

Dedicatoria y Agradecimientos.

Ante todo Dios, porque sin él no existiría y por darme fuerzas y voluntad cuando creí que el camino era muy empinado. A mi familia por haberme dado la oportunidad de ser lo que soy y por haberme instruido los valores y principios que hoy considero como propios.

También un especial agradecimiento a mi esposa Melba Martínez Flores, por haberme apoyado de manera excepcional en el transcurso de la fase de investigación y en esta etapa de mi vida.

A mis profesores por sus enseñanzas invaluable y a mis compañeros por los buenos momentos vividos, a aquellos que se desvelaron estudiando conmigo, hicieron de mi vida en la universidad una experiencia única.

Geovanny Gutiérrez Castillo.

Mi Agradecimiento está dedicado especialmente a mi señor.

Te entrego lágrimas, no de sufrimiento, sino de agradecimiento y esperanza. Quiero mostrarte mi gratitud cada día de mi vida. Mi fe está puesta en ti, eres mi único y absoluto Salvador

Hermosa creación y todo cuanto hay en la tierra te pertenece. Tú eres también el dueño de mi vida, mente y alma. En especial a todos los profesores que son nuestras guías que nos animan cuando estamos sin ánimos de seguir estudiando.

En segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia, por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora. En especial a mis dos pequeños que han soportado mis ausencias

A nuestros compañeros y a todas aquellas persona que as puesto en mi camino y que asido mi soporte y compañía durante el periodo de estudio gracias a todos.

Melba Martínez Flores.

Agradecimientos

Los resultados de este proyecto se los dedico a dios primeramente, también están dedicados a todas aquellas personas que de alguna forma son parte de su culminación. A mis padres quienes a lo largo de toda mi vida han apoyado y motivado mi formación académica, creyeron en mí en todo momento y no dudaron de mis habilidades. A mis profesores a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa universidad la cual abrió abre sus puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

Joaquín Martínez Solís.



Proyecto de Grado
Plan de Negocios a Nivel de Prefactibilidad
Empresa



Integrantes: Melba Martínez

Geovanny Gutiérrez

Joaquín Martínez

Tutor: Luis Carvajal

INDICE

	Página
Capítulo I	1
Capitulo II	2
Introducción al Plan de Negocios	2
2.2 Tamaño de la empresa	2
2.3 Ubicación de la empresa	2
2.4 Justificación	3
2.5 Misión	3
2.6 Visión	3
2.7 Valores de un empresario	3
2.8 Principios Empresariales	4
2.9 Valores Empresariales	4
2.10 Distingos	4
Capitulo III Mercado	5
3.1 Objetivos del Mercado	5
3.2 Investigación del Mercado	6
3.3 Estudio de Mercado	7
3.4 Distribución y puntos de Venta	8
3.5 Promoción del producto o servicio	8
3.6 Fijación y Políticas de Servicios.	9
3.7 Plan de Instrucción al Mercado	9
3.8 Riesgos y Oportunidades del Mercado	9
3.9 Sistema y Plan de Ventas	10
3.10 Encuesta de Estudio de Mercado	10
3.11 Organización de Mercadeo.	10

	Página
Capítulo IV Producción	
4 Introducción.	11
4.1 Objetivos del Área de Producción.	11
4.2 Especificaciones del Producto.	12
4.3 Proceso de Producción.	12
4.3.1 Costo de Producción	12
4.4 Diagrama de Flujo de Procesos	14
4.5 Características de la Tecnología de Producción	14
4.5.1 Equipo e Instalaciones	15
4.5.2 Costos Fijos Mensuales	15
4.5.3 Gastos Sujetos a Reembolso	16
4.6 Instalaciones	16
4.6.1 Depreciación y Amortización de Equipos y Activos	16
4.7 Materia Prima	17
4.8 Capacidad Instalada	17
4.9 Manejos de Inventario	17
4.10 Ubicación de la Empresa	17
4.11 Mano de Obra requerida	17
4.12 Procedimientos de mejora Continua.	22
4.13 Programa de producción.	22
CAPITULO V ORGANIZACIÓN	
5.1 Objetivos del área de organización:	23
5.2 Estructura organizacional	23
5.3 Funciones Específicas por Puestos.	24
5.4 Capacitación Personal:	27
5.5 Administración de Sueldos y Salarios	28
5.6 Evaluación del Desempeño	28
5.7 Nomina	28

5.8 Relaciones de Trabajo	29
	Página
5.9 Marco legal de la Organización	30
CAPITULO VI	
6.1 Finanzas	34
6.2 Sistemas Contables	35
6.3 Estados Financieros	35
6.4 Notas Explicativas	37
ANEXOS	43

Resumen Ejecutivo

Tarjetas Creativas, es una empresa dedicada a la elaboración de tarjetas Personalizadas y genéricas para toda ocasión.

Nuestra empresa se ajusta a lo creativo, personalizado, ágil, organizado, a fin de poder competir con el mercado existente en lo relativo a las tarjetas importadas y genéricas. Buscamos desarrollar una empresa que sea efectiva y competitiva ofreciendo productos de calidad y buen servicio.

En el mercado existen muchas empresas que realizan tarjetas personalizadas pero no están dedicados específicamente en la elaboración de tarjetas, pretendemos ofrecer tarjetas personalizadas al público en General y tarjetas Genéricas en Librerías.

Según la Investigación elaborada en este documento, al público le agrada la idea del negocio y tiene mucha demanda y muy buena aceptación.

Nuestra Misión como empresa es ser una empresa líder e innovadora en la comercialización de tarjetas personalizadas de diferentes motivos, que satisfagan las necesidades de nuestros clientes, brindando productos de calidad y excelente servicio.

La empresa contará con local propio, ubicada en la casa de uno de los socios, en residencial Bello Horizonte, frente a Multi-centro Las Américas, que es una zona comercial altamente activa.

Nuestra Forma de Distribución se dara según pedidos de los clientes o Librerías en general utilizando el método de las PEPS Método de valuación de inventario primeras entradas primeras salidas.

La publicidad, nuestra empresa se empleará como brochure, volantes camisas Sombrillas tarjetas de presentación, los cuales serán entregados en al público en general y las librerías visitadas, en la calle y al rededor.

Nuestros precios son precios de introducción por debajo de la competencia a razón de un 10 ó 15% esto dependerá de algún valor agregado que le podamos dar a nuestros servicios.

Lo hemos seleccionado esta forma ya que nos permite observar el mercado y poder establecer un mejor precio en nuestros productos mucho más accesible y con una mejor calidad personalizada.

Nuestra forma de integrarnos al mercado, fue primero analizar en qué situación estábamos al pretender entrar a un servicio novedoso, pero no analizado ni estudiado, como resultado tuvimos una fuerte demanda de nuestro servicio.

Al revisar nuestro análisis nos dimos cuenta que tendremos dos tipos de clientes los directos y los intermediarios, los clientes directos trabajarán con nosotros por resolver sus necesidades de tarjetas y los intermediarios nos comprarán tarjetas únicas y novedosas.

Lo más importante en una entidad es una excelente organización, para ello debe existir una coordinación de esfuerzos por parte de los miembros que integran dicha entidad, desempeñando labores bien definidas con toda eficiencia.

Esta excelente organización le permitirá a la entidad mantener una administración bien organizada que le permitirá responder a los diferentes cambios que sucedan.

La base organizacional que debe existir en una entidad debe ser radicada esencialmente en la estructura de la entidad y esta debe nacer de las necesidades humanas, laborales y del deseo de superación. Esto quiere decir que los miembros de la entidad deben cooperar para obtener fines productivos y con el menor costo posible.

En la organización incluye definir las funciones adecuadas y relacionadas unas con otras, para que los miembros capaces que deseen cooperar entre sí, trabajar con eficacia si todos conocen el papel que deben cumplir. Al referirnos a la estructura organizacional nos enfocamos a un principio general que debe tener toda institución el cual nos habla del diseño perfecto, determinando las tareas y quien es el responsable. Eliminando la desorganización en las responsabilidades y logrando un sistema de comunicación y de toma de decisiones adecuadas con los objetivos de la empresa.

CAPITULO I

Introducción.

En economía, la competencia significa aumento en eficiencia, menores precios, variedad de productos y en mejoras en el bienestar de la población.

En nuestro país las tarjetas que mayormente se ofrecen al mercado son importadas y genéricas, teniendo por lo tanto un mayor costo. Teniendo en cuenta estos conocimientos decidimos elaborar este proyecto llamado Tarjetas Creativas.

Tarjetas Creativas es una propuesta de negocio de estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico. El producto a elaborar son tarjetas diseñadas para diferentes ocasiones, tanto personalizadas como tarjetas genéricas.

En la búsqueda de satisfacer los requerimientos de nuestro público meta, supliendo sus necesidades y dándoles solución. Las Tarjetas diseñadas para diferentes ocasiones, personalizadas y con asesoría como parte del servicio que nuestra empresa ofrece, es una forma de que las personas puedan acceder a ellas, teniendo el beneficio de un mejor precio.

La idea es ofertar un producto que carece de competencia a nivel nacional y es novedoso. Las tarjetas personalizadas las ofrecemos a un costo menor que las tarjetas actualmente similares que son importadas y genéricas.

Tarjetas Creativas está ubicada en Residencial Bello Horizonte, una zona comercial de Managua y en la que existe una diversidad de negocios en torno al centro comercial Multi-centro Las Américas.

Al realizar la propuesta de negocio nos permitirá conocer el alcance de los diferentes factores que conllevan ponerlo en marcha, definir objetivos, conocer el entorno del mercado producción, logística y distribución a fin de satisfacer la necesidad y dar un valor agregado en la atención personalizada a nuestros clientes.

Tarjetas Creativas buscará realizar vínculos de negocio ofreciendo sus productos con micro, pequeñas y medianas empresas del sector nacional, con el fin de ayudar a la promoción y publicidad a través del diseño de productos distintivos.

CAPITULO II

2.0 Introducción al Plan de Negocios

El presente proyecto consiste en la creación de una empresa que se caracterizará por la elaboración de Tarjetas personalizadas al gusto del cliente y a menor costo.

Nuestro trabajo consistirá en realizar un análisis de estudio de mercado y financiero correspondiente a la evaluación de la factibilidad de inversión y sostenibilidad de la empresa durante un periodo de estimación de 5 años.

Procedimientos a Aplicar:

- Evaluar las necesidades de los clientes.
- Ofrecer productos innovadores.
- Propuestas de asesoría y sugerencias de personalización.
- Innovación de producto y Marca.
- Estudio de Mercado Competitivo.
- Presentar información financiera de la estructura del plan de negocio.

2.1 ¿Qué necesidades satisface?

Diseñar y asesorar a nuestros clientes en la personalización de tarjetas para toda ocasión creando diseños originales y únicos, los cuales en el país, sólo se encuentra con formatos pre establecidos o de carácter genérico.

2.2 Tamaño de la empresa:

Tarjetas Creativas, será el producto de la inversión de tres estudiantes universitarios de la carrera de Diseño Gráfico, con el propósito de ser una opción innovadora en la personalización y diseños de tarjetas.

Con el objetivo de crear un medio para la aplicación de nuestros conocimientos en cuanto a Diseño, ayudar en la producción del país como micro empresa, tenemos conformado un equipo de trabajo de 7 colaboradores con experiencia, capacidad de alcanzar metas, creativos y con conocimiento del mercado.

2.3 Ubicación de la empresa:

La empresa contará con local propio, ubicada en la casa de uno de los socios, en residencial Bello Horizonte, frente a Multi-centro Las Américas, que es una zona comercial altamente activa.

2.4 Justificación

En nuestro país en donde el mercado de productos crece rápidamente y el consumismo es cada vez mayor, notamos que los productos ofertados no son, en su mayoría, personalizados, no se ajustan a las necesidades específicas de cada cliente.

Nuestra empresa se ajusta a lo creativo, personalizado, ágil, organizado, a fin de poder competir con el mercado existente en lo relativo a las tarjetas importadas y genéricas. Buscamos desarrollar una empresa que sea efectiva y competitiva ofreciendo productos de calidad y buen servicio.

El presente proyecto permitirá dar a conocer el alcance en las diferentes actividades que se realizarán dentro de las operaciones para garantizar la administración correcta de la empresa. Esto posibilitará brindar un servicio con valor agregado, teniendo en cuenta que para medir los grados de eficiencia que presentan los procesos asociados al registro de operaciones contables de la empresa, implicará identificar oportunidades de mejora, en la forma que se aprueban las transacciones, archivos y resguardo de documentación, soporte, controles internos asociados a áreas vinculadas con la contabilidad.

Al finalizar tendremos la capacidad de establecer criterios técnicos y determinar la viabilidad y riesgos que conlleva desarrollar un plan de negocios con el objetivo de la creación de una empresa sostenible.

2.5 Misión

Ser una empresa líder e innovadora en la comercialización de tarjetas personalizadas de diferentes motivos, que satisfagan las necesidades de nuestros clientes, brindando productos de calidad y excelente servicio.

2.6 Visión

Ser la mejor opción para el cliente en la oferta de tarjetas personalizadas, ofrecer al público meta los productos de nuestra empresa, ampliar el sector de distribución de nuestro producto a nivel nacional, ser empresa líder a nivel nacional.

2.7 Valores de un empresario

Innovación: Destacar con productos originales con el fin de crear y diseñar productos que cumplan con la demanda y personalidad de nuestros clientes.

Calidad: Valor agregado a cada uno de los trabajos solicitados que satisfagan las necesidades de nuestros clientes.

Originalidad: Solucionar y personalizar a través de la asesoría de diseños de productos únicos para nuestros clientes.

Puntualidad: Cumplir nuestros compromisos de entrega de trabajos y ventas con nuestros clientes y distribuidores.

Integridad: Alcanzar reconocimiento por medio de soluciones satisfactorias cumpliendo normas y siendo transparentes en la función de nuestras obligaciones con terceros.

2.8 Principios Empresariales

Mantenemos un compromiso empresarial ético y transparente con niveles elevados de gobernabilidad.

Relaciones con nuestros clientes

Promovemos relaciones de confianza en el largo plazo con nuestros clientes, ofreciendo productos de calidad, innovadores y sustentables, así como servicios de excelencia.

Relaciones con nuestras comunidades, proveedores, sociedad y medio ambiente

Nos comprometemos a interactuar con nuestros vecinos, comunidades, proveedores, sociedad y medio ambiente, fundamentados en el respeto mutuo y la cooperación.

Mantener una buena relación entre nuestros proveedores de materia prima, ya que de ellos dependemos para la elaboración de nuestros productos.

Ventajas competitivas.

Actualmente en el mercado no existe una empresa enfocada directamente al diseño de tarjetas personalizadas, siendo así una de las mayores ventajas para nuestro negocio. Nuestra competencia ofrece servicios similares a los nuestros, pero no como servicio principal.

Lo que nos diferencia de ellos es tener una mejor calidad en nuestro producto y nuestros precios son accesibles al mercado y es por eso que nuestra empresa ha tomado la iniciativa de utilizar el método cualitativo para ver qué tan viable sería la empresa y cuál sería la aceptación que tendría para nuestro público meta, logrando de este modo una mejor aceptación, calidad en nuestros productos y servicios a ofrecer.

Distingos

Los productos elaborados en Tarjetas creativas son a consecuencia de una serie de procesos y elaboración tanto en equipos de cómputo como manuales.

A continuación le daremos una breve explicación de cómo se elaborará un producto.

1. Análisis de la necesidad del cliente.
2. Realización de un arte gráfico.
3. Aprobación del cliente (vía correo Electrónico, personal o Muestra) firmada por el cliente
4. Impresión del producto.
5. Corte y empaque del producto.
6. Entrega y revisión por el cliente.

CAPITULO III Mercado

3.0 Introducción: Programar actividades de promoción, plantear los métodos a utilizar en estas actividades, mejorar la interacción entre el cliente y la empresa facilitando la distribución y venta.

3.1 Objetivos del Mercado

Objetivos a corto plazo

Establecer un promedio mensual de 50 clientes de personalización de diseños y al menos 10 clientes intermediarios de distribución masiva de nuestra marca de diseños genéricos que compitan a un costo menor de las marcas establecidas en el mercado las cuales son del exterior, tratar de llegar a una meta de introducción de 900,000 unidades a vender en el primer año de lanzamiento del producto.

Objetivos a Mediano Plazo

Creer prudentemente nuestra demanda, actualizar equipos, mantener el equipo de trabajo actual teniendo como idea uniforme la calidad y el desempeño de nuestros objetivos planteados desde el principio.

Aumentar nuestra demanda de 900,000 unidades esperadas en el primer año a 117,000 para el segundo y de 150,000 para nuestro tercer año posicionándonos en un mercado competitivo a través de la inversión de nuestros flujos de Ingresos, administrando correctamente nuestro capital de trabajo.

Objetivos a Largo Plazo

Ser la opción viable estableciéndonos en el mercado, a través de la actualización de equipos, mantener la calidad de los diseños aumentar nuestra cuota de producción anual a 180,000 unidades y 240,000 establecer nuestra marca en los canales de distribución intermediaria y en la calidad de los diseños personalizados para nuestros clientes.

Estrategia de Objetivos

Promocionar nuestra empresa a través de canales de distribución captando los diferentes segmentos por los medios que nos facilita el mercadeo digital en los sitios de redes sociales donde la difusión se creará y tendrá gran alcance, porque hoy en día los jóvenes y adultos tienen un acceso amplio a las tecnologías de información.

Posicionar la empresa dentro de unas opciones con temas originales en la personalización de los trabajos que realicemos, con la calidez de una atención individualizada y exclusiva de los clientes y empresas.

Alcanzar la meta de lograr una cantidad de clientes directos mensuales para personalización y establecer clientes en cadenas de distribución para nuestra marca de consumo masivo, con perspectivas frescas y originales.

1) Segmento personal

Ofrece diseños de tarjetas de invitación para festividades personales, cumpleaños, quince años, bodas, bautizos, baby showers, despedidas de soltero, etc., con la meta de realizar diseños únicos, personalizados e individuales, satisfaciendo la necesidad de originalidad de los clientes.

2) Segmento empresarial

Ofrece diseño de tarjetas personalizadas para eventos, reuniones felicitaciones dirigidas a clientes y proveedores, afiches comunicativos, habladores y de presentación de negocios.

3) Segmento masivo

Ofrece tarjetas genéricas de felicitaciones, cumpleaños, días festivos de carácter comercial los cuales serán de alcance masivo que se elaboraran para surtir tiendas al por menor y librerías, teniendo un mercado de distribución y a la vez publicitario al presentar una marca.

3.2 Investigación de Mercado.

1) Tamaño del mercado: según la muestra tomada en base a una encuesta nosotros elegimos un 20% de nuestros entrevistados será el 100% del mercado que da un total de 25 clientes potenciales a inicio del corto plazo.

2) Consumo aparente: Nuestro consumo aparente es de 300 tarjetas diarias o más.

3) Demanda Potencial: $Q = npq.l$

$50 \times 45 \times 300 = 675,000$ es nuestra demanda potencial

Análisis de la Demanda

Según nuestro análisis existe una demanda en diversos sectores del mercado los cuales necesitan tarjetas de diferentes motivos, ya que las tarjetas que se encuentran en el mercado actualmente son obsoletas.

Por ende nuestra demanda estaría en aumento y la aceptación en el mercado de nuestros servicios aumentará, la calidad brindada y la eficiencia permitirá una buena referencia de trabajo y nuestros clientes estarían solicitando repetitivamente nuestros servicios.

La existencia de la demanda de tarjetas personalizadas se debe a la necesidad de originalidad de las personas, empresas y el consumo masivo, dentro de los cuales nos encontramos con productos genéricos que no brindan la calidad que los clientes esperan, son repetitivos o simplemente obsoletas.

En la demanda masiva del mercado actual se requiere para las diferentes efemérides una actualización y nuevos diseños con la que los clientes satisfagan su necesidad con toques modernos y temas actuales, que dentro del enfoque de negocio las ideas y originalidad nicaragüense alcanzará a segmentos que se sientan identificados con nuestra marca.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Las empresas que ofrecen diseños genéricos similares a nuestro producto se enfocan en la cantidad de productos, no analizando el entorno actual, la originalidad y calidad que requieren los clientes teniendo mensajes rutinarios, con poca información.

En el caso de la oferta de tarjetas personalizadas, se van repitiendo a través de los estudios fotográficos el mismo diseño que carece de creatividad al tener formatos preestablecidos para brindar a los clientes en las celebraciones de bautizos, cumpleaños, bodas, baby shower, etc.

Nuestra empresa ofrecerá una marca y calidad personalizada según las necesidades que nos requieran nuestros clientes, presentándoles un producto final original, innovador y accesible a sus necesidades.

Existen diversas empresas que están ofertando servicios similares a los nuestros y ellas están enfocadas en diferentes rubros y tienen poca presencia en el mercado, no tienen muy bien definido su público meta, no brindan a sus futuros clientes información valiosa y no poseen un sistema de asesoramiento eficaz al cliente, no existe atención personalizada que les permita tener una mejor calidad en su producto y los precios no son tan accesibles al mercado.

Es por eso que nuestra empresa ha tomado la iniciativa de utilizar el método cualitativo para ver qué tan viable sería la empresa y cuál sería la aceptación que tendría para nuestro público meta, logrando de este modo una mejor aceptación, calidad en nuestros productos y servicios a ofrecer.

3.3 Estudio de mercado

El plan de investigación es de campo de tipo exploratorio cualitativo lo cual se realizó para identificar cual es la demanda que tiene el producto que vamos a ofrecer a un público meta y también nos servirá para identificar cual sería nuestro producto estrella, nuestro producto vaca y nuestro producto perro, logrando de esta manera una mejor organización en cuanto a los productos que tienen una mejor demanda.

Método utilizado

El Método que utilizamos fue la encuesta a través de preguntas cerrada para analizar qué tan viable resultaría la empresa a establecer enfocándose a la necesidad de nuestro público meta, lo que también nos servirá para que nuestra empresa se posea en el mercado logrando un crecimiento en cuanto a calidad de producto, servicios y eficiencia.

Técnica que utilizamos

La técnica que se utilizó fue cualitativa a través de una encuesta para estudiar a fondo las necesidades de nuestros futuros clientes, llegando a la conclusión que la demanda es muy amplia en el mercado y la técnica que utilizamos muy rentable y satisfactoria para nosotros y nuestros clientes.

Instrumento

El método a utilizar fue la encuesta para ver la viabilidad de los servicios con preguntas cerradas a través de cuestionario que se realizó a un público general que nos ayudó al análisis de la oferta y la demanda que tendrán nuestros productos.

3.4 Distribución y puntos de ventas

Haremos uso de canales directos venderemos nuestros productos en nuestro local a través de redes sociales, llamadas telefónicas, o a través de visitas a domicilio.



3.5 Promoción del Producto o Servicio.

El propósito de nuestra promoción del servicio es vender el servicio a través de descuentos. Para nuestras Promociones utilizaremos, volantes con nuestros servicios para medio de difusión, las mantas para la publicidad en un determinado rango de distancia.

Para posicionarnos dentro del mercado y ofrecer nuestros servicios contaremos con los medios de publicidad visual invirtiendo en publicidad de nuestros clientes, obsequiándoles a través de los contactos medios que ayuden a crear una reputación de la empresa.

Esperamos que nuestra calidad sea reconocida por nuestros clientes y ellos también sean un medio publicitario al recomendarnos de boca en boca, sin embargo esta no será una limitante, ya que incursionaremos creando blog spot, página en facebook, donde facilitaremos los contactos, nuestro punto de venta, los servicios personalizados y de carácter masivo que esperamos lanzar.

Nuestra inversión en publicidad constará de un inventario con nuestra marca el cual se irá amortizando de acuerdo a la utilización de nuestros servicios durante el primer año de posicionamiento de la empresa:

Esta Inversión dependerá de diferentes factores y se hará anualmente.

Producto	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Mantas	500	6	3,000.00
Volantes	2000	1	2,000.00
sombrillas	150	25	3,750.00
Camisas	95	100	9,500.00
Total Publicidad			18,250.00

Véase el anexo IV.

3.6 Fijación y políticas de precio.

Nuestros precios son precios de introducción por debajo de la competencia a razón de un 10 ó 15% esto dependerá de algún valor agregado que le podamos dar a nuestros servicios.

Lo hemos seleccionado esta forma ya que nos permite observar el mercado y poder establecer un mejor precio en nuestros productos mucho más accesible y con una mejor calidad personalizada.

Hemos seleccionado tres empresas las cuales poseen servicios similares a los nuestros, de esta forma establecemos un promedio en nuestros precios.

Valor De Venta Unitario

Cumpleaños	20.00
Boda	40.00
Baby showers	20.00
Aniversario	45.00
Día de las madres	40.00
Día del padre	40.00
Amor	40.00
Navideña	35.00

3.7 Plan de Introducción al Mercado.

Nuestra forma de integrarnos al mercado, fue primero analizar en qué situación estábamos al pretender entrar a un servicio novedoso, pero no analizado ni estudiado, como resultado tuvimos una fuerte demanda de nuestro servicio.

Al revisar nuestro análisis nos dimos cuenta que tendremos dos tipos de clientes los directos y los intermediarios, los clientes directos trabajarán con nosotros por resolver sus necesidades de tarjetas y los intermediarios nos comprarán tarjetas únicas y novedosas.

Otra forma de solicitud de servicios será trabajar con foto estudios, de muy buena trayectoria tales como Best Photo, Photogenia, Special Moment. Best Moments.

También trabajaremos por pedidos, ya sea en línea como a distancia.

3.8 Riesgos y oportunidades del Mercado.

Riesgos

- Somos una empresa que está incursionando en el mercado.
- No se cuenta con servicios de impresión propios del negocio.
- Competencia desleal por bajo presupuestos en supuestos diseñadores.
- Baja capacidad financiera.

Oportunidades

- Demanda insatisfecha.

- Amistades con docentes de la Universidad Politécnica de Nicaragua con mucho Prestigio en Diseño Gráfico.

Fortalezas

- Personal profesional capacitado y con experiencia.
- Satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Calidad en el trato al usuario.
- Precios accesibles.
- Ofertas de Diseños.
- Hermandad y responsabilidad social.
- Demanda potencial en desarrollo constante.

Amenazas

- Competencia actual en el sector geográfico industrial.
- Fidelidad de los clientes a empresas competidoras.
- Largo tiempo de recuperación de inversión.

3.9 Sistema y Plan de Ventas.

Tarjetas Creativas tiene un plan de ventas para vendedores del 5% del valor neto del producto, cuando el trabajo ya se encuentre realizado, se incentivará al vendedor cuando sobre pase la meta de ventas y se le dará una bonificación a sus colaboradores.

3.10 Encuesta de estudio de mercado

La muestra tomada para la realización de las encuestas de estudio de mercado, fue de 100 personas. El instrumento aplicado se encuentra en el Anexo 2.

Los resultados de la encuesta nos han revelado datos estadísticos y también formas y comportamiento de nuestros futuros clientes.

Resultados de interpretación ver gráficos en Anexo 3

Nuestro Publico meta es 60% Hombres, el 97% de los encuestados compra el producto, siendo el producto más vendido y nuestro producto estrellas las tarjetas de cumpleaños, el target tiene una cantidad específica de consumo por cliente 50 tarjetas por cumpleaños.

Las estrategias de Tarjetas Creativas serán darle la satisfacción al cliente con un nuevo producto, darles una mejor calidad tanto en estética como impresión.

Con el resultado de la encuesta nos damos cuenta de que es un proyecto rentable.

3.11 Organización de Mercadeo

Para llevar a cabo el diseño de nuestro producto, delimitaremos las responsabilidades de atención desde el contacto inicial con nuestros clientes:

Las tareas

Quien las realiza

Agrupar las responsabilidades.

CAPITULO IV Producción

4. Introducción

Tratar de elaborar la materia prima con ayuda del recurso humano en producto para nuestros clientes el cual llene sus expectativas y satisfaga sus necesidades.

4.1 Objetivos del área de Producción.

Objetivos a corto plazo.

Asegurar personal calificado para las diferentes áreas.

Contar con el espacio necesario para la producción, los insumos apropiados, los recursos y los equipos necesarios para poder iniciar con la producción.

Ordenar las actividades para que a través del plan de trabajo llevar a cabo el proceso de elaboración del producto en el tiempo, forma y calidad establecida con el cliente.

Objetivos a mediano plazo.

Invertir en recursos primarios del lugar de producción, garantizar equipos y maquinarias de acuerdo a las necesidades.

Ordenar los procesos para una mejor en los tiempos de entrega de un 30% más.

Objetivos a largo plazo.

Expansión de la empresa en los diferentes espacios físicos, invertir en maquinarias y equipos para el personal.

3.1.2 Análisis

La producción es la parte fundamental de nuestra empresa la cual de acuerdo a nuestra capacidad instala esperamos lograr nuestros objetivos de ventas de unidades de tarjetas anuales según nuestro plan de trabajo esperado de acuerdo a nuestro estimado siguiente:

AÑO	2016	2017	2018	2019	2020
Unidades	900,00	117,000	150,000	180,000	240,000

4.2 Especificaciones del Producto

Productos	Tamaño	Materiales
Tarjetas Personalizadas	8.5" x 5.5" 5.5" x 4.25"	Papel Sulfito Papel Opalina Papel Tracy Papel Fotográfico Tinta Empaque
Tarjetas Empresariales	8.5" x 5.5" 5.5" x 4.25"	Papel Sulfito Papel Opalina Papel Tracy Tinta Empaquetado
Tarjetas Masivas	8.5" x 5.5" 5.5" x 4.25"	Papel Sulfito Papel Opalina Papel Tracy Tinta Empaquetado

4.3 Proceso de Producción

Para optimizar el proceso de producción, nuestro estimado en atención de un cliente para una orden de 100 unidades:

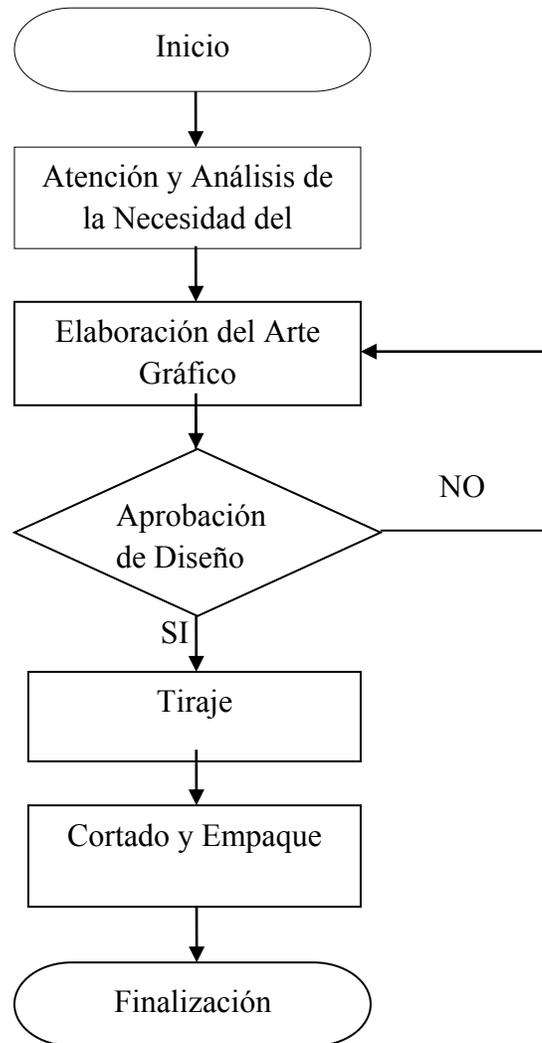
Proceso	Tiempo Estimado
Atención y Análisis	10 minutos
Elaboración Arte Gráfico	60 minutos
Aprobación Diseño	20 minutos
Tiraje	30 minutos
Corte y Empaque	10 minutos
Finalización Producción	2:10 horas

4.3.1 Costo de Producción

Actualmente para cubrir la demanda de nuestro productos contamos con la existencia de inventario para el diseño y producción y comercialización, el cual esperamos sea comprado de contado, actualmente conseguimos adquirir parte de nuestro inventario a crédito de 15 días, el cual lo iremos cancelando de acuerdo a las ventas esperadas.

Se efectuó el análisis de la producción de una unidad de nuestros productos de acuerdo a la calidad del diseño, tipo de producto y la elaboración, tomando en consideración la materia prima que conforma la tarjeta y el material de empaque importante a la hora de la distribución y entrega a nuestros clientes.

4.4 Diagrama de Flujo del Procesos



4.5 Características de la Tecnología de Producción

Equipos

Computadora COMPAQ hp NVIDEOA 1GB DDR3 500GB HD	13,500.00
Computadora ACER DUAL CORE 1GB DDR2 200GB HD	5,400.00
Computadora DELL I3 NVIDEOA 1GB DDR3 500 GB HD	10,800.00
IMPRESORA HP LASER	13,500.00
Equipo de Computo	43,200.00

Mobiliario

Regla metálica	405.00
Cortadora	810.00

Guillotina	1,350.00
Mobiliario y Equipo	2,565.00
Software	
CC DESIGNER	37,800.00
X7	16,200.00
Intangibles	54,000.00
Total Activos Producción	99,765.00

4.5.1 Equipo e Instalaciones

Propiedad	
Edificio	540,000.00
Motocicleta SUZUKI AX4	32,400.00
Motocicleta YAMAHA YBR	48,600.00
Vehículos	81,000.00
Impresora EPSON L200 burbuja calidad fotográfica	1,620.00
Abanicos SANKEY	7,290.00
Sillas de escritorio	17,280.00
Mesas plásticas	17,280.00
Escritorios	54,000.00
Sillas de espera plástica	5,400.00
Mobiliario y Equipo	102,870.00
Software	
MONICA 8.0	2,430.00
Intangibles	2,430.00
Total Activos	726,300.00

4.5.2 Costos Fijos Mensuales

Los costos fijos en los que incurrirá la empresa para el desarrollo de sus actividades consistirán:

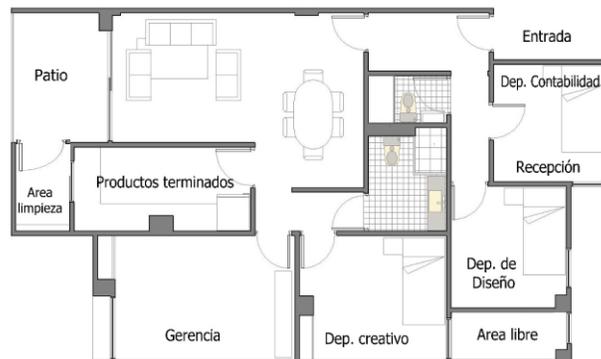
Servicios	Costo
Agua	500.00
Luz	1,400.00
Teléfono	810.00
Internet	900.00
Total Costos	3,610.00

4.5.3 Gastos Sujetos a Reembolso

El combustible para entregas de producto a domicilio será sujeto a reembolso mensual, teniendo un estimado de:

Combustible C\$ 1,000.00

4.6 Instalaciones



4.6.1 Depreciación y Amortización de Equipos y Activos

Los activos fijos con los que cuenta la empresa tienen una vida útil en la cual se depreciaran sus valores de adquisición según las cuotas establecidas en el Reglamento de la Ley de Concertación Tributaria, que es el marco jurídico actual, quedando las cuotas por los siguientes montos mensuales:

Depreciación mensual edificio	2,250.00
Depreciación mensual vehículo	1,350.00
Depreciación mensual equipo computo	1,867.50
Depreciación mensual mobiliario	1,730.25
Total depreciación	7,197.75

Amortización mensual intangible 940.50

Total depreciación y Amortización 8,138.25

Depreciación Edificio Comercial	20 AÑOS	Método Línea Recta
Depreciación Vehículos	5 AÑOS	Método Línea Recta
Depreciación Equipo de Cómputo	2 AÑOS	Método Línea Recta
Depreciación Mobiliario	5 AÑOS	Método Línea Recta
Amortización Activos Intangibles	5 AÑOS	Método Línea Recta

4.7 Materia Prima

Producto	Existencia	Unidad de Medida	Valor
Papel Bond 40	5	RESMAS	450.00
Papel Sulfito Tamaño A0	3000	UNIDADES	8,100.00
Papel fotográfico Tamaño A0	100	UNIDADES	2,500.00
Papel Tracy Tamaño A0	2000	UNIDADES	4,000.00
Papel Opalina Tamaño A0	1000	UNIDADES	3,500.00
Tintas para Impresora Epson	6	UNIDADES	3,564.00
Empaques 100 unidades	100	UNIDADES	1,400.00
Papel kraft Pliego A0	200	UNIDADES	960.00
Sellador TARTAN	12	UNIDADES	420.00
Sobre Blancos T/C	300	UNIDADES	210.00
Sobres de Colores T/C	300	UNIDADES	255.00
Sobres pequeños Blancos	200	UNIDADES	130.00
Sobres pequeños de Color	200	UNIDADES	150.00
			<u>25,639.00</u>

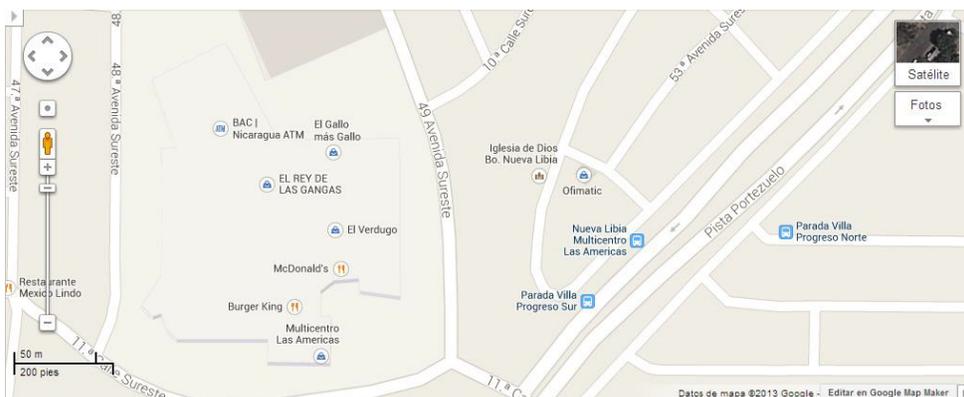
4.8 Capacidad Instalada

La capacidad instalada asciende a producir de 1300 tarjetas diarias.

4.9 Manejos de Inventario

Tarjetas Creativas maneja un inventario de materiales para producir 33,800 tarjetas en un mes y tiene un inventario extra para elaborar 20,000 tarjetas.

4.10 Ubicación de la Empresa



Está ubicado frente a Multi-centro Las Américas, uno de los canales de distribución a usar sería Empresa- Clientes además utilizaremos promociones en Facebook y en el local para poder publicitar la empresa.

Este lugar fue escogido por el auge y afluencia de personas ya que tenemos un sin número de clientes potenciales que asisten al centro comercial. Las principales rutas urbanas 06 –

102 – 104 – 111 -123- 168 – Tipitapa-Huembes todo esto de manera que facilite vías de acceso a nuestros clientes.

4.11 Mano de Obra requerida

1. Gerente General

Posición dentro de la empresa : Nivel Ejecutivo
Nombre del cargo Administrativo : Gerente General
Depende de : Junta de Accionistas

Supervisa a: A todas las gerencias:
Gerencia de Mercadeo
Gerencia Financiera

Funciones:

1. Propone y define con la junta directiva y la presidencia la misión, visión y política de calidad de la empresa.
2. Elaborar con el equipo gerencial los objetivos anuales de calidad de la empresa, y de cada gerencia, proponerlos y definirlos finalmente con la presidencia y la junta directiva.
3. Colaborar con el equipo gerencial en la ejecución de los objetivos de calidad.
4. Elaborar periódicamente por área el desarrollo de cada uno de los objetivos de calidad establecidos.
5. Coordinar y dirigir el proceso de revisión por la gerencia.
6. Garantiza la implementación y la ejecución del sistema integrado de calidad.
7. Representar a la empresa y mantener las relaciones comerciales a nivel nacional e internacional.
8. Trabajar con el equipo de gerencia la organización interna de la organización de la empresa para que coincide y apoye el logro de la misión, visión, política y objetivos de calidad.

Perfil profesional del cargo:

Para cumplir con el cargo en ésta empresa deberá cumplí con:

Educación de Licenciatura en economía o administración o, en sugerencia, con una experiencia que compense por estos estudios.

Experiencia de trabajo empresarial mínima de 3 años o estudios y competencias que compensen por esta experiencia.

Habilidades tales como liderazgo, autodidacta, analítico y colaborador.

Posición dentro de la empresa : Nivel de Dirección
Nombre del cargo Administrativo : Gerente Financiero
Depende de : Gerente General
Supervisa a : Al Contador General

Funciones:

1. Dirigir la Organización a su cargo para cumplir con los planes de trabajos anuales y con la visión de la empresa. Elaborar con el gerente general los planes de trabajo anual y colaborar con el equipo gerencial en las diferentes visiones a largo plazo.
2. Administrar y supervisar el departamento de contabilidad
3. Supervisar el buen registro de las operaciones contables y revisar detenidamente los estados contables, balances financieros para la aprobación y certificación de los mismos.
4. Revisar los soportes y firma de los cheques, giros y transacciones realizadas por la empresa para con su proveedor.
5. Supervisar la elaboración del informe diario de caja.
6. Revisar y controlar el orden numérico de los cheques y asegurar el control de los cheques en tesorería.
7. Supervisar y asegurar los debidos controles financieros y contables en las normas y procedimientos de la empresa.

Perfil profesional del cargo:

Para cumplir con el cargo en esta empresa deberá cumplir con:

Tener un nivel de Licenciatura en Contabilidad o Administración en la ausencia de eso una larga experiencia que compense los estudios de estos.

Poseer una experiencia de trabajo empresarial mínima de 3 años o estudios y competencias que compensen por esta experiencia.

Tener habilidades tales como liderazgo, autodidacta, analítico, colaborador.

2. Contador General

Posición dentro de la empresa	:	Nivel Sustantivo
Nombre del cargo Administrativo	:	Contador General
Depende de	:	Gerente Financiero.
Supervisa a	:	Auxiliares contables.

Funciones:

Recopilar la información contable, organizar, clasificar, revisar, procesar y consolidar hasta obtener los Estados Financieros

Preparación de la declaración de impuestos directos e indirectos.

Colaborar con todas las gerencias de la empresa en lo que respecta en la información contable.

Perfil profesional del cargo:

Para cumplir con el cargo en esta empresa deberá cumplir con:

Título de contador público

Experiencia mínima de 2 años

Habilidades tales como: Liderazgo, Autodidacta, Analítico, Productivo, capaz y colaborador.

Manejos de programas de Word, Excel y disponibilidad de trabajar horas extras.

Posición dentro de la empresa : Nivel Sustantivo
Nombre del cargo Administrativo : Gerente de Mercadeo.
Depende de : Gerente General.

Funciones:

1. Supervisa a la administración de tiempos de canales de ventas.
2. Motivar capacitar al personal de todos los canales a través de charlas, asambleas, competencia y ejercicios de grupos.
3. Proporcionar capacitación especializada en ventas para su mejora continua.
4. Elaborar y proponer programas para el desempeño de los subordinados.
5. Informar al Gerente de Distribución el desarrollo de Actividades de mercado, ventas, importantes para su cumplimiento (Campañas, cuotas, proyectos y reestructuración)

Perfil profesional del cargo:

Para cumplir con el cargo en esta empresa deberá cumplí con:

Licenciado en Administración y mercadeo.

Experiencia mínima de 2 años

Habilidades tales como: Liderazgo, Autodidacta, Analítico, Productivo, capaz y colaborador.

Manejos de programas de Word, Excel y disponibilidad de trabajar horas extras.

3. Gerente de Mercadeo

Posición dentro de la empresa : Nivel Sustantivo
Nombre del cargo Administrativo : Encargado de Ventas.
Depende de : Gerente de Mercadeo.

Supervisa a:

Diseñador

Encargado de Logística y Distribución

Funciones:

1. Supervisa a la administración de tiempos de canales de ventas.
2. Motivar capacitar al personal de todos los canales a través de charlas,
3. Proporcionar capacitación especializada en ventas para su mejora continua.
4. Elaborar y proponer programas para el desempeño de los subordinados.
5. Informar al Gerente de Mercadeo el desarrollo de Actividades de mercado, ventas, diseño y Logística.

Perfil profesional del cargo:

Para cumplir con el cargo en esta empresa deberá cumplí con:

Licenciado en Mercadeo.

Experiencia mínima de 2 años

Habilidades tales como: Liderazgo, Autodidacta, Analítico, Productivo, capaz y colaborador.

4. Diseñador gráfico

Posición dentro de la empresa : Nivel Sustantivo
Nombre del cargo Administrativo : Diseñador.
Depende de : Encargado de Ventas.
Supervisa a:

No Aplica

Funciones:

1. Colaborar en el diseño gráfico para la difusión, presentación e identificación de los eventos institucionales, a través de los equipos e instrumentos aplicables disponibles en su área
2. Participar en la elaboración de Diseño de Productos
3. Verificar el funcionamiento del equipo y existencia de materiales, reportando las necesidades de mantenimiento, reparación y suministro, para conocimiento de su jefe inmediato.
4. Realizar el reporte de actividades y trabajos efectuados, para conocimiento de su jefe

Perfil profesional del cargo:

Para cumplir con el cargo en esta prestigiosa empresa deberá cumplí con:

Licenciado en Diseño Gráfico.

Experiencia mínima de 2 años

Habilidades: Analítico, Productivo, Innovador, y Colaborador.

Manejos de programas de Diseño, CC Designer y X7.

5. Encargado de Ventas

Posición dentro de la empresa : Nivel Sustantivo
Nombre del cargo Administrativo : Encargado de Logística y Distribución.
Depende de : Encargado de Ventas.
Supervisa a:

No Aplica

Funciones:

1. Elaboración de rutas de Distribución.
2. Administrar tiempos de Entrega.
3. Se encarga del empaquetado de los Diseños.
4. Velar por la entrega correcta de los pedidos.

Perfil profesional del cargo:

Para cumplir con el cargo en esta prestigiosa empresa deberá cumplí con:

Estudiante de Diseño Gráfico.

Experiencia mínima de 2 años

Habilidades: Puntual, coordinado y colaborador.

Manejos Maquinaria, vehículos, contar con licencia.

4.12 Procedimientos de mejora Continua.

La microempresa estará sujeta a aplicar mejoras paulatinamente tanto en tecnología, como en capacitaciones para la mano de obra y actualización de conocimientos.

4.13 Programa de producción.

La Producción se lleva a cabo desde el momento en que se recepciona la información del cliente, luego se pasa al diseñador, se revisa hasta esperar la aprobación del cliente, luego de aprobado se realiza la impresión por medio del diseñador el encargado de logística hace el debido empaque y su revisión antes de entregárselas al cliente final.

CAPITULO V ORGANIZACIÓN

Lo más importante en una entidad es una excelente organización, para ello debe existir una coordinación de esfuerzos por parte de los miembros que integran dicha entidad, desempeñando labores bien definidas con toda eficiencia.

Esta excelente organización le permitirá a la entidad mantener una administración bien organizada que le permitirá responder a los diferentes cambios que sucedan.

La base organizacional que debe existir en una entidad debe ser radicada esencialmente en la estructura de la entidad y esta debe nacer de las necesidades humanas, laborales y del deseo de superación. Esto quiere decir que los miembros de la entidad deben cooperar para obtener fines productivos y con el menor costo posible.

En la organización incluye definir las funciones adecuadas y relacionadas unas con otras, para que los miembros capaces que deseen cooperar entre sí, trabajar con eficacia si todos conocen el papel que deben cumplir. Al referirnos a la estructura organizacional nos enfocamos a un principio general que debe tener toda institución el cual nos habla del diseño perfecto, determinando las tareas y quien es el responsable. Eliminando la desorganización en las responsabilidades y logrando un sistema de comunicación y de toma de decisiones adecuadas con los objetivos de la empresa.

Para tomar en consideración los objetivos en la organización se deberán tratar los elementos de la misma, los cuales una vez comprendidos y asimilados ayudaran a que se realice una mejor administración, dichos elementos son:

La división del trabajo: aquí se toma en consideración varias etapas.

Jerarquizar las funciones del grupo por orden del rango, grado o importancia.

Segregar las funciones o actividades en unidades específicas con base a su similitud.

Coordinar los recursos y esfuerzos de un grupo para lograr oportunidad, unidad, armonía y rapidez en el desarrollo de dichos objetivos.

Con todo lo anterior descrito podemos decir que la organización es:

“ Es un conjunto de cargos cuyas reglas y normas de comportamiento, deben sujetarse a todos sus miembros y así valerse del medio que permite a una empresa alcanzar determinados objetivos. ”

Con este concepto podemos afirmar que la organización es la parte típica que corresponde a lo mecánico de la administración, esto quiere decir que se establece como se debe realizar las funciones, las jerarquías y las actividades, esto debe contribuir a visualizar más o menos el futuro. En esencia lo que nos establece es como y quien va a hacer cada cosa, en el sentido de que puesto se debe ocupar y no cual persona lo debe ocupar.

5.1 Objetivos del área de organización:

Corto Plazo:

Tener las herramientas necesarias (Materiales, tecnología, espacio y capital humano) para lograr cumplir a nuestros clientes sus necesidades.

Contratar a personal óptimo para las diferentes áreas.

Crear una estructura que cumpla con las funciones y metas que necesita la empresa

Mediano Plazo:

Evaluar al Personal Calificado.

Revisar la productividad antes y después de ser capacitados.

Mantener el flujo de materia Prima.

Largo Plazo:

Reclutamiento de personal y capacitaciones para las distintas áreas.

Autoevaluar la Organización de la empresa para ayudarles a mejorar la productividad.

Actualizarse con la tecnología y expandirse el área de producción.

5.2 Estructura organizacional

La gráfica que muestra la estructura organizacional formal de una empresa, el agrupamiento de sus principales funciones, sus niveles jerárquicos y sus relaciones.

Ayuda a definir la estructura, funciones y los procesos que deben de seguirse dentro de una empresa.

A continuación el modelo de la estructura organizacional de Tarjetas Creativas:



5.3 Funciones específicas por puesto.

Descripción de los puesto de la empresa.

Gerente:

Se encarga de supervisar a los gerentes de área. Estar enterado de cualquier anomalía que suceda en negocio o empresa para poder solucionarla. Atender las quejas de los colaboradores, clientes y proveedores, por pequeñas que sean. Encargarse de que se supla cualquier puesto si es necesario. Atender a los clientes especiales y promover el buen desarrollo y funcionamiento de la empresa o negocio.

- * Designar todas las posiciones gerenciales.
- * Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- * Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.
- * Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente.

Encargado de Mercadeo:

Monitorea la situación presente del mercado y pronostica su futuro, considerando las características y expectativas de los usuarios de los productos, canales de distribución, proveedores, competidores y asociaciones comerciales.

A cargo del Gerente de Mercadotecnia se encuentran diversas tareas. Una de ellas consiste en participar en la toma de decisiones respecto del plan mercadológico a instrumentar.

Como parte del desarrollo de la estrategia a seguir, ese profesional busca identificar oportunidades de mercado que logren ventajas equivalentes en los rubros relacionados con el producto, precio, distribución, promoción y relaciones comerciales.

El Gerente recaba y analiza información sobre los mercados nacional, internacional, gubernamental y otros segmentados, para planear las etapas de la distribución, comercialización y venta de los productos y/o la prestación de los servicios.

Para conocer el nivel de satisfacción de los clientes con respecto al producto y/o servicio, el Gerente se vale del levantamiento de encuestas a consumidores y a expendedores, la entrevista directa y profunda a ellos y la consulta a expertos. Esos métodos también los emplea para identificar las necesidades de los consumidores y captar quejas y sugerencias.

La planeación de los circuitos de distribución, logística y venta también están a cargo del Gerente de Mercadotecnia. Éste participa en la selección e implementación de los canales de distribución de los productos y servicios, así como en la definición de las fases de logística que abarcan la obtención, el almacenamiento y el movimiento de materia prima y productos terminados desde su entrada hasta su salida como bienes para el consumo.

Encargado de producción.

Diseñador Gráfico:

- 1.- Colaborar en el diseño gráfico para la difusión, presentación e identificación de los eventos institucionales, a través de los equipos e instrumentos aplicables disponibles en su área de adscripción.
- 2.- Participar en la elaboración de carteles, gafetes, folletos, portadas, credenciales, personificadores, trípticos e invitaciones, conforme a las solicitudes de las diversas áreas de la Asamblea, para la difusión, identificación y promoción de actividades y eventos institucionales
- 3.- Auxiliar en la producción de originales mecánicos y dummies para la impresión y reproducción de materiales gráficos.
- 4.- Asistir en la preparación de mamparas, escenarios y exposiciones especiales, de acuerdo a la calendarización de los eventos, conforme a las actividades inherentes a su área de adscripción.

5.- Verificar el funcionamiento del equipo y existencia de materiales, reportando las necesidades de mantenimiento, reparación y suministro, para conocimiento de su jefe inmediato.

6.- Realizar el reporte de actividades y trabajos efectuados, para conocimiento de su jefe inmediato.

Financiero:

El análisis de datos financieros.

La determinación de la estructura de la empresa.

La fijación de la estructura de capital.

Encargado de logística y distribución.

El Gerente de Operaciones tiene a su cargo el manejo del departamento técnico dentro del que se incluye la elaboración y supervisión de proyectos de riego, así como también brindar servicio técnico a los clientes en la correcta utilización de los productos, planea y ejecuta cualquier cambio, modificación o mejora.

Tiene total autoridad en el manejo del personal a su cargo autorizada para la contratación de personal temporal para proyectos, contratación de personal definitivo junto con la gerencia general. Adicionalmente tiene autoridad total en el manejo de las ventas dentro de la razonabilidad del negocio.

Tiene la libertad para negociar con los clientes y otorgar crédito tomando en cuenta ciertos criterios como: el financiamiento recibido por los proveedores, el tiempo del proyecto, el monto de la venta, la rentabilidad del proyecto y el efecto en la liquidez de la empresa. Además se encarga totalmente del manejo de la importación y exportación de materiales.

Vendedor:

Establecer un nexo entre el cliente y la empresa.- Esto significa que el *vendedor* debe constituirse en el «eslabón» que une al cliente con la empresa que representa y viceversa. Para ello, debe realizar algunas actividades que son muy importantes, por ejemplo:

Comunicar adecuadamente a los clientes la información que la empresa preparó para ellos acerca de los productos y/o servicios que comercializa, como: mensajes promocionales, slogans, información técnica, etc....

Asesorar a los clientes: 1) acerca de cómo los productos o servicios que ofrece pueden satisfacer sus necesidades y deseos; y 2) cómo utilizarlos apropiadamente para que tengan una óptima experiencia con ellos.

Retroalimentar a la empresa informando a los canales adecuados (como el departamento de ventas y el de mercadotecnia) todo lo que sucede en el mercado, como: 1) inquietudes de

los clientes (requerimientos, quejas, reclamos, agradecimientos, sugerencias, y otros de relevancia); y 2) actividades de la competencia (introducción de nuevos productos, cambios de precio, bonificaciones, etc).

Contador de la Empresa

Persona contratada por servicios, para asesorar y revisar la contabilidad.

5.4 Capacitación Personal:

La empresa se encargará de entrenar al personal existente y nuevo en las diferentes actividades en la empresa, si la capacitación es necesaria.

La capacitación permite evitar la obsolescencia de los conocimientos del personal, que ocurre generalmente entre los colaboradores más antiguos, si no han sido reentrenados.

También permite adaptarse a los rápidos cambios sociales, como la situación de las mujeres que trabajan, el aumento de la población con títulos universitarios, la mayor esperanza de vida, los continuos cambios de productos y servicios, el avance de la informática en todas las áreas, y las crecientes y diversas demandas del mercado. Disminuye la tasa de rotación de personal, y permite entrenar sustitutos que puedan ocupar nuevas funciones rápida y eficazmente.

La necesidad de capacitación surge de los rápidos cambios ambientales, el mejorar la calidad de los productos y servicios e incrementar la productividad para que la organización siga siendo competitiva es uno de los objetivos a alcanzar por las empresas. La capacitación mejora frecuentemente las cualidades de los trabajadores e incrementa su motivación, esto, a su vez, conduce a una mayor productividad y a un incremento en la rentabilidad.

La capacitación del empleado consiste en un conjunto de actividades cuyo propósito es mejorar su rendimiento presente o futuro, aumentando su capacidad a través de la mejora de sus conocimientos, habilidades y actitudes. El programa de capacitación implica brindar conocimientos, que luego permitan al trabajador desarrollar su labor y sea capaz de resolver los problemas que se le presenten durante su desempeño.

SISTEMA MOTIVACIONAL

En la empresa una técnica de motivación consiste en reconocer sus buenos desempeños, objetivos, resultados o logros obtenidos por el empleado. Para ello recompensamos económicamente sus buenos desempeños, darles reconocimiento ante sus compañeros, por ejemplo, a través de una ceremonia en donde se den premios a los colaboradores que mejor desempeña su trabajo en un periodo de menor tiempo.

La motivación más común que se utiliza en la empresa son los incentivos que vienen siendo: aumento de salarios por méritos, gratificación por actuación individual. Cuando un empleado se siente seguro con la empresa es más eficiente y por lo tanto tiende a desempeñarse más en sus actividades realizadas, cualesquiera que sean sus encomiendas.

MECANISMOS DE CONTROL

Los mecanismos de control son fundamentales para la correcta administración de una empresa, permitiendo prevenir o corregir elementos o actuaciones negativos, que pudieran ocasionar el incumplimiento de los objetivos marcados.

Controles Preventivos

Los controles preventivos deben fundamentarse en la formación continua de los diferentes elementos humanos de la empresa, de este modo, se realizarán de forma periódica capacitaciones individuales y colectivas, con el objetivo de aumentar el sentido de pertenencia y eficiencia del grupo humano de la organización empresarial proyectada.

De este modo, los controles correctivos son:

- Formación permanente
- Acompañamiento de los asesores de ventas
- Creación de premios por cumplimiento de ventas.

5.5 Administración de Sueldos y Salarios

Tarjetas creativas cumple con las disposiciones de ley como seguro social, INATEC así como las prestaciones de ley establecidas por el código del trabajo.

La política de sueldo será el pago quincenal correspondiente a las obligaciones de cada empleado.

5.6 Evaluación del Desempeño

Las evaluaciones se realizaran cada 6 meses para ver el desempeño laboral de todos los trabajadores y para observar el desarrollo en la empresa, permitiendo evaluar el alcance de los objetivos de la microempresa.

5.7 Nómina

	Salario Mensual
Gerente General	8,000.00
Gerente Mercadeo	7,500.00
Gerente Financiero	7,500.00
Ventas	6,000.00
Contador	6,500.00
Diseñador	5,700.00
Logística	4,500.00
Total Salarios	45,700.00

5.8 Relaciones de Trabajo.

Respeto y confianza son dos condiciones previas a una buena relación profesional, además de la responsabilidad y el compromiso con la empresa. Cualquier forma de intolerancia, de acoso o de discriminación será considerada como la expresión de una falta de respeto elemental y no será tolerada. A ello se añade una comunicación abierta destinada a compartir las aptitudes de cada uno y a estimular la creatividad.

Nuestros colaboradores deben lograr un buen equilibrio entre su vida profesional y su vida privada. Por lo que se debe prescindir de demostraciones de afecto propias dentro del espacio del desarrollo del proyecto.

COMUNICACIÓN

Es importante que en la empresa exista una comunicación sana y muy buena entre los colaboradores, porque está demostrado que en una empresa donde las personas no se comunican el trabajo que realizan lo hacen tales de una manera no muy buena o simplemente se siente un silencio en la empresa que no ayuda en nada a la producción y el desempeño.

En nuestra empresa trataremos de que los colaboradores lleven una muy buena comunicación entre ellos para que así realicen sus actividades con más armonía y se distraigan un poco con otras personas, pero sin olvidar que deben de realizar bien su trabajo, en pocas palabras la comunicación entre los colaboradores es esencial en la empresa.

5.9 Marco legal de la Organización

Tarjetas Creativas es una organización privada que se constituirá bajo una compañía limitada donde tendríamos una sociedad para la adquisición de bienes, bajo el nombre de Tarjetas Creativas y Co. Ltda.

Pasos a seguir para la inscripción de la empresa.

1	DGI Inscripción de la empresa
2	Elaboración de escritura de constitución.
3	Inscripción en el registro público de la Propiedad.
4	Pagar la Inscripción en el banco
5	Solicitud en el registro público de la propiedad
6	Otorgar un poder general de administración ante un abogado
7	Constancia de la DGI
8	Inscripción en la Alcaldía

Normas y Políticas de la empresa

1. Mantener nuestra imagen.
2. El cliente siempre tiene la razón
3. Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, para lo cual deberán conocer los procedimientos a fin de orientarlos. Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
4. Los puestos de trabajo en la empresa son de carácter poli funcional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.
5. Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el servicio a la comunidad.
6. La calidad de nuestro trabajo debe ser nuestro punto más importante y está enfocada en la satisfacción del cliente.
7. Reconocimiento al personal por ideas de mejora y/o ahorro de la empresa

Reglamento Interno:

DE LA COMPETENCIA Y OBLIGATORIEDAD

El presente Reglamento Interno tiene carácter complementario, para la legislación laboral peruana, las estipulaciones del contrato de trabajo y el Estatuto Social de la Empresa. Es normativo de las relaciones de la Empresa con su personal y de este último entre si y tiene como finalidad preservar el entendimiento laboral en beneficio de una óptima productividad. La incorporación del personal al servicio de TARJETAS CREATIVAS, supone el pleno conocimiento de este reglamento, y la aceptación absoluta de sus disposiciones.

El presente Reglamento será igualmente de aplicación a los trabajadores eventuales en lo que sea pertinente. En todo lo que no se encuentre expresamente previsto en el Decreto Supremo N° 03-97-TR, Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo N° 728, Ley de Productividad y Competitividad Laboral o en el presente Reglamento, será de aplicación en cuanto resulte pertinente y en forma supletoria las normas y procedimientos que al respecto emita TARJETAS CREATIVAS. Todo servidor recibirá una copia del Reglamento Interno de Trabajo, con el fin de que conozca sus deberes y obligaciones, quedando obligado a respetar y cumplir todas sus normas, firmando una constancia en señal de recepción y acatamiento de las mismas.

Es derecho exclusivo de la empresa, planear, organizar, coordinar, dirigir, orientar, supervisar y controlar el personal del centro de trabajo. Este derecho, comprende entre otras las siguientes prerrogativas: a) Ser el único evaluador para determinar la capacidad e

idoneidad de cualquier servidor para el puesto, tarea o función a que haya designado, así como para contemplar los méritos o decidir su ascenso y/o mejora de remuneración, salvo en este último caso las medidas que se disponga conforme a Ley. b) La introducción y aplicación de nuevos métodos de trabajo. c) La designación del trabajo y/o de las personas que lo han de realizar, pudiendo adoptar medidas disciplinarias correspondientes de acuerdo con las disposiciones de este Reglamento y normas vigentes. d) Reclutamiento, selección, evaluación y contratación del personal.

e) Crear nuevas categorías de clasificación o eliminar las que considere conveniente, de acuerdo a su desarrollo económico. 2 f) Establecer las descripciones y los deberes correspondientes a cada posición o función dentro del campo de acción de la Empresa. g) Cambiar de puesto o colocación a cualquier servidor, sin que esto constituya hostilidad ni rebaja de remuneración, ni que cause perjuicio al servidor. h) Dar estricto cumplimiento a las leyes y al presente Reglamento Interno de Trabajo. i) Brindar una supervisión racional fundada en el respeto a la persona humana y dignidad del trabajador, procurando mantener la armonía, comprensión, camaradería y mutuo respeto dentro de las relaciones de trabajo. j) Cumplir con las obligaciones que como empleador señale la legislación laboral.

k) Disponer que los diversos niveles de supervisión presenten oportuna y debida atención a las quejas y sugerencias de los trabajadores. l) Efectuar evaluaciones periódicas del desempeño del trabajador a fin de obtener, información que sustente sus promociones, cambios o reemplazos. m) Proporcionar un ambiente de trabajo adecuado, incluyendo los equipos, materiales y herramientas básicas para realizarlo en forma eficiente, segura y económica. n) Supervisar las labores de los trabajadores, señalando objetivos concretos y evaluando los resultados con el propósito de procurar que el trabajo sea efectuado al mínimo costo posible y conforme a estándares de productividad, calidad y eficiencia. o) Promover la capacitación y entrenamiento de los trabajadores con el fin de aumentar sus conocimientos y especialización profesional. p) Formular las directivas, normas y reglamentos que se requieren para mejorar la gerencia y gestión de la empresa, en todas las áreas y niveles. q) Los Horarios de trabajo, podrán ser variados en función de los requerimientos de la empresa de acuerdo a las necesidades del servicio, sujetándose a las limitaciones establecidas por la legislación vigente. r) En los días feriados extraordinarios, la empresa se sujetará a lo que establezca el dispositivo legal correspondiente. s) La empresa debe velar por el bienestar y seguridad del personal, así como la integridad y seguridad de sus instalaciones.

idoneidad de cualquier servidor para el puesto, tarea o función a que haya designado, así como para contemplar los méritos o decidir su ascenso y/o mejora de remuneración, salvo en este último caso las medidas que se disponga conforme a Ley. b) La introducción y aplicación de nuevos métodos de trabajo. c) La designación del trabajo y/o de las personas que lo han de realizar, pudiendo adoptar medidas disciplinarias correspondientes de acuerdo con las disposiciones de este Reglamento y normas vigentes. d) Reclutamiento, selección, evaluación y contratación del personal.

e) Crear nuevas categorías de clasificación o eliminar las que considere conveniente, de acuerdo a su desarrollo económico. 2 f) Establecer las descripciones y los deberes correspondientes a cada posición o función dentro del campo de acción de la Empresa. g) Cambiar de puesto o colocación a cualquier servidor, sin que esto constituya hostilidad ni rebaja de remuneración, ni que cause perjuicio al servidor. h) Dar estricto cumplimiento a las leyes y al presente Reglamento Interno de Trabajo. i) Brindar una supervisión racional fundada en el respeto a la persona humana y dignidad del trabajador, procurando mantener la armonía, comprensión, camaradería y mutuo respeto dentro de las relaciones de trabajo. j) Cumplir con las obligaciones que como empleador señale la legislación laboral.

k) Disponer que los diversos niveles de supervisión presenten oportuna y debida atención a las quejas y sugerencias de los trabajadores. l) Efectuar evaluaciones periódicas del desempeño del trabajador a fin de obtener, información que sustente sus promociones, cambios o reemplazos. m) Proporcionar un ambiente de trabajo adecuado, incluyendo los equipos, materiales y herramientas básicas para realizarlo en forma eficiente, segura y económica. n) Supervisar las labores de los trabajadores, señalando objetivos concretos y evaluando los resultados con el propósito de procurar que el trabajo sea efectuado al mínimo costo posible y conforme a estándares de productividad, calidad y eficiencia. o) Promover la capacitación y entrenamiento de los trabajadores con el fin de aumentar sus conocimientos y especialización profesional. p) Formular las directivas, normas y reglamentos que se requieren para mejorar la gerencia y gestión de la empresa, en todas las áreas y niveles. q) Los Horarios de trabajo, podrán ser variados en función de los requerimientos de la empresa de acuerdo a las necesidades del servicio, sujetándose a las limitaciones establecidas por la legislación vigente. r) En los días feriados extraordinarios, la empresa se sujetará a lo que establezca el dispositivo legal correspondiente. s) La empresa debe velar por el bienestar y seguridad del personal, así como la integridad y seguridad de sus instalaciones.

SISTEMA DE SEGURIDAD

La empresa también cuenta con un sistema de seguridad el cual consiste en un equipo de alarmas que estarán colocadas en todas las áreas interiores del local, capaces de detectar el humo o fuego en caso de incendio sonará una alarma.

SISTEMA DE CALIDAD

La empresa busca llevar un control, por lo que contará con un procesos de control de calidad, con el fin de elaborar productos de la más alta calidad, garantizar su seguridad alimenticia; y proporcionar a sus clientes un servicio que cumpla con sus requerimientos y expectativas buscar el desarrollo de su personal en un ambiente sano y seguro, basándonos en la mejora continua.

Las políticas son reglas que se establecen para dirigir funciones y asegurar que estas se desempeñen de acuerdo con los objetivos deseados. Estas políticas de recurso humano permiten a los diferentes colaboradores realizar un trabajo más eficiente y eficaz para cumplir dichos objetivos trazados. Cada una de estas políticas está bajo los pilares de Estabilidad, Consistencia, Flexibilidad, Generalidad y Claridad, conforme a los objetivos de la empresa.

Tarjetas Creativas
Nómina de Sueldos y Salarios
Proyectada para el 2016

	Salario Mensual	INSS Laboral	IR	Neto A Recibir	INSS Patronal	Aporte Inatec	Indemnización	Vacaciones	Aguinaldo	Salario Anual	Gastos Anuales
Gerente General	8,000.00	500.00	-	7,500.00	1,400.00	160.00	666.67	666.67	666.67	96,000.00	47,720.00
Gerente Mercadeo	7,500.00	468.75	-	7,031.25	1,312.50	150.00	625.00	625.00	625.00	90,000.00	40,050.00
Gerente Financiero	7,500.00	468.75	-	7,031.25	1,312.50	150.00	625.00	625.00	625.00	90,000.00	40,050.00
Ventas	6,000.00	375.00	-	5,625.00	1,050.00	120.00	500.00	500.00	500.00	72,000.00	32,040.00
Contador	6,500.00	406.25	-	6,093.75	1,137.50	130.00	541.67	541.67	541.67	78,000.00	34,710.00
Diseñador	5,700.00	356.25	-	5,343.75	997.50	114.00	475.00	475.00	475.00	68,400.00	30,438.00
Logística	4,500.00	281.25	-	4,218.75	787.50	90.00	375.00	375.00	375.00	54,000.00	24,030.00
	45,700.00	2,856.25	-	42,843.75	7,997.50	914.00	3,808.33	3,808.33	3,808.33	548,400.00	244,038.00

CAPITULO VI FINANZAS

En este capítulo describimos el proceso para llevar ordenadamente las cuentas de la empresa, conocer nuestra situación financiera a través de instrumentos tales como: balance general, estado de resultados, flujo de efectivo, punto de equilibrio.

Esta información a la vez nos permitirá conocer si la realización de esta empresa será rentable y factible desde el punto de vista contable. Así mismo esta información será relevante para la toma de decisiones de llevar a cabo el proyecto.

6.2 Sistemas Contables

El sistema contable que pretendemos utilizar en Tarjetas Creativas, es el software contable "MONICA", el cual consiste en ser un programa que nos permite realizar:

- Control de inventario
- Emisión de facturas
- Listas de precios
- Administrar una base de datos de clientes y proveedores
- Manejar las cuentas por cobrar y de cuentas corrientes.

La contabilidad la llevaremos en moneda nacional Córdoba.

6.3 Estados Financieros

TARJETAS CREATIVAS BALANCE GENERAL AL 01 DE ENERO 2016

ACTIVOS		PASIVOS	
Circulantes		Circulantes	
Efectivo Caja y Bancos	58,900.00	Cuentas por Pagar	
Inventario	25,639.00	Proveedores	7,965.00
Publicidad pag x Anticipado	18,250.00	Acreedores	3,510.00
Total Circulante	102,789.00	PASIVO	11,475.00
Propiedad Planta y Equipos		PATRIMONIO	
Edificio	540,000.00	CAPITAL	917,379.00
Vehículo	81,000.00		
Mobiliario y Equipo	148,635.00		
Intangible	56,430.00		
Activo Fijo	826,065.00		
TOTAL ACTIVO	928,854.00	PASIVO Y PATRIMONIO	928,854.00

TARJETAS CREATIVAS

PRESUPUESTO COSTO PRODUCCIÓN

	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas	3150,000.00	4095,000.00	5250,000.00	6300,000.00	8400,000.00
Materia Prima	981,900.00	1276,470.00	1636,500.00	1963,800.00	2618,400.00
MOD	122,400.00	122,400.00	122,400.00	122,400.00	122,400.00
CIF	660,600.00	858,780.00	1101,000.00	1321,200.00	1761,600.00
Costo De Producción	1764,900.00	2257,650.00	2859,900.00	3407,400.00	4502,400.00
Gasto Administrativo					
Personal	426,000.00	426,000.00	426,000.00	426,000.00	426,000.00
Gastos Laborales	244,038.00	246,780.00	246,780.00	246,780.00	246,780.00
Depreciación	116,859.00	116,859.00	195,249.00	245,249.00	315,249.00
Mantenimiento	42,210.00	42,210.00	42,210.00	42,210.00	42,210.00
Publicidad	19,200.00	19,200.00	19,200.00	19,200.00	19,200.00
Suministro	14,400.00	14,400.00	14,400.00	14,400.00	14,400.00
Transporte	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00
Total Gastos	874,707.00	877,449.00	835,839.00	705,339.00	705,339.00
Resultado	510,393.00	959,901.00	1554,261.00	2187,261.00	3192,261.00
Impuestos	153,117.90	287,970.30	466,278.30	656,178.30	957,678.30
Resultado Neto	357,275.10	671,930.70	1087,982.70	1531,082.70	2234,582.70

TARJETAS CREATIVAS
BALANCE GENERAL

	2016	2017	2018	2019	2020
ACTIVOS					
Circulantes					
Efectivo Caja y Bancos	463,206.70	570,396.40	320,396.40	1377,228.10	3464,559.80
Inventario	125,000.00	135,000.00	110,000.00	97,650.00	132,679.00
Publicidad pag. x Anticipado	19,200.00	19,200.00	19,200.00	23,000.00	22,400.00
Total Circulante	607,406.70	724,596.40	449,596.40	1497,878.10	3619,638.80
Propiedad Planta y Equipos					
Edificio	540,000.00	540,000.00	540,000.00	540,000.00	540,000.00
Vehículo	81,000.00	81,000.00	81,000.00	141,000.00	141,000.00
Mobiliario y Equipo	148,635.00	748,635.00	998,635.00	190,000.00	190,000.00
Intangible	56,430.00	56,430.00	56,430.00	56,430.00	56,430.00
DEPRECIACION	(116,859.00)	(116,859.00)	(195,249.00)	(245,249.00)	(315,249.00)
Activo Fijo	709,206.00	1189,206.00	1369,206.00	550,571.00	550,571.00
TOTAL ACTIVO	1316,612.70	1913,802.40	1818,802.40	2048,449.10	4170,209.80
PASIVOS					
Circulantes					
Proveedores	117,035.00	112,500.00	98,700.00	87,635.00	101,465.00
Acreedores	4,800.00	5,270.00	5,674.00	6,260.00	6,780.00
PASIVO	121,835.00	117,770.00	104,374.00	93,895.00	108,245.00
PATRIMONIO					
CAPITAL	1194,777.70	1796,032.40	1714,428.40	1954,554.10	4061,964.80
PASIVO Y PATRIMONIO	1316,612.70	1913,802.40	1818,802.40	2048,449.10	4170,209.80

Rentabilidad

Indicadores Financieros de Rentabilidad correspondiente a los años finalizados, utilizando la Razón Rentabilidad de Capital

	2016
Utilidad Neta	277,398.70
Patrimonio	917,379.00
Rentabilidad	0.30
	2017
Utilidad Neta	878,653.40
Patrimonio	917,379.00
Rentabilidad	0.96

2018	
Utilidad Neta	<u>797,049.40</u>
Patrimonio	917,379.00
Rentabilidad	0.87
2019	
Utilidad Neta	<u>1037,175.10</u>
Patrimonio	917,379.00
Rentabilidad	1.13
2020	
Utilidad Neta	<u>3144,585.80</u>
Patrimonio	917,379.00
Rentabilidad	3.43

6.4 Notas Explicativas

1. Generalidades de la Empresa

Tarjetas Creativas se constituirá como una empresa de conformidad con las Leyes de la República de Nicaragua, como una sociedad anónima con duración de noventa y nueve años. El objeto principal de la sociedad es satisfacer las necesidades demandadas por los clientes personalizadas y público en general con tarjetas de felicitación.

2. Resumen de las principales políticas contables

Los estados financieros de Tarjetas Creativas se prepararán de acuerdo con principios de contabilidad generalmente aceptados, llevada en moneda córdoba, cualquier transacción que se lleve en moneda extranjera se trasladará de acuerdo al tipo de cambio oficial del día publicado previamente por el Banco Central de Nicaragua. Las principales políticas contables adoptadas por la Empresa se resumen a continuación:

- a) **Ejercicio Económico y Balance** – El ejercicio económico de la sociedad coincidirá con el año fiscal. La contabilidad se llevará de conformidad con el sistema de partida doble o por cualquier otro sistema que autoricen las leyes y que fuese aceptados por los accionistas.
- b) **Efectivo y Equivalentes de Efectivo**- Tarjetas Creativas considera prudente mantener fondos de cambio y depósitos a la vista en los bancos comerciales para poder subsanar cualquier obligación que emanen durante el periodo de trabajo.
- c) **Bienes en uso** – Estos activos se registran a su costo de adquisición y se deprecian bajo el método de línea recta con base de vida útil estimada. Las ganancias o pérdidas que resulten de retiros o ventas y los gastos por reparaciones y mantenimiento, que no extienden significativamente la vida útil de dichos activos, se registran en las cuentas de resultados del período en que se incurren.

- d) **Cargos diferidos (Organización y Software)** – Estos activos corresponden principalmente a gastos incurridos por Tarjetas Creativas tales como estudio de mercado, estudio de factibilidad, salarios pagados al personal durante la etapa de entrenamiento, gastos legales de constitución y otros gastos incurridos en la etapa pre-operativa. Estos activos están siendo amortizados por el método de línea recta en un periodo de cinco años.
- e) **Provisión para indemnizaciones laborales** - De acuerdo al artículo No. 45 del Código del trabajo vigente, los empleados de la Financiera tienen derecho a indemnización según el tiempo de servicio, es decir un mes de salario por cada uno de los tres primeros años de trabajo y veinte días de salario a partir del cuarto año, hasta alcanzar un máximo de cinco meses, la que debe ser pagada en caso de despido o renuncia del empleado.
- f) **Patrimonio** – Los aportes de los accionistas en efectivo, vehículos, mobiliarios, equipos de cómputo, casa de habitación corresponden al patrimonio enterado de participación para la creación de la empresa.
- g) **Impuesto sobre la renta** – La provisión para el impuesto sobre la renta consiste en la cantidad de impuesto a ser pagada en el año corriente, más los impuestos diferidos, los cuales se calculan usando el método, del pasivo por las futuras consecuencias fiscales de aquellos eventos que han sido reconocidos anticipadamente para propósitos de estados financieros de declaraciones de impuestos.

CUENTA	DESCRIPCIÓN
1000	TOTAL ACTIVO
1100	ACTIVO CIRCULANTE
1101	CAJA
110101	CAJA GENERAL
11010101	CAJA GENERAL (MN)
11010102	CAJA GENERAL (ME)
110102	FONDOS FIJOS
11010209	CAJA CHICA
1105	BANCOS
110501	BANCOS MONEDA NACIONAL
1100101	BA CTA CTE # 1
110505	BANCOS MONEDA EXTRANJERA
11050501	BA CTA CTE. # 15
1140	INVENTARIOS
11140010	MATERIA PRIMA
11140020	EMPAQUE
11140030	PUBLICIDAD
1155	ANTICIPO DE IMPUESTOS
115501	IMPUESTO SOBRE LA RENTA
11550101	IMPUESTO SOBRE LA RENTA
115502	ALCALDIA DE MANAGUA
12000	ACTIVO FIJO
12100	EDIFICIO
12200	VEHICULO
12300	MOBILIARIO Y EQUIPO
12400	INTANGIBLE
12500	DEPRECIACION
21010101	PROVEEDORES NACIONALES
21010107	ANTICIPOS DE PROVEEDORES
21010108	DEDUCCIONES ANT. DE PROVEEDORE
21010110	PAGOS NO ASIGNADOS
2115	ACREEDORES DIVERSOS
211501	ACREEDORES DIVERSOS
212501	IMPUESTO SOBRE LA RENTA
21250101	I.R. EMPLEADOS
212502	IVA POR PAGAR
21250601	IR EMPLEADOS
2130	GASTOS ACUMULADOS POR PAGAR
213001	SUELDOS Y SALARIOS POR PAGAR
21300101	SUELDOS POR PAGAR

21300103	EMBARGOS ALIMENTICIO
213005	SUELDOS NO COBRADOS
21300601	VACACIONES
21300602	AGUINALDOS
21300604	INDEMNIZACIÓN POR AÑOS DE SERV
21300605	CAPACITACION AL PERSONAL
213010	IMPUESTOS POR PAGAR
218801	INDEMNIZ. AÑOS SERV. CIRC
21880101	INDEMNIZ. AÑOS SERVICIO CIRCUL
2190	IMPTO. SOBRE LA RENTA DIFERIDO
2200	PASIVO A LARGO PLAZO
2201	DOC. POR PAGAR LARGO PLAZO
3000	CAPITAL CONTABLE
31010101	CAPITAL SOCIAL AUTORIZADO
31050101	SUPERAVIT POR REVALUACIÓN DE A
31050102	REVALORIZACIÓN DE ACTIVOS
32010101	UTILIDADES Y PERDIDAS ACUMULAD
32100101	RESULTADO DEL EJERCICIO
4000	TOTAL INGRESOS
4100	VENTAS NETAS
410101	VENTAS BRUTAS NACIONALES
41010101	VENTAS BRUTAS PRODUCTOS PROPIO
41010102	VENTAS BRUTAS LÍNEA COMERCIAL
5100	TOTAL COSTO DE VENTAS
5101	COSTO DE VENTAS
510101	COSTO DE VENTAS NACIONALES
5320	GASTOS DE INISTRACION
532001	REMUNERACIONES AL PERSONAL
53200101	SALARIOS
53200102	HORAS EXTRAS
53200103	INCENTIVO POR DESEMPEÑO
53200104	ANTIGÜEDAD
53200105	OTRAS PRESTACIONES SOCIALES AD
53200106	VIÁTICOS
532003	PRESTACIONES SOCIALES
53200311	VACACIONES
53200312	AGUINALDOS
53200313	APORTACIÓN PATRONAL SEGURO SOC
53200314	INATEC
53200315	TRANSPORTE
53200316	INDEMNIZACIÓN Y JUBILACIÓN

53200317	ACTIVIDADES DEPORTIVAS
53200318	CAPACITACIÓN AL PERSONAL
532013	COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES
53201302	GASOLINA
53201303	DIESEL
53201304	ACEITES
53201305	GAS
532015	DEPRECIACIÓN
53201501	DEP. EDIFL.E INSTAL.
53201502	DEP. MAQUIN. Y EQUIPO
53201503	DEP. MOB.Y EQ. OFIC.
53201504	DEP. EQUIPO COMPUTO
53201505	DEP. EQUIPO TRANSP.
53201506	DEP. OTROS EQUIPOS
53201507	DEP. HERRAMIENTAS Y ENSERES AD
53202	PUBLICIDAD
53202903	CONSUMO DE OFICINA
532033	MANTENIMIENTO Y REPARACION
53203301	MANTENIM.EDIFICIO E INSTALACIÓ
53203302	MANTENIM. EQUIPO TRANSPORTE AD
53203303	MANTENIM.MOB.Y EQUIPO DE OFICI
53203304	MANTENIM. EQUIPO COMPUTO Y TEL
53203305	MANTENIM. EQUIPO DE SEGURIDAD
53203306	MANTENIM. MAQUINARIA Y EQUIPO
53203320	MANTENIM. EQUIPO TRANSPORTE AD
53203323	MANTENIM.MOB.Y EQUIPO DE OFICI
53203324	MANT. EQUIPO COMP. Y TELF (MAN
532035	PAPELERIA Y ARTICULOS
53203501	PAPELERÍA Y ARTÍCULOS OFICINA
53203502	PAPELERÍA Y ARTÍCULOS COMPUTO
53203503	FORMATOS DGI Y ALMA
532037	SEGUROS
53203702	SEG. DE AUTOMOVIL
53203704	SEG. 3D (DESHON,DESAP,DEST) AD
53203707	SEG. DE INCENDIO
53203708	SEG. RESPONSABILIDAD CIVIL
532041	SERVICIOS VARIOS
53204101	GTOS. CONSULTORÍA Y AUDITO
53204102	ASISTENCIA TÉCNICA
53204103	GASTOS LEGALES
53204104	SERVICIOS DE AVALÚOS
53204105	FLETES Y ACARREOS
53204106	CUOTAS Y SUSCRIPCIONES

53204107	COMUNICACIONES
53204108	ENERGÍA ELÉCTRICA
53204109	SERV VIGILANCIA
53204110	SERV. DE JARDINERÍA
53204111	GTOS. X IMPLEMENTACIÓN ERP
53204112	SERVICIOS PROFESIONALES
53204114	ALMACENAMIENTO DCTOS.
53204115	LICENCIAS
532047	OTROS
53204701	LIMPIEZA Y ASEO
53205106	GASTOS DE REPRESENTACIÓN
53205109	OTROS
53205197	GASTOS NO DEDUCIBLES
5401	GASTOS FINANCIEROS
54010101	COMISIONES BANCARIAS
540103	INTERESES PAGADOS

ANEXOS

Auditoria Personal

1. ¿Quiénes somos?

Diseñadores Gráficos creando una empresa dedicada a Diseñar y producir tarjetas novedosas y personalizadas para toda ocasión, que satisfagan los gustos y necesidades de nuestros clientes

2. ¿Con qué contamos?

-Con todo el conocimiento adquirido durante los cuatro años y medio de la carrera, más la experiencia adquirida en trabajos realizados.

-Local propio

-Dos Computadoras Laptop

-Dos Computadora de Escritorio PC.

-Dos Motocicletas

3. ¿Qué podemos ofrecer?

Ofrecemos el servicio de elaboración de:

-Tarjetas personalizadas para toda ocasión.

4. ¿A quiénes se lo podemos ofrecer?

Nuestros servicios están orientados al público en general, así como a las mipymes.

5. ¿Quién te ayuda?

Actualmente no contamos con apoyo de nadie, estamos iniciando, somos solo tres los integrantes de la empresa.

6. ¿Qué haces?

-Búsqueda y negociación con clientes a diario y desarrollo de los trabajo a ofrecer.

-Administrar el negocio y diseñar

-Diseñar la logística y negociar en diferentes empresas aliadas de subcontratación

7¿A quién ayudas?

-Clientes con dificultades en sus negocios.

-Algunas instituciones, micro y pequeñas empresas.

- Al público en general y lograr cumplir las expectativas del cliente.

8¿Qué ayuda ofreces?

Ayudamos a satisfacer la necesidad de nuestros clientes con el desarrollo del proyecto en tiempo y forma.

9¿Cómo te relacionas?

La forma de relación varía, puede ser personalmente, por medio de amistades, compañeros y clientes, por redes sociales.

10 ¿Cómo te conocen y qué medios utilizas?

Nos conocen a través de trabajos realizados, publicidad masiva y la red social Facebook.

11 ¿Qué obtienes?

La satisfacción personal de cumplir con la tarea encomendada.

12 ¿Qué das? Soluciones personalizadas a nuestros clientes

13 ¿Qué recursos tienes? ¿Quién eres? ¿Qué tienes? 3 diseñadores gráficos, experiencia en manejo de personal, equipo informático, local, medios para movilización.

Anexo 2

Encuesta orientada a recoger información sobre las compras de tarjetas para eventos.

Objetivos: identificar con qué frecuencia nuestro público meta compró tarjetas para sus eventos.

Responda con sinceridad y de acuerdo a sus experiencias Propias.

1) ¿Sexo?

Masculino - Femenino

2) ¿Edad?

15 años - 30 años - 40 a más años

3) ¿Compra usted tarjetas personalizadas?

Sí - No

4) ¿Qué tipo de tarjetas personalizadas utiliza más?

Cumpleaños - Bodas - 15 años - Baby Shower

5) ¿Cuánto es el mínimo de tarjetas para eventos que usted solicita?

50 - 100 - 200

6) ¿Está usted satisfecho con las tarjetas?

Sí - NO

7) ¿Está usted aburrido con las tarjetas para eventos repetitivas y obsoletas?

Sí - NO

8) ¿Si una empresa se dedicara arduamente en la elaboración de sus tarjetas para diferentes eventos usted les compraría?

Sí - NO

9) ¿Qué necesita usted como cliente para que las empresas que venden tarjetas mejoren?

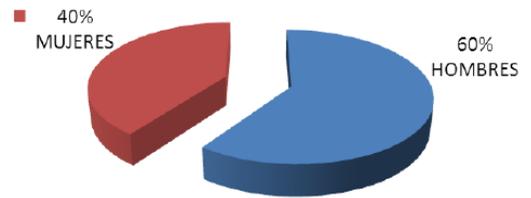
Calidad - Servicio - Eficiencia

10) ¿Otra cosa que quisiera mejorar de las empresas que venden tarjetas?

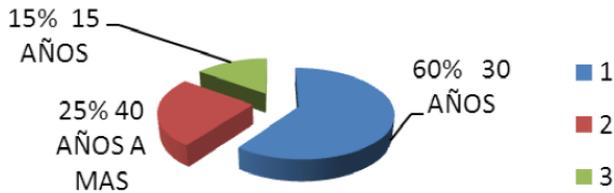
Atención - Precio - Elaboración.

Anexo 3
Gráficos

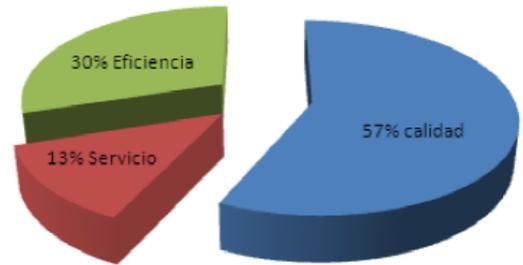
PUBLICO META



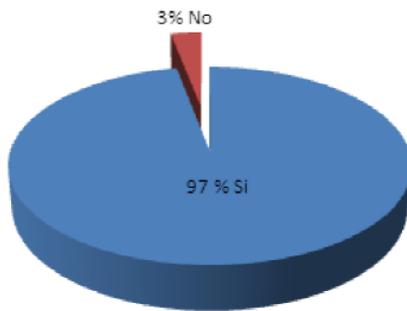
EDADES PUBLICO META



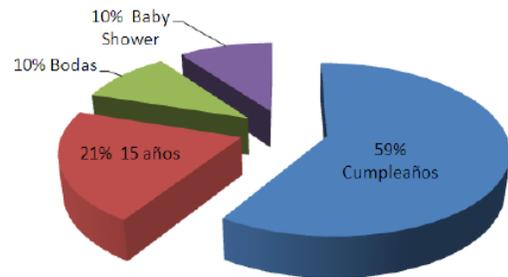
Mejoras en la Competencia



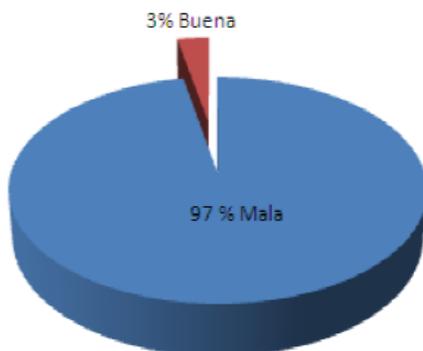
Compra del producto



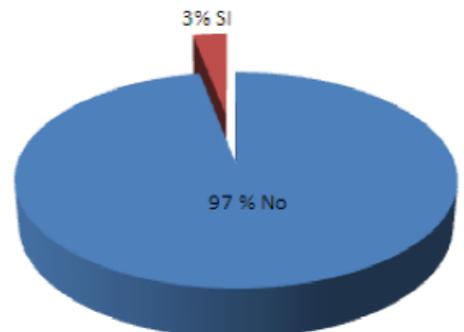
Busqueda del Producto estrella



Calidad del producto

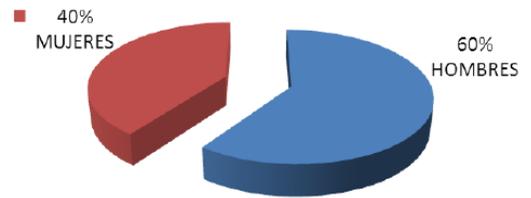


Satisfacción del producto

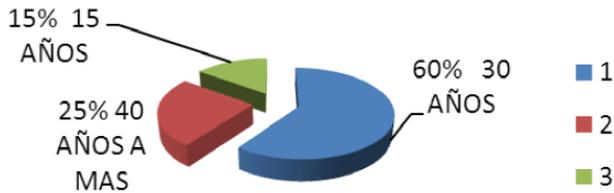


Anexo 3
Gráficos

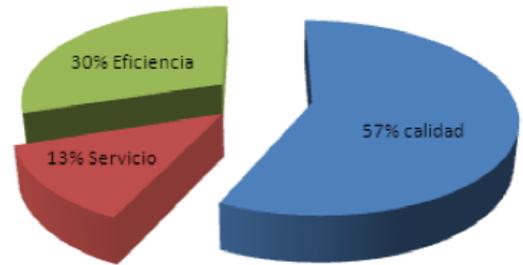
PUBLICO META



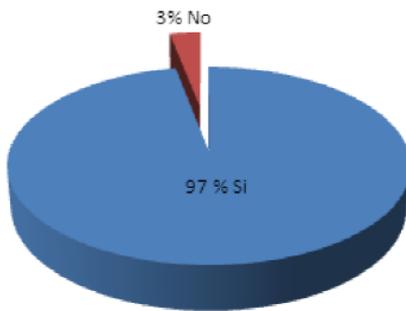
EDADES PUBLICO META



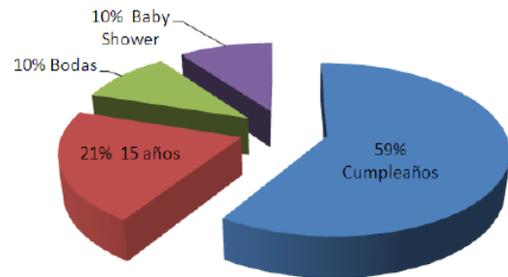
Mejoras en la Competencia



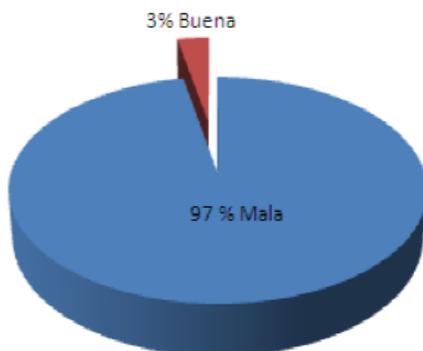
Compra del producto



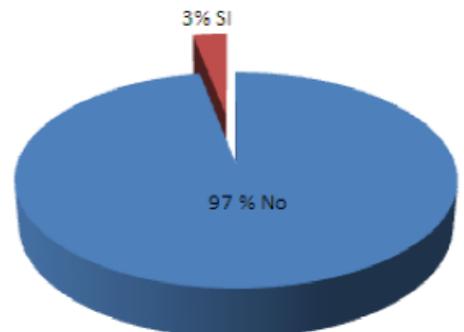
Busqueda del Producto estrella



Calidad del producto



Satisfacción del producto



Anexo 4

Elementos de Promoción

1) Mantas



2) Camisetas



3) Sombrilla



Anexo 4

Elementos de Promoción

1) Mantas



2) Camisetas



3) Sombrilla



Manual de identidad Corporativa



BIBLIOGRAFIA

<http://universitario17.blogspot.com/2012/09/la-guia-del-emprededor-pdf-libro.html>

http://www.oei.es/etp/espíritu_emprededor_motor_futuro_guia_profesor.pdf

www.aragonemprededor.com/.../manual_del_pequenno_empresario.pdf

www.caei.com.ar/sites/default/files/working_paper_ndeg_14.pdf

www4.ujaen.es/~cruiz/diplot-1.pdf

abfsouto.webs.uvigo.es/estratpublicitarias.doc

fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02...pdf/A6047.pdf

ruc.udc.es/bitstream/2183/2704/1/SO-2-3-T.pdf