivel laboral, hacia el nivel de planificación y programación.

05

ORGANIZACION

Procesos para la resolución de conflictos

En nuestra sociedad, el conflicto tiene una connotación negativa, es malo, es destructivo. Sin embargo, un nuevo enfoque sobre el conflicto refiere al mismo como: un elemento parte de las relaciones humanas, como una oportunidad para el cambio, que ayuda a que los problemas salgan a flote, que estimula la discusión y el debate, que obliga a buscar y adoptar nuevos enfoques y fomenta la creatividad, esta será una de las características de la organización.

Todo método o técnica de resolución de conflicto aconseja en primer lugar:

Tomar conciencia del conflicto, recabar información completa, definir claramente el alcance del problema, formular los objetivos de la solución, generar alternativas de solución, elegir una solución, implementarla y evaluar el resultado.

5.4- Capacitación De Personal

5.4.1- Reclutamiento

Para el reclutamiento de personal hemos seleccionado el periódico (El Nuevo Diario), este medio es de gran circulación a nivel nacional y el costo por anuncio clasificado es bajo en relación con otros medios.

“Punto Grafico, S.A”, solicita personal calificado para el área de Mercadeo y Financiero. Interesados presentarse con documentos actualizados en horarios de oficina, a la dirección: de la entrada principal de la Universidad Autónoma de Managua UNAN, 2 Cuadras al sur. Para mayor información llamar al teléfono: 2289-7971.

5.4.2 Selección

El proceso de selección a seguir por la empresa será por medio de la solicitud de empleo, posteriormente se realizara una entrevista de comprobación para verificar la información contenida en esta y los certificados presentados; para después seleccionar el personal requerido.

La Gerencia Administrativa se encargara de aplicar un examen de conocimiento y efectuara la entrevista.

5.4.3 Contratación

Tipo de contrato: previamente se estarán realizando 2 tipos de contratos, uno por tiempo indefinido (fijo) o por una duración determinada (temporal) si se llegara a contratar a más personal en un futuro para abastecer demanda de clientes.

Se establecerán contratos laborales con los empleados de la empresa de forma individual por tiempo indefinido. En este tipo de contrato se incluirá cláusulas referidas a la política de trabajo, exigiendo confidencialidad para la empresa “Punto Grafico, S.A”, y proceso del trabajo. Estableciendo formas de pago, salarios, honorarios, prestaciones sociales, derechos y obligaciones del trabajador.

05

ORGANIZACION

Aspectos Laborales a Considerar

- ◊ Garantizar equipos para prevenir accidentes de trabajo
- ◊ Acceso a instalaciones adecuadas de aseo y limpieza
- ◊ Fomentar una estrecha relación laboral entre las áreas de la empresa
- ◊ Promover la interacción para las mejoras continuas de procesos y trato laboral.

5.4.4 Inducción

Se informara al nuevo elemento de la organización, los planes y programas de actividades establecido, con el objetivo de acelerar la integración del individuo en el menor tiempo posible al puesto, al jefe y a la organización. En el cual el nuevo trabajador debe conocer todo sobre de la empresa.

- ◊ Inducción en el Departamento de Personal.
- ◊ Inducción en el puesto.
- ◊ Ayuda Técnica

En virtud de que las experiencias iniciales que vive un trabajador en la empresa van a influir en su rendimiento y adaptación; es de suma importancia considerar al proceso de inducción y generar en el individuo un sentimiento de pertenencia y orgullo.

El personal se mantendrá en programas de capacitación continua en donde se le preparará para conocer sobre los planes, e información específica del espacio en el que labora, sobre la organización, políticas de personal, condiciones de contratación y evaluación del desempeño.

Proceso de inducción

- ◊ Presentación del carácter de la Empresa
- ◊ Presentación de la Misión y objetivos de la empresa
- ◊ Características del perfil del puesto a desempeñar
- ◊ Presentar las políticas y manual laboral de la empresa
- ◊ Capacitación general y en enseñanza de sus funciones.

5.5- Desarrollo Del Personal

Adiestramiento y Capacitación

La empresa contara con un total de 10 empleados, de los cuales 3 trabajaran en el área de diseño (1 como responsable de área). Se garantizara el entrenamiento internamente, proporcionado por el gerente de diseño con duración de 2 a 3 días y supervisión continua.

La capacitación se comenzara a brindar, tomando en consideración el interés demostrado por el trabajador en su puesto. Inicialmente los cursos a impartir serán en programas de diseño, calidad y motivación.

05

ORGANIZACION

5.6- Administración De Sueldos Y Salarios

En la administración de sueldos y salarios se tomaron como referencia factores que determinaron el monto final como: capacidad de pago del negocio, costos y el salario mínimo según Acuerdo Ministerial ALTB-01-02-2015 donde están establecidos los salarios mínimos para los diferentes sectores de la economía.

Ítem	Cargo	Salario
1	Gerente General	C\$11,000.00
2	Gerente de Diseño Grafico	C\$10,000.00
3	Gerente de Mercadeo	C\$10,000.00
4	Gerente Administrativo	C\$10,000.00
5	Gerente Financiero	C\$10,000.00
6	Diseñador A	C\$7,500.00
7	Diseñador B	C\$7,500.00
8	Agente de Venta A	C\$6,800.00
9	Recepcionista	C\$4,000.00
10	Cajera	C\$5,000.00
	Total Apagar	C\$81,800.00

05

ORGANIZACION

Cargo	Cantidad de Personal	Sueldo Mensual	INSS Patronal 16% Mensual	INATEC 2% Mensual	Treceavo Mes	Total Salario + Prestaciones
Gerente General	1	C\$11,000.00	C\$1,760.00	C\$220.00	C\$11,000.00	C\$23,981.00
Gerente de Diseño Grafico	1	C\$10,000.00	C\$1,600.00	C\$200.00	C\$10,000.00	C\$21,801.00
Gerente de Mercadeo	1	C\$10,000.00	C\$1,600.00	C\$200.00	C\$10,000.00	C\$21,801.00
Gerente Administrativo	1	C\$10,000.00	C\$1,600.00	C\$200.00	C\$10,000.00	C\$21,801.00
Gerente Financiero	1	C\$10,000.00	C\$1,600.00	C\$200.00	C\$10,000.00	C\$21,801.00
Diseñadores	2	C\$15,000.00	C\$2,400.00	C\$300.00	C\$15,000.00	C\$32,702.00
Agente de Venta	1	C\$6,800.00	C\$1,088.00	C\$136.00	C\$6,800.00	C\$14,825.00
Recepcionista	1	C\$4,000.00	C\$640.00	C\$80.00	C\$4,000.00	C\$8,721.00
Cajera	1	C\$5,000.00	C\$800.00	C\$100.00	C\$5,000.00	C\$10,901.00
Total Mensual	10	C\$81,800.00	C\$13,088.00	C\$1,636.00	C\$81,800.00	C\$178,334.00

Nota: Los salarios del personal de limpieza y seguridad no va incluido en la tabla de salario ya que se prestara los servicios a una empresa con el objetivo de disminuir los costos de la empresa.

5.7- Evaluación Del Desempeño

Es de vital importancia tanto para nuestro negocio como para los colaboradores, conocer cómo se están desempeñando en relación con las expectativas de la organización, diseño y calidad del trabajo dentro de la empresa. Por tal razón se realizará la Evaluación de Desempeño, siguiendo los parámetros a continuación descritos:

- Realizar una evaluación anual al desempeño, como ciclo establecido que incluye un tiempo para definir y establecer metas y objetivos que sean mutuamente aceptables tanto para el subalterno como para el jefe inmediato.
- Se formará una comisión por miembros que conozcan y se relacionen con el trabajo de la persona a evaluar, de los cuales se espera una contribución transparente basada en principios, valores de la organización y estándares de eficiencia y eficacia para cada cargo.
- Los resultados de la evaluación solo podrán ser presentados al empleado por el jefe inmediato quien realizará una entrevista personal con espacio para discutir los resultados.

05

ORGANIZACION

- Los jefes inmediatos tienen el deber de escuchar al empleado si éste presenta suficientes elementos de juicio para argumentar algún cambio en los resultados, los cuales deben considerarse en la documentación final de la evaluación.
- La evaluación anual de desempeño debe consistir tanto en una explicación verbal como en una documentación escrita la cual debe ser firmada por el empleado en señal de aceptación de los resultados y compromiso para asumir los objetivos y metas que surjan del proceso.
- La evaluación anual de desempeño no limita la retroalimentación que se debe proporcionar a los empleados cada cierto tiempo para garantizar que las mejoras se den mediante un proceso ascendente a partir de que los resultados de la evaluación son documentados.

Los formatos de evaluación a utilizar serán los que la administración proporcione los cuales deben ser revisados y actualizados tomando en cuenta los cambios que se produzcan en el contexto interno y tomando elementos del medio externo para enriquecerlos

5.8- Relaciones De Trabajo

Los elementos esenciales de las relaciones de trabajo tienen su finalidad en la equidad de ambas partes ya que esto nos ayuda a tener un mejor desarrollo dentro de las organizaciones y nos permite tener un clima organizacional estable. Los derechos y obligaciones de los empleadores y de los empleados, están regulados en la Ley 185 “Código de Trabajo” con el fin de regular las relaciones de trabajo:

Serán obligaciones del empleador:

- Realizar el Pago del salario en el modo y tiempo convenidos en el contrato de trabajo.
- Cumplir con las medidas de seguridad e higiene ocupacional, para evitar riesgos y accidentes de trabajo.
- Proporcionar los útiles, instrumentos y materiales necesarios y adecuados para realizar el trabajo.
- Respetar la jornada de trabajo, conceder los descansos establecidos y fijar el calendario laboral en un lugar visible del centro de trabajo.
- Establecer y llevar los registros, expedientes laborales y demás documentos en la forma que lo estipula el Ministerio del Trabajo; y certificar a pedido del trabajador el tiempo trabajado, ocupación desempeñada y salario devengado.

05

ORGANIZACION

Serán obligaciones del empleado:

- ◊ Realizar su trabajo en el modo y tiempo convenidos y establecido en el contrato de trabajo.
- ◊ Cumplir con el horario de trabajo, con las órdenes e instrucciones de trabajo de su superior.
- ◊ Ser respetuoso con sus superiores, con sus compañeros de trabajo y clientes del negocio.
- ◊ Salvaguardar los bienes, recursos y materiales del negocio con el debido cuidado, usándolos para los fines con que fueron destinados y restituir los equipos utilizados una vez concluido el trabajo.
- ◊ Asistir a los cursos y otras actividades de capacitación o adiestramiento llevados a cabo por el negocio.
- ◊ Cumplir con las medidas de seguridad para evitar riesgos y accidentes de trabajo.

5.9- Marco Legal De La Organización

Para constituirnos legalmente como empresa, este negocio se establecerá como Sociedad Anónima. Es decir todo el capital se encuentra dividido en acciones, las cuales representan la participación de cada socio en el capital de la compañía. La empresa tiene que ser inscrita en el registro público de la propiedad de bienes inmuebles mercantiles para gozar de una personalidad jurídica.

Los impuestos a pagar para legalizar el negocio son: Matricula en la Alcaldía de Mangua, Licencia de Comercio, Acta Constitutiva, Corte Suprema de Justicia y Registro Público.

Requisitos para Registro Mercantil:

- ◊ Escritura del Acta de Constitución de la sociedad (original y fotocopia certificada).
- ◊ Solicitud de Inscripción como comerciante, en original presentado en papel sellado, firmado y cédula de identidad del representante legal, debe insertar el poder que lo acredita como tal.
- ◊ Presentar Libros Contables de la sociedad (Diario, Mayor y Actas).
- ◊ Poder General de la Administración en original y una copia certificada, más C\$ 30.00 de timbres fiscales.

Aranceles:

- ◊ Inscripción de la Constitución, el 1% sobre el Capital más C\$ 100.00 (Min. C\$ 1,100.00; Máx. C\$ 30,100.00).
- ◊ Solicitud de Comerciante C\$ 300.00.
- ◊ Inscripción de Libros Contables

05

ORGANIZACION

- ◊ Libros de 200 páginas C\$ 100.00 c/u
- ◊ Libros más de 200 páginas C\$ 1.00 cada hoja
- ◊ Inscripción de Poder C\$ 300.00

Dirección General de Ingresos:

Requisitos para el Registro Único del Contribuyente:

- ◊ Fotocopia certificada de Constitución de la sociedad, inscrita en el registro mercantil.
 - ◊ Fotocopia certificado de Poder General de Administración, inscrito en el registro mercantil.
 - ◊ Libros Contables Diario y Mayor, sellados por el Registro Mercantil (si no están sellados presentar fotocopia de minuta de pago en el Registro Mercantil).
 - ◊ Fotocopia de Cédula de identidad del Representante Legal.
 - ◊ Fotocopia de Cédula de identidad de cada socio.
 - ◊ Fotocopia de facturas de servicio públicos (agua, luz, teléfono) para constatar domicilio de cada socio. Si el domicilio no está a su nombre, presentar Declaración Notarial bajo advertencia de las penas de falso testimonio en materia penal y civil.
 - ◊ Fotocopia de Contrato de Arriendo de la empresa, para constatar su domicilio.
 - ◊ Fotocopia de Poder especial y Cédula de Identidad, si se realizará el trámite a través de un gestor, más C\$ 15.00 de timbres fiscales.
- De acuerdo al Arto. 126 del Código Tributario; el contribuyente tiene 34 días después de inscribirse en el Registro Mercantil para solicitar el RUC, una vez transcurrido este término, incurrirá en una multa de C\$ 750.00

Alcaldía Municipal

Requisitos para Matricula Municipal:

- ◊ Fotocopia de la Constitución de la Sociedad, inscrita en el Registro Mercantil.
- ◊ Fotocopia del RUC.
- ◊ Fotocopia Poder General de Administración, inscrito en el registro mercantil.
- ◊ Fotocopia de Cédula de identidad del Representante Legal.
- ◊ Fotocopia de Poder especial y Cédula de Identidad, si se realizará el trámite a través de un gestor con sus respectivos timbres fiscales.

Aranceles:

- ◊ Formato de Solicitud de Matricula C\$ 5.00
- ◊ Matrícula por Capital Menor a C\$ 50,000.00; realizará el pago de C\$ 500.00
- ◊ Matrícula por Capital Mayor a C\$ 50,000.00; realizará el pago del 1% sobre el capital
- ◊ Constancia de Matrícula se pagará el 1% sobre el pago de la Matrícula.
- ◊ Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS)

05

ORGANIZACION

◊ **Requisitos de Inscripción Negocio con Personería Jurídica:** Escritura Constitutiva debidamente inscrita en el registro mercantil, Poder General de Administración a favor del Representante Legal, Cédula de Identidad Ciudadana del Representante legal, RUC, Matrícula de la Alcaldía, Constancia de la DGI, Llenar formulario establecido por el INSS (Cédula de Inscripción y movimiento del Empleador) y Carta solicitud de afiliación.

Obligaciones Laborales Para Contratar Personal

Es necesario tomar en cuenta los siguientes aspectos legales:

INSS: los tramites de afiliación del empleado al Instituto Nicaragüense de Seguridad Social se realizaran en la sucursal norte SELIM SHIBLE, contiguo a Migración y Extranjería los requisitos son: Número de cedula (copia), llenar formato de afiliación INSS.

INATEC: los tramites se realizaran en las oficinas de INATEC frente al centro comercial sumen.

Otros aspectos a considerar son: Vacaciones, aguinaldo y reparto de utilidades.

La asesoría legal se recibirá de un abogado consultor. El contrato deberá de especificar: tiempo de duración, horario de trabajo diario, semanal, sueldos y días de descanso.

Aspectos Legales a Considerar para su Implementación y Duración

- ◊ Inscripción en la Dirección General de Ingresos para obtener el número RUC (Registro único del contribuyente)
- ◊ Inscripción en el registro público de la propiedad y mercantil para establecer la Empresa como un comercio formalmente establecida
- ◊ Inscripción en el INSS e INATEC
- ◊ Registrarse ante la Alcaldía de Managua
- ◊ Inscripción en la corte suprema de justicia
- ◊ Inscripción en el Ministerio de Fomento Industria y Comercio (MIFIC)
- ◊ Inscripción en el Ministerio de Fomento Industria y Comercio (MIFIC)

Requisitos Para Registrar La Marca "Punto Grafico, S.A":

Registro de Propiedad Intelectual, ubicado en el Ministerio de Fomento Industria y Comercio (MIFIC).

El formulario incluye:

- ◊ Nombre y dirección del solicitante.
- ◊ Lugar de constitución de domicilio del solicitante, cuando fuese una persona jurídica.
- ◊ Nombre del representante legal, si es el caso.
- ◊ Nombre y dirección del apoderado en el país, si es el caso.
- ◊ Descripción gráfica de los signos propios de la marca.
- ◊ Lista de productos o servicios para los cuales se desea registrar la marca.
- ◊ Firma del solicitante.

05

ORGANIZACION

Si el solicitante es una persona natural, anexo al formulario, debe añadir fotocopia de cédula. Si viene en representación de una empresa debe traer una carta poder que lo acredite como tal, y en el caso que sea el presidente o miembro de una sociedad debe presentar la Escritura de la Constitución de la misma, en fotocopia y original.

Pasos para Registrar una Marca en Nicaragua

Presentación de Solicitud de Registro de Marca y se realiza ante el Registro de la Propiedad Intelectual.

◉ Examen formal

Lo realiza el Registro de la Propiedad Intelectual, y una vez que se determine que la solicitud cumple con los requisitos establecidos en la ley, se ordenará la publicación de la solicitud presentada, en el Diario Oficial.

◉ Publicación

Se realiza en el Diario Oficial, y tendrá por objeto dar la publicidad requerida a la solicitud de marca presentada. Asimismo, la publicación da inicio al período establecido para presentar oposiciones.

◉ Oposiciones

Podrán presentarse dentro de un plazo de dos meses contados desde la fecha de la publicación, siendo ellas resueltas en primera instancia por el Jefe de la Oficina de Propiedad Industrial. Admitidas las oposiciones, el solicitante de marca tendrá un plazo de dos meses para presentar su contestación a las oposiciones formuladas. En caso que se presenten objeciones por parte del Registro de la Propiedad Intelectual, se concede de igual manera un plazo de dos meses para que el solicitante presente su contestación.

◉ Examen de fondo

Vencido el plazo para formular oposiciones, el Registro examinará si la marca solicitada incurre en alguna de las prohibiciones contempladas en la ley.

◉ Resolución

Finalizado el examen, se notificará al solicitante la resolución que acepta o deniega el registro de marca, la cual deberá ser fundada.

En caso de estimar que se cumplen todos los requisitos establecidos en la ley, se aceptará la marca a registro, y se expedirá el certificado de registro de ella.

Si, en cambio, se concluye que la solicitud de marca incurre en alguna de las prohibiciones señaladas en la ley, será negado el registro, ante lo cual el solicitante dispondrá de un plazo de dos meses para presentar sus alegaciones y descargos.

Si no se presentara contestación, o bien esta no satisficiera los requerimientos del examinador, la solicitud será denegada.

En caso que la marca fuera rechazada, procede el recurso de apelación, el cual será resuelto por el Señor Ministro de Fomento, Industria y Comercio.

◉ Duración del registro

El registro de marca tiene una duración de diez años contados desde la fecha en que es concedido, y puede ser renovado indefinidamente por períodos iguales.

06

PLAN FINANCIERO

6.1- Objetivos Del Área Contable

- Objetivo General

Establecer las cuentas y procedimientos contables que formaran parte del giro de la empresa, para que el registro de cada transacción cumpla con las normas financieras y principios contables, de tal manera que la información financiera sea confiable para una mejor toma de decisiones. A si mismo aportar alternativas de ahorro en cuanto costos y gastos con el fin de alcanzar un mayor rendimiento sobre la inversión.

- Corto Plazo (6 meses a 1 año)

Mantener el control y registro de todas las operaciones realizadas por nuestra empresa “Punto Grafico, S.A”, desde el inicio de sus actividades en base al capital contable inicial, para emitir en cualquier momento la situación financiera y económica a la gerencia general y/o junta directiva, para las tomas de decisiones gerenciales que fuesen necesarias para un mejor desarrollo de la empresa.

- Mediano Plazo (3 años)

Minimizar Costos y Gastos de todas las operaciones que realice nuestra empresa “Punto Grafico, S.A”, con el propósito de que nos proporcione margen de utilidades óptimas que nos permita reinvertir, crecer y mantenernos en el mercado.

- Largo Plazo (5 años)

Presentar los registros contables actualizados con las leyes legales y fiscales del país, logrando ser una empresa rentable que nos permita expandir nuestro mercado para incrementar nuestros ingresos a través de la captación de nuevos clientes.

6.2 Sistema Contable De La Empresa

El proceso contable de nuestra Empresa “Punto Grafico, S.A”, estará a cargo de la Lic. Yamileth Cerda Gutiérrez, quien tendrá asignado un salario mensual de C\$ 10,000.00 y está debidamente capacitado en cuanto al manejo del software contable.

06

PLAN FINANCIERO

6.2.1- Catálogo de Cuentas

Catálogo De Cuentas	
"Punto Grafico, S.A"	
N° Cuenta	Descripción
1000-0000-00	<u>Activos</u>
1100-0000-00	<u>Activos Circulantes</u>
1101-0000-00	Caja
1101-0001-00	Moneda Nacional
1101-0002-00	Moneda Extranjera
1101-0002-01	Dólar
1102-0000-00	Caja Chica
1103-0000-00	Banco
1103-0001-00	Moneda Nacional
1103-0001-01	BANPRO
1103-0002-00	Moneda Extranjera
1103-0002-01	BAC
1104-0000-00	Clientes
1105-0000-00	Documentos por Cobrar
1106-0000-00	Inventarios
1107-0000-00	IVA Acreditable (15%)
1108-0000-00	Adelantos a Proveedores
1109-0000-00	Impuesto Pagados x Anticipado
1200-0000-00	<u>Activos No Corrientes</u>
1201-0000-00	Edificio
1202-0000-00	Equipo de Cómputo
1203-0000-00	Maquinaria y Equipo
1204-0000-00	Mobiliario y Equipo de Oficina
1205-0000-00	Vehículos
1206-0000-00	Depreciación Acumulada
1206-0001-00	Depreciación Acumulada Edificio
1206-0002-00	Depreciación Equipo de Cómputo
1206-0003-00	Depreciación Acumulada Maquinaria y Equipo
1206-0004-00	Depreciación Acumulada Mobiliario y Equipo de Oficina
1206-0005-00	Depreciación Acumulada Vehículos

06

PLAN FINANCIERO

Catálogo De Cuentas	
"Punto Grafico, S.A"	
N° Cuenta	Descripción
1300-0000-00	Otros Activos
1301-0000-00	Gastos de Instalación
1302-0000-00	Gastos de Organización
1303-0000-00	Marcas
1304-0000-00	Patentes
2000-0000-00	Pasivos
2100-0000-00	Pasivos Corrientes
2101-0000-00	Proveedores
2102-0000-00	Documentos por pagar
2103-0000-00	Gastos Acumulados por pagar
2103-0001-00	Inss Patronal
2103-0002-00	Inatec
2104-0000-00	Prestaciones Sociales por pagar
2104-0001-00	Vacaciones
2104-0002-00	Treceavo mes
2104-0003-00	Antigüedad
2104-0004-00	Indemnización
2105-0000-00	Nómina por Pagar
2106-0000-00	IVA por Pagar (15%)
2107-0000-00	Retención por Pagar (2%)
2108-0000-00	Acreedores Diversos por pagar
2109-0000-00	Impuesto por pagar
2200-0000-00	Pasivo No Corrientes
2201-0000-00	Prestamos por Pagar L/P
2201-0001-00	Moneda Nacional
2201-0002-00	Moneda Extranjera
2202-0000-00	Documentos por Pagar L/P
3000-0000-00	Capital Contable
3100-0000-00	Capital Social
3101-0000-00	Aportaciones de los Socios Adicionales
3102-0000-00	Utilidad o Pérdida Acumuladas
3103-0000-00	Utilidad o Pérdida del Ejercicio
3104-0000-00	Pérdidas o Ganancias
3104-0001-00	Cuenta de Cierre

06

PLAN FINANCIERO

Catálogo De Cuentas	
"Punto Grafico, S.A"	
N° Cuenta	Descripción
4000-0000-00	<u>Ingreso</u>
4100-0000-00	<u>Ventas</u>
4100-0001-00	Ventas de Contado
4100-0002-00	Ventas de Crédito
4100-0003-00	Devoluciones Sobre Ventas
4100-0004-00	Descuentos y rebajas sobre Ventas
5000-0000-00	<u>Egresos</u>
5100-0000-00	<u>Costo de venta</u>
5101-0000-00	Materiales y Suministro
5200-0000-00	<u>Gastos de Administración</u>
5200-0001-00	Salarios y Prestaciones Sociales
5200-0002-00	Capacitación al Personal
5200-0003-00	Papelería y Útiles de Oficina
5300-0000-00	Servicios Básicos
5300-0001-00	Energía Eléctrica
5300-0002-00	Agua Potable
5300-0003-00	Teléfonos
5300-0004-00	Internet
5400-0000-00	<u>Gasto de ventas</u>
5400-0001-00	Salarios y Prestaciones Sociales
5400-0002-00	Comisiones sobre ventas
5400-0003-00	Capacitación al Personal
5400-0004-00	Publicidad y propaganda

El catálogo de cuentas de nuestra Empresa "Punto Grafico, S.A", estará elaborado por grupos, cuentas, subcuentas y sub-sub-cuentas, el que se desarrollara de acuerdo a los nuevos requerimientos, actualizaciones y ampliación de nuestras actividades.

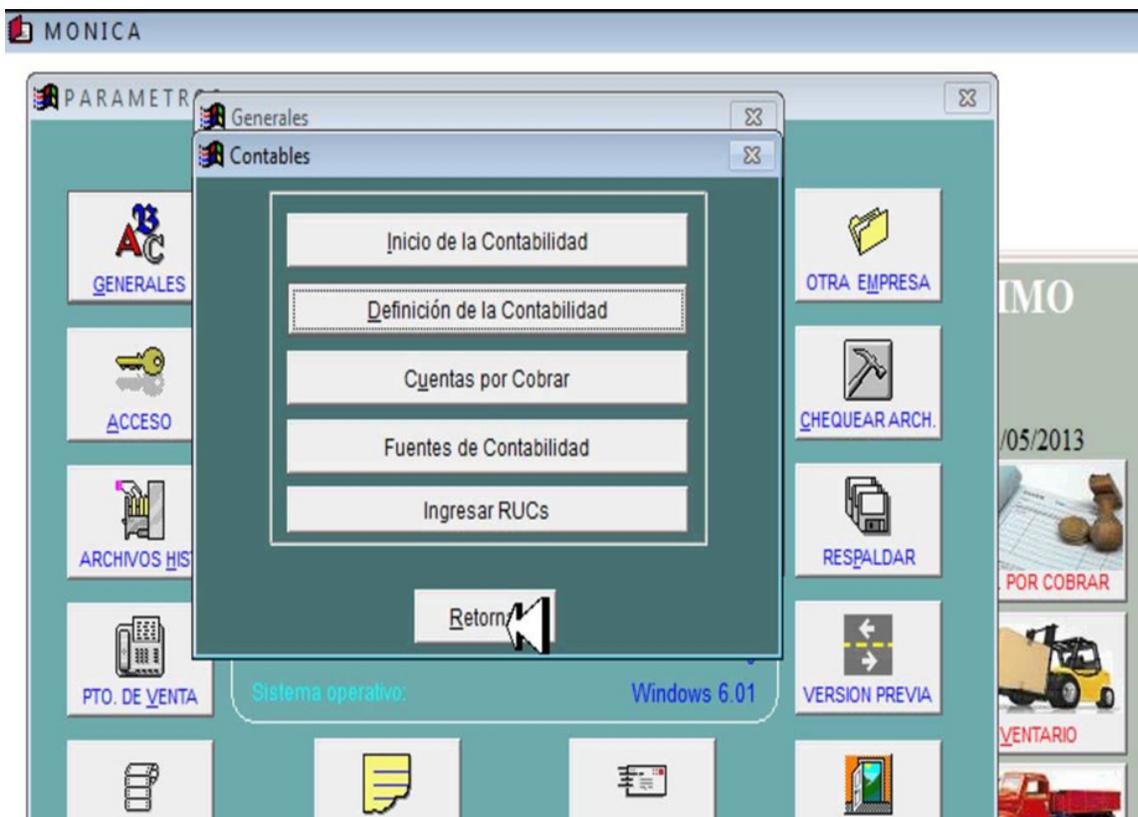
06

PLAN FINANCIERO

6.2.2- Software a Utilizar

Nuestro Software a utilizar es Mónica 8.5, ya que es ideal para pequeños y medianos negocios y tiene un costo favorable de U\$ 200.00; en él se contempla facturación, inventario, cuentas por cobrar, cuentas por pagar, cuentas corrientes, clientes-proveedores, contabilidad entre otros; además porque es fácil de instalar y trabajar por contar con manual completamente en español.

Este programa será complementado con trabajos en las hojas de cálculo a través de marcos de aplicación avanzados y adaptables a nuevas mejoras de acuerdo a las necesidades que se presente. El sistema será utilizado por el responsable de contabilidad, Lic. Yamileth Cerda, y tendrá acceso a la información, el gerente general de nuestra Empresa “Punto Grafico, S.A”.



06

PLAN FINANCIERO

6.3 Flujo De Efectivo

6.3.1 Costos y Gastos

Costos Variables	Costos Fijos
Materia Prima Directa	Salarios Administrativos
Materiales e Insumos Directos	Servicios Básicos
Mano de Obra Directa	Depreciación
	Impuesto
Gastos Variables	Gastos Fijos
Transporte y Distribución	Salarios y Prestaciones Laborales
	Servicios Básicos
	Depreciación
	Publicidad y Promoción
	Papelería y Útiles de Oficinas
	Vigilancia y Conserje

6.3.2 Capital Social

El capital social de nuestra empresa está representado por aportación de los tres (03) socios fundadores, el que alcanza el monto de C\$ 300,000.00 en efectivo, los cuales serán en una cuenta corriente que “Punto Grafico, S.A.” abrirá en el Sistema Financiero Nacional (SFN) al momento del inicio del proyecto, dado que la naturaleza del negocio y la aportación es en efectivo y el estudio de factibilidad y rentabilidad, no implicaría el endeudamiento dentro del sistema financiero para el inicio de operaciones de nuestra firma a corto y mediano plazo.

Integración Del Capital Social		
Participantes	Capital	Acciones
Juan Víctor Salas	100,000.00	33%
Jefferson Leiva	100,000.00	33%
Noel Calderon	100,000.00	33%
Total	C\$ 300,000.00	100%

06

PLAN FINANCIERO

Capital Fijo y Vida Útil

Descripción	Vida Útil
Escritorio	5 años
Computadora	5 años
Fotocopiadora Multifuncional	5 años
Asientos	5 años
Archivador	5 años
Teléfono	5 años

6.3.3 créditos

No se espera en incurrir en financiamientos, a corto plazo, pero al momento de cualquier imprevisto se solicitara nuevos aportes de capital en efectivo, ya que se encuentra establecido que el negocio no estará en riesgo dentro del sistema financiero nacional.

6.3.4 Entradas

Entrada de Aportaciones de los Socios

Concepto	Entradas Julio 2015
Ingresos por Ventas	0.00
Ingresos Financieros	0.00
Efectivo en Caja y Banco Aportaciones de los Socios	300,000.00
Total	C\$ 300,000.00

06

PLAN FINANCIERO

Entradas por Ingreso de Ventas Ingresos proyectados a recibirse:

Periodo/Año	Servicios Brindados	Cantidad de Servicios	Precio C\$	Total de ingreso mensual	Total de ingreso anual
1	Diseño gráfico e impresión, Impresión en general Y Fotocopiado de documentos	4950	C\$200.00	C\$990,000.00	C\$11880,000.00
2		6435	C\$200.00	C\$1287,000.00	C\$15444,000.00
3		8365	C\$200.00	C\$1673,000.00	C\$20076,000.00
4		10875	C\$200.00	C\$2175,000.00	C\$26100,000.00
5		14138	C\$200.00	C\$2827,600.00	C\$33931,200.00
		Total		C\$8952,600.00	C\$107431,200.00

Las políticas de ventas se realizarán por nuestro personal de ventas altamente calificado para que nuestros clientes tengan la confianza de obtener nuestros servicios.

6.3.5 Salidas

Egresos Proyectados Para El Mes De Julio 2015	Monto C\$
Compra de Equipos de Instalación y útiles de oficina	259,308.00
Remodelación de las Instalaciones	40,692.00
Compra de Útiles de limpieza	1,365.00
Materia Prima Directa	66,390.00
Combustible de Transporte	1,200.00
Vigilante y Conserje	16,000.00
Publicidad y propaganda	8,400.00
Matricula	1,200.00
Gestiones inscripciones negocios	2,500.00
TOTALES	<u>397,055.00</u>

06

PLAN FINANCIERO

Salidas

Egresos Proyectados Para Los Meses Del Año 2016	Monto C\$
Materia Prima Directa	66,390.00
Combustible de Transporte	1,200.00
INSS Patronal	13,088.00
INATEC	1,636.00
DGI	18,000.00
ALMA	18,000.00
Agua Potable	200
Energía Eléctrica	500
Teléfonos	230
Internet	1,100.00
Salarios Administrativos	81,800.00
Prestaciones Sociales	81,800.00
Papelería y útiles de oficinas	6,000.00
Publicidad y propaganda	8,400.00
Suministro de Limpieza	1,365.00
Totales	<u>299,709.00</u>

"PUNTO GRAFICO, S.A."						
PROYECCION DE FLUJO DE EFECTIVO						
Concepto	0	1	2	3	4	5
			30%	30%	30%	50%
SALDO INICIAL INICIAL	C\$ 300,000.00	C\$ -	C\$ 10562,511.00	C\$ 24293,775.30	C\$ 42143,218.89	C\$ 65348,695.56
INGRESO						
Ventas	C\$ -	C\$ 11880,000.00	C\$ 15444,000.00	C\$ 20076,000.00	C\$ 26100,000.00	C\$ 33931,200.00
Total Ingreso	C\$ 300,000.00	C\$ 11880,000.00	C\$ 26006,511.00	C\$ 44369,775.30	C\$ 68243,218.89	C\$ 99279,895.56
EGRESO						
Remodelacion de las Instalaciones	C\$ 40,692.00					
Compra de Equipos Instalados y Materiales de Oficina	C\$ 259,308.00					
Gastos Operacionales						
Gastos de Venta						
Material Prima		C\$ 132,780.00	C\$ 172,614.00	C\$ 224,398.20	C\$ 291,717.66	C\$ 437,576.49
Agua Potable		C\$ 1,200.00	C\$ 1,560.00	C\$ 2,028.00	C\$ 2,636.40	C\$ 3,954.60
Energia Electrica		C\$ 3,000.00	C\$ 3,900.00	C\$ 5,070.00	C\$ 6,591.00	C\$ 9,886.50
Compra de Utiles de limpieza		C\$ 4,095.00	C\$ 5,323.50	C\$ 6,920.55	C\$ 8,996.72	C\$ 13,495.07
Combustible de Transporte		C\$ 7,200.00	C\$ 9,360.00	C\$ 12,168.00	C\$ 15,818.40	C\$ 23,727.60
Publicidad y Propaganda		C\$ 16,800.00	C\$ 21,840.00	C\$ 28,392.00	C\$ 36,909.60	C\$ 55,364.40
Gastos Administrativos						
Compra de Utiles de limpieza		C\$ 4,095.00	C\$ 5,323.50	C\$ 6,920.55	C\$ 8,996.72	C\$ 13,495.07
Papeleria y utiles de oficina		C\$ 12,000.00	C\$ 15,600.00	C\$ 20,280.00	C\$ 26,384.00	C\$ 39,546.00
Combustible de Transporte		C\$ 7,200.00	C\$ 9,360.00	C\$ 12,168.00	C\$ 15,818.40	C\$ 23,727.60
INSS Patronal		C\$ 78,528.00	C\$ 102,086.40	C\$ 132,712.32	C\$ 172,526.02	C\$ 258,789.02
INATEC		C\$ 9,816.00	C\$ 12,760.80	C\$ 16,589.04	C\$ 21,565.75	C\$ 32,348.63
DGI		C\$ 18,000.00	C\$ 23,400.00	C\$ 30,420.00	C\$ 39,546.00	C\$ 59,319.00
ALMA		C\$ 18,000.00	C\$ 23,400.00	C\$ 30,420.00	C\$ 39,546.00	C\$ 59,319.00
Agua Potable		C\$ 1,200.00	C\$ 1,560.00	C\$ 2,028.00	C\$ 2,636.40	C\$ 3,954.60
Energia Electrica		C\$ 3,000.00	C\$ 3,900.00	C\$ 5,070.00	C\$ 6,591.00	C\$ 9,886.50
Telefonos		C\$ 2,760.00	C\$ 3,588.00	C\$ 4,664.40	C\$ 6,063.72	C\$ 9,095.58
Internet		C\$ 6,600.00	C\$ 8,580.00	C\$ 11,154.00	C\$ 14,500.20	C\$ 21,750.30
Salarios Administrativos		C\$ 490,800.00	C\$ 638,040.00	C\$ 829,452.00	C\$ 1078,287.60	C\$ 1617,431.40
Prestaciones Sociales		C\$ 490,800.00	C\$ 638,040.00	C\$ 829,452.00	C\$ 1078,287.60	C\$ 1617,431.40
Depreciacion de Equipo		C\$ 5,915.00	C\$ 7,689.50	C\$ 9,996.35	C\$ 12,995.26	C\$ 19,492.88
Otros Gastos (Matricula e inscripcion de Negocio)		C\$ 3,700.00	C\$ 4,810.00	C\$ 6,253.00	C\$ 8,128.90	C\$ 12,193.35
Total de Egreso	C\$ 300,000.00	C\$ 1317,489.00	C\$ 1712,735.70	C\$ 2226,556.41	C\$ 2894,523.33	C\$ 4341,785.00
Flujo Neto	C\$ -	C\$ 10562,511.00	C\$ 24293,775.30	C\$ 42143,218.89	C\$ 65348,695.56	C\$ 94938,110.56

06

PLAN FINANCIERO

6.4.1 Estado de Resultado

Punto Grafico, S.A.					
Estado de Resultado Proyectado					
01 de Julio del 2020					
Concepto	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ventas	C\$ 11880,000.00	C\$ 15444,000.00	C\$ 20076,000.00	C\$ 26100,000.00	C\$ 33931,200.00
Gastos de Ventas					
Materia Prima Directa	C\$ 132,780.00	C\$ 172,614.00	C\$ 224,398.20	C\$ 291,717.66	C\$ 437,576.49
Combustible de Transporte	C\$ 1,200.00	C\$ 1,560.00	C\$ 2,028.00	C\$ 2,636.40	C\$ 3,954.60
Agua Potable	C\$ 3,000.00	C\$ 3,900.00	C\$ 5,070.00	C\$ 6,591.00	C\$ 9,886.50
Energía Eléctrica	C\$ 4,095.00	C\$ 5,323.50	C\$ 6,920.55	C\$ 8,996.72	C\$ 13,495.07
Compra de útiles de limpieza	C\$ 7,200.00	C\$ 9,360.00	C\$ 12,168.00	C\$ 15,818.40	C\$ 23,727.60
Publicidad y Propaganda	C\$ 16,800.00	C\$ 21,840.00	C\$ 28,392.00	C\$ 36,909.60	C\$ 55,364.40
Gastos Administrativos					
Compra de útiles de limpieza	C\$ 4,095.00	C\$ 5,323.50	C\$ 6,920.55	C\$ 8,996.72	C\$ 13,495.07
Papelería y útiles de oficina	C\$ 12,000.00	C\$ 15,600.00	C\$ 20,280.00	C\$ 26,364.00	C\$ 39,546.00
Combustible de Transporte	C\$ 7,200.00	C\$ 9,360.00	C\$ 12,168.00	C\$ 15,818.40	C\$ 23,727.60
INSS Patronal	C\$ 78,528.00	C\$ 102,086.40	C\$ 132,712.32	C\$ 172,526.02	C\$ 258,789.02
INATEC	C\$ 9,816.00	C\$ 12,760.80	C\$ 16,589.04	C\$ 21,565.75	C\$ 32,348.63
DGI	C\$ 18,000.00	C\$ 23,400.00	C\$ 30,420.00	C\$ 39,546.00	C\$ 59,319.00
ALMA	C\$ 18,000.00	C\$ 23,400.00	C\$ 30,420.00	C\$ 39,546.00	C\$ 59,319.00
Agua Potable	C\$ 1,200.00	C\$ 1,560.00	C\$ 2,028.00	C\$ 2,636.40	C\$ 3,954.60
Energía Eléctrica	C\$ 3,000.00	C\$ 3,900.00	C\$ 5,070.00	C\$ 6,591.00	C\$ 9,886.50
Telefonos	C\$ 2,760.00	C\$ 3,588.00	C\$ 4,664.40	C\$ 6,063.72	C\$ 9,095.58
Internet	C\$ 6,600.00	C\$ 8,580.00	C\$ 11,154.00	C\$ 14,500.20	C\$ 21,750.30
Salarios Administrativos	C\$ 490,800.00	C\$ 638,040.00	C\$ 829,452.00	C\$ 1078,287.60	C\$ 1617,431.40
Prestaciones Sociales	C\$ 490,800.00	C\$ 638,040.00	C\$ 829,452.00	C\$ 1078,287.60	C\$ 1617,431.40
Depreciación de Equipo	C\$ 5,915.00	C\$ 7,689.50	C\$ 9,996.35	C\$ 12,995.26	C\$ 19,492.88
Otros Gastos (Matricula e inscripcion Negocio)	C\$ 3,700.00	C\$ 4,810.00	C\$ 6,253.00	C\$ 8,128.90	C\$ 12,193.35
Utilidad antes del IR	C\$ 1317,489.00	C\$ 1712,735.70	C\$ 2226,556.41	C\$ 2894,523.33	C\$ 4341,785.00
IR 30%	C\$ 395,246.70	C\$ 513,820.71	C\$ 667,966.92	C\$ 868,357.00	C\$ 1302,535.50
Utilidad Neta	C\$ 922,242.30	C\$ 1198,914.99	C\$ 1558,589.49	C\$ 2026,166.33	C\$ 3039,249.50

06

PLAN FINANCIERO

6.4.2 Balance General

PUNTO GRAFICO, S.A.						
BALANCE GENERAL						
ACTIVO	AÑOS PROYECTADOS					
	0	1	2	3	4	5
Activo Circulante						
Efectivo Caja y Banco	C\$ -	C\$ 11880,000.00	C\$ 15444,000.00	C\$ 20076,000.00	C\$ 26100,000.00	C\$ 33931,200.00
Inventario	C\$ -	C\$ 70,300.00	C\$ 91,390.00	C\$ 118,807.00	C\$ 154,449.10	C\$ 200,783.83
Total de Activo Circulante	C\$ -	C\$ 11950,300.00	C\$ 15535,390.00	C\$ 20194,807.00	C\$ 26254,449.10	C\$ 34131,983.83
Activo No Corrientes						
Compra de Equipos Instalados y Materiales de Oficina	C\$ 259,308.00	C\$ 4,095.00	C\$ 5,323.50	C\$ 6,920.55	C\$ 8,996.72	C\$ 11,695.73
Remodelacion	C\$ 40,692.00	C\$ 10,000.00				
Depreciacion acumulada		C\$ 5,915.00	C\$ 7,689.50	C\$ 9,996.35	C\$ 12,995.26	C\$ 16,893.83
Total de Activo no Corrientes	C\$ 300,000.00	C\$ 20,010.00	C\$ 23,013.00	C\$ 26,916.90	C\$ 31,991.97	C\$ 38,589.56
TOTAL DE ACTIVOS	C\$ 300,000.00	C\$ 11970,310.00	C\$ 15558,403.00	C\$ 20221,723.90	C\$ 26286,441.07	C\$ 34170,573.39
PASIVOS						
Pasivo Circulante						
Proveedores		C\$ 796,680.00	C\$ 956,016.00	C\$ 1147,219.20	C\$ 1376,663.04	C\$ 1651,995.65
IR 30% por pagar		C\$ 395,246.70	C\$ 513,820.71	C\$ 667,966.92	C\$ 868,357.00	C\$ 1302,535.50
Nomina por pagar		C\$ 490,800.00	C\$ 638,040.00	C\$ 829,452.00	C\$ 1078,287.60	C\$ 1401,773.88
Prestaciones por pagar		C\$ 490,800.00	C\$ 638,040.00	C\$ 829,452.00	C\$ 1078,287.60	C\$ 1401,773.88
Alma por pagar		C\$ 18,000.00	C\$ 23,400.00	C\$ 30,420.00	C\$ 39,546.00	C\$ 51,409.80
DGI por pagar		C\$ 18,000.00	C\$ 23,400.00	C\$ 30,420.00	C\$ 39,546.00	C\$ 51,409.80
Total de pasivo circulante		C\$ 2209,526.70	C\$ 2792,716.71	C\$ 3534,930.12	C\$ 4480,687.24	C\$ 5860,898.51
TOTAL PASIVOS		C\$ 2209,526.70	C\$ 2792,716.71	C\$ 3534,930.12	C\$ 4480,687.24	C\$ 5860,898.51
CAPITAL CONTABLE	C\$ 300,000.00	C\$ 300,000.00	C\$ 300,000.00	C\$ 300,000.00	C\$ 300,000.00	C\$ 300,000.00
Patrimonio						
Utilidades Acumuladas						
Utilidad del ejercicio		C\$ 9760,783.30	C\$ 12765,686.29	C\$ 16686,793.78	C\$ 21805,753.83	C\$ 28309,674.88
TOTAL CAPITAL CONTABLE	C\$ 300,000.00	C\$ 9760,783.30	C\$ 13065,686.29	C\$ 16686,793.78	C\$ 21805,753.83	C\$ 28309,674.88
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	C\$ 300,000.00	C\$ 11970,310.00	C\$ 15558,403.00	C\$ 20221,723.90	C\$ 26286,441.07	C\$ 34170,573.39
Elaborado Por:		Revisado Por:		Autorizado Por:		

06

PLAN FINANCIERO

Indicadores Financieros

- Punto de Equilibrio

Punto De Equilibrio

Análisis De Contribución Marginal En Términos De Ingresos Y Servicios Brindados
“PUNTO GRAFICO, S.A”

Análisis De Contribución Marginal En Términos De Ingresos

- Contribución Marginal

Servicios Brindados	Ingresos Mensuales	Costos Mensuales	Contribución marginal	
			Importe	%
Diseño gráfico e impresión, Impresión en general Y Fotocopiado de documentos	C\$ 990,000.00	C\$ 397,055.00	592,945.00	0.5
Total	C\$990,000.00	C\$ 397,055.00	592,945.00	0.5

Costos Fijos del Periodo Mensual= 299,709.00

- Razón Promedio de Contribución Marginal

% CM= Contribución Marginal Total

Ingresos Totales

% CM= $\frac{592,945.00}{990,000.00}$

% CM= 0.59

- Punto de Equilibrio Global en Términos de Ingresos

PE= $\frac{CF}{\% CM}$

PE= $\frac{299,709.00}{0.50}$

PE= C\$ 599,418.00

Análisis De Contribución Marginal En Términos De Unidades

CMU= Contribución Marginal Total

Unidades de Venta

CMU= $\frac{592,945.00}{4,950}$

CMU= 119.78

06

PLAN FINANCIERO

Punto de Equilibrio Global en Términos de Unidades

PE= CF

CMU

E= 299,709.00

119.78

PE= 2,502 Servicios Brindados

Valor Presente Neto

Valor Presente Neto				
INVERSION	AÑO	TASA	FIVP	VP
C\$ (300,000.00)				
C\$ 1317,489.00	1	10%	0.90909	1197,717.39
C\$ 1712,735.70	2	10%	0.82645	1415,483.57
C\$ 2226,556.41	3	10%	0.75132	1672,845.23
C\$ 2894,523.33	4	10%	0.68301	1976,997.07
C\$ 4341,785.00	5	10%	0.62092	2695,905.48
Σ				8958,948.74
Inversión (-)				300,000.00
VPN				8658,948.74

Tasa Interna de Retorno

Tasa Interna De Retorno	
Inversión Inicial	C\$ 300,000.00
Año 1	C\$ 1317,489.00
Año 2	C\$ 1712,735.70
Año 3	C\$ 2226,556.41
Año 4	C\$ 2894,523.33
Año 5	C\$ 4341,785.00
TIR	42%

06

PLAN FINANCIERO

Supuestos Utilizados En Las Proyecciones Financieras

- Indicadores financieros

Principales indicadores financieros de la empresa "Punto Grafico, S.A" evaluado para el primer año de operación.

PRUEBA DE LIQUIDEZ:	
Activo Circulante / Pasivo Circulante	C\$ 11,950,300 / C\$ 2,209,526.7= 5.41
PRUEBA ÁCIDA:	
(Activo Circulante – Inventario)/ Pasivo Circulante	(C\$ 11,950,300 – C\$70,300.00) / C\$ 2,209,526.7= 5.37
CAPITAL DE TRABAJO	
Activos totales – Pasivos	C\$ 11,970,310– C\$2,209,526.7x = C\$ 9,760,783.3
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO:	
Pasivos/ Activos	C\$11,970,310/ C\$2,209,526.7= 5.41
Capital Total / Activos	C\$1,222,242.3 / C\$2,209,526.7= 0.55
RAZONES DE EFICIENCIA Y OPERACIÓN	
ROTACIÓN DE ACTIVO TOTAL:	
Ventas Netas / Activo Total	C\$11,880,000.00 / C\$11,970,310=0.99
RENTABILIDAD / VENTAS:	
(Utilidad Neta / Ventas) * 100	(C\$922,242.3/ C\$11,880,000.00) * 100= 7.76%
(Utilidad de Operación / Ventas) * 100	(C\$1,222,242.3/ C\$11,880,000.00) * 100 =10.28%
RENTABILIDAD SOBRE ACTIVO TOTAL:	
(Utilidad Neta / Activo) * 100	(C\$922,242.3/ C\$11,970,310)* 100 =7.70%
RENTABILIDAD SOBRE CAPITAL:	
(Utilidad neta / Capital) * 100	(C\$922,242.3/ C\$1,222,242.3) * 100= 75.45%

06

PLAN FINANCIERO

Interpretación de las Razones Financieras:

- ◉ Las pruebas de liquidez y prueba acida nos indican que la Empresa contara con suficiente capacidad para garantizar sus pasivos de corto plazo.
- ◉ Se estima una rotación de activo total de 0.99, esto nos indica que las ventas netas triplicaran el valor de los activos totales para finalizar el primer año.
- ◉ La rentabilidad calculada en base a los diferentes indicadores muestran una rentabilidad neta sobre ventas de un 7.76%, sobre capital de 75.45% y de 7.70% sobre los activos, es decir un margen de rentabilidad aceptable que nos permitiría reinvertir en el negocio.

6.7- Sistema De Financiamiento

Supuestos Utilizados En Las Proyecciones Financieros

◉ Inflación

“Punto Grafico, S.A” al realizar las proyecciones financieras se enfocó en la inflación, ya que somos una empresa que producimos y comercializamos servicios. Unos de los factores que nos perjudicaría es el alza de precio de Materia Prima y Combustible.

◉ Tendencias Económicas

El establecimiento de precio de nuestros servicios fue influencia por las tendencias económicas ya que en nuestro país existe un gran índice de desempleo. “Punto Grafico, S.A” será comercializado a precios accesibles siendo competitivo con otras empresas con el propósito de tener una alta demanda de nuestro servicio.

◉ Tendencias Sociales

Las tendencias sociales es un componente importante para nuestra empresa ya que es el que despierta el interés de la demanda de nuestro servicio y este nos promueve oportunidades para seguir en el mercado competitivo.

◉ Tendencias Políticas

Las tendencias políticas influyo en las proyecciones financieras ya que debemos de estar constantemente actualizados por las leyes establecidas por el gobierno para el pago de los salarios y prestaciones laborales de acuerdo a nuestro sector económico secundario a la vez los impuestos de la DGI y AIMA (Alcaldía de Managua).

07

CONCLUSIONES

“Punto Grafico, S.A”, se dedicara al diseño e impresión, fotocopiado de documentos, venta de suministros de papel al detalle, siempre trasmitiendo los controles de calidad en el servicio que brindaremos; para que los resultados finales del diseño cumplan con todas las expectativas de las necesidades del consumidor, brindando a su vez asesoramiento de mejoras y tipo de material que pueden utilizar en la impresión de lo que están solicitando a un costo módico donde el cliente se pueda sentirse satisfecho.

Nuestra empresa contara con programas de diseño como ilustrador, Photoshop, inDesign y corel Draw, los cuales son básicos para brindar un excelente servicio a los clientes a si mismo todos los programas adicionales del diseño gráfico, brindando una atención personalizada con un alto grado de eficiencia, para que nuestros mismos clientes sean los portadores de comunicar nuestro buen servicio a futuros potenciales consumidores.

Se analizó el estudio de mercado brindado excelentes resultados, demostrando que tenemos oportunidad para posicionarnos en el mercado, implementando nuevas estrategias de ventas.

A su vez en el estudio financiero demostró que seremos una empresa factible con muchas oportunidades.

08

RECOMENDACIONES

Este proyecto es rentable de acuerdo a nuestros estados financieros proyectados, por lo cual se recomienda a futuros inversionistas que tenga interés en el proyecto a echar andar el plan de negocio que denominaremos “Punto Grafico, S.A”

09

ANEXOS

1. **Quiénes somos?**

Somos un grupo estudiantil que pretende implementar todos nuestros conocimientos que hemos adquiridos en el transcurso de la carrera, constituyendo una empresa que podamos desarrollar con todas las técnicas adquiridas, la cual pueda alcanzar éxito en el mercado de la competencia actual.

2. **Con qué contamos?**

Contamos con todas las herramientas técnicas para formar una empresa y ante toda nuestro empeño y motivación para que sea exitosa en el mercado laboral.

3. **Qué podemos ofrecer?**

A demás de ofrecer un excelente servicio en el mercado, ofrecemos los trabajos con material de calidad e innovación en los diseños, siendo los únicos en el mercado.

4. **A quiénes se lo podemos ofrecer?**

Este servicio está dirigido a personas naturales, pequeñas empresas y todo aquel que demande este tipo de servicio.

5. **¿Quién te ayuda?**

Nosotros como grupo, somos uno solo, motivándonos cada día, distribuyendo nuestras partes, para que el desarrollo del trabajo sea rápido y eficiente.

6. **¿Qué haces?**

Cada uno de nosotros la labor diaria está dirigida a la atención a clientes, a brindarles un buen servicio en cada cargo que desempeñamos.

7. **¿Qué ayuda ofreces?**

En brindarles una buena atención al cliente, estamos dando una buena imagen a la empresa y que el cliente este satisfecho del servicio que se les brinda.

8. **¿Cómo te conocen y qué medios utilizas?**

El medio más eficaz para que el mercado te conozca es brindando un excelente servicio, debido que un cliente satisfecho va ser el encargado de dar a conocer a otros la excelente atención que brindamos. Dando el medio eficaz que es el personalizado.

9. **¿Qué obtienes?**

Lo más valioso que se puede obtener es la imagen de calidad ante el mercado, debido que será una empresa de prestigio, brindando un excelente servicio.

09

ANEXOS

10. Qué das?

Ante todo se tiene que tener un buen plan de trabajo, el que te permita organizar tu tiempo y dinero, cumpliendo con los horarios laborales para obtener resultados positivos en nuestra empresa. Cumpliendo con las metas y objetivos propuestos y definidas en la empresa.

ANEXO 2 ENCUESTA

El objetivo de la encuesta es determinar el porcentaje de consumo de los productos gráficos demandado en el mercado y reconocer los clientes potenciales:

Nombre de la Persona: _____

Empresa de Trabajo: _____

Cargo que desempeña: _____

Oferta y demanda:

1. ¿Cuáles de los siguientes Servicios su empresa frecuenta demandar?
Marque la casilla correspondiente con una X.

Brochures	Afiches	T. Presentación	Flyers	Carnet PVC
Papelería en General		Stickers	Logotipo	
Edición de Imágenes /Rotulación Comercial				

2. ¿Con cuanta frecuencia requiere de estos servicios? Marque la casilla correspondiente con una X.

Semanal Mensual Semestral Anual

3. ¿Con cuántos proveedores de servicios cuenta usted cuando requiere de productos gráficos?

Marque la casilla correspondiente con una X.

Un proveedor

Dos proveedores

Tres o más proveedores

Precios:

1. ¿El precio que usted paga actualmente a su proveedor de servicios gráficos es satisfactorio?

Marque la casilla correspondiente con una X.

Sí No

¿Por qué? _____

09

ANEXOS

Promoción:

1. ¿Cómo se dio cuenta de la existencia del negocio con el que actualmente trabaja? Marque la casilla correspondiente con una X.

Publicidad del negocio Ejecutivo de ventas Páginas amarillas Otro

2. ¿Usted es beneficiado con alguna promoción por parte del negocio con el que trabaja?

Marque la casilla correspondiente con una X.

Si No Indique cuál: _____

Satisfacción:

1. ¿Con que negocio(s) trabaja actualmente? _____
¿Desde hace cuánto tiempo? _____

2. ¿Cómo es la atención que le brindan en este negocio?

Marque la casilla correspondiente con una X.

Excelente Muy buena Buena Regular Mala Muy mala

3. Clasifica del 1-6 según tu prioridad, Marque un número por cada opción:

Buena atención _____

Entrega en tiempo y forma _____

Buen Precio _____

Atención inmediata _____

4. ¿Si hubiera una empresa que le brindara mejores beneficios en los servicios que usted demanda se cambiaría de proveedor? Marque la casilla correspondiente con una X.

Sí

No

“Muchas gracias por su participación”

OFERTA Y DEMANDA(Cuadro N°1)

Pregunta No.1 ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES SERVICIOS ES MAS SOLICITADO?								
a. Brochures	b. Afiches	c. Presentación	d. Flyers	e. Carnet PVC	f. Papelería en General	g. Stickers	h. Logotipo	TOTAL
34	32	2	1	7	35	6	3	120
28%	27%	2%	1%	6%	29%	5%	3%	100%

Pregunta No.2. CON CUANTA FRECUENCIA REQUIERE ESTOS SERVICIOS				
a. Semanal	b. Mensual	c. Semestral	d. Anual	TOTAL
78	18	15	9	120
65%	15%	13%	8%	100%

Pregunta No.3. CON CUANTOS PROVEEDORES REALIZA EL SERVICIO			
a. Un proveedor	b. Dos Proveedores	c. Tres o mas proveedores	TOTAL
50	64	6	120
42%	53%	5%	100%

PRECIOS(Cuadro N°2)

a. Si	b. No	TOTAL
48	72	120
40%	60%	100%

PROMOCION(Cuadro N°3)

Pregunta No. 1. COMO SE DIO CUENTA DEL NEGOCIO CON EL QUE ACTUALMENTE TRABAJA				
a. Publicidad del negocio	b. Ejecutivo de Venta	c. Paginas Amarillas	Otros	TOTAL
87	12	21	0	120
73%	10%	18%	0	100%

Pregunta No. 2. ES BENEFICIARIO CON ALGUNA PROMOCION		
a. Si	b. No	TOTAL
11	109	120
9%	91%	100%

SASTIFACCION(Cuadro N°4)

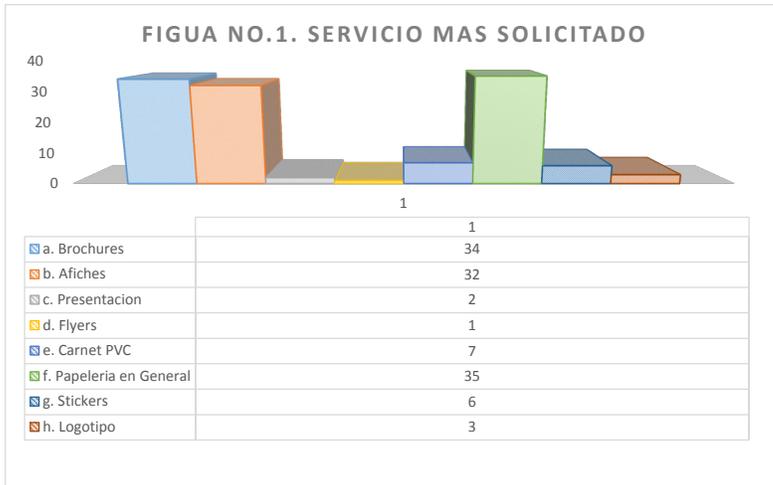
Pregunta No. 1. NEGOCIO CON EL QUE TRABAJA ACTUALMENTE				
a. LUMICENTRO	b. PBS	c. HUELLAS PUBLICIDAD	d. CMYK	Total
57	78	32	29	196
29%	40%	16%	15%	100%

Pregunta No. 1.1 .DESDE HACE CUANTO TIEMPO TRABAJA CON ESTAS EMPRESAS					
Años	a. LUMICENTRO	b. PBS	c. HUELLAS PUBLICIDAD	d. CMYK	TOTAL
1/2	30	19	13	19	81
1	27	22	11	10	70
2	0	37	8	0	45
TOTAL	57	78	32	29	196

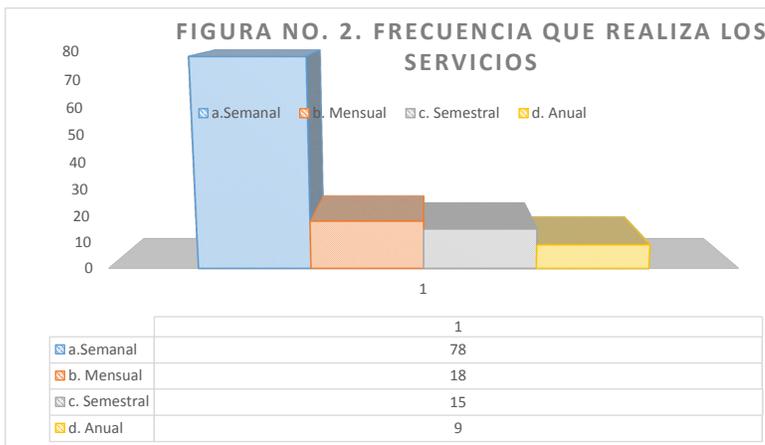
Pregunta No. 2.COMO ES LA ATENCION QUE BRINDA EL NEGOCIO						
a. Excelente	b. Muy buena	c. Buena	d. Regular	e. Mala	f. Muy Mala	TOTAL
8	12	47	51	2	0	120
7%	10%	39%	43%	2%	0%	100%

Pregunta No. 3. CLASIFIQUE DEL 1-6 SEGÚN SU PRIORIDAD					
Categoría	Buena Atención	Entrega en tiempo y forma	Buen Precio	Atención Inmediata	TOTAL
1	38			13	51
2	43	3	2	27	75
3	17	9	5	48	79
4	7	6	8	11	32
5	4	15	48	13	80
6	11	87	57	8	163
TOTAL	120	120	120	120	480

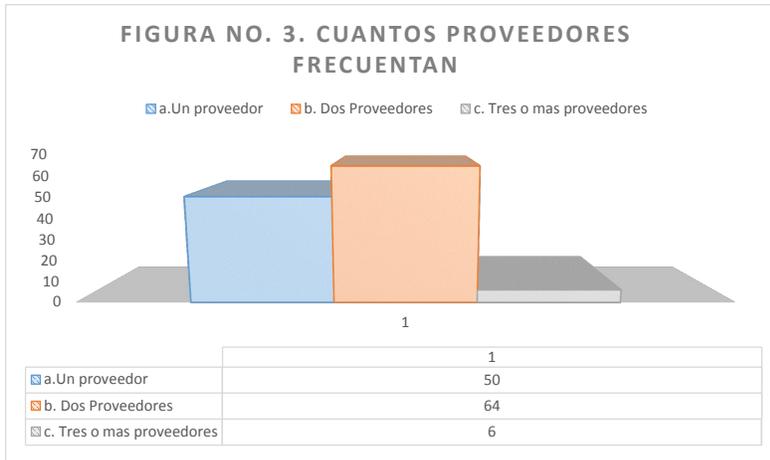
Pregunta No. 4. SI HUBIERA UNA EMPRESA QUE LE BRINDARA MEJORES BENEFICIOS SE CAMBIARIA DE PROVEEDOR		
a. Si	b. No	TOTAL
97	23	120
81%	19%	100%



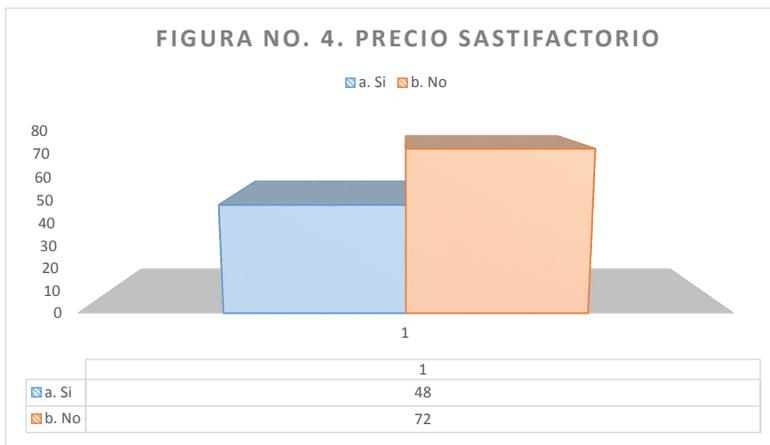
“Punto Grafico, S.A”, realizo encuesta a un total de 120 estudiantes de las universidades aledañas a nuestra empresa del sector de la UNAN del distrito I del departamento de Managua, de las cuales los servicios que más frecuentemente demandan son los siguientes: Papelería en general con un 29% (35 personas), Brochures con un 28% (34 personas), afiches con un 27% (32 personas), carnet PVC con un 6% (07 personas), stickers con un 5% (06 personas), logotipo con un 3% (03 personas) y presentación con un 2% (02 personas).



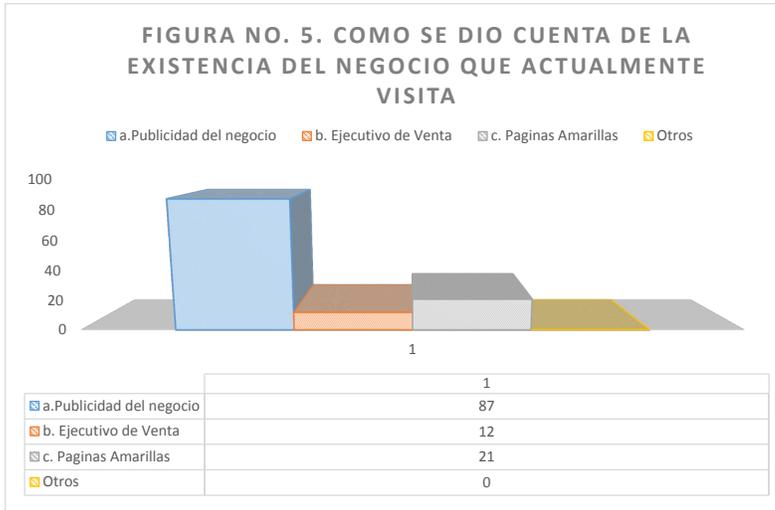
El 65% (78 personas) de nuestros encuestados requieren de estos servicios semanalmente, el 15% (18 personas) mensualmente, el 13% (15 personas) semestralmente, mientras que el 8% (9 personas) lo solicitan anualmente.



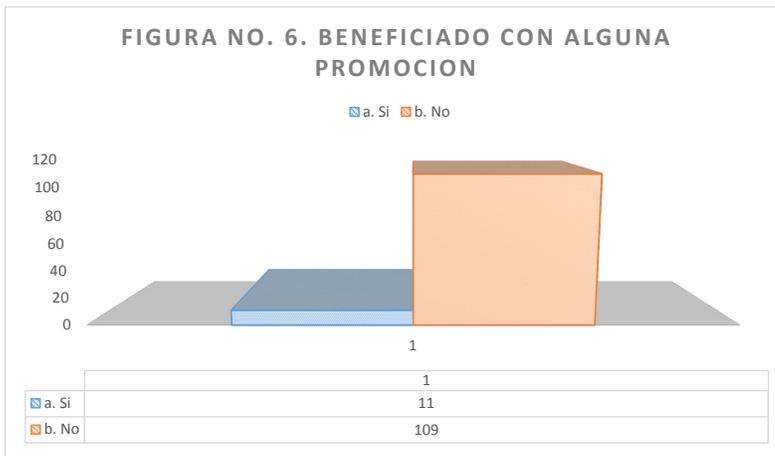
El 42% (50 personas) de los encuestados afirmaron que solo visitan a un proveedor, el 53% (64 personas) respondieron que visitan a dos proveedores y el 5% (06 personas) afirmaron que visitan de tres a mas proveedores.



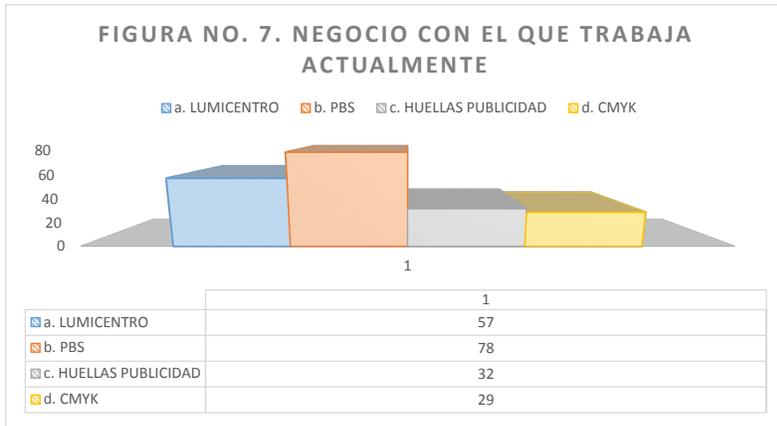
La mayoría respondieron que actualmente no están satisfechos con el precio que les brindan los proveedores que actualmente les atienden, lo que equivale a un 60% (72 personas) de la población encuestada y el restante manifestaron que si están de acuerdo con el precio que les ofrecen lo cual representa al 40% (48 personas).



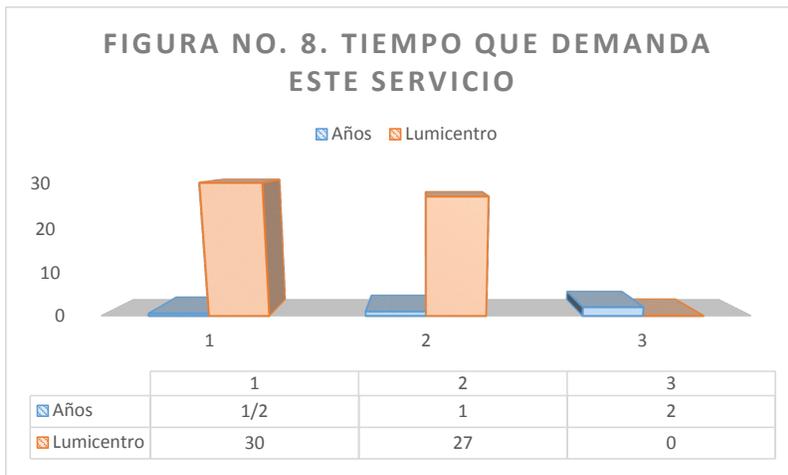
El 73% (87 personas) de nuestros encuestados respondieron que se dieron cuenta de la existencia del negocio con el que actualmente trabajan por publicidad realizada por la empresa, el 10% (12 personas) se dieron cuenta por la visita de un ejecutivo de venta, el 18% (21 personas) ubicaron la empresa por medio de las páginas amarillas, cabe destacar que no hubo ningún comentario de los encuestados en informar otro medio por el cual se dieron cuenta de los negocios de diseño que frecuentan.



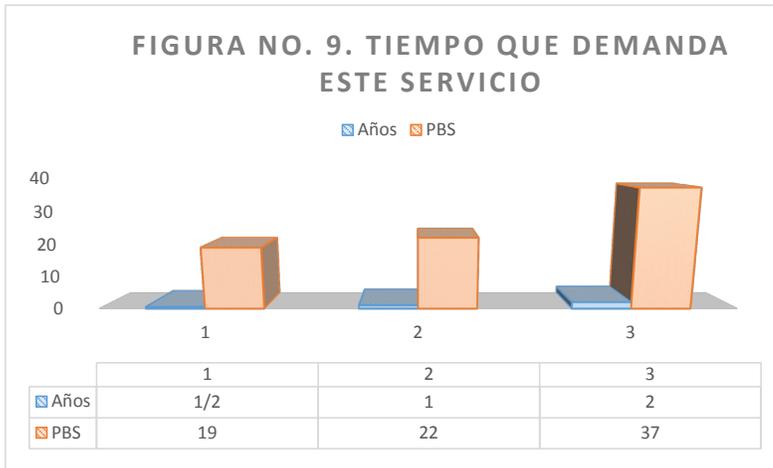
El 91% (109 personas) de los encuestados afirmaron que no han sido beneficiado con alguna promoción por parte del negocio con el que trabajan actualmente y el 9% (11 personas) restante manifestaron que si hay sido beneficiada de alguna manera con promoción.



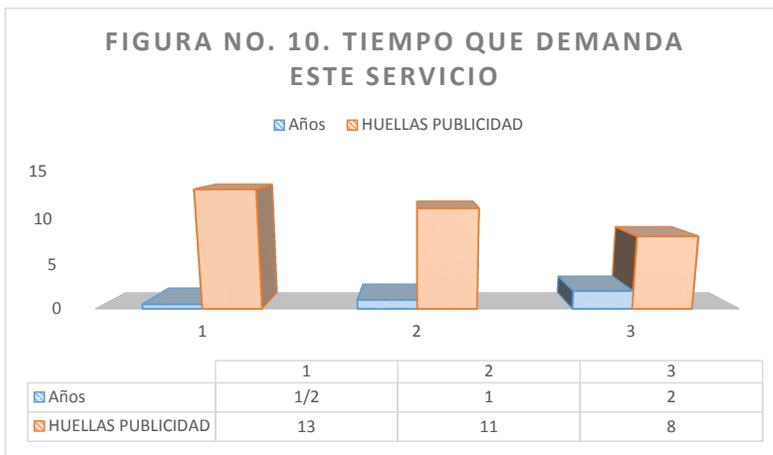
El 29% (57 personas) indicaron en la encuesta que prefieren visitar al negocio de diseño Lumicentro, pero un alto índice de los encuestados que representa el 40% (78 personas) afirmaron que visitan el negocio PBS, el 16% (32 personas) solicitan el servicio a Huellas Publicidad y una minoría de 15% (29 personas) afirmaron que visitan CMYK.



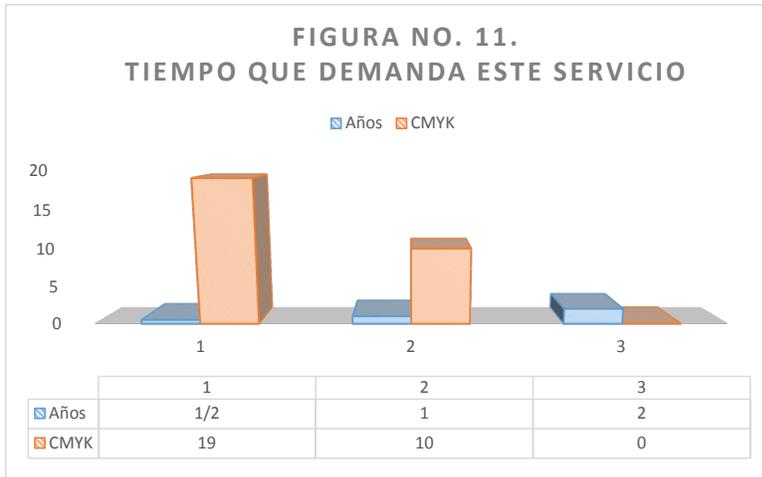
En relación al tiempo que llevan los encuestados solicitando el servicio de diseño al proveedor lumicentro, 30 personas de los encuestados afirmaron que llevan medio año y 27 personas a un año.



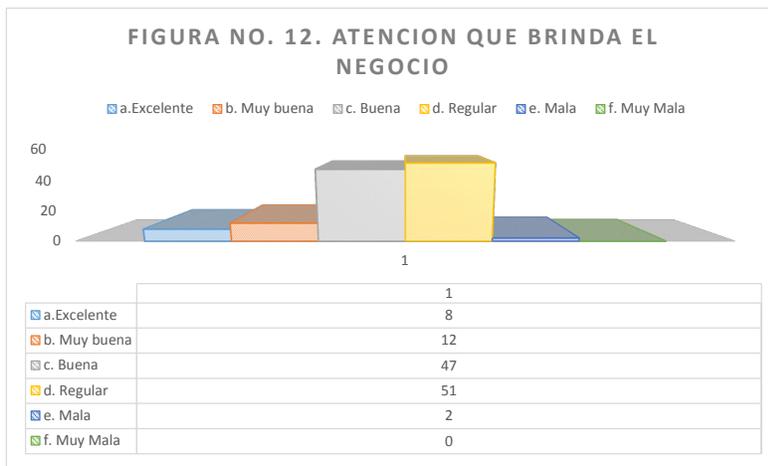
Con el proveedor PBS, 19 personas encuestadas afirmaron que llevan solicitando el servicio por medio año, 22 personas por un año y 37 personas de los encuestados siendo la mayoría, por dos años.



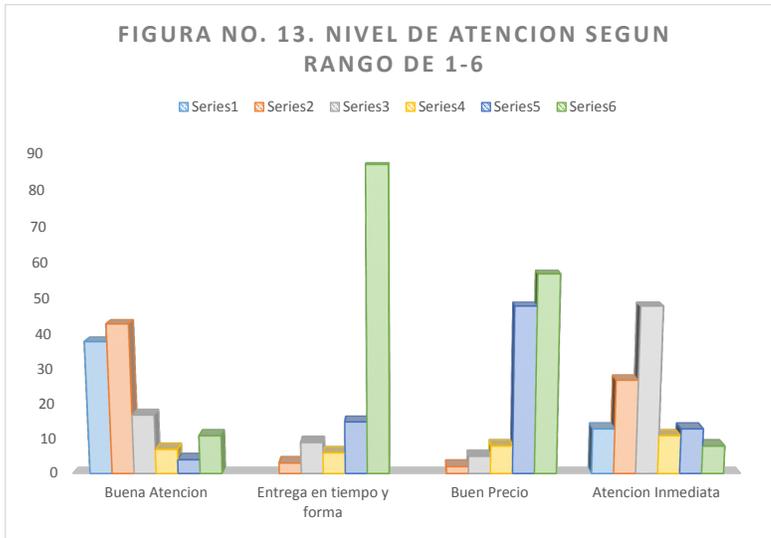
La cantidad de 13 personas encuestadas llevan medio año solicitando el servicio a Huellas Publicidad, 11 personas tienen un año y 08 personas tienen 2 años con este proveedor.



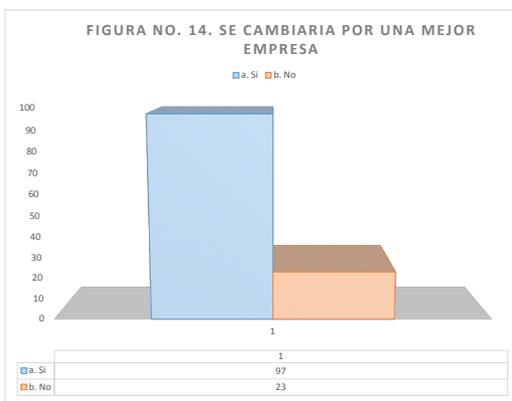
En relación a proveedor CMYK, 19 personas tienen medio año demandando este servicio y 10 personas del total encuestados tiene un año.



El 7% (8 personas) de los encuestados indicaron que la atención que brindan los negocios es excelente, un 10% (12 personas) es muy buena, el 39% (47 personas) señalaron que es buena, el 43% (51 personas) informaron que es regular lo que indica que los clientes no están totalmente satisfechos con la atención y el servicio que les está brindado la competencia, el 2% (02 personas) que es mala y no hubo ningún señalamiento en el ítem de muy mala atención.



En la categoría número 1, de las prioridades en relación a los negocios que frecuentan nuestros encuestados es la buena atención que brindan los negocios, fortalezas de los competidores que tiene que ser superada con nuevas estrategias de atención al cliente, en la categoría número 6, nuestros encuestados señalaron que están inconformes con la entrega en tiempo y forma y con la inconformidad con los precios y en la categoría número 3, afirmaron que están de acuerdo con la atención inmediata que les brindan los negocios.



El 81% (97 personas) de los encuestados están de acuerdo que se cambiarían de proveedor por una empresa que le brindara mejores beneficios en los servicios que demandan en el mercado nacional, brindándonos una gran oportunidad debido a que están dispuestos al cambio, siendo una gran oportunidad para nuestra empresa y el restante que es el 19% (23 personas) no están dispuestas a cambiar de empresa porque son fieles a las empresas que solicitan su servicio de diseño.

DEPRECIACION DE EQUIPOS Y MOBILIARIOS DE OFICINA				
PUNTO GRAFICO, S.A.				
DEPRECIACION DE COMPUTADORA				
AÑO	CALCULOS	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
1	12,000 X 10%	C\$1,200.00	C\$ 1,200.00	C\$ 10,800.00
2	12,000 X 10%	C\$1,200.00	C\$ 2,400.00	C\$ 9,600.00
3	12,000 X 10%	C\$1,200.00	C\$ 3,600.00	C\$ 8,400.00
4	12,000 X 10%	C\$1,200.00	C\$ 4,800.00	C\$ 7,200.00
5	12,000 X 10%	C\$1,200.00	C\$ 6,000.00	C\$ 6,000.00
TOTAL			18,000.00	
DEPRECIACION DE COMPUTADORA X 2 =			2,400.00	

Figura No.2

DEPRECIACION DE EQUIPOS Y MOBILIARIOS DE OFICINA				
PUNTO GRAFICO, S.A.				
DEPRECIACION DE FOTOCOPIADORA MULTIFUNCIONAL				
AÑO	CALCULOS	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
1	211,140.00 X 10%	C\$21,114.00	C\$ 21,114.00	C\$190,026.00
2	211,140.00 X 10%	C\$21,114.00	C\$ 42,228.00	C\$168,912.00
3	211,140.00 X 10%	C\$21,114.00	C\$ 63,342.00	C\$147,798.00
4	211,140.00 X 10%	C\$21,114.00	C\$ 84,456.00	C\$126,684.00
5	211,140.00 X 10%	C\$21,114.00	C\$105,570.00	C\$105,570.00
TOTAL			316,710.00	
DEPRECIACION DE FOTOCOPIADORA MULTIFUNCIONAL			21,114.00	

Figura No.3

DEPRECIACION DE EQUIPOS Y MOBILIARIOS DE OFICINA				
PUNTO GRAFICO, S.A.				
DEPRECIACION DE ESCRITORIO				
AÑO	CALCULOS	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
1	1,800.00 X 10%	C\$180.00	C\$ 180.00	C\$ 1,620.00
2	1,800.00 X 10%	C\$180.00	C\$ 360.00	C\$ 1,440.00
3	1,800.00 X 10%	C\$180.00	C\$ 540.00	C\$ 1,260.00
4	1,800.00 X 10%	C\$180.00	C\$ 720.00	C\$ 1,080.00
5	1,800.00 X 10%	C\$180.00	C\$ 900.00	C\$ 900.00
TOTAL			2,700.00	
DEPRECIACION DE ESCRITORIO X 4 =			720.00	

Figura No.4

DEPRECIACION DE EQUIPOS Y MOBILIARIOS DE OFICINA				
PUNTO GRAFICO, S.A.				
DEPRECIACION DE ARCHIVO				
AÑO	CALCULOS	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION	VALOR EN LIBROS
1	1,500.00 X 10%	C\$150.00	C\$ 150.00	C\$ 1,350.00
2	1,500.00 X 10%	C\$150.00	C\$ 300.00	C\$ 1,200.00
3	1,500.00 X 10%	C\$150.00	C\$ 450.00	C\$ 1,050.00
4	1,500.00 X 10%	C\$150.00	C\$ 600.00	C\$ 900.00
5	1,500.00 X 10%	C\$150.00	C\$ 750.00	C\$ 750.00
TOTAL			2,250.00	
DEPRECIACION DE ARCHIVO X 2=			300.00	

Figura No.5

DEPRECIACION DE EQUIPOS Y MOBILIARIOS DE OFICINA				
PUNTO GRAFICO, S.A.				
DEPRECIACION DE SILLAS DE ESCRITORIO				
AÑO	CALCULOS	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION	VALOR EN LIBROS
1	1,200.00 X 10%	C\$120.00	C\$ 120.00	C\$ 1,080.00
2	1,200.00 X 10%	C\$120.00	C\$ 240.00	C\$ 960.00
3	1,200.00 X 10%	C\$120.00	C\$ 360.00	C\$ 840.00
4	1,200.00 X 10%	C\$120.00	C\$ 480.00	C\$ 720.00
5	1,200.00 X 10%	C\$120.00	C\$ 600.00	C\$ 600.00
TOTAL			1,800.00	
DEPRECIACION DESILLAS DE ESCRITORIO X 4=			480.00	

Figura No.6

DEPRECIACION DE EQUIPOS Y MOBILIARIOS DE OFICINA				
PUNTO GRAFICO, S.A.				
DEPRECIACION DE SILLAS DE ESPERA				
AÑO	CALCULOS	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION	VALOR EN LIBROS
1	500.00 X 10%	C\$50.00	C\$ 50.00	C\$ 450.00
2	500.00 X 10%	C\$50.00	C\$ 100.00	C\$ 400.00
3	500.00 X 10%	C\$50.00	C\$ 150.00	C\$ 350.00
4	500.00 X 10%	C\$50.00	C\$ 200.00	C\$ 300.00
5	500.00 X 10%	C\$50.00	C\$ 250.00	C\$ 250.00
TOTAL			750.00	
DEPRECIACION DESILLAS DE ESPERA X 4=			200.00	

ANEXO 5

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA LA IMPLEMENTACION DEL PLAN DE
NEGOCIOS
(Punto Gráfico, S.A.)

ITEMS	ACTIVIDAD	PERIODO
1	Introducción al plan de negocios	15 Días
2	Mercado	1 Mes
3	Producción	2 Mes
4	Organización	3 Meses
5	Finanzas	1 Mes
6	Lanzamiento	1 Mes

Nota: Cronograma puede variar según afectaciones durante las preparaciones del lanzamiento.

TESTIMONIO ACTA

ESCRITURA PÚBLICA NÚMERO DIECINUEVE (19 864-B2). (CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA Y ESTATUTOS). En la ciudad de Managua, a las diez de la mañana del día primero de Julio del año dos mil quince. ANTE MI: CARLOS FERNANDO NAVARRO, Abogado y Notario Público de la República de Nicaragua y de este domicilio y residencia debidamente autorizado por la Excelentísima Corte Suprema de Justicia para ejercer el Notariado durante un quinquenio que expira el día veinte de julio del año dos mil dieciocho, comparecen los señores: JUAN VICTOR SALAS DELGADILLO, Casado, Licenciado en Diseño Gráfico, con Cédula de Identidad número: (001-041186-0060V), JEFFERSON LEIVA, Soltero, Licenciado en Diseño Gráfico, con Cedula de Identidad número (001-060792-0010M), NOEL CALDERON, Soltero, Licenciado en Diseño Gráfico, con Cédula de Identidad número (001-060789-0025U) todos mayores de edad y de este domicilio. Doy fe yo el notario de que los comparecientes tienen a mi juicio la suficiente capacidad civil legal necesaria para obligarse y contratar y en especial para la realización del presente acto en el que proceden en sus propios nombres y representación. en tal carácter conjuntamente exponen: Que han decidido celebrar el presente contrato para constituir una Sociedad Anónima, de carácter mercantil y que en efecto constituyen de conformidad con las Leyes de la República de Nicaragua y con sujeción a las siguientes cláusulas: PRIMERA (DENOMINACIÓN): La Sociedad se denominará "PUNTO GRAFICO, S.A" SEGUNDA (DOMICILIO): La Sociedad tendrá su domicilio en la ciudad de Managua, la dirección de la entrada principal de la Universidad Autónoma de Managua UNAN, 2 Cuadras al sur, pero podrá establecer sucursales o agencias en cualquier lugar de la República. TERCERA (DURACIÓN): La duración de la Sociedad será de noventa y nueve años, a partir de la fecha de la inscripción de la presente escritura en el Registro Público Mercantil de este Departamento. CUARTA (OBJETO): La sociedad tendrá por ser una empresa con enfoque profesional en el mercado nicaragüense, con el propósito de brindar soluciones creativas y originales para satisfacer a todos nuestros clientes en la diversidad de nuestros servicios a través de la calidad y profesionalismo.-QUINTA (CAPITAL SOCIAL): El Capital de la Sociedad será de TRESCIENTOS MIL CORDOBAS NETOS (300,000.00), dividido en tres (03) Acciones de CIENTO MIL CORDOBAS (C\$ 100,000.00) cada una, el cual es suscrito por cada uno de los Socios en la siguiente forma: JUAN VICTOR SALAS suscribe UNA ACCION (01) y paga en este acto en dinero efectivo la cantidad de cien mil córdobas (C\$100,000.00), JEFFERSON LEIVA suscribe UNA ACCION (01) y paga en este acto en dinero efectivo la cantidad cien mil córdobas (C\$100,000.00), NOEL CALDERON suscribe UNA ACCION (01) y paga en dinero efectivo la cantidad de cien mil córdobas (C\$100,000.00), quedando así suscrito y pagado la totalidad del Capital Social. SEXTA (ACCIONES). Todas las acciones serán nominativas e

inconvertibles al portador. Se transferirán ordinariamente por medio de endoso y mediante la correspondiente inscripción en el Libro de Registro de Acciones que llevará la Sociedad. No habrá acciones remuneratorias, quedando establecido que tanto las acciones como los bienes inmuebles de la sociedad podrán transferirse a los Socios pertenecientes a otra Sociedad o Asociación con autorización de la Junta General de Accionistas. SÉPTIMA (DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN): La administración social estará a cargo de una Junta Directiva compuesta de los siguientes miembros: PRESIDENTE, TESORERO Y SECRETARIO. Los miembros de la Junta Directiva serán electos individual y separadamente por el setenta por ciento de votos de la Junta General de Accionistas.- Judicial y extrajudicialmente, la Junta Directiva representará a la sociedad con facultades de Mandatario Generalísimo, y necesitará el acuerdo de la Junta Directiva para vender, hipotecar o de cualquier manera gravar los bienes inmuebles sociales; también podrá otorgar poderes generales de Administración, judiciales o especiales confiriendo todas o algunas facultades especiales establecidas en el Código Civil para esta clase de mandatos.- La Junta Directiva será electa por un período de dos años, pudiendo sus miembros ser reelecto por diferentes períodos consecutivos.- Si pasados dos años y no se hubiese practicado nueva elección por cualquier causa, continuarán desempeñando sus respectivos cargos los que hubieran estado ejerciéndolos, siendo completamente válidas sus actuaciones, sin perjuicio del resultado del nuevo nombramiento que corresponde hacerlo a la Junta General de Accionistas, quien fijará el nuevo período para los miembros entrante y la fecha en que comenzará a contarse, pero siempre de dos años de extensión.- La Junta Directiva podrá nombrar un GERENTE que se encargará de la parte ejecutiva de las operaciones sociales, y este podrá ser o no accionista, cualquier vacante será llenada por quien designe la Junta General de Accionistas.- En caso de falta o vacante definitiva, será suplida por la Junta General de Accionistas.- En las sesiones de la Junta Directiva el quórum y las resoluciones se formarán con la asistencia de sus miembros y el voto favorable por unanimidad.- El número de miembros de la Junta de Directiva podrá ser aumentado por disposición de la Junta General de Accionistas y en tal caso señalará tanto el número de miembros como las funciones a desempeñar por los mismos .OCTAVA (REPRESENTACIÓN): La Representación legal, judicial y extrajudicial de la Sociedad será ejercida por el Presidente de la Junta Directiva. NOVENA (GERENCIA GENERAL): Para la mejor administración de los negocios sociales habrá además un Gerente General nombrado, cuando el caso lo amerite, por la Junta de Directiva y dicho cargo podrá ser ejercido por cualquier persona hábil, sea o no accionista. En el acto del nombramiento del Gerente, la Junta Directiva señalará los deberes y atribuciones que tendrá en el ejercicio de su cargo. DÉCIMA (JUNTAS GENERALES): Habrá dos clases de Juntas Generales: Ordinarias y Extraordinarias.- Las Juntas Generales Ordinarias se celebrarán anualmente dentro de los tres meses siguientes al cierre

del año fiscal.- Las Juntas Generales Extraordinarias se celebrarán siempre que lo crea conveniente la Junta Directiva o cuando lo pidan por escrito con expresión del objeto y motivo, los accionistas cuyas participaciones reunidas representan por lo menos el cinco por ciento del Capital Social.- Las citaciones para las Juntas Generales las podrá firmar el Presidente o Secretario y se deberán publicar en “La Gaceta” Diario Oficial, con quince días de anticipación o bien en un periódico de circulación nacional con quince días de anticipación.- Deberá notificarse a los accionistas por correo certificado y las reuniones podrán ser dentro o fuera de Nicaragua.- Siempre que estén presentes todos los accionistas, cuyas participaciones sociales representen el ciento por ciento del capital social suscrito, podrán celebrarse Asambleas Extraordinarias u Ordinarias, con cualquier objeto, sin previa citación.- Para que puedan constituirse las Juntas Generales en primera convocatoria tanto Ordinaria como Extraordinaria es necesario que concurren personas que representen más del setenta por ciento de las acciones suscritas.- Las resoluciones de las Juntas Generales deberán ser aceptadas por mayoría calificada de un sesenta por ciento de votos presentes. Si a la citación no pudiere celebrarse la Junta por falta de quórum, se hará una segunda citación con diez días de anticipación, por lo menos, en la misma forma establecida para la primera citación, y en este caso la sesión se verificará con la asistencia de las personas que llegasen y que representen por lo menos el sesenta por ciento (60%) de las acciones.- Siempre que la Junta haya de formarse habrá quórum con los que asistan y deberá expresarse esta circunstancia en la citación.- No obstante lo dispuesto anteriormente, cuando la Junta General de Accionista haya de resolver sobre lo dispuesto anteriormente, por el artículo doscientos sesenta y dos del Código de Comercio vigente, se observará lo dispuesto en dicho artículo en lo concerniente a quórum y votos.- Todos los Socios se someten a las resoluciones que tomen en forma legal las Juntas Generales, sean Ordinarias o Extraordinarias.- Constarán estos acuerdos para ser válidos en el acta de la respectiva sesión extendido en el Libro correspondiente.- Los accionistas que no pedirán concurrir a las Juntas podrán hacerse representar por apoderados quienes podrán ser o no accionistas, con poder otorgado en documento público o privado o en simple carta-poder. DÉCIMA PRIMERA (FISCALIZACIÓN): La vigilancia estará a cargo de un Vigilante nombrado por la Junta General de Accionistas para el período de un año, quien podrá no ser socio. DÉCIMA SEGUNDA (EJERCICIO ECONÓMICO): El ejercicio económico de la Sociedad será de un año y durará del primero de julio al treinta de Junio del año siguiente, debiéndose practicar al cierre de cada año, Balance e Inventario, dándosele a los bienes el valor de mercado que corresponda. DÉCIMA TERCERA (CONTABILIDAD): La Contabilidad será llevada por el Sistema de Partida Doble y en los Libros señalados por la Ley. DÉCIMA CUARTA (UTILIDADES Y PÉRDIDAS): Solamente la Junta General de Accionistas podrá acordar la distribución de utilidades, las cuales en todo caso corresponderán a cada socio, en proporción a las acciones que posea.

- Podrá sin embargo la Junta General de Accionistas acordar que el total de utilidades de cualquier período sean destinados a incrementar el fondo de reserva o reinversiones. DÉCIMA QUINTA (RESERVA):El Fondo de Reserva se formará destinando de las utilidades líquidas que arroje el Balance General, un porcentaje no menor de cinco por ciento, hasta que dicho fondo represente por lo menos el diez por ciento del capital social.- DÉCIMA SEXTA (ESTATUTOS):En este estado los comparecientes que representan el cien por ciento del capital social suscrito y pagado de la sociedad y de acuerdo a la cláusula Décima de la Escritura de Constitución Social de la misma, deciden constituirse en la primera Junta General de Accionistas, presidiendo por JUAN VICTOR SALAS, con el objeto de aprobar los Estatutos de la Sociedad.- Al efecto, presenta un proyecto de Estatutos los que, una vez discutidos, quedan aprobados por unanimidad de votos de la siguiente forma: ESTATUTOS DE LA SOCIEDAD “PUNTO GRAFICO E IMPRESIONES, S.A” SOCIEDAD ANÓNIMA”.- CAPITULO PRIMERO: (CONSTITUCIÓN, DENOMINACIÓN, OBJETO, DOMICILIO Y DURACIÓN).-Artículo Primero.- El objeto, domicilio y duración de la sociedad fueron establecidos en la introducción de la presente Escritura de Constitución Social.- CAPITULO SEGUNDO: (CAPITAL SOCIAL Y ACCIONES).- Artículo Segundo.-El Capital Social es la suma de TRECIENTOS MIL CÓRDOBAS (C\$ 300,000.00) que será la aportación de los socios y está dividido e incorporado en TRES (03) ACCIONES con valor nominal de CIEN MIL CÓRDOBAS (C\$100,000.00) cada una.- Artículo Tercero.- Todas las acciones que forman el Capital Social son nominativas e inconvertibles en acciones al portador.-Artículo Cuarto.- Los Títulos de las Acciones se expedirán en la forma y con los requisitos que establece la Ley y deberán ser firmadas por el Presidente y el Secretario de la Sociedad.- Artículo Quinto.- En el caso de que alguna de las acciones suscritas no estuviera totalmente pagada, se dará al Socio un resguardo provisional.- Artículo Sexto.- Se llevará un Libro de Registro de Acciones, el cual deberá permanecer bajo la custodia del Secretario, quien autorizará con su firma los asientos del mismo y las razones de inscripción puestas a los Títulos respectivos.- En defecto del Secretario, llevará o manejará dicho Libro el Presidente o quien designe la Junta General de Accionistas.-Artículo Séptimo.- En el expresado Libro de Acciones se usará un sistema que permita con claridad y en cualquier tiempo y momento conocer todo lo relativo al derecho de propiedad sobre cada una de las acciones emitidas y las limitaciones o cambios que este derecho haya experimentado.- Artículo Octavo.- Los Títulos de las Acciones se expedirán en hojas o esquelas impresas, dejando un talón que se custodiará en Secretaría.- Artículo Noveno.- Los resguardos provisionales al igual que los títulos definitivos de las acciones podrán contener las mismas acciones que los títulos definitivos, excepto el de ser librados, pues si no lo fueren, se pondrá razón de los pagos efectuados por cuenta de los mismos, firmando dicha razón el Presidente y Secretario de la Sociedad.- Artículo Décimo.- Los Resguardos Provisionales al igual que los títulos definitivos de las acciones podrán contener

la reposición de dicho título o títulos se hará conforme lo establecido por la Ley de Títulos Valores.- Una vez realizada la reposición deberá registrarse en el Libro de Registro de Acciones y todo correrá por cuenta del accionista interesado.- Artículo Décimo Séptimo.- Los accionistas podrán registrar su dirección en la Secretaría de la Sociedad, en cuyo caso se les dará conocimiento de cualquier cuestión que deba notificarse por medio de carta o telegrama y también por fax.-Artículo Décimo Octavo.-Queda establecido que los Socios de común acuerdo podrán transferir sus acciones a socios pertenecientes a otras sociedades o asociaciones, pero con autorización de la Junta General de Accionistas podrán ser transferidos los bienes muebles e inmuebles de la Sociedad, con excepción de lo establecido en la Cláusula décima-quinta de Constitución Social.- CAPITULO TERCERO: (DE LAS JUNTAS GENERALES).-Artículo Décimo Noveno.- Es obligación de la Junta de Directiva citar a los accionistas para las Juntas Generales con anticipación debida y en la forma establecida en la Escritura Social.-Artículo Veinte.- En las Sesiones de la Junta General de Accionistas se formará quórum y se tomarán resoluciones en la forma establecida en la Cláusula Décima de la Escritura de Constitución Social, cuyos conceptos se dan por reproducidos aquí.-Artículo Veintiuno.- Son atribuciones de las Juntas Generales: a) Examinar y aprobar o negar su aprobación al Balance General en el ejercicio económico inmediato anterior; b) Cuidar se hagan las reservas de utilidades para el fondo de reserva legal; c) Elegir a los Directores y nombrar a los vigilantes y removerlos de sus cargos por causa justificada y comprobada, conocer de las renunciaciones que ellos presenten, sujetándose todo esto a los principios establecidos en la Escritura de Constitución Social; d) Acordar la distribución de los dividendos; e) Todas las atribuciones que la Ley, la Escritura de Constitución Social o éstos Estatutos determinen.- Artículo Veintidós.- Las Juntas Generales Extraordinarias de Accionistas podrán celebrarse en cualquier tiempo y se convocarán de la manera prevista en la Escritura de Constitución Social.- Artículo Veintitrés.- Son atribuciones de las Juntas Generales Extraordinarias de Accionistas todos aquellos asuntos de interés para la Sociedad que hayan sido incluidas en la citación como punto de agenda, aún aquellas que normalmente son atribuidas a las Juntas Generales Ordinarias.- CAPITULO CUARTO: (DE LA JUNTA DIRECTIVA).-Artículo Veinticuatro.- Las atribuciones y deberes de la Junta de Directiva son las siguientes: a) Organizar y disponer de todo lo concerniente a la buena marcha de los negocios sociales; b) Acordar Auditor ajes, designar el Auditor y todo lo concerniente a esta materia; c) Ejercer todas las demás atribuciones y facultades que la Ley, la escritura social, los presentes Estatutos y las Resoluciones de las Juntas Generales confieren.- Artículo Veinticinco.- El Presidente de la Junta Directiva será a la vez el Presidente de la Sociedad y como tal presidirá las sesiones de las Juntas Generales y de las Juntas Directivas.- Artículo Veintiséis.- El Presidente tendrá las siguientes atribuciones: a) El uso de la representación legal de la sociedad; b) Velar por la buena marcha de los negocios sociales y por el fiel cumplimiento de la Ley, de l

a Escritura Social, de estos Estatutos y de las Resoluciones tomadas en forma legal; c) Acordar el nombramiento de empleados y funcionarios de la Sociedad; d) Ejercer todas las demás atribuciones que le correspondan. En ausencia temporal de éste será sustituido en primer instancia por el tesorero y si falla éste por el secretario.-Artículo Veintisiete.- El Tesorero sustituirá al Presidente en ausencia temporal de éste. Artículo Veintiocho.- El Secretario tendrá las siguientes atribuciones: a) Será el órgano de comunicación normal de la Sociedad; b) Llevar el Libro de Actas y el Libro de Registro de Acciones de la Sociedad; c) Librar toda clase de certificaciones, pudiendo estas ser libradas por un Notario Público; d) sustituir al Tesorero en ausencia temporal de este, e) Ejecutar todas las demás facultades que se asignen por los Organismos Sociales.- CAPITULO QUINTO: (DEL VIGILANTE).- Artículo Veintinueve.- Son atribuciones del Vigilante: a) Comprobar periódicamente los Libros, la Caja y la Cartera de la Sociedad; b) Vigilar la buena marcha de los negocios sociales; c) Asistir cuando lo crea conveniente a las sesiones de la Junta General y de la Junta de Directores para hacer las observaciones y pedir los informes que juzgue convenientes; informar como delegado de los accionistas acerca del empleo de los fondos sociales; vigilar las actividades de dirección y administración sin interrumpirlas; d) Rendir anualmente un informe de las inexactitudes e irregularidades que haya observado en los Inventarios y Balance y en la Contabilidad en General, haciendo las recomendaciones que estime conveniente; e) Desempeñar todas las otras funciones que le están asignadas.- CAPITULO SEXTO : (DISPOSICIONES ESPECIALES).-Artículo Treinta.- Se prohíbe a las accionistas la enajenación de sus respectivas acciones, sin autorización por escrito de la Junta Directiva.- Artículo Treinta y Uno.- El accionista que desee vender sus acciones deberá dirigirse por escrito a la Junta Directiva, haciendo el ofrecimiento, teniendo los demás accionistas opción de compra (derecho de tanteo) de las referidas acciones por un período de sesenta días por el valor en los libros de las referidas acciones, pasados estos sesenta días podrán adquirirse por terceras personas, no pudiendo la Junta de Directores negar tal aprobación, cuando los accionistas no hicieran uso del derecho de tanteo y preferencia aquí consignado.- De esta manera quedan aprobados los Estatutos de la sociedad "PUNTO GRAFICO, S.A", SOCIEDAD ANÓNIMA". DÉCIMA SÉPTIMA. A continuación se procedió a la elección de los miembros de la Primera Junta Directiva en propiedad y que fingirá durante el primer período, resultando electas las siguientes personas: PRESIDENTE: JUAN VICTOR SALAS DELGADILLO: JEFFERSON LEIVA, TESORERO: NOEL CALDERON Así se expresaron los otorgantes bien instruidos por mí, el Notario, acerca del valor, alcance y trascendencia legal de este acto, de su objeto, de las cláusulas generales que aseguran la validez de este instrumento, de las especiales que contiene renunciaciones y estipulaciones explícitas e implícitas, así como de la necesidad de inscribir el testimonio que de la presente escritura libre en el Registro Público mercantil de este Departamento.

ANEXOS

Leída que fue por mí, el Notario, íntegramente la presente escritura a los comparecientes, quienes la encuentran conforme, aprueban y firman todos junto conmigo el notario que doy fe de todo lo relacionado. ((f) Juan Víctor Salas Delgadillo.- (firma ilegible).- (f) Jefferson Leiva.- (f) Noel Calderón.- (firma legible). PASO ANTE MI: Del reverso del folio número treinta y dos al reverso del folio número treinta y seis de mi Protocolo Número Seis, que llevo en el corriente año y a solicitud del señor (a) JUAN VICTOR SALAS DELGADILLO en nombre y representación de la sociedad denominada “PUNTO GRAFICO, S.A”, SOCIEDAD ANÓNIMA, libro este primer testimonio en cuatro hojas útiles de papel sellado de ley, en el que firmo, sello y rubrico en la ciudad de Managua a las diez de la mañana del día primero de Junio del dos mil quince.

CARLOS FERNANDO NAVARRO
Abogado y Notario Público



Punto Gráfico

Manual de Identidad Corporativa



Punto Gráfico

OBJETIVO

Manual de Identidad Corporativa

Este presenta manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la marca Punto Gráfico en todas sus posibles expresiones. Ha sido creado pensando en las necesidades de todas aquellas personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos.

El correcto y consistente uso de la marca Puto Gráfico contribuirá a que consigamos los objetivos de identificación y refuerzo de la misma. Es un trabajo de equipo, en el que todos participamos para hacer de Punto Gráfico una gran marca.

01

SIMBOLOGIA BÁSICA

- Logotipo corporativo
- Área de seguridad y reductibilidad
- Color corporativo
- Tipografía corporativa
- Tipografía secundaria

02

NORMAS PARA EL BUEN USO DE LA MARCA

- Versiones correctas
- Aplicaciones correctas
- Aplicaciones incorrectas

03

APLICACIONES DE LA MARCA

- Papelería corporativa
- Papelería alta dirección
- Carpeta corporativa
- Plantilla Power Point
- Publicidad

01

SIMBOLOGIA BÁSICA

Para evitar resultados no deseados en la puesta en practica de la marca Punto Gráfico se tienen que respetar una serie de reglas.

La marca Punto Gráfico esta construida a base de un simbolo, un logotipo y colores corportativos que se deberan respetar para su uso correcto.

Imagotipo



Punto Gráfico



Logotipo

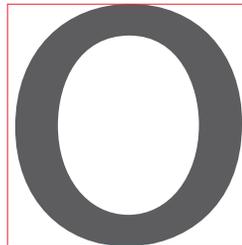
El logotipo es el identificador de la marca de uso común en todas las aplicaciones.

01

AREA DE SEGURIDAD Y REDUCTIBILIDAD



Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logotipo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente a la altura de la letra "o", formando un cuadrado perfecto.



El tamaño mínimo al que el logotipo puede ser reproducido es a 2.7117 x 2.3674 cm.



Punto Gráfico

Reduccion minima

Las referencias de color de Punto Gráfico es en CMYK aquí especificados. Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía, o en negro.

Este es el color principal de la marca y el que debe predominar.



C_66.8
M_10.94
Y_1.56
K_0



C_71.5
M_64.65
Y_60.31
K_11.14

01

TIPOGRAFIA CORPORATIVA

La tipografía corporativa es la familia Roboto, será la tipografía de uso genérico y obligada en todos los soportes y documentos, ya sean internos o externos.

La tipografía corporativa es la familia Roboto en sus versiones regular, thin - italic, light, medium, bold y black. Ésta será la utilizada por la empresa y los diferentes artes que se refleje la imagen corporativa. Cuando ésta no sea posible se utilizará la secundaria.

G

Roboto Bold

Roboto Thin Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0130456789\$%&/(){}?;!;+=<>

Roboto Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0130456789\$%&/(){}?;!;+=<>

Roboto Light Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0130456789\$%&/(){}?;!;+=<>

Roboto Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0130456789\$%&/(){}?;!;+=<>

Roboto Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0130456789\$%&/(){}?;!;+=<>

Roboto Thin
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0130456789\$%&/(){}?;!;+=<>

Roboto Medium
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0130456789\$%&/(){}?;!;+=<>

Roboto Medium Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0130456789\$%&/(){}?;!;+=<>

Roboto Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0130456789\$%&/(){}?;!;+=<>

Roboto Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0130456789\$%&/(){}?;!;+=<>

Roboto Black
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0130456789\$%&/(){}?;!;+=<>

Roboto Black Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0130456789\$%&/(){}?;!;+=<>

G

geosans light

Para soportes o aplicaciones que, por razones técnicas no permiten la utilización de la tipografía corporativa, por ejemplo en el sitio web o textos editados por la empresa se utilizara la tipografía Geosans Light.

Geosans Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 (.,;&%€)

Geosans light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 (.,;&%€)

02

NORMAS PARA EL BUEN USO DE LA MARCA

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca Punto Gráfico se tienen que seguir una serie de normas genéricas.

El valor de una marca depende en gran medida de la disciplina en su aplicación.

Con el objetivo de no debilitar el mensaje visual de la marca es fundamental evitar los efectos contraproducentes en su aplicación.

Un uso desordenado de la identidad visual crea confusión, y repercute muy negativamente en el perfil de la marca y en la percepción que el público ha de tener de sus valores y servicios.

Ordenar y aplicar de forma correcta el logotipo es garantía de que transmitirá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.

Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal. En el caso que no sea posible por razones técnicas se utilizara la versión en blanco y negro o escala de grises dependiendo su uso.



Punto Gráfico

Version Principal



Punto Gráfico

Version principal negativo



Punto Gráfico

Version blanco y negro



Punto Gráfico

Version blanco y negro negativo



Punto Gráfico

Version escala de grises

02

APLICACIONES CORRECTAS

La máxima visibilidad, legibilidad y contraste tienen que asegurarse en todas las aplicaciones.

Si el logotipo se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotografías, debe aplicarse en blanco o negro, en función de la luminosidad del fondo.



Fondo de color no corporativo oscuro



Fondo de color no corporativo claro



Fondo fotográfico oscuro

APLICACIONES INCORRECTAS

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad.

En ningún caso se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones.



Punto Gráfico

Aplicación incorrecta color



Punto Gráfico

Porcentajes de color



Punto Gráfico

Deformación



Punt Gáfo

Espaciado incorrecto



Punto Gráfico

Ocultación



PUNTO GRÁFICO

Tipografía incorrecta

03

APLICACIONES DE LA MARCA

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca Punto Gráfico en diferentes soportes deben seguir una serie de normas genéricas.

Ordenar y aplicar de forma correcta el logotipo es garantía de que transmitirá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.



Punto Gráfico

sdnvtlthgkdfhgkbsdfkvlksdfhgsdfkvlbsfvhdcjsdogccushvsvjksvs
nkfhnsdfjklsdutaisfoaj ,amanaaj e smosdoasfajksj
aofjkasdnfkaskdfpsadf plan de negocios d aidaljsfams duls
diseño grafíad acalkanskdkasñdfklhaskdfaslorem
ipsuma.lfjakfalsfjkanfalsjkdnsdfjakfap

sdnvtlthgkdfhgkbsdfkvlksdfhgsdfkvlbsfvhdcjsdogccushvsvjksvs
nkfhnsdfjklsdutaisfoaj ,amanaaj e smosdoasfajksj
aofjkasdnfkaskdfpsadf plan de negocios d aidaljsfams duls
diseño grafíad acalkanskdkasñdfklhaskdfaslorem
ipsuma.lfjakfalsfjkanfalsjkdnsdfjakfap



Punto Gráfico

Lic. Juan Victor Salas
Diseñador Gráfico.



Del Porton principal de la UNAN, 1 C al Sur.

03

PAPELERIA ALTA DIRECCIÓN



Punto Gráfico

sdnvlfhgkdfhngkbsdfklvklstfhgsdfkvbldsfvhdcsdogccushvsvjksvs
nkfhnsdfjklstdufaifoaj ,amanaoaj e smosdoasfajksj
aofjkasdnfkaskdfpasdf plan de negocios d aidaljsfams duis
diseño graficad acafkanskkasñdfklhaskdfaslorem
ipsuma.lfjakfalsfjkanfalsjkdnsdfjakfap

sdnvlfhgkdfhngkbsdfklvklstfhgsdfkvbldsfvhdcsdogccushvsvjksvs
nkfhnsdfjklstdufaifoaj ,amanaoaj e smosdoasfajksj
aofjkasdnfkaskdfpasdf plan de negocios d aidaljsfams duis
diseño graficad acafkanskkasñdfklhaskdfaslorem
ipsuma.lfjakfalsfjkanfalsjkdnsdfjakfap



Punto Gráfico



Punto Gráfico



Lic. Juan Víctor Salas
Diseñador Gráfico.

Del Porton principal de la UNAN, 1 C. al Sur.

03

CARPETA CORPORATIVA



03

PLANTILLA POWER POINT



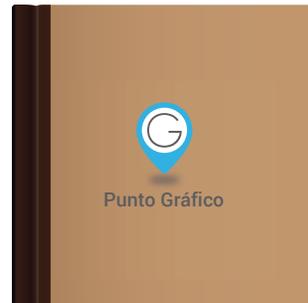
03

PUBLICIDAD



03

PUBLICIDAD





Manual de Identidad Corporativa