

nodos

CREATIVOS

Plan de Negocio 2015

Plan de Negocio

Diseño Gráfico



Nombre: Wendy Jessenia Salgado Rojas

Tutor: Msc. Luis Carvajal Rodríguez

Dedicataria





Dedicatoria

A Dios.

Por haber permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, por darme la oportunidad y el privilegio de próximamente culminar mis estudios, de continuar luchando, soñando y logrando los objetivos propuesto por mi voluntad. Dedico con todo amor y fidelidad a ti padre celestial, porque esto es poco comparado a las grandes cosas que tu me has dado y las que me has permitido crecer como persona.

A mi mamá. Verónica Rojas G.

Agradezco a Dios el haberme colocado entre usted, la fortuna más grande es tenerla conmigo y el tesoro más valioso son todos los momentos que hemos vividos, con todo cariño para ti, porque sin ti no hubiese sido posible mis esfuerzos, mis sueños y mi lucha de llegar hasta aquí y ser su orgullo.

A mi esposo. Angel Ruiz N.

Agradezco como siempre en cada momento a Dios, al haberte puesto en mi vida y ser parte de los momentos buenos y malos compartidos; sobretodo ésta experiencia inolvidable que nos ayudó a unirnos más. Gracias por el tiempo dedicado, el apoyo que todo los días me brindas, el ánimo a siempre seguir adelante y sobre todo la paciencia para concluir mi proyecto.

A mis Hijos. Andres y Alitzel

Mis dos hijos amados, mi pilar a seguir en la lucha, a pesar que aún son dos niños pequeños han hecho de mi vida un mundo mejor, la experiencia compartida cada momento con ustedes ha sido una enseñanza primordial de poder lograr lo que nos propongamos en la vida y ser un modelo a seguir de ustedes.
Los quiero mucho mis nenes.

A mis Maestros.

Por el apoyo, tiempo, experiencia y dedicación en cada clase en las aulas de la universidad y por impulsar el desarrollo de mi formación universitaria.

A mi Tutor MSc. Luis Carvajal.

Por la dedicación brindada, confianza, asesoría y dudas presentadas en la elaboración de mi proyecto y sobre todo el conocimiento aprendido durante todo el curso de titulación.

A mis Amistades y Colegas.

A mis amistades que me han tomado aprecio en este transcurso de mi vida, a los que aún están compartiendo conmigo momentos lindos y a los que ya no están. A mis colegas que hemos compartido experiencias y conocimiento.

A todos los que me apoyaron.

Los que en algún momento de mi vida estuvieron apoyándome incondicionalmente y dieron esfuerzo de seguir en mi camino, aquellos que participaron directa o indirectamente en el proceso de mi carrera, se les agradece el apoyo. Sé que cada momento que haya pasado conmigo serán lindas experiencias de motivación, cada detalle cuenta y cada detalle transforma en mí ser mejor cada día y siempre seguir.

Gracias a todos....

Resumen Ejecutivo





Resumen Ejecutivo



Nuestra Empresa

El presente proyecto consiste en la creación de una empresa, con el nombre de Nodos Creativos. Nodos creativos es una empresa enfocada a la creatividad, implementación, desarrollo de productos y servicios de medios alternativos. Dichos servicios se ofrecerán a las pymes y empresas con fines de emprender a utilizar publicidad de impacto visual y efectivo a costos favorables, con alta calidad y tiempo requerido, en comparación a otros medios no convencionales.

Los medios alternativos de publicidad es el nuevo canal para el marketing, donde los medios tradicionales o convencionales (TV, la Radio y el periódico) pasaron ser menos utilizados; por tanto la publicidad y el marketing buscan nuevas estrategias de promociones, permitiendo que los medios alternativos sean lo más actual en los medios no convencionales.

Entre los medios que utilizará la empresa serán:

BTL (Below the line) en el que consistirá en el empleo de formas no convencionales de comunicación para mercadeo dirigidas a segmentos específicos. Nodos Creativos utilizará esta línea a través de volanteo,

personas que utilizaran estructuras de publicidad conocidos como walking board, permitiendo promover la publicidad de nuestros clientes.

Redes Sociales: Las redes sociales han permitido que muchos negocios, empresas y productos se den a conocer; pero esto requiere un arduo empeño para conseguir llamar la atención a los cibernautas que navegan en las redes. Nodos Creativos brinda la asesoría adecuada para impulsar por medio de un plan estratégico de marketing social donde nos enfocamos en los intereses de los consumidores para satisfacer sus necesidades.

Diseño Gráfico: Promover diseños creativos, funcionales y legibles a los clientes, es el compromiso que le ofrecemos a nuestra clientela. Esto permite que cada línea gráfica tenga un significado ante el mercado publicitario.

Nuestro principal objetivo al mercado como publicidad alternativa es concientizar a cada uno de nuestros clientes a la práctica de utilizar productos publicitarios a favor del medio ambiente, esto lo podemos lograr con tecnología de impresión a base de agua que no daña la atmósfera, precios favorables competitivos en el mercado y cumplimiento de tiempo. Nodos Creativos estará ubicado en la ciudad de Managua distrito V, en la colonia 14 de septiembre; de lo cual, su mayor captación de clientes es dirigido al territorio de Managua.

Segmento de Mercado

A partir de la encuesta que se aplicó a distintas empresas, microempresas e intermediarios, nos demuestra el comportamiento y las inquietudes en el servicio de publicidad, estudiando cual será nuestro mayor segmento de mercado.

La segmentación sirve para determinar los rasgos básicos y generales que tendrá el consumidor del producto, teniendo en cuenta que el mismo no va dirigido para todo público, sino para el público objetivo identificado como Consumer Portrait.





Por tanto nuestro segmento de mercado general estar dirigido a las empresas, pymes y organizaciones de distintos géneros y edades con distintas profesiones, con un ingreso desde C\$ 500 córdobas en adelante, nacionalidades nicaragüenses y extranjeras y que se encuentren ubicados en el país especialmente en el departamento de Managua, con el interés de tener productos publicitarios llamativos y efectivos con valores de responsabilidad y compromiso para nuestro país.

A continuación se detalla las proyecciones estimadas de ventas para los 5 años:

Durante el corto plazo pretendemos alcanzar a 180 clientes de manera anual, entre los cuales 86 serán pymes, 66 empresas y 28 consumidores individuales y considerados como clientes frecuentes. Para el mediano plazo pretendemos retener a los 180 clientes frecuentes y crecer anualmente el 44% con un total de 372 clientes. Durante el largo plazo, vamos retener a los 372 clientes frecuentes y crecer el 52% hasta llegar a un total de 588 clientes, en un período de 60 meses.

Para el primer año perfilamos una estimación de ventas de US\$85,915 dólares americanos en facturación en las dos líneas (productos-servicios) de manera anual. En el mediano plazo se estima obtener el 40% de facturación anual en concepto de nuestros productos sobre la cifra del primer año, correspondiente a US\$ 185,500. En el largo plazo se tratara de alcanzar el 20% de facturación anual en concepto de nuestros productos sobre la cifra del primer año, correspondiente a US\$ 303,001.

Para el mediano plazo proyectamos aumentar nuestra cadena de clientes pymes en los municipios del norte y sur de Managua y centrarnos en el crecimiento gradual. Para el largo plazo nuestra meta es crecer con una nueva sucursal y aumentar nuestra cadena de clientes pymes.

Tenemos previsto que el volumen de clientes (180) entre el universo potencial de clientes al año (2,000), da como resultado el 9% de la demanda que se puede abarcar al año. En el mediano plazo nuestro volumen de clientes entre el universo potencial es el 18.6% de la demanda en los 3 años. El porcentaje para el largo plazo de mis clientes potencial da como resultado el 36.60%.

Entre los servicios y productos que ofreceremos esta la impresión a gran formato en distintos materiales y especialmente impresión directa en tela con tinta a base de agua. Otros servicios alternos son: la administración de redes sociales y BTL como un servicio publicitario en pro a la concientización del

cuidado del medio ambiente.

Los productos y servicios a ofrecer, se estima empezar con un volumen medio de publicidad alternativa, con la opción de crecer conforme a la demanda lo especifique. La maquinaria a utilizar nos permite trabajar con diversos tipos de materiales; pero el uso de los mismos dependerá de cómo se comporta el mercado. Se estará promocionando el uso de materiales reciclables como parte del propósito ecológico de este. En consecuencia, para calcular el valor de los materiales que se utilizan en cada uno de los servicios vendidos se toma como referencia el monto de ventas de cada uno de ellos y luego, se le aplica el porcentaje correspondiente.

Nuestro sistema de distribución será de distinta forma entre ella la directa, donde el ejecutivo se hace cargo de entregar conforme a pedidos; y la segunda será conforme a lo que el cliente requiera en pedido de servicio (caso del BTL) y de su punto de distribución.

Promoción de la Empresa

Para promover nuestros servicios pretendemos realizar diferentes promociones de lanzamiento. Se realizará un evento para presentar a negocios dentro del gremio publicitario, (agencias de publicidad, de mercadeo y grandes empresas) donde daremos a conocer los productos de la línea Ecológica.

Entre los productos y los servicios que utilizaremos para el lanzamiento serán las plumillas publicitarias impresas en tela, banners en lona y nuestro producto-servicio estrella BTL a través del uso de **“walking board”** en dos versiones:

1. Con una estructura a base de cartón reciclado y vinil adhesivo.
2. Con estructura metálica amoldable e impresión directa en tela.

La empresa en su capacidad futura, pretende adquirir un local propio para incorporar nueva maquinaria.





Proceso de Producción

Nodos creativos posee diferentes procesos para implementa la producción, actualmente existen 4 maneras de cómo llegar al cliente, entre las más ejecutadas esta la visita a las empresas, presentando los productos y servicios de la empresa, se realiza también llamadas telefónicas fijando citas para una reunión; a través de las redes sociales o página web promocionamos el catálogo de los servicios, donde el cliente conoce cada servicio a ofrecer, por correo electrónico se envía una carta de presentación de la empresa, se realiza un envío masivo recopilado de una base de datos suministrada por el negocio. De todas ellas, sigue siendo infalible la visita presencial, donde el cliente llega a percibir el conocimiento del producto que le ofrecen.

Equipos y tecnología de la empresa

Los equipos y maquinarias es lo esencial de la empresa, permitiendo un giro de crecimiento y desarrollo para Nodos Creativos, ofreciendo servicios y productos de calidad, a costos favorables y en tiempo determinado necesarios para el cliente.

La maquinaria posee una tecnología versátil, permitiendo ofrecer diversos productos y servicios innovadores para el consumidor, la implementación del servicio será de satisfacción para el cliente y para su negocio.

De igual manera la tecnología que ofrece Nodos Creativos permite obtener el compromiso social ambiental, creando una revolución eco amigable a la globalización de publicidad e impresión.

Estructura Organizacional

La estructura de la empresa será circular, donde la participación de cada área es constante y sin límite. Cada área será responsable de su cargo. La estructura organizacional de la empresa posee un enfoque hacia las gestiones por procesos, donde los trabajadores, se hacen responsable (dueños o propietarios) de su determinado proceso que lleva a cabo la organización.

Este organigrama se realizó con el fin de tener toda la empresa completa en su función durante el mediano y largo plazo. Actualmente la organización de la empresa constará con: Ejecutivo de cuenta (1), Diseñador gráfico (1), Administrador de medios (1), Operario de máquina (1), que será también el gerente de producción y el Administrador. Los demás cargos serán sub-contratados.

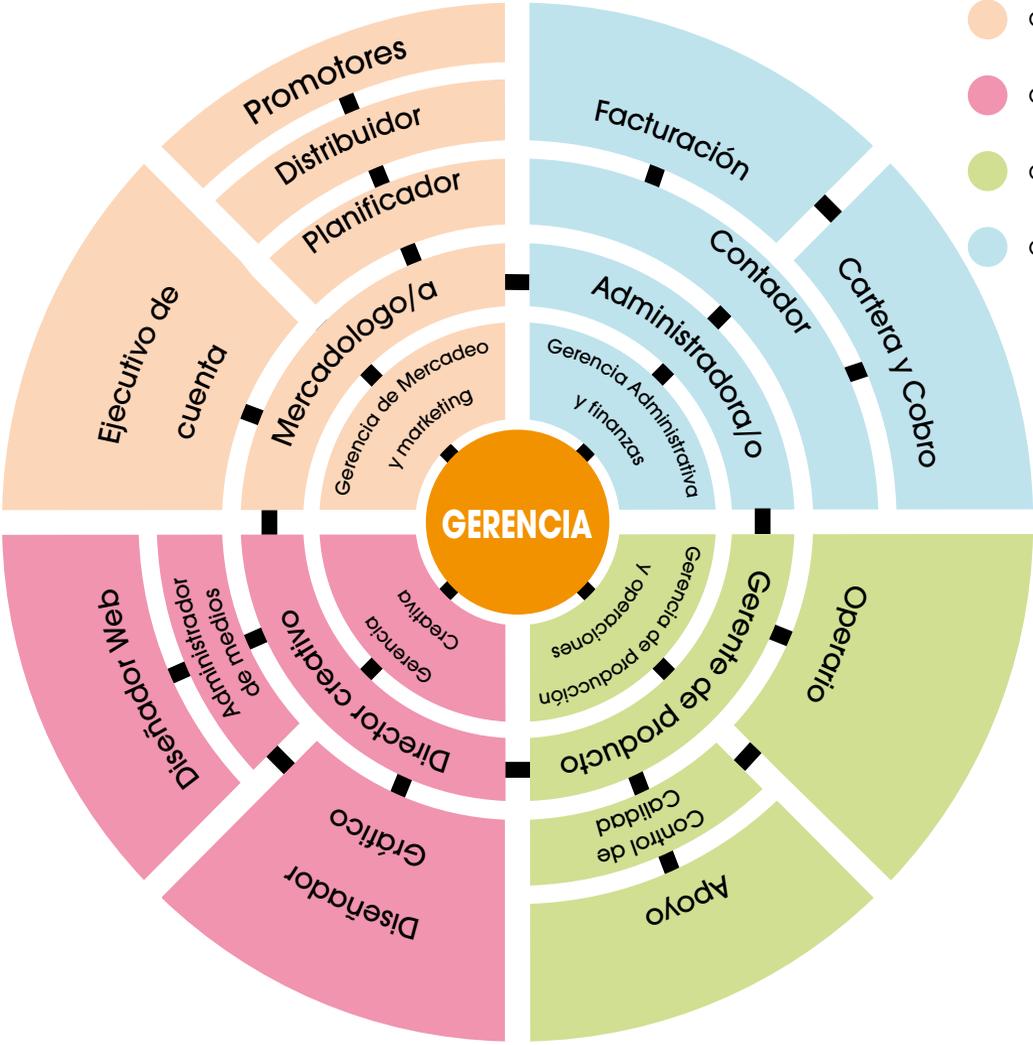
Durante el 3er año se pretende realizar contrataciones de los puestos faltantes.



Nodos creativos como empresa emprendedora, visualiza el liderazgo como el principal fundamento a sostener una estructura organizacional circular, por tanto la estructura refleja que todos los integrantes forman un núcleo y la opinión de cada uno cuenta, sus experiencias y su desempeño dentro del negocio.

Estas son las tres razones primordiales por lo cual se defiende el organigrama

- 1- Cada integrante o colaboradores es importante para la empresa, donde no se permite la minoría ni la desigualdad por cargos.
- 2- La participación de cada uno de los colaboradores es de suma importancia para el crecimiento de la empresa, permitiendo trabajar en grupo y crecer juntos.
- 3- Consideran que los colaboradores de la empresa es un núcleo familiar, apoyando a cada miembro en el proceso de trabajo y en el proceso del desarrollo del desempeño.



- Gerencia de Mercadeo y marketing
- Gerencia Creativa
- Gerencia de producción y operaciones
- Gerencia Administrativa y finanzas

Las funciones de cada puesto serán regidas por un perfil para elegir al personal indicado al área donde determine que puede desempeñar su función. La empresa considera que las personas y el desarrollo de sus expectativas individuales, son esenciales para el cumplimiento de la misión y objetivos estratégicos.

Los sueldos y salarios se pagaran quincenal, se realizará quincenal una planilla de pago, informando cuanto se retirara de caja con su informe completo, autorizado y firmado primeramente por gerencia. Formalmente se le entregará a cada empleado, en un sobre cerrado con su nombre, el pago correspondiente a la quincena de cada mes, firmando el recibido en una hoja suministrada por administración.

La empresa estará sujeta a cumplir con todas las normas del código laboral, como vacaciones correspondiente a cada año con 15 días descansadas y 15 días pagadas, treceavo mes completo y proporcional de acuerdo al primer día de ingreso laboral.

INSS patronal, subsidios en los casos de algún accidente laboral, subsidios por embarazo o accidentes fuera de la empresa.

Anual se realizará un ajuste salarial del 10% para cada empleado conforme al puesto de trabajo de la empresa.

Evaluación de desempeño

El desempeño laboral de los colaboradores deberá ser evaluado y calificado con base en parámetros previamente establecidos que permitan fundamentar un juicio objetivo sobre su conducta laboral y sus aportes al cumplimiento de las metas de la empresa.

Políticas de Evaluación

- Incentivar positivamente a los empleados para motivarlos a trabajar sus habilidades.
- Otorgar oportunidad de aspiraciones dentro de un marco de participación de la empresa, se valorara el desempeño del trabajador por año.
- Cumplir con las disposiciones legales de la empresa.
- Los empleados están sujetos a cumplir con todas las normas expuesta ante la empresa.

El personal puede escalar a un nivel más alto al puesto que pueda tener, como antes mencionado de acuerdo a sus aptitudes, habilidades y sobre todo responsabilidad.

Políticas para el trabajador ante la empresa.

Dentro del reglamento de trabajo encontraras todas aquellas políticas y normas que deberán seguir dentro de tu estancia en la empresa, formato que será entregado el momento del ingreso del trabajado.

- Cumplir con el horario establecido.
- Responsabilidad en el área correspondiente.
- Respetar los horarios de almuerzo.
- Tener disposición en las horas extras.
- Iniciativa laboral.
- Cumplir con el reglamento laboral de la empresa.
- No faltar en sus labores, notificar por que faltara a su labor.
- Se prohíbe el consumo de alcohol o llegar expuesto a alguna sustancia.
- Vestir adecuadamente en el área, con su camisa correspondiente de la empresa.
- Cumplir las órdenes e instrucciones de la empresa en el ejercicio de su función directiva.

Forma Legal

La empresa se registrará como persona natural, bajo régimen general ante la DGI gran contribuyente. El nombre legal de la empresa inscrita es de Wendy Jessenia Salgado Rojas y su nombre comercial es Nodos Creativos.

La empresa al estar registrada por la DGI cumple con facturar IVA del 15% y retener IR del 2%. Las declaraciones de los ingresos y egresos del negocio serán mensualmente con el uso de la VET y el registro contable en los libros mayor y diario. Así como cumplir mensual con los pagos de la alcaldía del 1% de los ingresos y el pago por basura de C\$ 75 por montos menores de C\$ 25,000.

Plan Financiero

El monto total del capital inicial que necesita la empresa en su arranque es de U\$ 55,623.76.

Para la inversión del arranque del proyecto en el primer año será necesario llevar a cabo un préstamo en una institución bancaria (BAC), siendo el equivalente del préstamo el 72% del costo total de inversión con un total de U\$ 40,000.00, en donde el 28% del costo total será aportado por la accionista con fondos propios equivalente a U\$ 15,623.76, en donde la amortización del préstamo será por 60 meses correspondiente a 5 años, de lo cual las ganancias mensuales no serán alta en los primeros años, siendo la tasa de interés para el préstamo es del 12%.

Índice





Índice

Dedicatoria	7
Resumen Ejecutivo.....	11

Plan de Negocio

Capítulo I: Introducción al Plan de Negocio

1.1. ¿Qué necesidades satisface?.....	31
1.2. Tipo de Empresa.....	32
1.3. Tamaño.....	33
1.4. Ubicación.....	33
1.5. Justificación.....	34
1.6. Misión.....	34
1.7. Visión.....	35
1.8. Valores de Empresario.....	35
1.9. Principios Empresariales.....	36
1.10. Ventajas Competitivas.....	36
1.10.1. De la empresa.....	36
1.10.2. De producto o servicios.....	37
1.11. Distingo.....	37
1.11.1. Servicio Postventa.....	37
1.11.2. Sistema de distribución.....	38
1.11.3. Garantía.....	38

Capítulo II: El Mercado

2.1. Objetivos de la mercadotecnia.....	41
Mediano Plazo.....	41
Mediano Plazo.....	42
Largo Plazo.....	42
2.2. Investigación de mercado.....	45
2.3. Estudio de mercado.....	45

2.3.1. Segmento de Mercado.....	46
2.4. Distribución y punto de ventas.....	47
2.5. Promoción del producto o servicio.....	48
2.6. Fijación y política de precio.....	50
2.7. Plan de introducción al mercado.....	52
2.7.1. Foda.....	53
2.7.2. Cinco fuerza de Porter.....	54
2.7.3. Campaña publicitaria.....	55
2.7.3.1. Fijación de objetivos	56
2.7.3.2. Realización del briefing	56
2.7.3.3. Campaña publicitaria de la empresa.....	57
2.8. Riesgos y oportunidades del mercado.....	59
2.9. Sistema y plan de venta.....	61
2.10. Organigrama.....	62

Capítulo III: Producción

3.1. Objetivos del área de producción.....	65
3.2. Especificaciones del producto.....	66
3.3. Descripción del proceso de producción.....	67
3.4. Diagrama del flujo del proceso.....	69
3.5. Características de la tecnología.....	70
3.5.1. Fuente de los equipos.....	75
3.6. Equipos e instalaciones.....	75
Plano del negocio actualmente disponible.....	77
3.7. Materia prima.....	78
3.8. Capacidad instalada.....	79
3.9. Manejo de inventario.....	80
3.10. Ubicación de la empresa.....	81
3.11. Mano de obra requerida.....	83
3.12. Procedimiento de mejora continúa.....	83
3.13. Programa de producción.....	84



Capítulo IV: Organización / Administración

4.1. Objetivos del área de organización.....	87
4.2. Estructura Organizacional.....	88
4.3. Funciones específicas por puesto.....	90
4.4. Capacitación del personal	92
4.5. Desarrollo del personal	93
4.6. Administración de sueldos y salarios	93
4.6.1. Nómina de los trabajadores del proyecto	94
4.7. Evaluación del desempeño	96
4.7.1. Política de Evaluación del desempeño	96
4.8. Marco legal de la organización	97

Capítulo V: Sistema Financiero

5.1. Objetivos del área de Finanzas	101
5.2. Sistema contable de la empresa	102
5.2.1 Software	102
5.2.2. Catálogo de Cuenta	102
5.3. Depreciaciones de Maquinas, Equipos y mobiliarios	103
5.3.1. Depreciación de Equipos	103
5.3.2. Depreciación de Inmobiliarios	105
5.4. Estados financieros proyectados	107
5.4.1. Flujo de Caja	107
5.4.2. Balance Inicial y General Proyectado	108
5.4.3. Estado de partida y ganancia proyectada	109
5.4.4. Punto de Equilibrio	110
5.4.5. Proyección de Ventas	112
5.4.6. Proyección de Compras	116
5.4.7. Inversiones y Gastos	116
5.5. Sistema de financiamiento	117

Manual de Identidad Visual

Introducción	125
Misión	126
Visión	126
Logotipo	126
Red de Construcción	127
Pasos de la red de construcción	127
Cuadrícula	148
Espacio de seguridad	149
Versiones en positivo y negativo	150
Escala del logo	151
Aplicación de los colores	152
Versiones del Logo	153
Tipografía	155
Uso incorrecto del logo	158

Papelería

Introducción	163
Factura	164
Hoja Membretada	165
Proforma	166
Recibo Oficial de Caja	167
Constancia de Retención	168
Remisión de Trabajo Terminado	169
Vale de Pago	170
Tarjeta de Presentación	171
Sellos	172



Merchandising y Souvenirs

a) Tarjeta de Presentación	175
b) Libretas	175
c) Agendas	175
d) Uniformes Tipo Polo	176
e) Camisetas	177
f) Taza	178
g) CD	178
h) Lapicero	178

Catálogo de Estrategia de Promoción Visual

1. Redes Sociales	181
2. Medios de comunicación	184
3. Publicidad en exteriores	185
4. Activación BTL	186

Anexos

Capítulo I: Auditoria Personal

1. ¿Quiénes somos? ¿Quién soy?	191
2. ¿Con qué contamos?	191
3. ¿Qué podemos ofrecer?	192
4. ¿A quiénes se lo podemos ofrecer?	192
5. ¿Quién te ayuda?	192
6. ¿Qué haces?	192
7. ¿A quién ayudas?	192
8. ¿Qué ayudas ofreces?	193

9. ¿Cómo te relacionas?	193
10. ¿Cómo te conocen y que medios utilizas?	193
11. ¿Qué obtienes?	193
12. ¿Qué das?	193
Auditoria Personal Mi Imagen	194

Capítulo II: Técnicas para elegir ideas de negocios innovadoras

1. Genere ideas de Negocios (Lluvias de ideas)	197
2. La mejor idea que resuelve los problemas de los clientes.....	198

Capítulo III: Formulario de Encuesta

Diseño de la encuesta	201
Gráficas y Resultados	202

Capítulo IV: Documentos Legales

1. Inscripción de persona jurídica	209
2. Inscripción de persona natural	210
3. Matricula por registros contables	211
4. Constancia de Matricula	212

Capítulo IV: Cotizaciones

1. Eventos	215
2. Instalación	217
3. Máquinas y equipos	219



Capítulo I:
***Introducción al
Plan de Negocio***





CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN AL PLAN DE NEGOCIO

1.1. ¿Qué necesidades satisface?

Hoy en día la publicidad es una gran necesidad a nivel global para promocionar y vender un determinado bien o servicio antes los ojos del consumidor. La creatividad es lo esencial para promover la publicidad de dicho servicio, hace la diferencia, otorga originalidad y funcionalidad.

Por lo tanto la publicidad se ha vuelto una gran necesidad para el consumidor, lo que nos permite que cada día haya más demanda y más necesidades sin satisfacer.

Como medios alternativos publicitarios estamos dispuestos a satisfacer todas las necesidades que estén a nuestro alcance, como:

- Publicidad creativa.
- Servicios profesionales correspondientes a cada área (impresión, rotulación, social media, marketing).
- Servicios a precios competitivos para una pequeña y mediana empresa en comparación a los costes de una agencia.
- Comunicación y estimulación al cliente (asesoría y seguimiento) entre proveedor.
- Técnicas de comunicación calificada.
- Atención personalizada.
- Responsabilidad social y ambiental.
- Compromiso.

1.2. Tipo de Empresa

El proyecto nace con la innovación de 2 jóvenes emprendedores independientes de distintas aptitudes, compartiendo una misma visión, pasión y compromiso.

Nuestro compromiso es grande, así como para el cliente y nuestra dedicación profesional; de ahí surge la idea de ser una micro-empresa. Nodos Creativos es una empresa enfocada a la creatividad, implementación, desarrollo de productos y servicios de medios alternativos. Dichos servicios se ofrecerán a las pymes y empresas con fines de emprender a utilizar publicidad de impacto visual y efectiva a costos favorables, con alta calidad y tiempo requerido, en comparación a otros medios no convencionales.

Entre los medios que utilizará la empresa serán:

BTL (Below the line) en el que consistirá en el empleo de formas no convencionales de comunicación para mercadeo dirigidas a segmentos específicos. Nodos Creativos utilizará esta línea a través de volanteo, personas que utilizaran estructuras de publicidad conocidos como walking board, permitiendo promover la publicidad de nuestros clientes.

Redes Sociales: Las redes sociales han permitido que muchos negocios, empresas y productos se den a conocer; pero esto requiere un arduo empeño para conseguir llamar la atención a los cibernautas que navegan en las redes. Nodos Creativos brinda la asesoría adecuada para impulsar por medio de un plan estratégico de marketing social donde nos enfocamos en los intereses de los consumidores para satisfacer sus necesidades.

Diseño Gráfico: Promover diseños creativos, funcionales y legibles a los clientes, es el compromiso que le ofrecemos a nuestra clientela. Esto permite que cada línea gráfica tenga un significado ante el mercado publicitario.

Entre los principales aportes del proyecto a la economía del país se considera la generación de 5 empleos directos, capacitando al personal para el manejo de equipos y servicios a los clientes, mejorando la calidad humana y comprometerlos de igual manera a la importancia de la salud y medio ambiente.

También se generarán ingresos municipales y fiscales por medio de los impuestos que se pagarán del negocio, los que nos permitirán aportar al aumento de los ingresos del gobierno municipal y central para las inversiones y mejoramiento de los servicios públicos como la salud, educación con calidad, infraestructura, entre otros.

Para las pequeñas y medianas empresas se les aportará un mejor desempeño, ejecutando asesorías para el manejo de su publicidad, a la vez los incorporamos a tener labor social y amor al ambiente. Es por eso que Nodos Creativos pretende ser un puente entre un servicio medio ambiental y el cliente, definiendo así el compromiso entre empresas.

1.3. Tamaño

El compromiso del negocio como micro-empresa hacia el medio ambiente, el personal y el cliente, nos permite tener un giro de inversión bastante elevado por su producto de alta calidad y ecología, por lo tanto el monto aproximado para iniciar con una máquina es de \$40,000 dólares estadounidenses durante 36 meses laborales.

Nuestro mayor capital a emplear es el humano, contamos con 2 personas directas y 10 personas sub-contratadas por eventos solicitados y el otro porcentaje es por sub-contratación de servicios que no contamos. Pretendemos contratar a 3 personas más para el inicio de operaciones de la empresa con un total de 5 empleados.

Durante los próximos años (mediano plazo) proyectados tenemos la implementación de generar 12 empleos directo para el negocio.

1.4. Ubicación

La empresa se encontrara ubicada en Managua Nicaragua Distrito V Colonia 14 de septiembre, costado abajo del colegio público 14 de septiembre 1c. al lago 1c. Abajo casa esquinera a mano derecha color rosada letra D-286.

1.5. *Justificación*

Hoy en día las mejores publicidades no tienen por qué encontrarse en medios más comunes como la televisión, radio o periódicos, podemos encontrarla en diversos lugares hasta los más inesperados.

La publicidad exterior es uno de los medios más explotados y utilizados en la actualidad; los nuevos medios alternativos son el futuro de la publicidad, causando un mayor impacto que los medios tradicionales, combinando estrategias a cumplir. Por tanto la publicidad no solo debe capturar la imaginación del que lo consume sino hacer que lo compren o lo recuerden el producto o servicio.

Consideramos que mediante los medios alternativos que ofreceremos (promocionales, BTL, social media e impresión ecológica) resuelven necesidades que están vacías ante los medios como:

- Medios no tradicionales a costos favorables y precisos con calidad Eco.
- Innovación en productos o Línea Eco.
- Comunicación y asesoría con el cliente entre proveedor.
- Servicio con alta calidad en productos Eco.
- Impacto publicitario ambiental en productos Eco.
- Impresión de alta calidad en materiales de calidad y con sistema Eco.
- Fácil accesibilidad

1.6. *Misión*

Nuestra Misión es satisfacer y brindar al cliente servicios integrales de calidad, ética y creativas de medios alternativos publicitarios a través de productos y servicios de buena calidad.

1.7. Visión

Ser una empresa líder de medios alternativos publicitarios comprometidos con el ambiente y ser reconocida como la primera empresa en Nicaragua con responsabilidad social altamente capacitados.

1.8. Valores de Empresario

Al considerar los valores más destacados en el empresario, nos demuestra el reflejo de lo que es la empresa y las capacidades con que se pretende llevar a la empresa a ser líder en el mercado.

Honestidad: Seguridad en el comportamiento, en las actitudes y desempeños refleja un mejor crecimiento y de confianza a la empresa.

Compromiso: La responsabilidad, los objetivos y la dedicación permiten que la visión alcanzada sea el principal motivo de ser distinto y único.

Responsabilidad: Cumpliendo cada punto y reglas de la empresa, compromiso de crecer y apoyar al cliente en sus necesidades.

Confianza: Brindar oportunidades de seguridad y apoyo para que el grupo de trabajo se motive y se entusiasme a cumplir con los objetivos.

Social: El buen trato al cliente y del personal permite tener una relación igualitaria y armoniosa en la empresa.

Respeto: Compartir ideas, opiniones, diálogos permiten la interacción y el flujo de confianza, respetar a cada miembro de la empresa y las opiniones aportadas refleja el liderazgo que existe en la organización.

Solidario: Participación e integración de los miembros de la empresa antes las dificultades y el apoyo, permite trabajar en unidad.

1.9. Principios Empresariales

Cumplimiento	Atención
Servicial	Seguridad
Calidad	Humildad

1.10. Ventajas Competitivas

Nodos Creativos demuestra que tiene muchas ventajas como una empresa de publicidad de medios alternativos, entre ellos la innovación, el compromiso, la dedicación y el liderazgo.

La diferenciación del negocio está en el producto y la forma en cómo se empleara en el mercado proporcionando mejora en el ambiente y al personal.

1.10.1. De la empresa

- Costos favorables para las pequeñas y medianas empresas.
- Atención calificada y seguimiento al cliente en su proceso empresarial referente a la publicidad.
- Responsabilidad social comprometida en la calidad del personal, cliente y ambiente.
- Sistema de distribución eficiente, entregando en tiempo y forma.
- Personal calificado, con experiencia a brindar buena atención personalizada.

1.10.2. De producto o servicios

- Productos a favor del medio ambiente que satisfagan los requisitos de imagen visual del cliente.
- Innovación en productos o líneas Eco.
- Carteles exteriores con una duración comparable a la de las tintas eco solventes.
- Mejora en el entorno laboral ponemos a disposición de los operarios un equipo con las consideraciones de salud y seguridad que no se brindan con otros similares de tinta eco solventes.
- Producto que destaca a la empresa que se preocupa por el medio ambiente.
- Producto altamente capacitado en entregarse a tiempo y con nuevas innovaciones en impresión

1.11. Distingo

1.11.1. Servicio Postventa

Como ya mencionamos, un cliente satisfecho es la mejor publicidad que se puede tener. La mayoría de las personas solemos decidir una compra si alguien cercano nos ha recomendado el producto. Mantener el contacto con el cliente hacia el producto, se tiene la posibilidad de informarse e interactuar con el proveedor y asesorarlo en lo que se requiera.

Los métodos como negocio que ofreceremos serán:

- Ofrecer ofertas y promociones mediante una base de datos, por medio de un correo masivo.
- En las redes sociales, se elaborarán campañas que concienticen a otras empresas al uso de nuestro servicio a favor del medio ambiente, mediante la publicación de trabajos terminados y una frase que diga “Y vos que esperas para sumarte al cambio”.
- Entregas de los productos eficientes y de calidad, confirmando su entrega en tiempo solicitado.

1.11.2. Sistema de distribución

Trabajamos bajo la modalidad de entrega a domicilio. A la vez contamos con la instalación y distribución de productos requeridos por el cliente, trabajando con el canal estipulado por la empresa.

1.11.3. Garantía

Nuestro producto tiene una garantía de fábrica de 3 a 5 años, pero nuestro servicio pasa por un riguroso sistema de revisión que se enfoca de proceder hasta que el cliente apruebe por vía email.

Una vez aprobado, pasamos a producción donde estamos pendiente revisando la calidad en los materiales y acabados. Por último hacemos uso de sistema de empaque (sellado herméticamente en algunos casos) para ser transportado de manera eficiente. El cliente verifica su revisión completa del producto y entrega firmado y sellado un soporte de recibido proporcionado por el distribuidor.

Capítulo II:
El Mercado





CAPÍTULO II: EL MERCADO

2.1. Objetivos de la mercadotecnia

Nuestro principal objetivo al mercado es concientizar a cada uno de nuestros clientes, fomentando la práctica de la impresión de alta calidad en mejor tiempo y con responsabilidad ambiental, de igual manera brindaremos campañas del servicio para incrementar las ventas del producto y la demanda en el mercado lo que nos resultaría lo siguiente:

Corto Plazo (1er año):

Durante el corto plazo pretendemos alcanzar a 180 clientes de manera anual, entre los cuales 86 serán pymes, 66 empresas y 28 consumidores individuales y considerados como clientes frecuentes. *(ver gráfico A)*

Se estima un pronóstico de ventas de U\$ 85,915 dólares americanos en facturación en las dos líneas (productos-servicios) de manera anual. *(ver gráfico B)*

Centrarnos en el crecimiento gradual de las pymes.

Dentro de los productos y servicios a ofrecer, se estima empezar con un volumen medio de publicidad alternativa, con la opción de crecer conforme a la demanda lo especifique. Hay que destacar que la maquinaria a utilizar nos permite trabajar con diversos tipos de materiales; pero el uso de los mismos dependerá de cómo se comporta el mercado. Se estará promocionando el uso de materiales reciclables como parte del propósito ecológico de este negocio *(ver gráfico C)*. Tenemos previsto que el volumen de clientes (180) entre el universo potencial de clientes al año (2,000), da como resultado el 9% de la demanda que se puede abarcar al año.

Mediano Plazo (3er año):

Retener a los 180 clientes frecuentes y crecer anualmente el 44% hasta llegar a un total de 372 clientes.

Obtener el 40% de facturación anual en concepto de nuestros productos sobre la cifra del primer año, correspondiente a US\$ 185,500. *(ver gráfico B)*

Aumentar nuestra cadena de clientes pymes en los municipios del norte y sur de Managua.

El volumen de clientes (372) entre el universo potencial de clientes al año (2,000), da como resultado el 18.6% de la demanda que se puede abarcar en los 3 años.

Largo Plazo (5to año):

Durante el largo plazo, pretendemos retener a los 372 clientes frecuentes y crecer el 52% hasta llegar a un total de 588 clientes, en un período de 60 meses.

Alcanzar el 20% de facturación anual en concepto de nuestros productos sobre la cifra del primer año, correspondiente a US\$ 303,001

Aumentar nuestra cadena de clientes pymes y crecer con una nueva sucursal para el largo plazo.

Tengo previsto que en mi segmento de mercado durante el quinto año, identifico que de los 588 clientes frecuentes por 5 años, el 47.60% de las pequeñas y medianas empresas como mi mayor potencia y el 36.60% es de empresas y el otro 15.80% es de mis clientes naturales.

El volumen de clientes (588) entre el universo potencial de clientes al año (2,000), da como resultado el 29.4% de la demanda que se puede abarcar en los 5 años.

Gráfico A

Volumen de Clientes				
Clientes	Corto Plazo	Mediano Plazo	Largo Plazo	Crecimiento Promedio
Pymes	86	177	280	47.60%
Empresas	66	136	215	36.60%
Naturales	28	59	93	15.80%
Total	180	372	588	100%

Gráfico B

Resumen Ingresos	Año 1 2016	Año 2 2017	Año 3 2018	Año 4 2019	Año 5 2020
Impresión	US\$ 49,915	US\$ 74,456	US\$ 106,585	US\$ 143,117	US\$ 173,727
Servicio BTL	US\$ 36,000	US\$ 54,201	US\$ 78,915	US\$ 106,136	US\$ 129,274
Total Ingresos	US\$ 85,915	US\$ 128,657	US\$185,500	US\$ 249,253	US\$ 303,001

En esta tabla especificamos el crecimiento anual por ventas en una proyección de 5 años:

Año 1 se estima vender la cantidad de 5,711 unidades en todos los productos y servicios especificados.

Año 2 se estima un crecimiento del 50%.

Año 3 creceremos un 44%.

Año 4 el crecimiento se calcula en un 35%.

Año 5 se estima un crecimiento estabilizado para los próximos año de un 20%.

Gráfico C

Unidades Vendidas	AÑO 1 2016	AÑO 2 2017	AÑO 3 2018	AÑO 4 2019	AÑO 5 2020
Impresión Látex					
Banners	113	165	233	308	369
Adhesivos	1138	1669	2352	3111	3718
Rotulación Vehicular	1	2	3	4	5
Micro perforados	13	19	27	36	43
Textiles de uso temporal	1339	1964	2767	3660	4375
Rotulación retro iluminada	53	78	110	146	175
Troquelado en vinil	267	392	553	732	875
Impresión fotográfica	131	192	271	358	428
Recubrimiento de Paredes y Lonas	267	392	553	732	875
Impresión en cartón	2223	3260	4594	6076	7262
Vinil estático	42	62	88	117	140
Servicio BTL					
Activación de marcas	12	18	26	35	42
Edecanes	12	18	26	35	42
Volanteo	25	37	53	70	84
Stand	25	37	53	70	84
Realización de diseños					
Administración de redes	25	37	53	70	84
Administración web	25	37	53	70	84
TOTAL DE UNIDADES VENDIDAS	5,711	8,379	11,815	15,630	18,685

En esta tabla especificamos la cantidad de unidades a vender en una proyección de 5 años:

Año 1 se estima vender la cantidad de 5,711 unidades en todos los productos y servicios especificados.

Año 2 se estima un crecimiento del 46.72% (8,379 unidades).

Año 3 creceremos un 41% (11,815 unidades).

Año 4 el crecimiento se calcula en un 32.3% (15,630 unidades).

Año 5 se estima un crecimiento estabilizado para los próximos año de un 20% (18,685 unidades).

2.2. *Investigación de mercado*

La investigación de mercado es un método para obtener información sobre nuestro mercado y sobre la competencia, los cuales permitirán tomar decisiones de negocio con menor grado de incertidumbre.

2.3. *Estudio de mercado*

Consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. El principal objetivo del estudio de mercado es obtener información que nos ayude para enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo.

Mediante nuestros objetivos de mercado pretendemos conocer a nuestra demanda potencial y a nuestros competidores, se realizara una investigación de mercado utilizando el método de la encuesta y partiendo de los diagnósticos de las acciones, se realizara el estudio de mercado para saber qué medios utilizaremos durante el marketing.

La encuesta se aplicara de forma práctica e interactiva con las personas, se llamara a las empresas para saber del contacto, se recopilaran datos de cada una de ellas y se estarán enviando correos masivos. Se aplicara también por las redes sociales interactuando correos y mensajes para su envió, se participara en la feria Expo Apen para recopilar más encuestas y saber de las inquietudes de las microempresas.

La encuesta es cerrada, su tiempo de duración será de una semana.

Esta encuesta se aplicara para las empresas, microempresas, intermediarios y personas naturales que inviertan en publicidad.

Preguntas a utilizar:

1. ¿Conoce acerca de la impresión en plotter a base de tinta látex?
2. ¿Conoce usted alguna empresa que ofrezca el servicio de impresión eco amigable?
3. ¿Conoce de alguna maquinaria que imprima en textil y pueda ser utilizado en áreas interiores?
4. ¿Te gustaría que se ofreciera publicidad BTL con impresión ecológica a favor del medio ambiente?
5. Si este nuevo producto a base de impresión ecológica estuviera disponible hoy mismo ¿Qué probabilidades hay de que lo use en lugar de los productos actualmente disponibles?
6. De no usar el servicio ¿Cuál sería el motivo de no utilizarlo?
7. En el servicio de impresión ¿Qué exigiría al proveedor?
8. Al invertir en publicidad ¿Cada cuánto utiliza el servicio de impresión?
9. En su costos de inversión publicitaria, ¿Cuánto Invierte en sus publicidades?
10. En general, ¿Está satisfecho con los productos que ofrece la competencia?

2.3.1. Segmento de Mercado

A partir de la encuesta que se aplicó a distintas empresas, microempresas e intermediarios, nos demuestra el comportamiento y las inquietudes en el servicio de publicidad, estudiando cual será nuestro mayor segmento de mercado.

La segmentación sirve para determinar los rasgos básicos y generales que tendrá el consumidor del producto, teniendo en cuenta que el mismo no va dirigido para todo público, sino para el público objetivo identificado como Consumer Portrait.

El segmento de mercado al que se encuentra dirigido nuestros servicios y productos, serán determinados con los siguientes variables:

Variable Geográfico

País: Nicaragua

Departamento: Managua.

Variable Demográfico

Edad: Desde la mayoría de edad 18 años en adelante (Variada)

Género: Femenino y/o Masculino

Nacionalidad: Nicaragüenses / Extranjeros

Nivel educativo: Estudiantes, empresarios, emprendedores de pymes y organizaciones

Profesión: Mercadotecnia, Diseñadores (gráficos, producto, industriales y moda), Administradores, Comunicadores, Economistas (Profesión con fines de promover publicidad para sus negocios).

Ingresos: Variables desde C\$ 500 en adelante.

Variable Psicográficas

Valores: Responsabilidad social, servicio y compromiso.

Actitudes: Como cierta forma de motivación social.

Intereses: Tener productos de calidad y con valores agregados.

Variable Conductuales

Búsqueda del beneficio: Publicidad llamativa y efectiva a costos favorables, de alta calidad y tiempo requerido.

Segmento General

Por tanto nuestro segmento de mercado general estar dirigido a las empresas, pymes y organizaciones de distintos géneros y edades con distintas profesiones, con un ingreso desde C\$ 500 córdobas en adelante, nacionalidades nicaragüenses y extranjeras y que se encuentren ubicados en el país especialmente en el departamento de Managua, con el interés de tener productos publicitarios llamativos y efectivos con valores de responsabilidad y compromiso para nuestro país.

2.4. Distribución y punto de ventas

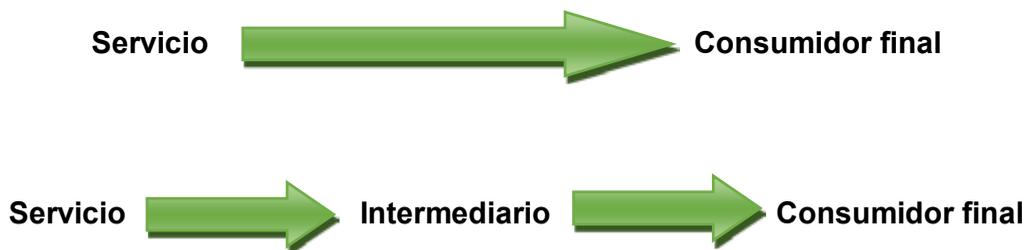
Para distribuir nuestros servicios y productos, debemos determinar el tipo de canal que se utilizara para la distribución.

El sistema de distribución de Nodos creativos de forma directa, donde los servicios ofrecidos para el cliente (impresión) se entregarán directo al responsable o encargado del pedido. El sistema de entrega será en el lugar correspondiente, sin la necesidad de que el cliente se mueva de su lugar, garantizando calidad y buenas condiciones de los productos.

Otro sistema de distribución que ofreceremos de acuerdo a nuestro servicio de BTL, será un canal directo al consumidor de nuestro cliente garantizando entregas y servicios de forma de intermediario para los consumidores del producto en específico, estas entregas se realizaran conforme a un acuerdo con el cliente y estipulada por el servicio requerido como:

- Promociones de Stand, activación de marcas y edecanes de volanteo.
- Tiempo de entrega, como el día y la hora establecida por el área de mercadeo del cliente.
- La cantidad de promotores de ventas establecido por el cliente.
- Cantidad de diseños a realizarse por contrato en el servicio de medios de redes.

Gráfico del Canal de distribución



2.5. Promoción del producto o servicio

Nodos Creativos como medios alternativos publicitarios, su principal objetivo es crear un impacto directo a nuestro mercado meta promocionando los productos y servicios de la empresa incentivando a generar ingresos en ventas, por lo tanto Nodos creativos se encuentra dispuesto a cubrir los servicios de promociones y publicidad para el primer lanzamiento.

Los gastos de marketing del negocio representan el margen de monto de ventas anuales. Estos gastos son de naturaleza fija y serán incluidos en los gastos generales.

Euentos

Se pretende realizar un evento en Check in office Nicaragua para el primer lanzamiento de las promociones, presentando los productos y el servicio de líneas Ecológica en impresiones. El evento está presupuestado a realizarse por un periodo de 1 mes de alquiler del local.

Se le enviara una invitación al evento a las empresas con interés de inversión publicitaria e interesadas en conocer el nuevo servicio publicitario, empresas con dedicación al compromiso social y ambiental y de igual manera se invitaran a las PYME.

Los productos y servicios que se utilizaran para el primer lanzamiento serán:

Medios Impresos

Plumillas publicitarias impresas en tela, banners de lona.

Realizaremos tarjetas de presentación para cada uno de los encargados del área correspondiente, ofreciendo los servicios de la empresa.

Publicidad no convencional

Stand: con estructura de cartón y vinil adhesivo,

Walking board: con estructura y tela impresa.

Redes Sociales

Anuncios y promociones de los servicios en Facebook, Instagram. Diseños y promoción de productos.

Canjes entre Otros

Pretendemos también realizar asociaciones con medios de comunicación (Canal 14, canal 13 y canal 2) participando en Revistas televisivas; realizando un mutuo acuerdo (50/50) para poder promocionarnos en espacio televisivo y que a la vez, conozcan la calidad de nuestro producto. De igual manera se pretende hacer convenios o canjes en el periódico Metro, realizando la misma propuesta antes descrita.

Promociones para el lanzamiento del servicio y producto			
Productos	Descripción	Cantidad / Duración	Precios
Evento en el local Check in office	Uso de sala de conferencia, incluye uso de equipos audio-visual, pizarra acrílica (de requerirla), con 10 personas máximo, incluye internet de alta velocidad, conexión wifi, seguridad electrónica y física, aire acondicionado.	Paquete mensual de 15 horas en total	U\$ 345.00
Impresión de plumillas	Utilizaremos tela drill para demostrar las capacidades que posee el equipo látex en impresión textil.	2	U\$ 200.00
Impresión de Banners	Impresos en lona vinílica con el equipo látex en la medida de 0.80x1.50 mts. Estos tiene su porta banner.	2	U\$ 200.00
Impresión de Tarjetas de presentación	Tarjeta creativa utilizando materiales pocos comunes, impresos en el equipo látex y troquelados con silhouette cameo.	1,000	U\$ 90.00
Presentación del servicio BTL con el walking board	Se uniformará a un promotor y se le equipará con un walking board hecho de cartón y vinil adhesivo	1	U\$ 110.00
Impulso de redes sociales	Se realizará una campaña a través de impulso en las redes sociales (Facebook y twitter)	7 días	U\$ 80.00
TOTAL			U\$ 1,025.00

2.6. Fijación y política de precio

Como medios de publicidad y con fines de utilizar siempre equipos y materiales para la realización de campañas o impresos, estipulamos las siguientes políticas de pago:

Para los clientes directos

Por cada compra facturada de nuestros servicios se le sugiere realizar un pago del 50% de adelanto y el otro 50% contra entrega una vez finalizado el trabajo o servicio requerido.

El siguiente acuerdo que se le estipula al cliente es, que una vez autorizado la realización del trabajo o el servicio y finalizado para su entrega, se le acredita un derecho de pagar la cantidad total en determinado tiempo propuesto por la empresa. Al no cumplir la fecha estimada y acordada por ambos se le cobrará un 10% de interés al cliente por recargo de mora pasado el tiempo de facturación.

Para los clientes sujetos a contrato

El pago será efectuado cada mes según la cantidad del precio fijado y del año de contrato. Cada pago estará sujeto al impuesto que se cobrará mensual.

Para el cliente intermediario

El pago será de contado.

Cada pago podrá ser efectuado en efectivo, cheque o por cuenta bancaria propuesta por la empresa, se aceptará pagos en dólares y córdobas (el tipo de cambio del dólar estará sujeto a la tasa de cambio del banco con el que trabaja la empresa).

Nuestra política de precios, de acuerdo a nuestra experiencia de trabajo, está definida en base al costo de los materiales directos. En los trabajos de diseño el costo de los materiales representa 30% del precio de venta, es decir, que con el restante 70% del precio de venta se cubren los costos de mano de obra, los gastos generales y el margen de utilidad entre otros. En los trabajos de Plotter de Impresión el costo de los materiales representa 50% del precio de venta, es decir, que con el restante 50% del precio de venta se cubren los costos de mano de obra, los gastos generales y el margen de utilidad.

En consecuencia, para calcular el valor de los materiales que se utilizan en cada uno de los servicios vendidos, se toma como referencia el monto de ventas de cada uno de ellos y luego, se le aplica el porcentaje correspondiente.

2.7. Plan de introducción al mercado

Nodos Creativos como plan de introducción al mercado pretende alcanzar la mayor captación de cliente posible, lo que permite cumplir los objetivos establecido para el corto plazo y retener un auge de crecimiento de cliente para el mediano plazo y así lograr posicionar a la empresa como medios de publicidad alternativos eficientes e innovadores en el departamento de Managua.

Los objetivos de la campaña para el primer año serán los siguientes:

Objetivo General

Realizar una estructura de diseño para las campañas establecidas para el primer año y el lanzamiento de los productos y servicios.

Objetivos Específicos

- Introducir los productos y servicios por medio de campañas.
- Concientizar a utilizar productos publicitarios alternos en base de línea ecológica.
- Captar y atraer con la campaña a nuestro segmento de mercado establecido.

Estrategia de Introducción al mercado

- Ofrecer ofertas y promociones por medio de correo masivo.
- Realización de campañas en las redes sociales de promoción y concientización al medio ambiente (Facebook, Instagram, Twitter)
- Se creara un emblema de introductorio a la campaña “Creando la diferencia”.
- Realización de un evento por el primer lanzamiento de los productos y servicios.

2.7. Plan de introducción al mercado

Nodos Creativos como plan de introducción al mercado pretende alcanzar la mayor captación de cliente posible, lo que permite cumplir los objetivos establecido para el corto plazo y retener un auge de crecimiento de cliente para el mediano plazo y así lograr posicionar a la empresa como medios de publicidad alternativos eficientes, creativos e innovadores en el departamento de Managua.

2.7.1. Foda

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización, etc) permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

El objetivo primario del análisis FODA consiste en obtener conclusiones sobre la forma en que el objeto estudiado será capaz de afrontar los cambios y las turbulencias en el contexto, (oportunidades y amenazas) a partir de sus fortalezas y debilidades internas.

Para comenzar un análisis FODA se debe hacer una distinción crucial entre las cuatro variables por separado y determinar que elementos corresponden a cada una.

Fortaleza

- Productos novedosos, creativa implementación, alta calidad, versatil.
- Producto a base de una línea ecológica y confiable.
- Se conservara al cliente a traves de buenos tratos y de interes del crecimiento de nuestro mercado.
- Certificación a nivel internacional.
- Empresa que trabaja bajo un liderazgo con sus colaboradores.
- Jovenes proactivos, interesados en fomentar una cultura de publicidad

Fortalezas: son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia.

Oportunidades: son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Oportunidades

- Ofrecer el servicio al segmento mas necesitado pymes.
- Existencia de un fuerte poder adquisitivo del segmento de mercado.
- Innovación en tendencia en el mercado capital en publicidad.
- Creciente exigencia de responsabilidad social.
- Precios favorables, calidad, tiempo exacto.
- Pymes con necesidad de crecer en consumo a nivel nacional.

FODA

Debilidades

- Falta de conocimiento de productos publicitarios.
- Mitos de costos, cuando son productos a base ecologicos y de productos creativos de alcance de atraer mercado.
- Altos estandares de competencias indirectas al ofrecer servicio y experiencia en la factibilidad del mercado.
- Competencia Indirecta con alto grado de conocimiento de comportamiento de mercado.
- Costos variables de materia prima.
- Convencer al cliente a fomentar el cambio en el negocio y en el pais.

Debilidades: son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia.

Amenazas: son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

Amenazas

- Constante cambio del deslizamiento de la moneda.
- Falta de motivación del cliente.
- Recesión de lenta recuperación de ingresos.
- Amenaza de nuevas competencia entrante.
- Cambios de tecnología.
- Falta de materia prima en el mercado local.
- El constante cambio de información.

2.7.2. Cinco fuerza de Porter

5 Fuerza de Porter

El análisis de las cinco fuerzas de Porter es un modelo estratégico elaborado por el ingeniero y profesor Michael Porter de la Escuela de Negocios Harvard, en el año 1979. Este modelo establece un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una industria, y poder desarrollar una estrategia de negocio. Este análisis deriva en la respectiva articulación de las 5 fuerzas que determinan la intensidad de competencia y rivalidad en una industria, y por lo tanto, en cuan atractiva es esta industria en relación a oportunidades de inversión y rentabilidad.

Poder de negociación de los Clientes

- Alta gama de productos atractivos e innovadores.
- Precios favorables.
- Precios comparativos a las competencia.
- Productos de excelente calidad.
- Entrega exclusiva para el cliente.
- Productos dirigido al mercado específico.
- Responsabilidad social y ambiental ante el cliente.

- Diferenciación de productos.
- Desventaja en costos independientemente de la escala
- Mejorar innovación, calidad y precios.
- Ofrecer variedad de materia prima a escala del servicio.
- Las presiones sobre los precios.
- Acceso a créditos.

Amenaza de nuevos competidores entrantes

Rivalidad entre los competidores

- No contamos en el 100% con rivalidad con la competencia, debido a que los servicios a ofrecer sera de nueva implementación.
- Productos altamente comprometidos y de igual calidad.
- La segmentación es mas específica que el de la competencia.
- Mejor atención que la competencia, seguimiento y compromiso con el cliente.

Poder de negociación de los Proveedores

- Mantener relaciones a largo plazo y mutuamente veneficiosa con sus proveedores
- Negociación de precios
- Ofrecimiento de nuevos servicios y productos
- Capacitación y mantenimeintos de equipos constante.
- Intercambio continuo de información, ideas e innovación.
- Invertir en tecnología con el proveedor.

- Productos, de precios competitivos.
- Entre los productos a ofrecer no hay competencia a su implementación, en cambio el servicio a ofrecer hay que lo sustituyen.
- Calidad de sublimación de tela, igual a una impresa directa.
- Mayor durabilidad.
- Producto que abarca el mercado global.

Amenaza de productos sustitutos

2.7.3. Campaña publicitaria

Podemos entender la importancia que tiene realizar correctamente una campaña. De hecho, de su buena planificación y realización va a depender en gran medida su éxito y en consecuencia, el logro de los objetivos propuestos.

2.7.3.1. Fijación de objetivos

El responsable del departamento de publicidad o área creativa conoce perfectamente los objetivos perseguidos por la compañía. Solo así se podrá establecer una campaña basada en las necesidades que se desee que queden cubiertas. En principio indicamos a título informativo lo que la empresa de hoy desea:

- Mantener proporcionalmente la cuota de mercado actual. (*Precios comparativos a la empresa*).
- Dar a conocer al público objetivo las novedades de la empresa, la innovación, la creatividad, el enfoque y el compromiso.
- Atraer nuevos clientes.
- Restar clientes a la competencia.
- Llegar a consumidores potenciales enfocados al objetivo.
- Vender la imagen de la empresa y sus creaciones.
- Consolidar la imagen de marca.
- Fomentar el recuerdo del producto.

En líneas generales, podemos establecer un tipo de publicidad según los objetivos que nos hayamos marcado:

- Publicidad persuasiva. Su finalidad es crear una demanda selectiva. Se trata de decantar a los usuarios por nuestra marca a través de las características y el valor añadido que ofrecen nuestros productos o servicios.

2.7.3.2. Realización del briefing

El briefing es un documento básico de trabajo que realiza el director del departamento, en el que quedan reflejados por escrito aquellos elementos del plan de marketing que se consideran necesarios para llevar a cabo la campaña, documento que posteriormente se entrega a la agencia.

Nodos creativos al hacer su estudio de mercado determino sus objetivos, estrategias y necesidades. El briefing está compuesto por siguientes elementos:

- **Definición del producto:**
Los servicios de medios alternativos serán a base de una línea determinada a favor del ambiente de carácter creativo, novedoso y funcional; entre su valor añadido, presentamos que será un servicio y un producto con impresión a base de látex. Entre los beneficios que aportara este producto es el bienestar de los clientes, compromiso de mejorar los servicios en calidad, costos y tiempo; de igual manera aportara al cliente a utilizar materiales nuevos, servicio mejorado a nivel del cuidado de nuestro entorno.
- **Características y condiciones del mercado potencial:**
Nuestro mercado potencial, está dirigido a las empresas y pymes, especialmente pymes, esto se debe a que la mayoría de las empresas no desean promover sus servicios ante una agencia de publicidad, por tanto Nodos creativos ofrece a nuestro segmento dirigido publicidad, calidad, innovación y creatividad. Nuestro volumen potencial esta entre los 2,000 empresas estimadas. La situación de cada empresa es de jóvenes emprendedores donde necesitan ayuda a promover sus productos y servicios para incrementar sus ingresos y participar en el mercado Nicaragüense. Una de las principales tendencia para este nuevo siglo XXI y a nivel global del tercer mundo, es la preocupación del medio ambiente.
- **Objetivos que deseamos cumplir.** Como he comentado anteriormente en la fijación de objetivos, es fundamental comunicar los objetivos y estrategias de marketing de nuestra empresa para poder establecer los objetivos de las diferentes estrategias de comunicación.
- **Otorgar nuestras preferencias por internet u otros medios sociales.**

2.7.3.3. Campaña publicitaria de la empresa

Tema de la campaña:

Color esperanza

Lema para la campaña:

“Creando la diferencia”

Misión:

Atraer, concientizar y dar a conocer los servicios que favorecen a las empresas certificando calidad de protección ambiental.

Visión:

Persuadir al segmento en la concientización de nuevos productos, enfocados a la mejora de los recursos ambientales.

Objetivos Generales

Crear nuevas formas de comunicar sano.

Objetivos Específicos

- Motivar a los clientes a creery crecer con ideas creativas, innovadoras y con mensajes indicados para el mercado.
- Promover la importancia de usar correctamente la publicidad.
- Introducir los productos y servicios por medio de campañas para nuestros clientes.
- Utilizar productos publicitarios alternos en base de línea ecológica. Promocionando lo novedoso.

Publico meta:

Empresas y pymes ubicadas en le ciudad de Managua, con un ingresos rentable para la aplicación de publicidad de sus productos.

Ubicación:

Ciudad de Managua, la campaña se realizara por medio de Redes sociales (Facebook, Instagram); se pretende realizar un evento para nuestro segmento de mercado. Otra forma de promocionar serán los Centros comerciales (Multicentro las américas, Centro comercial Managua, Plaza Inter, Metrocentro y Galerías, como puntos clave para promover promociones, donde abarca cantidades de clientes, de distinto género, edad entre otros.

Otro punto de ubicación para promover nuestra estructura novedosa serán en carreteras de mayor tránsito vehicular y peatonal.

Estrategia de Introducción al mercado

Se utilizaran varias estrategias para implementar nuestro servicio al mercado estudiado, captando a una audiencia deseada.

Recursos para la Campaña

- Mensajes en Facebook, con animaciones
- Banners publicitarios en Facebook
- Promociones y fotos de los productos en Instagram
- Actividades en distintas universidades (UPOLI, UAM, UCA, UCC, UNICIT y UNIVALLE)
- Realización de un evento por el primer lanzamiento de los productos y servicios ante nuestro segmento.

Medios a utilizar

Publicidad no convencional en exteriores.

Estructura de Walking Board Novedosa.

Redes sociales.

2.8. Riesgos y oportunidades del mercado

Los riesgos principales que la empresa se enfrentará son los siguientes:

RIESGOS DEL MERCADO	
Principales Riesgos	Estrategias ante los Riesgos
Regulación y cumplimiento.	Llevar un control minucioso de todos los gastos, detallando un informe semanal
La reducción de gastos.	Hacer uso de las redes sociales para recopilar una base de datos y seleccionar a los nuevos talentos a integrarse a la empresa.
La gestión del talento.	Hacer un estudio frecuente de los precios de la competencia.
Las presiones sobre los precios.	Mantenerse actualizado cada 6 meses, capacitaciones o cursos en línea ante los empleados.
Las tecnologías emergentes.	
Los riesgos de mercado.	
La expansión de la participación de los gobiernos.	
La recesión con lenta recuperación.	
El acceso a crédito.	
OPORTUNIDADES DEL MERCADO	
Principales Oportunidades	Aprovechando oportunidades
Mejorar la ejecución de la estrategia en todas las áreas del negocio.	Registrar la maquinaria como tecnología innovadora en el país (Consulta con abogado).
Invertir en procesos, herramientas y formación para mejorar la productividad.	Aprovechar los recursos para crear nuevos productos y servicios
Invertir en tecnología.	Expandirse a otros departamentos, a través de sucursales que recepciones el trabajo.
Innovar en productos y servicios.	Crear campañas de conciencia ambiental con el apoyo de empresas privadas.
El crecimiento en los mercados emergentes.	
Mejores prácticas en la relación con los inversores.	
Nuevos canales de marketing.	
Fusiones y adquisiciones.	
Mayor rentabilidad ante la competencia.	
La creciente exigencia de responsabilidad social.	

2.9. Sistema y plan de venta

Como inicio contaremos con 2 ejecutivos quienes cubren al máximo las necesidades; pero se valora crecer el grupo a 5 ejecutivos con salarios competitivos y excelente manejo de los servicios y productos.

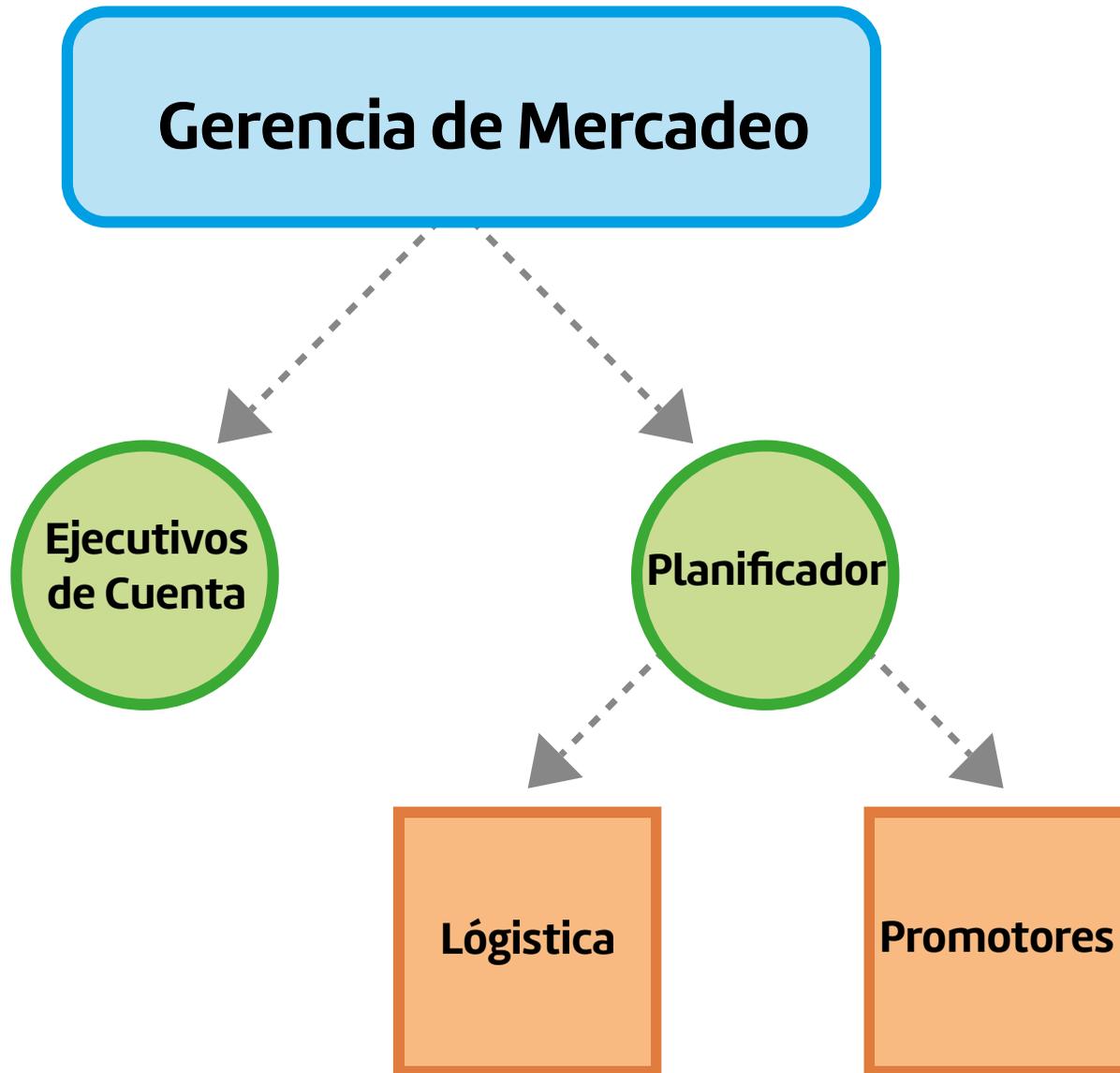
Conocer la cartera de cliente que maneja cada ejecutivo de cuenta (si tiene experiencia).

Se realizara una reunión al principio de la semana y establecer cuáles serán los objetivos de cada ejecutivo de cuenta.

Establecer con mercadeo la estrategia a difundir para comunicar el alcance de ventas previsto en el primer año.

Se le entregará a cada ejecutivo un soporte de trabajo, para mejor accesibilidad con el cliente. A la vez le daremos suvenires elaborados con materiales propios de los productos que ofrecemos y demostrar la creatividad.

2.10. Organigrama



Capítulo III:
Producción





CAPÍTULO III: PRODUCCIÓN

3.1. Objetivos del área de producción

Instalaciones:

- Examinar el área constantemente.
- Mantener las instalaciones adecuada a las maquinarias.
- Adecuar constantemente al crecimiento de producción e implementación de maquinarias.

Maquinarias:

- Mantener los equipos, asegurados, mantenimiento constante.
- Garantizar maquinarias dispensables para producción.
- Logran maquinarias certificadas.
- Garantizar el mantenimiento adecuado con el proveedor.
- Asegurar los insumos necesarios para producción, con el proveedor correspondiente.

Personal:

- Garantizar al personal requerido y con excelentes aptitudes.
- Lograr un buen trabajo en equipo con una buena planeación.
- Lograr un máximo de satisfacción en los empleados
- Lograr que los empleados den lo mejor de sí.
- Tener eficiencia en la empresa y en la producción.

• Asegurar a los trabajadores en el área de producción, con la tecnología certificada ecológicamente.
Materiales:

- Controlar el material con el que se va a trabajar.
- Controlar los materiales en bodegas.
- Asegurar los materiales con el proveedor, existente en el país.
- Garantizar materiales certificados ecológicos por el proveedor.

Productos:

- Elaborar productos de calidad.
- Garantizar los productos a tiempo.
- Tener al cliente satisfecho.

3.2. Especificaciones del producto

Especificaciones de los Productos de los servicios		
Productos	Descripción del producto	Descripción de impresión
Impresión Interiores		
Papel tapiz	<ul style="list-style-type: none"> • Diseña una pared única y exclusiva. • Papeles pintados, murales fotográficos personalizados con márgenes elevados. • Materiales especialmente fabricados por HP. •Certificaciones ECOLOGO Y GREENGUARD GOLD. • Fácil pegado en el retiro. • Impresiones duraderas con calidad de bellas artes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Impresión látex • Impresión de gran formato. • Secado instantáneo. • Variedad de colores y brillantes • Colores intensos hasta 1200 ppp x 1200 ppp. • La tecnología de impresión ofrece impresiones inodoras y de alta calidad. • 14 m²/h – Alta calidad para interiores.
<ul style="list-style-type: none"> • Mesh (Papel Canvas) • Poster (bond / papel fotográfico) 	<ul style="list-style-type: none"> • Lienzos ajustados para galerías de gran formato de hasta 3,2 m (10,5 pies) • Crea deslumbrantes fotografías profesionales y reproducciones artísticas. Cumple con las certificaciones sobre la calidad del aire de interiores. • Lienzos montados, con textura y redondeados. • Sin roturas a la hora de estirar y doblado del papel 	<ul style="list-style-type: none"> • Impresión látex • Amplia gama de colores. • 6,4 m²/h – Retroiluminaciones, textiles y lienzos. • Color de impresión hasta 1200 x 1200 ppp .

Impresión Textil		
Materiales HP Dacron, drill, sincatex, poliéster.	<ul style="list-style-type: none"> • Impresión temporal para eventos de una sola presentación. • Perfecto para estar en ambientes de interiores de salas de ventas o tiendas de ropa, calzado o accesorios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Impresión látex • Colores tienden a perder un 20% de pureza. • Textiles de alta saturación a 5 m²/h • Color de impresión hasta 1200 x 1200 ppp
Impresión Exteriores		
Rotulación vehicular Walking board Banners, stickers, micro- perforados, etc.	Impresión para exteriores muy versátiles, de alta calidad y duraderas sobre todo tipo de soportes de impresión empleados habitualmente en aplicaciones de rotulación y cartelera, con resultados incluso superiores a los de las tintas eco-solventes. Además hay que añadir otras ventajas como la baja necesidad de mantenimiento y la obtención de impresiones inodoras, con todo lo que ello conlleva para la salud.	<ul style="list-style-type: none"> • Impresiones para exteriores de alta velocidad a 31 m²/h (334 pies²/hora) , con una velocidad máxima de impresión de 91 m²/h (980 pies²/hora. • Genere imágenes a gran velocidad, de alta calidad y uniformes, con bajo consumo eléctrico.

3.3. Descripción del proceso de producción

Actualmente, existen 4 maneras de cómo llegar al cliente: Visitando el local, por llamada telefónica, a través de las redes sociales o página web, por correo electrónico. De todas ellas, sigue siendo infalible la visita presencial, donde el cliente llega a percibir el conocimiento del producto que le ofrecen. A continuación detallaremos paso por paso este proceso.

• Visitando directamente al cliente en su oficina u negocio

- 1- El ejecutivo de cuentas llega al local, saluda con un Buenos Días (si es de mañana) y reserva unos breves minutos para explicarle acerca de la gama de productos y servicios que resuelven sus necesidades.
- 2- Según lo acordado se elabora una cotización y se entrega la misma según especificaciones técnicas.
- 3- Se le da seguimiento, hasta obtener la aprobación del presupuesto.

En esta etapa se desglosan 2 alternativas: a) Si el trabajo a realizarse es un servicio, el director de arte se comunica con el área de mercadeo para planificar los recursos, hasta quedar en un acuerdo y luego proceder al área de producción para realizar dichos recursos... b) Si el trabajo es un producto, el director de arte, relega al diseñador la elaboración o recepción del diseño, hasta tener aprobación firmada por el cliente (puede ser un correo que diga "Aprobado").

- 4- Se le solicita al cliente un adelanto del 50% del valor del producto o servicio.
 - 5- Se verifica con el encargado de producción el inventario en existencia de materia prima.
 - 6- Se ponen de acuerdo área de mercadeo con área creativa para la implementación del pedido del cliente.
 - 7- Se realiza una inspección del diseño para su debida impresión.
 - 8- Se le envía muestra de diseño al cliente y en espera de la aprobación.
 - 9- Cuando el cliente aprueba, el área creativa se encarga de enviar diseño al área de producción.
 - 10- Se inicia el proceso de impresión.
 - 11- Control de calidad se encarga de dar los acabados del trabajo y tiempo de entrega.
 - 12- Se realiza una supervisión del producto y listo para empacar y entregar.
 - 13- El área de mercadeo se encarga de enviar detallado el pedido al área de administración para su debida facturación.
 - 14- Se le entrega el producto al ejecutivo de cuenta encargado de velar por las necesidades del cliente.
 - 15- Ejecutivo lleva el producto al lugar establecido por el cliente y le entrega factura. Entrega del producto finalizado al cliente (de ser un servicio se realiza un reporte de la campaña a través de un informe con fotos y datos).
 - 16- El ejecutivo se encarga de verificar la satisfacción del cliente con referente al servicio o producto entregado, realizándole llamadas o visitas para próximas solicitudes.
- Entregamos vía correo una encuesta breve acerca de su satisfacción como cliente.

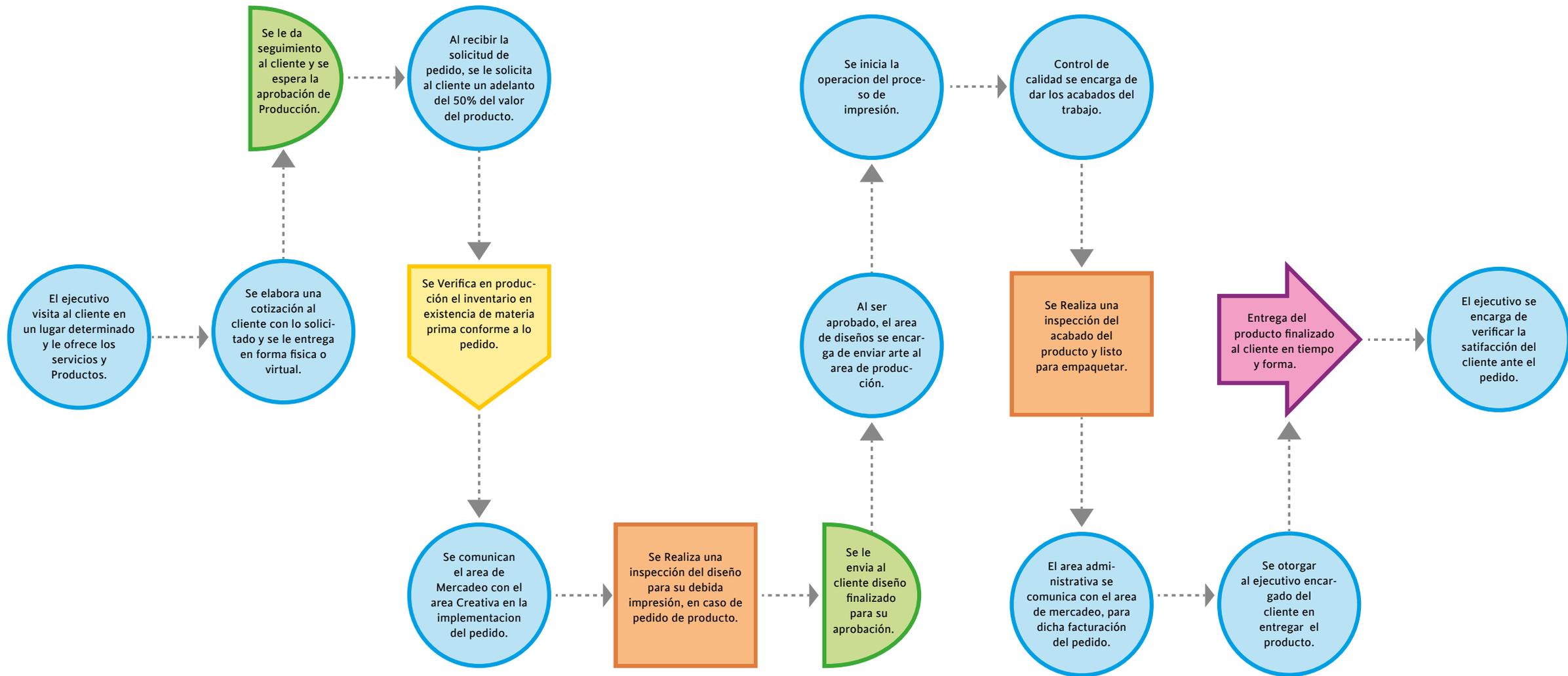
Realizando llamadas en frío para reservas citas de negocio

- 1- El ejecutivo de cuentas hace una breve investigación de los posibles clientes a captar. Inicia su proceso de marcación, saluda con un Buenos Días (si es de mañana) e inicia un breve monólogo acerca de los beneficios de sus productos y servicios.
- 2- De obtener una cita presencial, los siguientes pasos son iguales al anterior proceso.

Captando clientes a través de redes sociales o sitio web

- 1- El encargado de medios, hace uso de una campaña para recopilar información a través de las redes sociales y el sitio web. Esto datos se los envía a la gerencia de mercadeo quien luego relega a los posibles clientes a los ejecutivos de cuentas. De ahí pueden proceder con cualquiera de los 2 anteriores procesos.
- 2- A través de este proceso también se puede dar el hecho que le cliente escriba pidiendo información, lo cual el encargado de medios deberá recopilar los datos para hacer llegar lo más pronto posible a un ejecutivo y logre cubrir la necesidad del cliente.

3.4. Diagrama del flujo del proceso



3.5. Características de la tecnología

Para mejor desarrollo de la empresa y ofrecer servicios y productos de calidad, es necesario implementar las maquinas requerida al rubro que gira el negocio y con la tecnología deseada.

Entre los activos fijos que se utilizan en la actividad de diseños e impresiones están principalmente los rubros de maquinaria, equipos y mobiliario, ya que la infraestructura será arrendada.

Equipos existentes

Computadora de Escritorio

La máquina será de uso fundamental para la elaboración y desarrollo de Diseños en el área de Creaciones permitiendo el mejor funcionamiento por sus características.

Especificaciones

Posee un procesador Core i5, 8GB de RAM, 1.5 TB de almacenamiento, tarjeta gráfica de 2GB, quemador de cd/dvd, tarjeta con 4 puertos usb 3.0 de rápida transmisión de datos, mouse, teclado, monitor de 21", estabilizador de corriente.

Computadora Laptop

Nos permite estar al tanto con los clientes logrando cumplir con los pedidos que soliciten, la máquina estará ubicada en el área de mercadeo

Especificaciones

Contiene un procesador Intel® Core™ i3-4005U (1.7 GHz, 3 MB), Memoria RAM 4GB DDR3L SODIMM, Disco duro 500 GB (5400 rpm S-ATA), Almacenamiento óptico Súper Multi Dual Layer (S-ATA), Display 15.6" LED HD (1366 x 768) 16:9 Gloss, Controlador gráfico Intel HD Graphics 4400, Conectividad LAN 10/100, 802.11 b/g/n, Cámara web portátil, Micrófono, Batería 4 celdas Ion de litio, Conexiones (1 x HDMI, 1 x Como Audio, 2 x USB 2.0, 1 x USB 3.0, 1 RJ45), Lector de Tarjetas 3 en 1 (SD, SDHC, MMC), Sistema operativo Microsoft Windows 8.1 64bits, Color Negro.

Tablet Nexus 7 1ra generación

Equipo que permite estar al tanto en las redes sociales, comunicación con los clientes por medio de los correos, visualización de trabajos y archivar datos, equipos será utilizado para el área de Mercadeo en casos necesarios y de carácter urgente y para el uso de la administración de medios de la empresa en el área de Creaciones.

Especificaciones

Pantalla de 7 pulgadas IPS con resolución de 1280x800 píxeles, con protección Corning Gorilla Glass. Procesador Nvidia Tegra 3 de 1.3 GHz de cuatro núcleos con un chip gráfico de 12 núcleos. (T30L - 4 x Cortex A9 SoC) 1 GB DDR3 RAM (Hynix HTC2G83CFR) NFC (NXP 65N04), Wi-Fi b/g/n con Bluetooth (AzureWave AW-NH665), Giróscopo y acelerómetro (Invensense MPU-6050), magnetómetro. GPS (Broadcom BCM4751) Cámara frontal de 1.3 MP (Aptina MI 1040). Batería no removible de 4325 mAh, 16 Wh. Conexión Micro USB.

Tablet Wacom

Especialmente utilizado para el área de Creaciones, facilidad de ilustrar, pintar y crear bocetos para campañas específicas indicadas por el cliente, permite realizar diseños con excelentes acabados y de fácil manejo.

Especificaciones

El kit consiste en la tableta y el pen, con un color gris metalizado, es obviamente toda de plástico de un tamaño de 208.28 x 350.52 x 10.16 mm. El área de trabajo es de 215.9 x 137.16 mm y se conecta por USB. El peso es de unos 600 gramos. La resolución es de 2540 lpi con 1024 niveles de presión, el pen registra movimientos a razón de 133pps, la precisión de 0.5mm y posee cuatro botones configurables para acciones comunes.

Router Claro

Equipo proporcionado por contratación (18 meses). Consta con velocidad de 2mbps.

Cámara fotográfica

Indispensable y necesaria para la elaboración de campañas, creaciones de imágenes y banco de imágenes a realizar, utilizando recursos propios de nuestro país. Será utilizado para el área de Creaciones.

Especificaciones

Cámara de 16 megapíxeles, zoom 24x, bolso de mano, memoria de 16 GB SD HC, batería de Litio 925mAh.

Máquinas existentes

Impresora Epson L120

Máquina que será utilizada frecuentemente para la realización de muestras y reproducción de documentos necesarios para la empresa y de carácter urgente.

Especificaciones

Cable de alimentación, cable USB, guía rápida de instalación, cd con drivers y manuales, 1 botella de tinta negra y 3 botellas de tinta a color (cian, magenta y amarilla). 720 x 720 dpi de resolución.

Sublimadora de Tazas

Máquina capaz de cumplir con las necesidades del cliente, permitiendo entregar pedidos de sublimación creativos y de calidad.

Especificaciones

Control de temperatura completamente digital, soporta altas temperaturas (hasta 220°C), voltaje 220V-250V/110V.

Máquina de coser

Instrumento muy necesario para la realización de estructura del walking board, se utilizará cuando el cliente requiera del servicio de publicidad de volantes.

Especificaciones

Eléctrica de pedal con 50 diferentes tipos de puntadas. Su compra es un requerimiento para realizar prototipos de nuevas propuestas para el servicio BTL; luego se subcontratará a una empresa dedicada a la confección por motivos de tiempo de entrega.

Plotter de corte

El cortador es ideal para publicistas, diseñadores gráficos o creativos.

Especificaciones

Este plotter de corte por computadora de viniles mide aproximadamente 40 cm. de largo por 14 cm. de ancho y 11.5 cm. de alto. El equipo de corte de viniles tiene un peso es de 3 kg. El plotter para cortar vinil tiene un ancho máximo de corte de 30 cm. y hasta 3 metros de largo. El Cortador de vinil es compatible con PC o MAC. El equipo para cortar cuenta con un sensor óptico para corte a registro. Es un plotter de recorte de vinil fácil de usar. No requiere experiencia. El plotter corta Vinil, Flex, Flock, Glitter, Foil. Con su pluma puede trabajar como un plotter de recorte de vinil CAD y crear dibujos e ilustraciones.

Equipos a comprar

Splitter Inverter de 18,000 BTU (U\$ 900 con instalación incluida)

Este equipo es necesario para el área de producción, manteniendo a temperatura estable para el mejor funcionamiento de la maquina de impresión Latex.

AA Split pared 18K seer 15, R-410, 220V, Inverter, instalación estándar incluye 9ft tubería, no incluye material adicional, acometida eléctrica ni obras civiles. Se requiere inspección al sitio. Garantía 2 años para el compresor y 1 año las partes, incluye protector de voltaje (Monivolt 16A 1 hp 115/230v).

Máquinas a comprar

Mesa de corte manual para materiales

Equipo que estará ubicado en el área de acabado, permitiendo un excelente corte a los productos y de muy fácil manejo

Impresora Látex

Impresora versátil que me permite realizar diferentes productos a ofrecer, indispensable para la empresa,

es la máquina que nos permitirá el mayor ingreso al negocio y de mayor utilidad. Equipo que estará ubicado en el área de producción.

Especificaciones:

Impresora 2561 x 840 x 1380 mm (101 x 33 x 54 pulgadas). Peso 207 kg (456 libras) Alimentación por rollo; rodillo de recogida; automática de la cuchilla (para vinilo, materiales de impresión a base de papel, película de colaborador retroiluminada), Rótulos, viniles autoadhesivos, películas, telas, papeles, papeles pintados, lienzos, sintéticos, mallas, textiles, de Rollos 254 un 1625 mm de ancho (10 a 64 pulgadas); de rollos 580 1625 mm (23 a 64 pulgadas) totalmente compatibles, 42 kg (92,6 lb), 250 mm (9.8 pulgadas). Grosor hasta 0,5 mm (19,7 milésimas de pulgada).

Temperatura de Servicio 15 a 30 ° C (59 a 86 ° F). Humedad de Servicio 20 a 80% HR (condensación de pecado). Temperatura de almacenamiento -25 a 55 ° C (-13 a 131 ° F), Consumo 4,6 kW (imprimiendo); < 2,5 W (en reposo)

Incluye:

Equipo de Látex

Software.

Instalación y entrenamiento en su local.

Garantía de 1 año, cabezal.

Set de tintas látex (Negro, cian, cian claro, magenta claro, magenta, amarillo, Optimizador de látex de HP).

Capacitación técnica, acerca del mantenimiento y cambio de piezas del equipo.

Tecnificación en la academia HP (Atlanta, USA) acerca de la aplicación de los acompañamientos materiales.

Certificación Medio Ambiental

Instalación Impresora Látex

Materiales para la instalación (U\$160)

Mano de Obra (U\$ 250)

UPS Forza Atlas FDC-006K 6,000va (U\$ 2,415)

Local para Impresora Látex

Dimensiones 10x5 metros, costo mensual de \$250

Conección eléctrica 220v

Instalaciones debidamente aprobadas por el depto de bomberos de Nicaragua.

3.5.1. Fuente de los equipos

Los equipos ya existentes se obtuvieron de algunas casas comerciales y traídas de EE.UU. de segunda mano.

Los equipos que se compraran se obtendrán de las siguientes distribuidoras de máquinas industriales para impresión:

Comtech, Etech, Tubelite/ Suretka, Fogel, Sinsa.

Las compras se trataran de realizar previo a cotizaciones de las distintas empresas, estimando el valor real del equipo a costos favorables.

Se compraran de contado y solicitaremos acceso a promociones, descuentos y ofertas.

3.6. Equipos e instalaciones

Instalaciones

La empresa en su capacidad futura, pretende alquilar un local más amplio para mejor funcionamiento. El costo del alquiler mensual será de U\$ 350.00 con un área de 5 mts x 10 mts. El área de producción será el más amplio debido al tipo de máquina que se utilizara para la producción.

El diseño de la empresa se elabora con el propósito que tanto los trabajadores como los clientes estén en armonía.

Actualmente las instalaciones de la empresa se le realizaran una remodelación para las máquinas y su amplio funcionamiento, la capacidad del negocio dependerá principalmente de la magnitud del capital de trabajo con que se disponga.

A continuación se muestra un cuadro de las máquinas, equipos y mobiliarios a implementar en las instalaciones.

Equipos y Maquinas invertidos que se utilizaran en el negocio

Descripción	Valor Unitario	Ubicación
Computadora de Escritorio	U\$ 380	Área Creativa
Tablet Wacom	U\$ 113.57	Área Creativa
Camara Digital Olympus	U\$ 114.28	Área Creativa
Laptop	U\$ 1,072	Área de Mercadeo
Tablet Nexus	U\$ 142.86	Área de Mercadeo
Impresora Epson	U\$ 128.57	Área Producción
Sublimadora de Tazas	U\$ 107.14	Área Producción
Máquina de Coser Brother	U\$ 107.14	Área Producción
Router Claro	U\$ 40	Cubre Todas las áreas
Plotter de corte	U\$ 350	Área Producción
Total	U\$ 2,555.56	

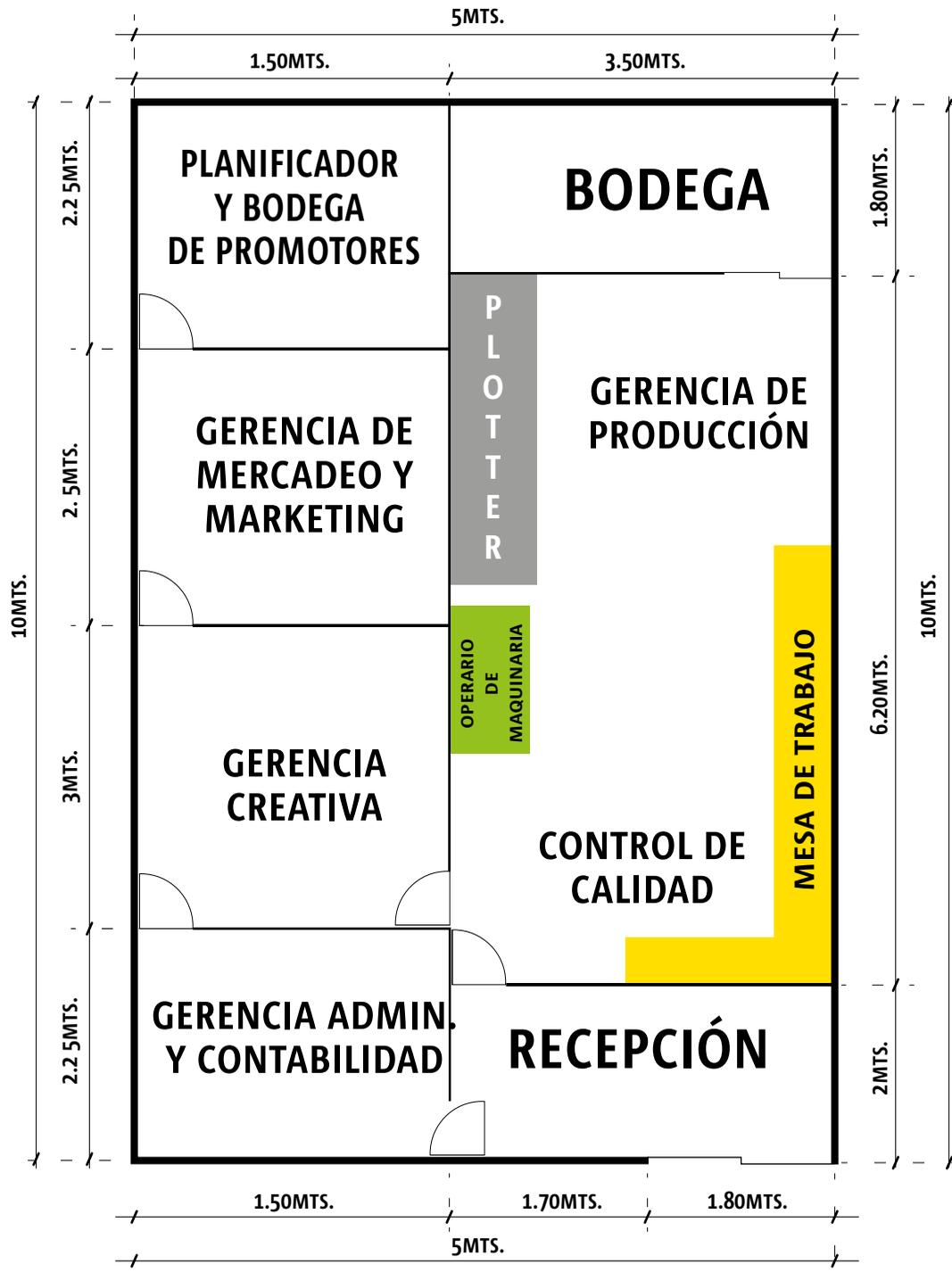
Equipos y Maquinas a comprar que se utilizaran en el negocio

Descripción	Valor Unitario	Ubicación
Splitter Inverter	U\$ 900	Área Producción
Mesa de Corte manual	U\$ 200	Área Producción
Impresora Látex	U\$ 25,472.50	Área Producción
Computadora de Escritorio	U\$ 400	Área de Mercadeo
Computadora de Escritorio	U\$ 400	Área de Administración
Total	U\$ 27,372.50	

Mobiliarios a comprar que se utilizaran en el negocio

Descripción	Valor Unitario	Ubicación
1 Silla Ejecutiva	U\$ 71.50	Área Administración
1 Mesa Ejecutiva con 4 sillas	U\$ 160	Área Mercadeo
1 Pizarra Acrílica	U\$ 30	Área Mercadeo
Total	U\$ 261.50	

Plano del negocio actualmente disponible



3.7. Materia prima

Se realizará previamente una cotización de cada uno de los materiales requerido de nuestro servicio y estaremos en constante comunicación con los proveedores en caso de falta de material en bodega. La materia prima para cada uno de nuestros productos o servicios de impresión se comprará con los siguientes proveedores distribuidores:

Proveedores de Materia Prima		
Empresas	Servicios / Productos	Solicitado
Tubelite	Distribuidor de materiales y maquinas industriales	Suministro para impresión
Suretka	Distribuidor de Máquinas impresoras, plotters y ventas de suministros y materiales de calidad, mantenimiento de máquinas.	Compra de Maquinas Insumos Repuestos Mantenimiento Capacitación
Sipsa	Suplidores de la industria publicitaria	Suministro para impresión
Papelsa	Distribuidor y venta de papeles, cartón entre otros	Papelería en general
Payca	Distribuidores de papeles	Papeles ecológicos y especiales
PBS	Distribuidores de papeles, máquinas y mantenimiento	Compra de papeles en bobinas
Conico	Ventas de máquinas, suministros de tintas	Insumo de tinta inkjet
Textiles Saddam	Ventas y distribuidor de Telas	Bobinas de telas para impresión
Tercero comercial	Fabricación, importación y Distribución de equipamiento integral de mobiliarios de oficinas	Compra de mobiliarios de oficina
Mueblysa	Fabricación e importación de muebles de oficinas	Compra de mobiliarios de oficina

3.8. Capacidad instalada

La capacidad instalada del negocio dependerá principalmente de la magnitud del capital de trabajo con que se disponga y la proyección de las ventas que se perfile.

Equipos e infraestructura

Contamos con 2 computadoras con suficiente memoria de RAM y memoria interna con la capacidad de cubrir las necesidades en el momento justo y almacenar todos los datos requeridos; con lo que no contamos en este momento es con la capacidad de otro equipo para el operario de la impresora látex, donde quedarán almacenados para su producción.

Constamos con dos impresoras con la capacidad de resistir a las operaciones necesarias de emergencia para muestras.

En el local mide 5x10 metros, se proyecta para el largo plazo tener un local propio debido a que se necesitará de mayor personal en el área de control de calidad y cumplir con la demanda del mercado.

Capacidad del personal

Personal de producción

El personal estará capacitado para la elaboración de las impresiones (1 operario) esta persona es la única autorizada para el manejo de los equipos de la empresa. Se le instruirá al operario dar capacitaciones a miembros del control de calidad en caso de estar ausente o por motivos de vacaciones. A la vez, se espera incrementar el volumen de personas en el área de control de calidad (2 o 3 personas para ser un grupo de 5 personas) para cubrir con la demanda y ser auxiliares en varios de los diversos productos que se ofertan.

El técnico encargado tiene la capacidad necesaria para la instalación del equipo, sin embargo será instruido por el proveedor para ser el técnico de planta y formará parte de la infraestructura de la empresa.

3.9. Manejo de inventario

En bodega se debe tener un 10% de cada material a utilizarse, para los próximos trabajos y requerir de otra compra de materiales para abastecer el área de producción. Esto quiere decir que para cada trabajo se debe tomar los materiales en existencia de bodega (10%) que ya existe y comprar el 50% de material para el pedido (40% a ocuparse y el otro 10% será la reserva para otros trabajos).

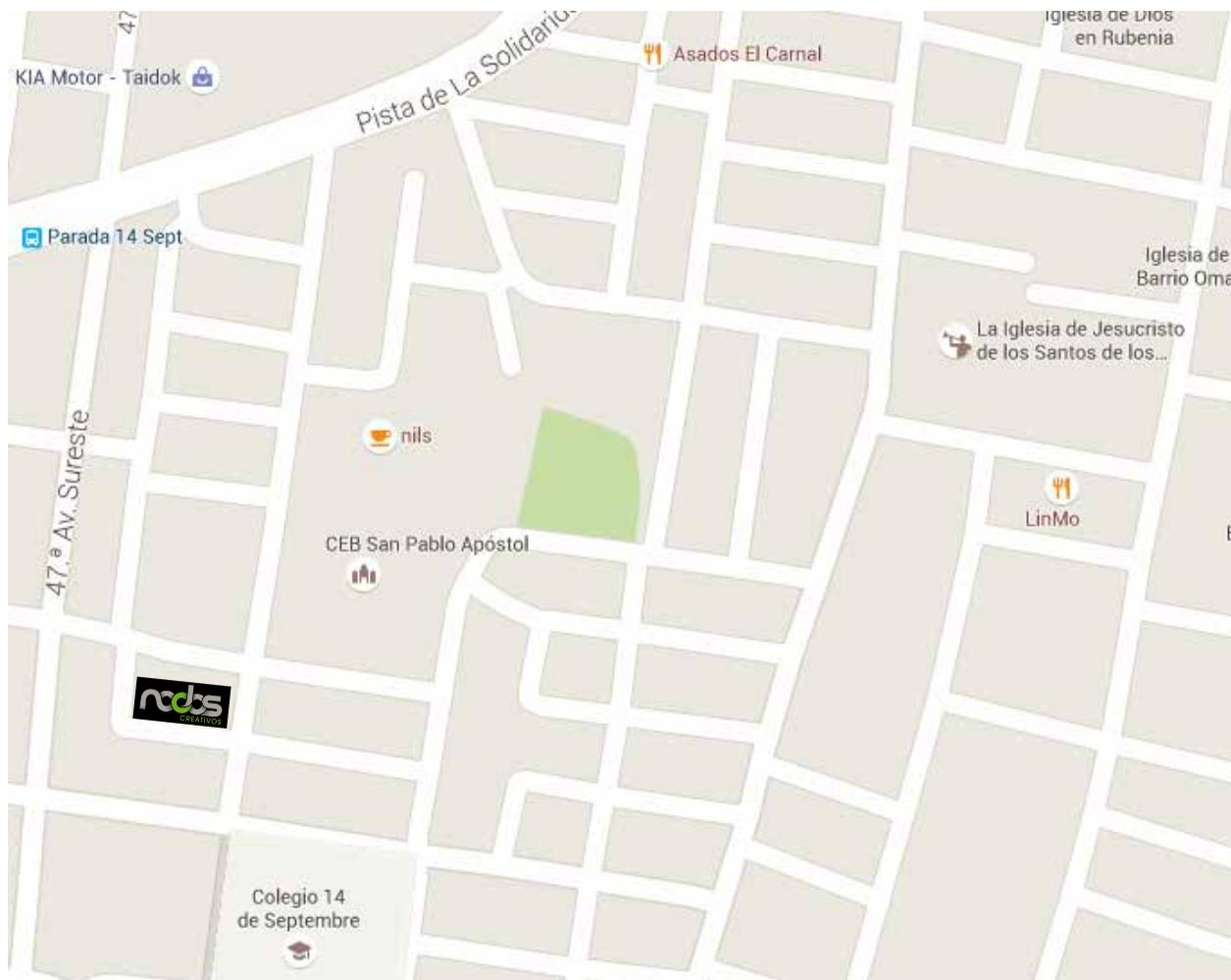
Semanal se realizará una supervisión en bodega, verificando la existencia de cada material de cuanto queda de sobrante, si en bodega antes de las compras de sus pedidos quedara con el 10% de existencia de materiales implica a realizarse una nueva compra en dependencia del material y de utilidad requerida, será mayor la cantidad invertida.

Los insumos de la maquina son de mayor utilidad para los servicios a ofrecer, por tanto 6 set de cartuchos de tinta Latex será el 50% y los 8 set de tintas inkyet (CMYK) el 50% de existencia en bodega.

Cualquier uso de otros materiales serán comprados después de aprobación de proforma por el cliente en el área de mercadeo, de lo cual su porcentaje de compra será incluidos de los gastos de las ventas que se requiera a utilizar para el servicio.

La demanda de materiales en uso, implicara un crecimiento de compra mensual de un 30% de reserva para los servicios venideros.

Inventario de Suministros de impresión			
Producto, Cantidad y Medida	% de la demanda	Inversión U\$ (IVA incluido)	Margen de Seguridad
2 rollos de lona vinil económica de 13 oz. Medida de 3.20mt x 50mts	La demanda de trabajo equivale a un 20% en un periodo mensual.	U\$ 486.91	15% (tomando en cuenta algún desperdicio)
2 rollos de vinil adhesivo brillante Evolution, Medida de 1.37mt x 50mts	La demanda de trabajo equivale a un 30% en un periodo mensual.	U\$ 242.48	15% (tomando en cuenta algún desperdicio)
10 láminas de Coroplast blanco de 4mm, medida 4x8 pies	La demanda de trabajo equivale a un 70% en un periodo mensual.	U\$ 928.40	20%
50 pliegos de magnético 3mm, medida 24"x50 pies	La demanda de trabajo equivale a un 50% en un periodo mensual.	U\$ 154.10	10%
2 pliegos de vinil estático transparente, medida de 1.37mt x 75 pies	La demanda de trabajo equivale a un 30% en un periodo mensual.	U\$ 264.85	10%
2 rollos de papel fotográfico satinado evolution, medida 1.37mt x 30mts	La demanda de trabajo equivale a un 40% en un periodo mensual.	U\$ 303.33	10%
10 Roller Up, medida 24" x 1 mt.	La demanda de trabajo equivale a un 20% en un periodo mensual.	U\$ 184.00	10%
6 set de cartuchos de tinta latex (Negro, cian, cian claro, magenta claro, magenta, amarillo, optimizador de tinta Latex)	La demanda de trabajo equivale a un 50% en un periodo mensual.	U\$ 5,554.50	30%
8 set de Tintas inkjet (CMYK)	La demanda de trabajo equivale a un 25% en un periodo mensual.	U\$ 288.00	10%
Conclusión	La demanda equivale en su totalidad un 50% de la existencia de bodega		10% es el margen a mediana producción



3.10. Ubicación de la empresa

Managua Nicaragua Distrito V

Colonia 14 de septiembre, costado abajo del colegio público 14 de septiembre 1c. Al lago 1c. Abajo casa esquinera a mano derecha color rosada letra D-286.

En el siguiente mapa establecemos la manera que estará distribuidas las diversas áreas de la empresa. (ver gráfico en la siguiente página)

3.11. Mano de obra requerida

Se va a necesitar un diseñador, operador de máquinas en impresión de plotter, de 3 a 5 personas en control de calidad.

Diseñador Gráfico: con 2 años de experiencia, entre las edades de 20 a 35 años, proactivo, sexo femenino o masculino, con conocimientos en la suite de Adobe CC, conocimiento de imprenta, separación de colores.

Operador de plotter: Con 3 años de experiencia como mínimo, facilidad de aprendizaje, conocimientos de máquinas de impresión, experiencia en producción, trabajo en equipo, entre las edades de 20 a 40 años, sexo masculino, responsable en el área de producción.

Control de calidad: Eficiente, experiencia mínima de 2 años, trabajo bajo presión, exigente en el trabajo y dedicación a lo que se empeñe, conocimientos de materiales publicitarios, entre las edades de 18 a 40 años como máximo.

3.12. Procedimiento de mejora continua

Sera de obligación y responsabilidad del empleado asistir y aprobar los cursos obligatorios de acuerdo a su cargo.

Sera responsabilidad del supervisor inmediato, informar a los empleados sobre los cursos obligatorios.

Los empleados del área de producción serán capacitados constantemente de acuerdo al cambio tecnológico de las máquinas.

Para conseguir una mejora continua, reducir la complejidad y evitar el fracaso; mejoraremos la comunicación en equipo para proteger la calidad en proceso. Tomaremos en cuenta los siguientes principios:

- Si entran datos equivocados, saldrán datos equivocados.
- Tener confianza en lo que se está realizando, sin embargo es necesario verificar lo realizado.
- Si no lo verificas, no se podrá encontrar el error a tiempo.
- Crear una mentalidad para la mejora.
- Asumir que la mejora no tiene límites y no darse nunca por satisfecho.
- Trabajar en equipo.

3.13. Programa de producción

Corto Plazo (1er año)

- Con un volumen de clientes de 180 en todo el año, podemos sacar las siguientes conclusiones:
- Se estima realizar en el primer año un volumen de productos de 5,711 unidades, comprendidos por publicidades en banner, stickers, rotulaciones, pósteres, impresión textil, servicio BTL con walking boards, administración de fan page y diseño gráfico. *(ver gráfico C)*

Mediano Plazo (3er año):

En el mediano plazo, proyectamos retener a los 180 clientes y crecer un 44% anual. Eso equivale a llegar a tener 372 clientes. *(ver gráfico A)*

Se estima crecer 11,815 unidades, ya para entonces el equipo de producción habrá crecido el doble y se estarán abriendo plazas de trabajo en otras áreas correspondiente a producción.

Largo Plazo (5to año)

Durante el largo plazo, proyectamos retener a los 372 clientes y crecer un 52% en este año. Con esto llegaremos a los 588 clientes frecuentes. *(ver gráfico A)*

Se estima crecer 18,685 unidades, con estas cifras se estaría contando con la adquisición de un nuevo local (propio) un equipo de impresión nuevo (modelo según la tecnología de ese momento) y seremos capaces de enfocarnos en nuevos productos de la línea HP con respecto a impresión digital.

Está planteado dentro del plan de negocio la posibilidad de tener un local propio (proyectado a 5 años), donde se equipará todas las instalaciones y contaremos con 2 técnicos de planta para el manejo de instalación de los equipos.

Capítulo IV:
***Organización /
Administración***





CAPÍTULO IV: ORGANIZACIÓN / ADMINISTRACIÓN

4.1. Objetivos del área de organización

- Mantener una estructura organizacional satisfactoria.
- Proporcionar bienestar y desarrollo a los empleados.
- Analizar las aptitudes de los trabajadores.
- Organizar estructuralmente cada puesto junto con las funciones del trabajador.
- Fijar políticas y estrategias para contribuir a conservar y mejorar el ambiente laboral aprobadas por gerencia.
- Vigilar y supervisar el cumplimiento de los programas de capacitación, a fin de garantizar su eficiencia.
- Garantizar los equipos y las instalaciones de cada área para su mejor funcionamiento.
- Elaborar cada año mejoras de la norma y del reglamento de la empresa.
- Garantizar mejoras de equipos y de programas de software para el área de producción.
- Ver las funciones de cada área que se estén implementando con respecto a la participación del trabajador.
- Realizar un manual operativo para el trabajador

4.2. Estructura Organizacional

La estructura del organigrama de la empresa Nodos Creativos será circular, la estructura de la empresa posee un enfoque hacia las gestiones por procesos, donde los trabajadores, se hacen responsable (dueños o propietarios) de su determinado proceso que llevan a cabo, donde la participación de cada área es constante y sin límite. Cada área será responsable de su cargo. La labor de los trabajadores consiste en supervisar su correcto funcionamiento.

Este organigrama se realizó con el fin de tener toda la empresa completa en su función durante el mediano y largo plazo. Actualmente la organización de la empresa constara con 1 ejecutivo de cuenta, 1 diseñador gráfico y 1 administrador de medios, 1 operario de máquina que será también el gerente de producción, 1 administrador, por lo tanto los demás cargos serán sub-contratados.

Durante el 3er año se pretende realizar contrataciones de los puestos faltantes.

A continuación se demuestra cómo estará estructurada la empresa.

Gerente (Líder) será el centro de toda la organización para su mejor función

Las 4 áreas correspondientes para la organización son:

• Gerencia de Mercadeo y marketing:

Gerente de mercadeo

Ejecutivo de cuentas

Planificador

Distribuidor (Encargado de logística)

Promotores

• Gerencia Creativa

Director de Arte

Diseñador grafico

Administrador de medios

Diseñador Web

• Gerencia de producción y operaciones

Gerente de producción

Operarios

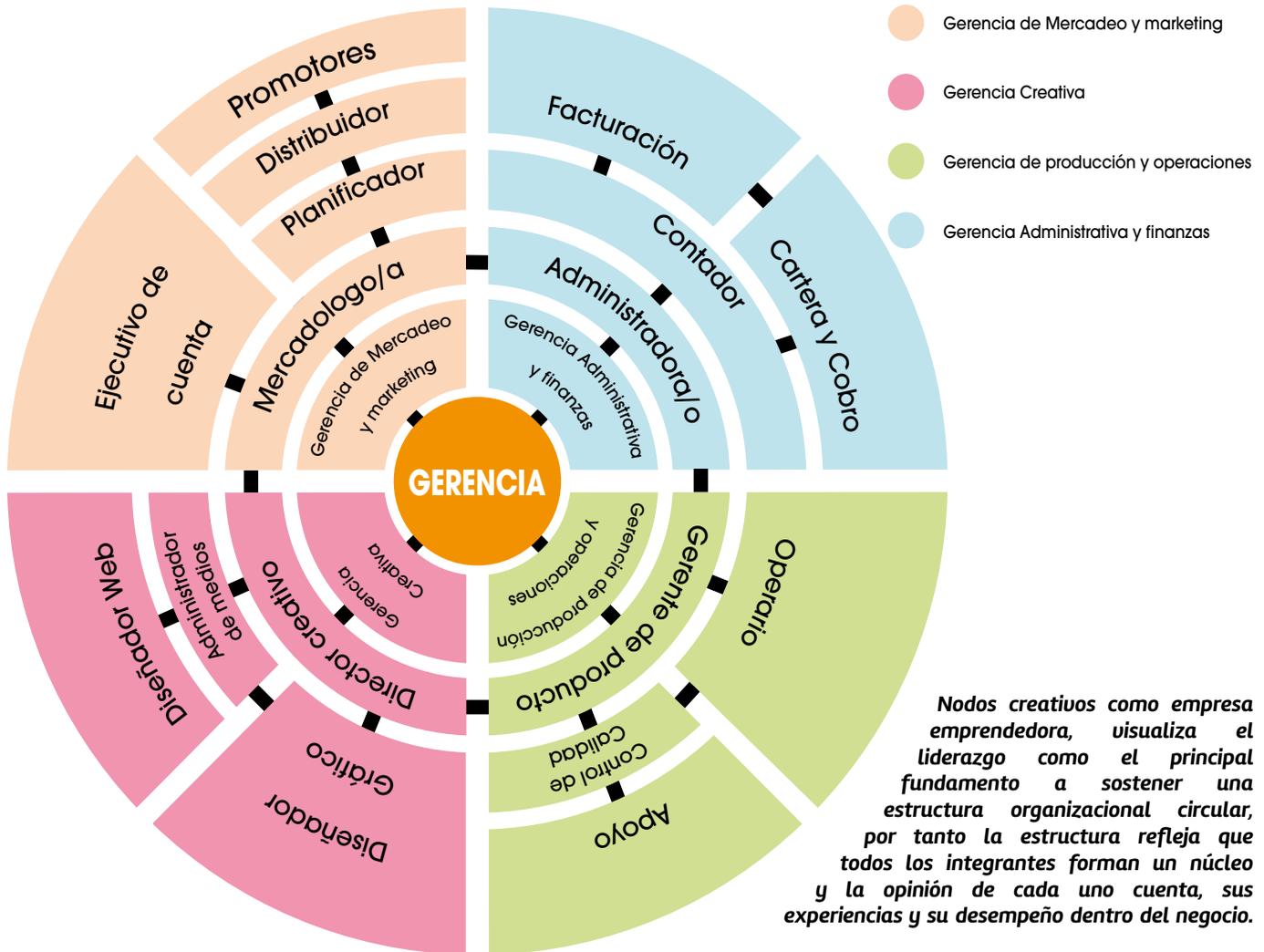
Control de calidad

• Gerencia Administrativa y finanzas

Administradora

Contador

Facturación y recepción de datos.



Estas son las tres razones primordiales por lo cual se defiende el organigrama

- 1- Cada integrante o colaboradores es importante para la empresa, donde no se permite la minoría ni la desigualdad por cargos.
- 2- La participación de cada uno de los colaboradores es de suma importancia para el crecimiento de la empresa, permitiendo trabajar en grupo y crecer juntos.
- 3- Consideran que los colaboradores de la empresa es un núcleo familiar, apoyando a cada miembro en el proceso de trabajo y en el proceso del desarrollo del desempeño.

4.3. Funciones específicas por puesto

Para un mejor funcionamiento de la empresa será necesario determinar las funciones específicas, regidas por un perfil para elegir al personal indicado al área requerida donde determine que puede desempeñar el puesto indicado de cada uno de los colaboradores de la empresa.

Se reunirán todas las solicitudes enviadas, con el objetivo de seleccionar al trabajador mediante una entrevista en fecha y hora determinada por gerencia. Se tomara en selección la experiencia, el desempeño y aptitudes de la persona. Se realizara una breve investigación de la persona entrevistada verificando correctamente los desempeños anteriores.

Mediante este cuadro determinamos las funciones de las principales áreas en la organización de la empresa.

FUNCIONES DE CADA AREA DE LA EMPRESA	
Áreas y Cargos	Función
Área de Mercadeo	
Gerente de Mercadeo	<ul style="list-style-type: none">• Unas de las principales funciones es garantizar y proyectar el incremento de clientes anuales.• Aumentar las ventas por años.• Coordinarse con los ejecutivos en las estrategias de ventas.• Organizar la planificación con logística de distribución.• Identificar nuevas oportunidades en el mercado, posibilidades de obtener más utilidades de ventas.• Lograr tener una excelente participación en el mercado publicitario.• Responder rápido a los cambios e innovaciones.• Responsabilizarse en posicionar la empresa
Área de Creación	
Director Creativo	<ul style="list-style-type: none">• Coordinarse con el área de mercadeo en lo que requiera a las estrategias y promociones.• Supervisar la realización del material audiovisual y gráfico de la campaña.• Supervisar de los proceso de medios.• Identificar las necesidades requeridas por el cliente.• Coordinarse con su área a la realización de diseños y medios o canales de publicidad.• Presentar propuestas al cliente coordinado con mercadeo.• Garantizar los proveedores de los recursos gráficos y audiovisuales.

Área de Operaciones	
Gerente de Producción y Operaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Encargarse de que las instalaciones se encuentren bien, todos los días. • Mantener las maquinarias dispensables para producción. • Garantizar el mantenimiento adecuado con el proveedor. • Estar pendiente de la calidad de cada servicio y productos. • Encontrarse constantemente en comunicación con el proveedor. • Velar por el buen funcionamiento de los materiales. • Controlar entrada y salida de materiales e insumos. • Controlar los desempeños de los operarios. • Estar constantemente organizado con el equipo de trabajo. • Supervisar productos finalizados para su entrega. • Encargarse de verificar las licencias de los recursos para cada campaña.
Área de Administración	
Gerente Administrativo	<ul style="list-style-type: none"> • Encargarse que las ventas se hayan cumplidos. • Planear programas, políticas y procedimiento de la empresa. • Proponerse alcanzar los objetivos de la empresa. • Organizar y fijar funciones. • Coordinar las funciones de trabajo entre operarios y funcionarios de la empresa. • Dar instrucciones a las personas de la empresa y explicar lo que se debe hacer. • Realizar programas de trabajo para determinar el tiempo de los objetivos propuestos. • Realizar capacitación del personal cuando se requiera. • Verificar el control interno. • Participar en los diversos comités y grupos de trabajo en que se requiera su participación. • Controlar el cumplimiento del presupuesto para el funcionamiento del área de administrativa y financiera. • Coordinar el manejo de inventarios de los materiales, suministros, bienes muebles de la empresa. • Coordinar la ejecución de actividades administrativos y de logística.

Cada trabajador el primer día de laboral se le realizara un contrato, con todas las especificaciones de su puesto, pago, derechos y reglamentos de la empresa.

4.4. Capacitación del personal

La empresa Nodos Creativos considera que las personas y el desarrollo de sus expectativas individuales, son esenciales para el cumplimiento de la misión y objetivos estratégicos.

La empresa considera necesario que los colaboradores tengan conocimiento del protocolo de trabajo y funcionamiento, permitiendo la familiarización con la empresa.

Las políticas para las capacitaciones del personal serán las siguientes:

- Anualmente se realizara un diagnóstico de la detención de las necesidades de capacitación.
- El personal deberá acreditar un mínimo de horas requeridas de capacitación, dependiendo del puesto del empleado.
- Sera responsabilidad del supervisor inmediato, informar a los empleados sobre los cursos obligatorios.
- Sera de obligación y responsabilidad del empleado asistir y aprobar los cursos obligatorios de acuerdo a su cargo.
- Cualquier incumplimiento del empleado ante la presente política podrá tener acciones disciplinarias.
- Los empleados están sujetos a seguir laborando a la empresa obligatoriamente por cada capacitación aprobada.
- Todos los empleados tendrán que recibir una introducción de la empresa, para familiarizarlos con la misma logrando un mayor compromiso.
- Los empleados del área de producción será capacitados constantemente de acuerdo al cambio tecnológico de las máquinas.
- Los promotores serán capacitados por cada elaboración de campaña de acuerdo a la necesidad del cliente.
- Para cada capacitación del personal, se requerirá de un personal altamente capacitado con los materiales didácticos a utilizar.

4.5. Desarrollo del personal

La empresa considera que el desarrollo del personal es necesario para el negocio permitiendo al personal adoptar nuevas ideas, nuevos comportamientos y actitudes, que dan resultados el mejoramiento de calidad de vida, mejor funcionalidad y eficiencia a la empresa.

A continuación se establecen las oportunidades que la empresa brindara a los colaboradores para su desarrollo personal.

- El trabajador está apto para desarrollar sus conocimientos para su bienestar como persona.
- La empresa se hace responsable de capacitar al personal motivando al trabajador en desarrollarse laboralmente en la empresa, garantizando la mejoría y desempeño de la organización y en el equipo de trabajo.
- La empresa cumplirá con las normas establecidas por la ley, orientando la preparación educacional para desempeñar mejor el cargo o aspiración de pago.
- El trabajador tiene derecho a tomar el 2% del Inatec para su preparación profesional, sin incumplir con sus labores y el tiempo.

4.6. Administración de sueldos y salarios

Los sueldos y salarios se pagaran de la siguiente forma:

- Se realizara quincenal una planilla de pago, informando cuanto se retirara de caja con su informe completo, autorizado y firmado primeramente por gerencia.
- Formalmente se le entregara a cada empleado su pago correspondiente quincenal de cada mes, en un sobre cerrado con el nombre de la persona, firmando el recibido en una hoja suministrada por administración.
- Ofrecer un incentivo de horas extras para mejorar sus destrezas y habilidades cuando sea requerido por la empresa.
- Asegurarse que cada empleado reciba un pago equitativo en términos de su propio esfuerzo y resultados.
- La empresa está sujeta a cumplir con todas las normas del código laboral, como vacaciones correspondiente a cada año con 15 días de descansadas y 15 días pagadas.
- Treceavo mes completo y proporcional de acuerdo al primer día de ingreso laboral.

- INSS patronal, subsidios en los casos de algún accidente laboral, la empresa está sujeta de pagos requeridos proporcional a su cargo, subsidios por embarazo o accidentes fuera de la empresa.
- Anual se realizara un ajuste salarial para cada empleado conforme al puesto de trabajo de la empresa.
- Las vacaciones tendrán que ser solicitadas 15 días antes.

4.6.1. Nómina de los trabajadores del proyecto

A continuación se muestra la nómina de los trabajadores para los 2 primeros años

PLANILLA DEL PRIMER AÑO DE OPERACIONES US\$								
Nomina	Mensual	Salario Anual	13Vo Anual	Vacac. Anual	Indem Año	Patronal Año	Inatec Año	Planilla Anual
Ejecutivo de ventas	400	4,800	400	400	400	864	96	6,960
Diseñador	400	4,800	400	400	400	864	96	6,960
Comunicador de redes	350	4,200	350	350	350	756	84	6,090
Director Producción	350	4,200	350	350	350	756	84	6,090
Administración	350	4,200	350	350	350	756	84	6,090
Total	1,850	22,200	1,850	1,850	1,850	3,996	444	32,190

PLANILLA DEL PRIMER AÑO DE OPERACIONES (DATOS MENSUALIZADOS)							
Nomina	Mensual	13vo. Mes	Vacaciones	Indemnización	INSS patronal (18%)	Inatec (2%)	Planilla Mensual
Ejecutivo de ventas	US\$ 400	US\$ 33.33	US\$ 33.33	US\$ 33.33	US\$ 72.00	US\$ 8.00	US\$ 580
Diseñador	US\$ 400	US\$ 33.33	US\$ 33.33	US\$ 33.33	US\$ 72.00	US\$ 8.00	US\$ 580
Comunicador Diseño	US\$ 350	US\$ 29.17	US\$ 29.17	US\$ 29.17	US\$ 63.00	US\$ 7.00	US\$ 507
Director Producción	US\$ 350	US\$ 29.17	US\$ 29.17	US\$ 29.17	US\$ 63.00	US\$ 7.00	US\$ 507
Administración	US\$ 350	US\$ 29.17	US\$ 29.17	US\$ 29.17	US\$ 63.00	US\$ 7.00	US\$ 507
Total	US\$ 1,850	US\$ 154.17	US\$ 154.17	US\$ 154.17	US\$ 333.00	US\$ 37.00	US\$ 2,682

A continuación la empresa muestra la nómina de los trabajadores para el 3er año, donde se pretende a todo el personal de la estructura organizacional.

PLANILLA DEL PRIMER AÑO DE OPERACIONES (DATOS MENSUALIZADOS) US\$							
Cargo	Sueldo o Salario Nominal	13 vo mes	Vacaciones	Indemnización	Inss Patronal (18%)	2% Inatec	Total
Gerente	4,285.71	357.14	357.14	357.14	771.4285714	85.71428571	6,214.29
Gerente de Mercadeo	4,285.71	357.14	357.14	357.14	771.4285714	85.71428571	6,214.29
Ejecutivos de Ventas 1	3,428.57	285.71	285.71	285.71	617.1428571	68.57142857	4,971.43
Ejecutivos de Ventas 2	3,428.57	285.71	285.71	285.71	617.1428571	68.57142857	4,971.43
Planificador	4,285.71	357.14	357.14	357.14	771.4285714	85.71428571	6,214.29
Encargado de Logística	2,142.86	178.57	178.57	178.57	385.7142857	42.85714286	3,107.14
Promotor 1	1,285.71	107.14	107.14	107.14	231.4285714	25.71428571	1,864.29
Promotor 2	1,285.71	107.14	107.14	107.14	231.4285714	25.71428571	1,864.29
Director Creativo	4,285.71	357.14	357.14	357.14	771.4285714	85.71428571	6,214.29
Diseñador Gráfico	1,714.29	142.86	142.86	142.86	308.5714286	34.28571429	2,485.71
Comunicador Web	2,357.14	196.43	196.43	196.43	424.2857143	47.14285714	3,417.86
Director de Producción	3,428.57	285.71	285.71	285.71	617.1428571	68.57142857	4,971.43
Operador	1,714.29	142.86	142.86	142.86	308.5714286	34.28571429	2,485.71
Control de Calidad	1,714.29	142.86	142.86	142.86	308.5714286	34.28571429	2,485.71
Técnico Maquinaria	3,428.57	285.71	285.71	285.71	617.1428571	68.57142857	4,971.43
Contador	2,142.86	178.57	178.57	178.57	385.7142857	42.85714286	3,107.14
Facturación	1,714.29	142.86	142.86	142.86	308.5714286	34.28571429	2,485.71
TOTAL	46,928.57	3,910.71	3,910.71	3,910.71	8447.142857	938.5714286	68,046.43

4.7. Evaluación del desempeño

El desempeño laboral de los colaboradores deberá ser evaluado y calificado con base en parámetros previamente establecidos que permitan fundamentar un juicio objetivo sobre su conducta laboral y sus aportes al cumplimiento de las metas de la empresa.

4.7.1. Política de Evaluación del desempeño

- Incentivar positivamente a los empleados para motivarlos a trabajar sus habilidades.
- Otorgar oportunidad de aspiraciones dentro de un marco de participación de la empresa, se valorará el desempeño del trabajador por año.
- Cumplir con las disposiciones legales de la empresa.
- Los empleados están sujetos a cumplir con todas las normas expuesta ante la empresa.
- El personal puede escalar a un nivel más alto al puesto que pueda tener, como antes mencionado de acuerdo a sus aptitudes, habilidades y sobre todo responsabilidad.
- Políticas para el trabajador ante la empresa.
- Dentro del reglamento de trabajo encontraras todas aquellas políticas y normas que deberán seguir dentro de tu estancia en la empresa, formato que será entregado el momento del ingreso del trabajado.
- Cumplir con el horario establecido.
- Responsabilidad en el área correspondiente.
- Respetar los horarios de almuerzo.
- Tener disposición en las horas extras.
- Iniciativa laboral.
- Cumplir con el reglamento laboral de la empresa.
- No faltar en sus labores, notificar por que faltara a su labor.
- Se prohíbe el consumo de alcohol o llegar expuesto a alguna sustancia.
- Vestir adecuadamente en el área, con su camisa correspondiente de la empresa.
- Cumplir las órdenes e instrucciones de la empresa en el ejercicio de su función directiva.

4.8. Marco legal de la organización

La empresa se encontrara registrada por persona natural, bajo régimen general ante la DGI. El nombre legal de la empresa inscrita será de Wendy Jessenia Salgado Rojas y su nombre comercial es Nodos Creativos.

A continuación será hace referencia de los tramites que se requieren para el proyecto y costo de cada uno.

Tramites de la DGI:

- Inscripción como contribuyente
- 2 fotocopia de cedula de identidad
- 1 copia de recibo de agua, luz o internet de donde salga la dirección del negocio
- Completar formularios.
- Búsqueda de códigos laborales.
- Pago de apertura de negocio C\$ 252.50
- Entrega de cedula RUC
- Entrega de certificado de inscripción de la DGI (DUR)
- Entrega de hoja de activación.
- Entrega de datos de acceso a la ventanilla electrónica tributaria (VET)
- Compra de libro Diario y mayor a registrar a registro público de la propiedad.

Ver en anexo, formatos de registro ante la DGI

Tramite de la alcaldía de Managua:

- N° RUC y Cedula de identidad del dueño del negocio (Fotocopia)
- Certificado de Inscripción de la DGI (DUR) fotocopia
- Pago por anticipo de matrícula C\$ 250

Nota: El contribuyente deberá presentarse 1 día después de pagado el anticipo, presentando fotocopia de Recibo de cancelación al retirar constancia del Arto. 66 del P.A.V., en la cual se refleja que deberá realizar la confirmación de su matrícula, dentro de los 15 días subsiguientes a los 2 meses de su apertura, para lo cual deberá haber cancelado sus 2 primeras declaraciones.

Ver en anexo, formatos de registro ante la Alcaldía municipal

Tramites de inscripción del registro público de la propiedad:

- Constitución como comerciante C\$ 300
- Documentos adjuntos Cedula de identidad y y datos de pago N° Min.
- Documento de hoja de inscripción.
- Solicitud Original y copia de papel sellado notificado por un notario público C\$ 150
- Sellar y razonar libros (1 libro Diario de 200 pág. 1 libro Mayor de 200 pág.) C\$ 200
- Retiro de libros 15 días hábiles.

La empresa al estar registrada por la DGI cumple con facturar iva del 15% y retener ir del 2% y declarar mensualmente los ingresos y egresos del negocio por la VET y llevar el registro contables en los libros mayor y diario. Así como cumplir mensual con los pagos de la alcaldía del 1% de los ingresos y el pago por basura de C\$ 75 por montos menores de C\$ 25,000.

Ver en anexo formatos de registro ante el Registro Público de la Propiedad

Capítulo V:
Sistema Financiero





CAPÍTULO V: SISTEMA FINANCIERO

5.1. Objetivos del área de Finanzas

- Rentabilizar la empresa y maximizar las ganancias.
- Elaborar un catálogo de cuenta sujeto por estado de la empresa.
- Garantizar que el software “Mónica” a utilizar se encuentre ejecutando correctamente
- Desarrollar de manera eficiente las actividades de custodia, control, manejo y desembolso de fondos, valores y documentos negociables que administra la empresa
- Efectuar los registros contables y estados financieros relativos a los recursos económicos, compromisos, patrimonios y los resultados de las operaciones financieras de la empresa.
- Realizar la clasificación, distribución de manera eficaz y oportuna del pago de todo el personal que labora en la empresa.
- Elaborar y preparar las declaraciones anuales y las declaraciones correspondientes de cada mes.
- Realizar los cortes contables de conformidad a las normas.

5.2. Sistema contable de la empresa

El sistema de contabilidad a implementar en la empresa será de partida doble en el que se planteara cada operación financiera, la empresa tendrá dos afectaciones en las cuentas de contabilidad, con dos tipos de naturaleza: deudora y acreedora.

5.2.1 Software

El software a utilizar para los registro de la contabilidad de la empresa será “Mónica” versión 9.0, que nos permite realizar las cantidades necesarias de facturación anual, control del inventario lista de los precios, tener archivado la lista de clientes y de proveedores, los detalles financieros de gastos e ingresos para la empresa (contabilidad básica).

5.2.2. Catálogo de Cuenta

Catalogo que se usara para registrar los procesos contables en el libro mayor y libro menor serán.

Cuentas de Balance General

1 Activos

- 10 Activos Circulantes
- 100 Caja y bancos
- 101 Cuentas por cobrar
- 102 Inventario mercadería
- 103 IVA acreditable

11 Activos Fijos

- 110 Terrenos
- 111 Edificios
- 112 Equipo rodante
- 113 Equipo de diseño
- 114 Equipo de oficina
- 115 Depreciación acumulada

2 Pasivos

- 20 Pasivos corrientes
- 200 Proveedores
- 201 Bancos corto plazo
- 202 Pasivo laboral
- 203 Impuestos por pagar
- 204 IVA por pagar
- 21 Pasivos de largo plazo
- 210 Obligaciones de largo plazo

3 Patrimonio

- 300 Capital social
- 301 Aportaciones adicionales de capital
- 302 Utilidades retenidas
- 303 Resultado del período

Estado de Resultado

40 Ingresos por venta

4100 Impresión

4200 BTL y campañas

50 Costo de ventas

5100 Impresión

5200 BTL y campañas

60 Gastos de operación

6100 Salarios

6101 Seguro social patronal

6102 Treceavo mes

6103 Vacaciones

6104 Indemnización

6105 INATEC

6106 Marketing y publicidad

6107 Gastos de gestiones apertura negocio

6108 Energía eléctrica

6109 Agua potable

6110 Internet y telecomunicaciones

6111 Alquiler local

6200 Gastos financieros

6300 Depreciaciones y amortizaciones

6400 Impuesto sobre la renta (30%)

5.3. Depreciaciones de Maquinas, Equipos y mobiliarios

Las depreciaciones contables de los equipos, máquinas y mobiliarios se realizaran en línea recta, será una depreciación constante y periódica donde el valor en los libros de activos disminuye, tomando en cuenta la vida útil de cada uno de los elementos para determinar el número de cuotas a depreciar por los 5 años como máximo.

Los equipos que se compraran se obtendrán de las siguientes distribuidoras de máquinas industriales para impresión: Comtech, Etech, Tubelite, Suretka, Fogel, Sinsa.

Los equipos ya existentes se obtuvieron de algunas casas comerciales y traídas de EE.UU. de segunda mano.

5.3.1. Depreciación de Equipos

A continuación se muestra un cuadro de las depreciaciones realizadas.

Equipos y Maquinas a Comprar Depreciar por años 2016 - 2020							
Equipos	Unidades	Valor U\$	1 año 2016	2 año 2017	3 año 2018	4 año 2019	5 año 2020
Splitter Inverter de 18,000BTU	1	900	180	180	180	180	180
Mesa de Corte manual	1	200	40	40	40	40	40
Plotter de Corte	1	403	80.6	80.6	80.6	80.6	80.6
Impresora Látex	1	25,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
Total	4	26,503	5,300.6	5,300.6	5,300.6	5,300.6	5,300.6

Equipos y Maquinas Existente a Depreciar por años 2016 - 2020							
Equipos	Unidades	Valor U\$	1 año 2016	2 año 2017	3 año 2018	4 año 2019	5 año 2020
Computadora de Escritorio	1	380	76	76	76	76	76
Laptop	1	1,072	214.4	214.4	214.4	214.4	214.4
Tablet	1	142.86	28.57	28.57	28.57	28.57	28.57
Impresora Burbuja	1	128.57	25.71	25.71	25.71	25.71	25.71
Tablet de Dibujo	1	113.57	22.71	22.71	22.71	22.71	22.71
Sublimadora de Tazas	1	107.14	21.43	21.43	21.43	21.43	21.43
Router de Internet	1	40	8	8	8	8	8
Máquina para Coser	1	107.14	21.43	21.43	21.43	21.43	21.43
Cámara Digital	1	114.28	22.86	22.86	22.86	22.86	22.86
Total	9	2,205.56	441.11	441.11	441.11	441.11	441.11

Mobiliarios Existente a Depreciar por años 2016 - 2020							
Unidades	Ubicación	Valor U\$	1 año 2016	2 año 2017	3 año 2018	4 año 2019	5 año 2020
Silla Ejecutivo	Administra- ción	71.5	14.3	14.3	14.3	14.3	14.3
Mesa	Mercadeo	160	32	32	32	32	32
Computadora de Escritorio	Creativo	380	76	76	76	76	76
Computadora	Mercadeo	1,072	214.4	214.4	214.4	214.4	214.4
Pizarra	Mercadeo	30	6	6	6	6	6
Total		1,713.5	342.7	342.7	342.7	342.7	342.7

5.4. Estados financieros proyectados

5.4.1. Flujo de Caja

Hoja electrónica Excel Flujo de Caja.

FLUJO DE CAJA US\$	Año 1 2016	Año 2 2017	Año 3 2018	Año 4 2019	Año 5 2020
Ingresos Operativos					
Impresión Latex	547,800	74,456	106,585	143,117	173,727
BTL y Campañas	404,527	54,201	78,915	106,136	129,274
Total Ingresos	952,326	128,657	185,500	249,253	303,001
Egresos Operativos					
Compra de Materiales/Inventario (Sin IVA)	495,081	65,279	95,048	128,344	156,787
Salarios	185,186	22,200	46,929	46,929	46,929
Seguro social patronal	33,333	3,996	8,447	8,447	8,447
Treceavo mes	15,432	1,850	3,911	3,911	3,911
Vacaciones	-	-	-	-	-
Indemnización	-	-	-	-	-
INATEC	4,163	444	1,092	1,092	1,092
Marketing y Publicidad	44,988	8,773	8,992	9,217	9,447
Gastos de gestiones apertura negocio	52	-	-	-	-
Energía Eléctrica	52,670	7,116	10,259	13,785	16,758
Agua Potable	631	123	126	129	132
Internet y telecomunicaciones	3,469	677	693	711	729
Alquiler local	21,318	4,200	4,200	4,305	4,413
Impuestos municipales (1%)	9,523	1,287	1,855	2,493	3,030
Total Egresos Operativos	865,846	115,944	181,552	219,362	251,674
Flujo de caja operativos	86,480	12,713	3,948	29,892	51,326
(-) Pago anticipo I.R. (1%)	(9,523)	(1,287)	(1,855)	(2,493)	(3,030)
(-) Pago Impuesto sobre la Renta	(1,168)	0	0	0	(1,168)
(+) IVA generado por ventas	142,849	19,299	27,825	37,388	45,450
(-) IVA pagado en compras materiales	(74,262)	(9,792)	(14,257)	(19,252)	(23,518)
(-) IVA pagado en equipos	(4,449)	0	0	0	0
(-) IVA entregado a DGI	(63,751)	(9,507)	(13,568)	(18,136)	(21,932)
Flujo de caja libre operativo	76,176	11,427	2,093	27,399	47,129
Flujo de Inversiones					
Equipo de diseño	(28,007)	-	-	-	-
Equipo de oficina	(1,655)	-	-	-	-
Totales Flujo de Inversiones	(29,662)	-	-	-	-
Flujo Financiero					
Desembolso Bancario	40,000	(6,930)	(7,809)	(8,800)	(9,912)
Pago Principal	(39,112)	(3,747)	(2,868)	(1,878)	(765)
Pago de Intereses	(13,385)	0	0	0	0
Honorarios Legales por suscripción de prestamos	0	0	0	0	0
Total Flujo financiero	(12,897)	(10,677)	(10,677)	(10,677)	(10,677)
Flujo de caja antes de infusión de capital	33,617	749	(8,584)	16,722	36,451
Infusión de capital accionistas	19,654	-	4,030	-	-
Flujo de caja neto	53,272	749	(4,554)	16,722	36,451
Pago de dividendos	0	0	0	0	0
SALDO INICIAL	0	3,903	4,652	98	16,820
SALDO FINAL	0	3,903	4,652	98	16,820
Flujo de caja del accionista	US\$ 34,269	749	(4,030)	16,722	36,451
Costo de capital/financiamiento =	12.00%				
Valor Actual Neto (VAN) =	US\$ 15,089				
Tasa interna de retorno (TIR) =	36%				
Inversión inicial accionista =	15,624				
Año recuperación de inversión =	Año 5				

5.4.2. Balance Inicial y General Proyectado

En el balance general inicial me muestra detalladamente los activos, pasivos y el capital con que cuenta la empresa a partir del año 0 proyectándose hasta los 5 años

En el balance proyectado se pretende reflejar los activos y pasivos de la empresa, con lo que me indica que iniciara con un patrimonio de US\$ 3,919 y terminara con US\$ 20,576.22 durante los 5 años (Largo plazo)

Hoja electrónica Excel Balance General.

BALANCE GENERAL (datos en dólares)	BALANCE INICIAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
Activos circulantes		3,903	4,652	98	16,820	53,272
Caja & bancos		-	-	-	-	-
Cuentas por cobrar		6,666	6,666	6,666	6,666	6,666
Inventario mercadería		11,893	-	-	-	-
IVA acreditable		859	2,146	4,001	6,493	9,523
Impuestos pagados por anticipado						
Total activos circulantes	-	23,320	13,464	10,765	29,979	69,461
Activos fijos						
Terrenos		-	-	-	-	-
Edificios		-	-	-	-	-
Equipo rodante	2,206	30,212	30,212	30,212	30,212	30,212
Equipo de diseño	1,714	3,369	3,369	3,369	3,369	3,369
Equipo de oficina		(6,716)	(13,432)	(20,148)	(26,864)	(33,581)
Depreciación acumulada	-					
Total Activos fijos	3,919	26,864	20,148	13,432	6,716	-
TOTAL ACTIVOS	3,919	50,185	33,612	24,197	36,695	69,461
PASIVOS						
Pasivos corrientes						
Proveedores		-	-	-	-	-
Bancos corto plazo		-	-	-	-	-
Pasivo laboral		3,700	7,400	16,498	25,595	34,693
Impuestos por pagar		-	-	-	3,660	12,917
IVA por pagar		12,279	387	387	387	387
Total Pasivo Corriente		15,979	7,787	16,884	29,642	47,996
Pasivos de largo plazo						
Obligaciones de largo plazo		34,340	27,409	19,600	10,801	888
Total pasivos de largo plazo		34,340	27,409	19,600	10,801	888
TOTAL PASIVOS	-	50,319	35,196	36,484	40,442	48,884
PATRIMONIO						
Capital social	3,919	3,919	19,543	19,543	23,573	23,573
Aportaciones adicionales de capital		15,624	-	4,030	-	-
Utilidades retenidas	-	-	19,677	21,127	35,861	27,320
Resultado del período		(19,677)	1,450	14,734	8,540	24,323
TOTAL PATRIMONIO	3,919	134	1,584	12,287	3,747	20,576
Activo – pasivos Diferencia	0.0000	134.10 0	-1,583.93 0	-12,287.36 0	- 3,747.06 0	20,576.22 0

5.4.3. Estado de partida y ganancia proyectada

Hoja electrónica Excel Estado de Resultados.

ESTADO DE RESULTADO	Año 1 2016	Año 2 2017	Año 3 2018	Año 4 2019	Año 5 2020
Ingresos por venta					
Impresión BTL y campañas	547,800 404,527	74,456 54,201	106,585 78,915	143,117 106,136	173,727 129,274
Total ingresos por venta	952,326	128,657	185,500	249,253	303,001
Costo de ventas					
Impresión BTL y campañas	280,936 207,480	37,778 27,501	54,613 40,435	73,693 54,651	89,895 66,893
Costo de ventas	488,416	65,279	95,048	128,344	156,787
Utilidad bruta	463,911	63,378	90,452	120,910	146,213
Gastos de operación					
Salarios	185,186	22,200	46,929	46,929	46,929
Seguro social patronal	33,333	3,996	8,447	8,447	8,447
Treceavo mes	15,432	1,850	3,911	3,911	3,911
Vacaciones	17,346	1,850	4,549	4,549	4,549
Indemnización	17,346	1,850	4,549	4,549	4,549
INATEC	4,163	444	1,092	1,092	1,092
Marketing y publicidad	44,988	8,773	8,992	9,217	9,447
Gastos de gestiones apertura negocio	52	-	-	-	-
Energía eléctrica	52,670	4,752	10,259	13,785	16,758
Agua potable	631	120	126	129	132
Internet y telecomunicaciones	3,469	660	693	711	729
Alquiler local	21,318	4,200	4,200	4,305	4,413
Impuestos municipales (1%)	9,523	1,287	1,855	2,493	3,030
Total gastos de operación	405,458	54,364	95,602	100,116	103,985
Utilidad de operación (EBITDA)	58,453	9,013	(5,150)	20,794	42,229
(-) Gastos financieros	13,785	3,747	2,868	1,878	765
(-) Depreciaciones y amortizaciones	33,581	6,716	6,716	6,716	6,716
Utilidad antes de impuesto sobre la Renta	11,087	(1,450)	(14,734)	12,200	34,748
Impuesto sobre la renta (30%)	14,084	-	-	3,660	10,424
Utilidad/Pérdida neta	- 2,997	(1,450)	(14,734)	8,540	24,323

5.4.4. Punto de Equilibrio

El análisis del punto de equilibrio nos permite visualizar el comportamiento de los ingresos y de los costos de la empresa en relación al volumen de ventas.

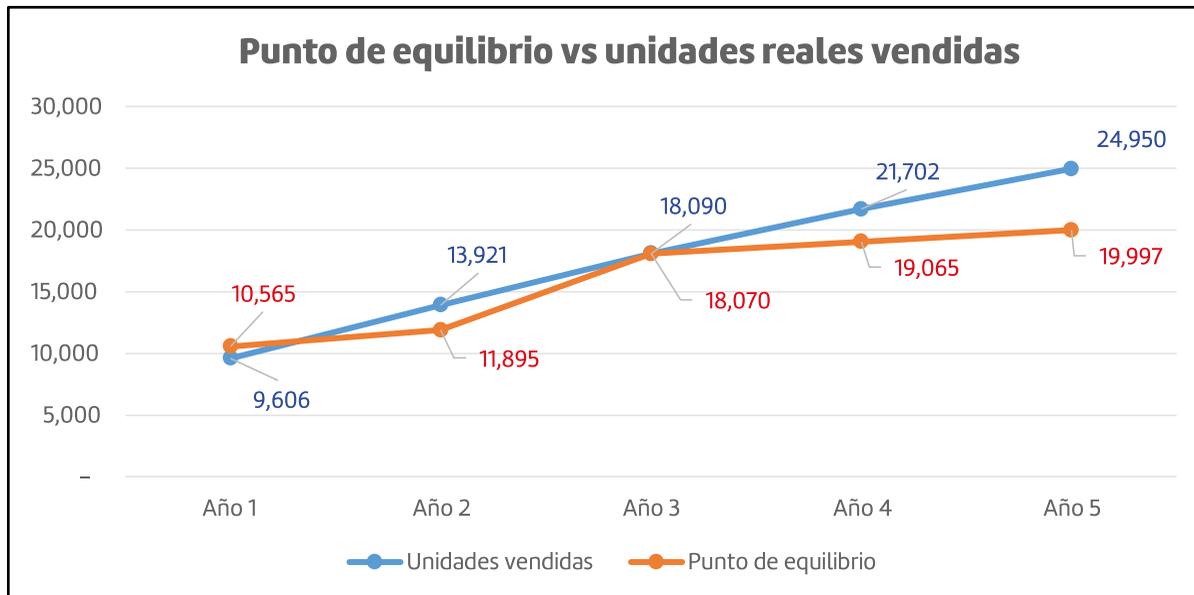
Esto nos permite identificar cual es el nivel de actividad comercial requerido para llevar a la empresa a un equilibrio financiero entre ingresos y gastos.

A continuación, se presenta el gráfico que demuestra los niveles de ventas que alcanzara Nodos Creativos a partir del análisis de resultados.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas totales =	\$ 85,915	\$ 128,657	\$ 185,500	\$ 249,253	\$ 303,001
Costo de venta total =	\$ 42,958	\$ 65,279	\$ 95,048	\$ 128,344	\$ 156,787
Unidades vendidas =	5,711	8,379	11,815	15,630	18,685
Gasto fijo =	\$ 51,391	\$ 54,364	\$ 95,602	\$ 100,116	\$ 103,985
Precio de venta promedio unitario =	\$ 15.0	\$ 15.4	\$ 15.7	\$ 15.9	\$ 16.2
Costo de venta promedio unitario =	\$ 7.5	\$ 7.8	\$ 8.0	\$ 8.2	\$ 8.4
PUNTO DE EQUILIBRIO (unidades) =	6,832	7,187	12,488	12,942	13,288

Solamente en el año 1 y en el año 3 las unidades vendidas están por debajo de las unidades de punto de equilibrio. Se estima que para el año 2 el incremento de las ventas será de un 50%, dada la fase de expansión lo cual hará que el número de unidades vendidas supere el punto de equilibrio en ese año.

En el año 3 el punto de equilibrio es superior a las unidades vendidas, debido a un aumento en los gastos fijos, relacionado con un aumento en la planilla por contratación de nuevo personal.



5.4.5. Proyección de Ventas

El flujo de efectivo que realizara con una proyección de venta del primer año (Corto plazo, tercer año (mediano plazo) y quinto año (Largo plazo) a partir de los objetivos de la mercadotecnia. Los ingresos y egresos se desarrollan con las proyecciones previamente establecidas del negocio en el periodo de tiempo de un largo plazo.

En el siguiente cuadro se muestra el flujo de caja detallado mes a mes, lo que indica que la empresa en su primer año de operación presenta un movimiento de entrada y salida de efectivo lo que nos permite visualizar como está la empresa para responder las obligaciones contraídas. De igual manera se muestra otro cuadro de las proyecciones de ventas por años.

Y en el siguiente cuadro que sigue, a continuación, se presenta el valor estimado de los materiales en función de los montos de ventas previstos por año.

El año 2 se estima que el crecimiento sea del 45% en unidades físicas vendidas, debido a que el negocio está en fase de expansión, de penetración del mercado, que hace que los volúmenes de venta sean mayores en el segundo año de operación, pero a medida que la empresa se va estabilizando en el mercado, el ritmo de crecimiento es menor en los años 3, 4 y 5, con lo cual se proyectan crecimientos del 30%, 20% y 15% para esos años.

Gráfico B

Resumen Ingresos	Año 1 2016	Año 2 2017	Año 3 2018	Año 4 2019	Año 5 2020
Impresión	US\$ 49,915	US\$ 74,456	US\$ 106,585	US\$ 143,117	US\$ 173,727
Servicio BTL	US\$ 36,000	US\$ 54,201	US\$ 78,915	US\$ 106,136	US\$ 129,274
Total Ingresos	US\$ 85,915	US\$ 128,657	US\$185,500	US\$ 249,253	US\$ 303,001

En esta tabla especificamos el crecimiento anual por ventas en una proyección de 5 años:

Año 1 se estima vender la cantidad de 5,711 unidades en todos los productos y servicios especificados.

Año 2 se estima un crecimiento del 50%.

Año 3 creceremos un 44%.

Año 4 el crecimiento se calcula en un 35%.

Año 5 se estima un crecimiento estabilizado para los próximos año de un 20%.

INGRESO TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Impresión Látex					
Banners	US\$ 2,825	US\$ 4,187	US\$ 6,001	US\$ 8,052	US\$ 9,791
Adhesivos	US\$ 114	US\$ 169	US\$ 242	US\$ 325	US\$ 395
Rotulación Vehicular	US\$ 300	US\$ 609	US\$ 927	US\$ 1,255	US\$ 1,592
Micro perforados	US\$ 390	US\$ 579	US\$ 834	US\$ 1,129	US\$ 1,369
Textiles de uso temporal	US\$ 13,256	US\$ 19,735	US\$ 28,221	US\$ 37,889	US\$ 45,970
Rotulación retro iluminada	US\$ 525	US\$ 784	US\$ 1,122	US\$ 1,511	US\$ 1,839
Troquelado en vinil	US\$ 2,643	US\$ 3,939	US\$ 5,640	US\$ 7,578	US\$ 9,194
Impresión fotográfica	US\$ 1,297	US\$ 1,929	US\$ 2,764	US\$ 3,706	US\$ 4,497
Recubrimiento de Paredes y Lonas	US\$ 1,629	US\$ 2,427	US\$ 3,475	US\$ 4,669	US\$ 5,665
Impresión en cartón	US\$ 26,676	US\$ 39,707	US\$ 56,794	US\$ 76,243	US\$ 92,491
Vinil estático	US\$ 261	US\$ 391	US\$ 563	US\$ 760	US\$ 923
Servicio BTL					
Activación de marcas	US\$ 4,800	US\$ 7,308	US\$ 10,714	US\$ 14,639	US\$ 17,831
Edecanes	US\$ 1,200	US\$ 1,827	US\$ 2,679	US\$ 3,660	US\$ 4,458
Volanteo	US\$ 5,000	US\$ 7,511	US\$ 10,920	US\$ 14,639	US\$ 17,831
Stand	US\$ 7,500	US\$ 11,267	US\$ 16,381	US\$ 21,959	US\$ 26,746
Realización de diseños					
Administración de redes	US\$ 10,000	US\$ 15,022	US\$ 21,841	US\$ 29,279	US\$ 35,662
Administración web	US\$ 7,500	US\$ 11,267	US\$ 16,381	US\$ 21,959	US\$ 26,746
TOTAL INGRESO	US\$ 85,915	US\$ 128,657	US\$ 185,500	US\$ 249,253	US\$ 303,001

Proyección de ventas	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UNIDADES VENDIDAS					
Impresión Látex					
Banners	113	165	233	308	369
Adhesivos	1138	1669	2352	3111	3718
Rotulación Vehicular	1	2	3	4	5
Micro perforados	13	19	27	36	43
Textiles de uso temporal	1339	1964	2767	3660	4375
Rotulación retro iluminada	53	78	110	146	175
Troquelado en vinil	267	392	553	732	875
Impresión fotográfica	131	192	271	358	428
Recubrimiento de Paredes y Lonas	267	392	553	732	875
Impresión en cartón	2223	3260	4594	6076	7262
Vinil estático	42	62	88	117	140
Servicio BTL					
Activación de marcas	12	18	26	35	42
Edecanes	12	18	26	35	42
Volanteo	25	37	53	70	84
Stand	25	37	53	70	84
Realización de diseños					
Administración de redes	25	37	53	70	84
Administración web	25	37	53	70	84
TOTAL UNIDADES VENDIDAS	5,711.00	8,379.00	11,815.00	15,630.00	18,685.00

COSTO TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Impresión Látex					
Banners	US\$ 1,413	US\$ 2,124	US\$ 3,075	US\$ 4,146	US\$ 5,066
Adhesivos	US\$ 57	US\$ 86	US\$ 124	US\$ 168	US\$ 204
Rotulación Vehicular	US\$ 150	US\$ 309	US\$ 475	US\$ 646	US\$ 824
Micro perforados	US\$ 195	US\$ 294	US\$ 428	US\$ 582	US\$ 708
Textiles de uso temporal	US\$ 6,628	US\$ 10,013	US\$ 14,460	US\$ 19,510	US\$ 23,787
Rotulación retro iluminada	US\$ 262	US\$ 398	US\$ 575	US\$ 778	US\$ 951
Troquelado en vinil	US\$ 1,322	US\$ 1,999	US\$ 2,890	US\$ 3,902	US\$ 4,757
Impresión fotográfica	US\$ 648	US\$ 979	US\$ 1,416	US\$ 1,908	US\$ 2,327
Recubrimiento de Paredes y Lonas	US\$ 814	US\$ 1,231	US\$ 1,781	US\$ 2,404	US\$ 2,931
Impresión en cartón	US\$ 13,338	US\$ 20,147	US\$ 29,101	US\$ 39,258	US\$ 47,860
Vinil estático	US\$ 130	US\$ 198	US\$ 288	US\$ 391	US\$ 477
Servicio BTL					
Activación de marcas	US\$ 2,400	US\$ 3,708	US\$ 5,490	US\$ 7,538	US\$ 9,227
Edecanes	US\$ 600	US\$ 927	US\$ 1,372	US\$ 1,885	US\$ 2,307
Volanteo	US\$ 2,500	US\$ 3,811	US\$ 5,595	US\$ 7,538	US\$ 9,227
Stand	US\$ 3,750	US\$ 5,717	US\$ 8,393	US\$ 11,307	US\$ 13,840
Realización de diseños					
Administración de redes	US\$ 5,000	US\$ 7,622	US\$ 11,191	US\$ 15,076	US\$ 18,453
Administración web	US\$ 3,750	US\$ 5,717	US\$ 8,393	US\$ 11,307	US\$ 13,840
TOTAL COSTO =	US\$ 42,958	US\$ 65,279	US\$ 95,048	US\$ 128,344	US\$ 156,787

5.4.6. Proyección de Compras

RESUMEN COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Impresión	US\$ 24,958	US\$ 37,778	US\$ 54,613	US\$ 73,693	US\$ 89,895
Servicio BTL	US\$ 18,000	US\$ 27,501	US\$ 40,435	US\$ 54,651	US\$ 66,893
Total ingresos	US\$ 42,958	US\$ 65,279	US\$ 95,048	US\$ 128,344	US\$ 156,787
Costo de venta (%)					
Impresión	50.0%	50.7%	51.2%	51.5%	51.7%
Servicio BTL	50.0%	50.7%	51.2%	51.5%	51.7%
TOTAL	50.0%	50.7%	51.2%	51.5%	51.7%
Precio promedio unitario	US\$ 15.04	US\$ 15.35	US\$ 15.70	US\$ 15.95	US\$ 16.22
Costo promedio unitario	US\$ 7.52	US\$ 7.79	US\$ 8.04	US\$ 8.21	US\$ 8.39
Margen bruto unitario	US\$ 7.52	US\$ 7.56	US\$ 7.66	US\$ 7.74	US\$ 7.83

5.4.7. Inversiones y Gastos

Para la instalación del local de Nodos Creativos, la inversión inicial requerida es equivalente a U\$ 17,545.00 con el objetivo de obtener la adecuación de la infraestructura, el equipo de oficina, herramientas e instrumentos y el Mobiliario de Oficina, en donde el 30.48% del costo total será aportado por un inversionista.

Gráfica de estimaciones de Ventas por años y gastos de materiales por servicios:

Años	Estimaciones de Ventas (U\$)		Resumen de Costos (U\$)		Costo de Venta (%)
	Impresión	Servicio BTL	Impresión	Servicio BTL	
1	49,915	36,000	24,958	18,000	50.00%
2	74,456	54,201	37,778	27,501	50.70%
3	106,585	78,915	54,613	40,435	51.20%
4	143,117	106,136	73,693	54,651	51.50%
5	173,727	129,274	89,895	66,893	51.70%
Totales	547,800	404,526	280,937	207,480	

5.5. Sistema de financiamiento

El monto total del capital inicial que necesita la empresa en su arranque es de U\$ 55,623.76

Para la inversión del arranque del proyecto en el primer año será necesario llevar a cabo un préstamo en una institución bancaria (BDF), siendo el equivalente del préstamo el 72% del costo total de inversión con un total de U\$ 40,000.00, en donde el 28% del costo total será aportado por la accionista con fondos propios equivalente a U\$ 15,623.76, en donde la amortización del préstamo será por 60 meses correspondiente a 5 años, de lo cual las ganancias mensuales no serán alta en los primeros años, siendo la tasa de interés para el préstamo es del 12%.

A continuación se muestra a través de la tabla de amortización los pagos que se realizarán al banco, los intereses y el saldo detallado por los 36 meses que se abonará.

TABLA DE AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO	
VA	\$40,000.00
=	
n =	60
i =	12%

Mes	Pago principal	Pago de intereses	Pago total	Saldo principal
1	490	400	890	39,510
2	495	395	890	39,016
3	500	390	890	38,516
4	505	385	890	38,011
5	510	380	890	37,502
6	515	375	890	36,987
7	520	370	890	36,467
8	525	365	890	35,942
9	530	359	890	35,412

10	536	354	890	34,876
11	541	349	890	34,335
12	546	343	890	33,788
13	552	338	890	33,236
14	557	332	890	32,679
15	563	327	890	32,116
16	569	321	890	31,547
17	574	315	890	30,973
18	580	310	890	30,393
19	586	304	890	29,807
20	592	298	890	29,216
21	598	292	890	28,618
22	604	286	890	28,014
23	610	280	890	27,405
24	616	274	890	26,789
25	622	268	890	26,167
26	628	262	890	25,539
27	634	255	890	24,905
28	641	249	890	24,264
29	647	243	890	23,617
30	654	236	890	22,963
31	660	230	890	22,303
32	667	223	890	21,636
33	673	216	890	20,963
34	680	210	890	20,283
35	687	203	890	19,596
36	694	196	890	18,902
37	701	189	890	18,201
38	708	182	890	17,493
39	715	175	890	16,779
40	722	168	890	16,057
41	729	161	890	15,327



42	737	153	890	14,591
43	744	146	890	13,847
44	751	138	890	13,096
45	759	131	890	12,337
46	766	123	890	11,570
47	774	116	890	10,796
48	782	108	890	10,015
49	790	100	890	9,225
50	798	92	890	8,427
51	806	84	890	7,622
52	814	76	890	6,808
53	822	68	890	5,987
54	830	60	890	5,157
55	838	52	890	4,318
56	847	43	890	3,472
57	855	35	890	2,617
58	864	26	890	1,753
59	872	18	890	881
60	881	9	890	0
SUMAS =	40,000	13,387	53,387	

Manual de Identidad Visual





Introducción





Introducción



El presente Manual de Imagen de Marca e Identidad Corporativa es una guía para todos quienes usen, promuevan e implementen la marca Nodos Creativos.

La imagen visual de Nodos creativos refleja la personalidad de lo que es la empresa, lo que hace y lo que simboliza para el mundo publicitario. La imagen visual está relacionada directamente con los siguientes atributos: El emprendedurismo, la creatividad y la responsabilidad.

Este manual, de uso interno y externo, explica cómo aplicar el diseño gráfico en los diferentes soportes en los que puede aparecer nuestra marca. No hace falta decir lo importante que es este documento. Sin él, el logotipo de Nodos creativos podría aparecer sobre varias formas propuestas.

Misión

Representar los ideales de la empresa en diferenciación, originalidad e innovación en la implementación de emprender.

Visión

Posicionar el logo de Nodos en el mercado de la publicidad y creatividad ante los servicios presente que ofrecerá el negocio.

Logotipo



Se creó con el propósito de reflejar lo que es la empresa, más propia al negocio. La identidad de Nodos Creativos debe ser siempre reproducida en la forma y en los colores correctos. El logo de Nodos Creativos sólo tiene dos colores.

El logo se creó, pensando en su función, lo que representara conforme a su nombre, Nodos es un espacio en el que confluyen parte de las conexiones de otros espacios reales o abstractos que comparten sus mismas características y que a su vez también son nodos. Todos se interrelacionan de una manera no jerárquica y conforman lo que en términos sociológicos o matemáticos se llama red.

Por tanto la forma se usó con el propósito de unir cada letra en sí, permitiendo movilidad y enlace entre sí, lo que llevo a una conclusión a su estructura de que los nudos al igual que los nodos poseen caracteres de función similares a la de unión y enlace, es por eso que el logo se encuentra representado en su carácter.

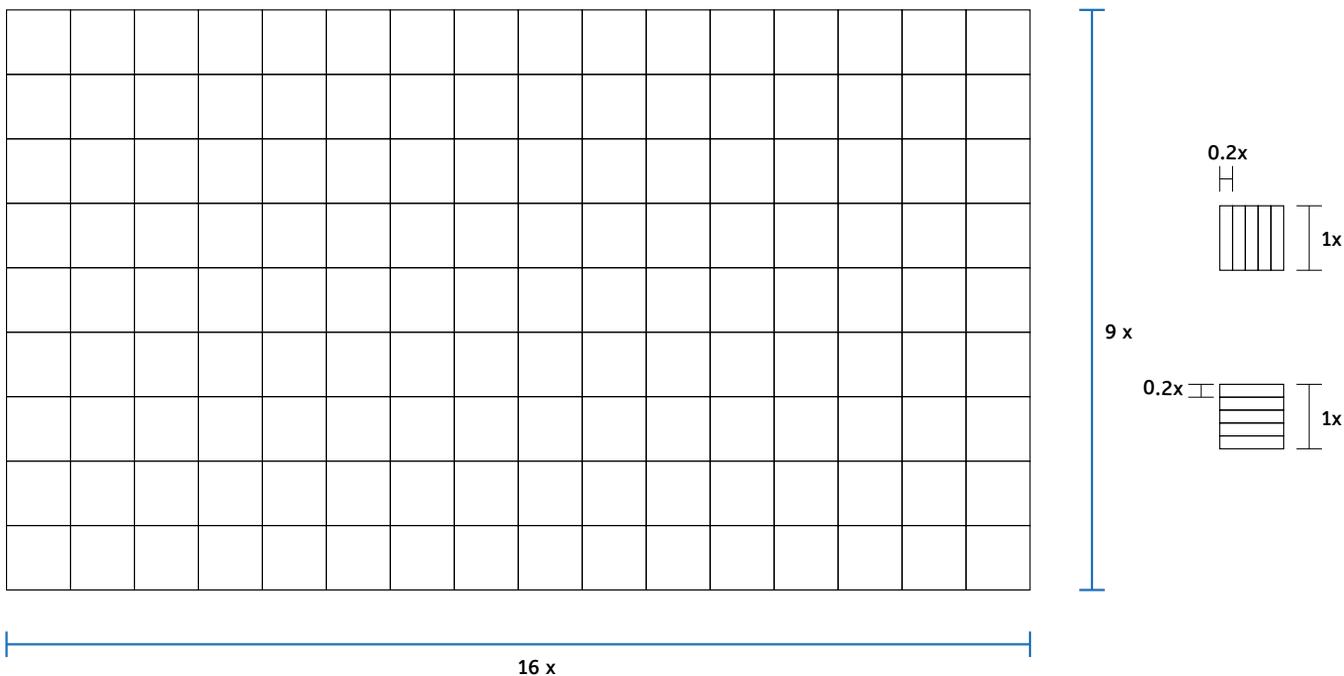
Red de Construcción

La retícula que se elaboró, nos permite tener medidas y proporciones correctas para el logo, con el propósito de obtener una imagen estética y ordenada.

Pasos de la red de construcción

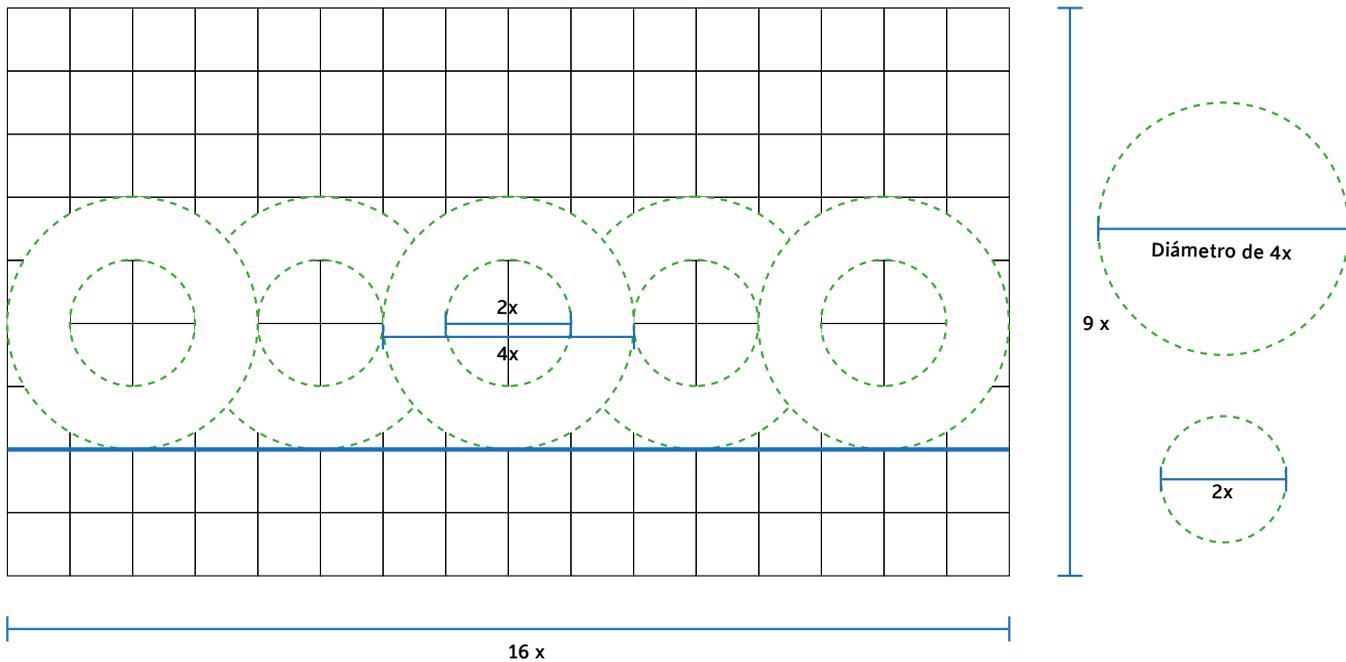
Paso 1

Para un buen uso de la retícula, se ha establecido lo siguiente: 16x9 cuadros con “x” medida, cada cuadro está dividido por 0.2 x de medidas lo que significa que la medida de un cuadro es 1x.



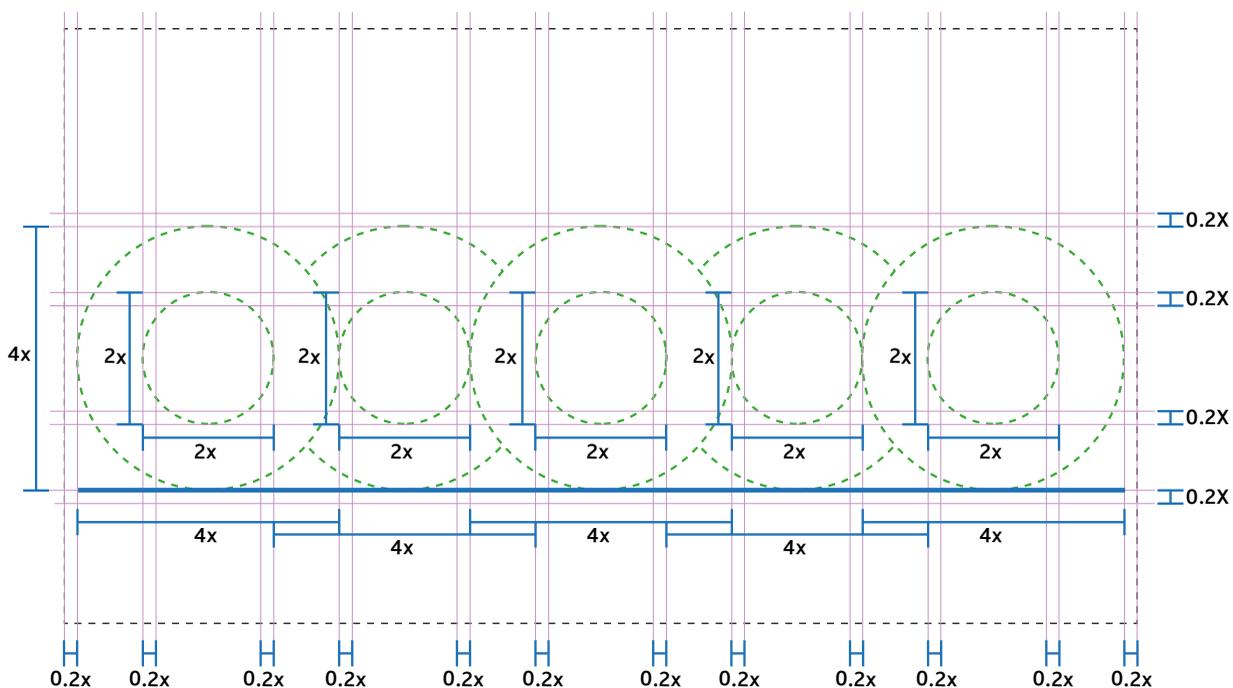
Paso 2

Partiremos de una línea base ubicada a $2x$ de altura de la cuadrícula de 16×9 , siendo utilizada para la colocación de los elementos del logo. Encima de la línea base se colocaran dos circunferencias: una con diámetro de $4x$ para formar la estructura del logo y otra con un diámetro de $2x$, permitiendo excluir áreas a no utilizar.



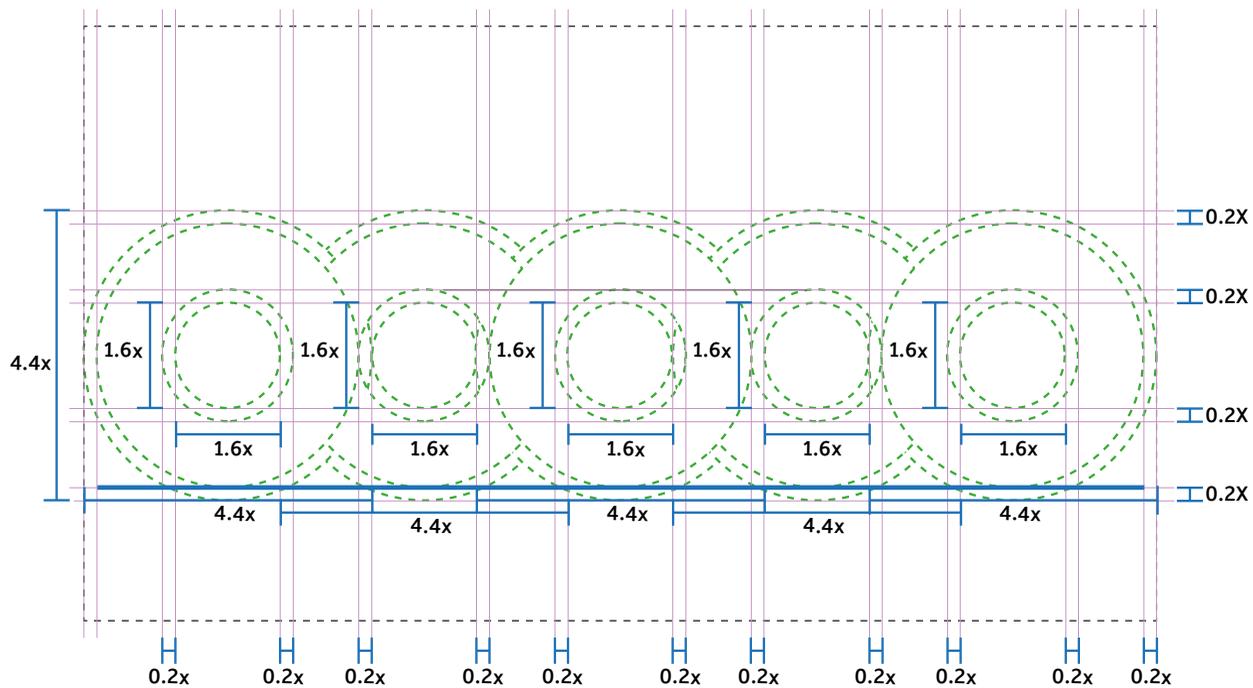
Paso 3

Una vez colocado las 5 circunferencias con su área excluida dentro de la cuadrícula, se procede a dividir cada área superior del círculo en $0.2x$ como la medida de cada cuadro, creando las primeras líneas para la retícula.



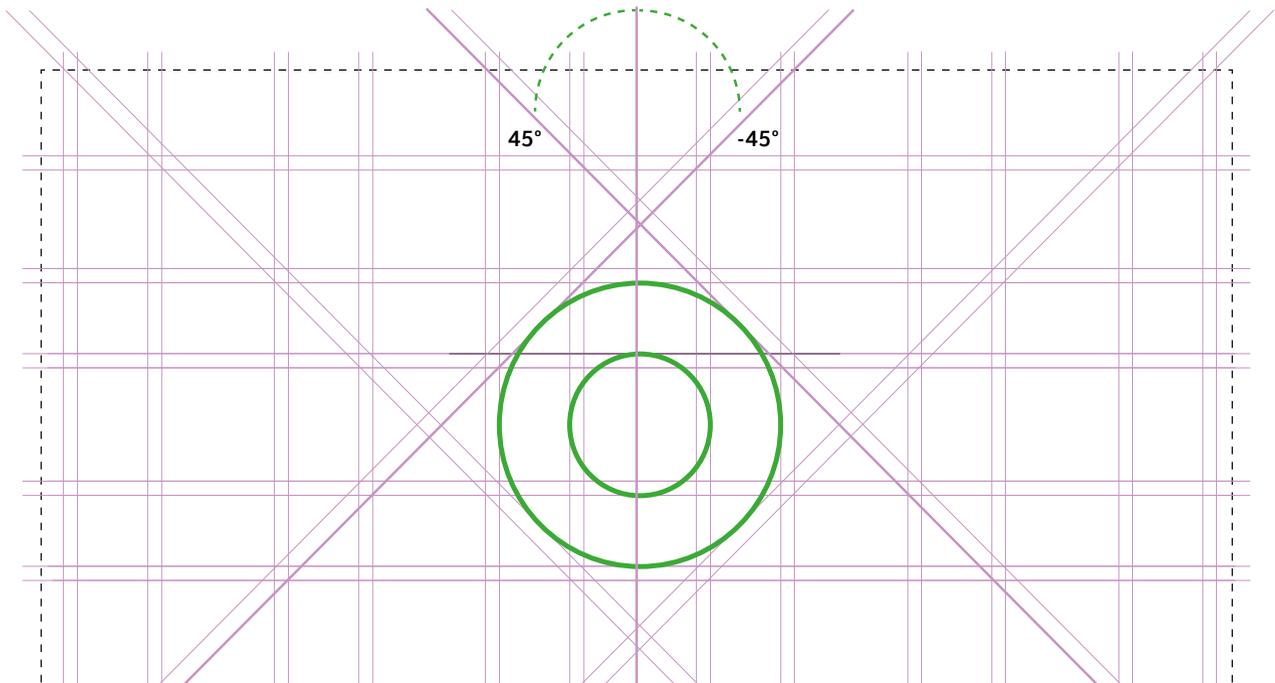
Paso 4

Al quedar implementada la medida para cada circunferencia, le estructura comienza a definir la proporción del espacio y la posición de cada círculo entre delante y atrás.



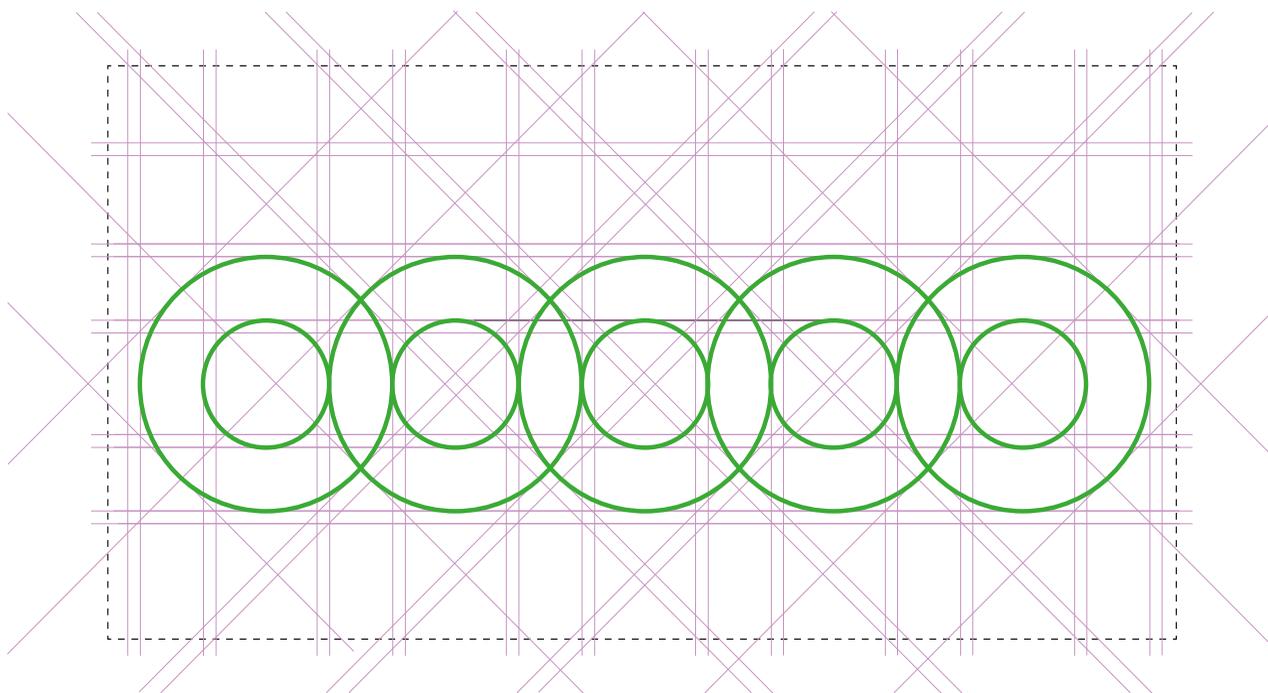
Paso 5

Al obtener las primeras medidas de ubicación circular, es preciso realizar una línea diagonal de 45° a partir de la primera circunferencia base y otra diagonal de -45° para cada área superior de la circunferencia.



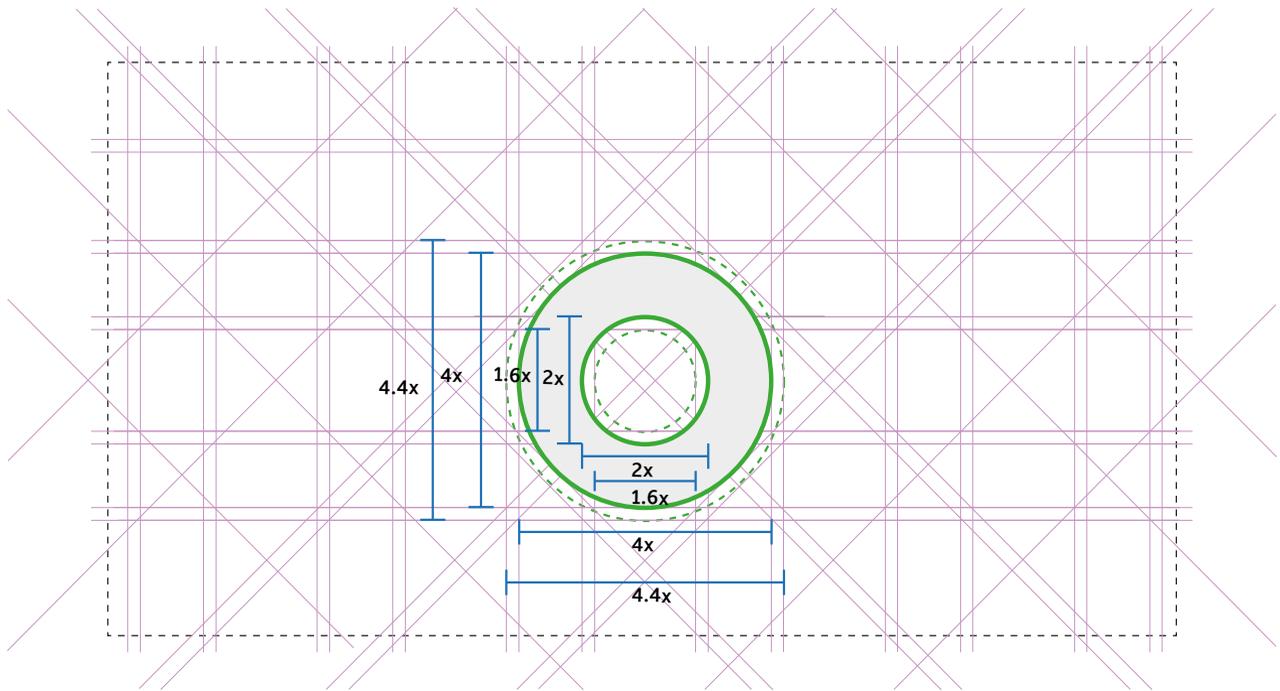
Paso 6

Ya especificadas las líneas diagonales de cada circunferencia y con las medidas de separación de $0.2x$, la retícula queda estructurada de esta manera.



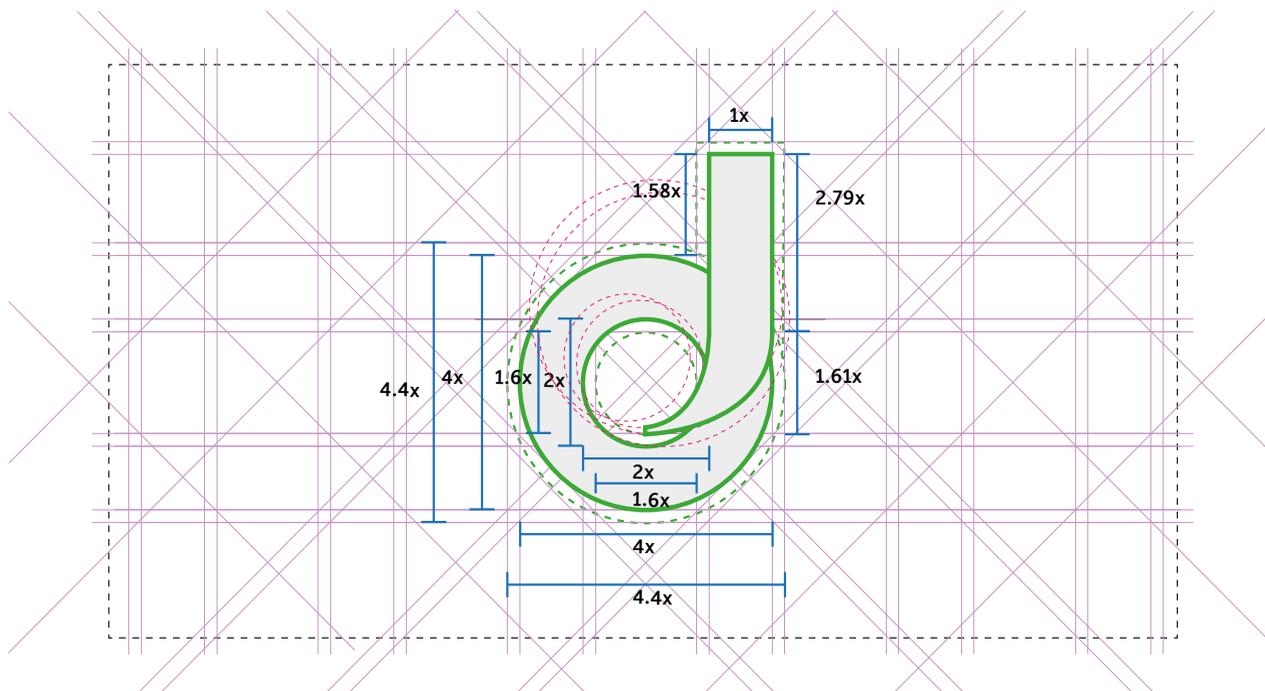
Paso 7

Partiendo de la circunferencia central, se creara la primera letra "d", con sus medidas superiores correspondientes, la medida $0.2x$ permitirá al logo tener una división donde no se colocara ninguna línea y será el punto donde termine su unión de donde inicio el trazo a realizar.



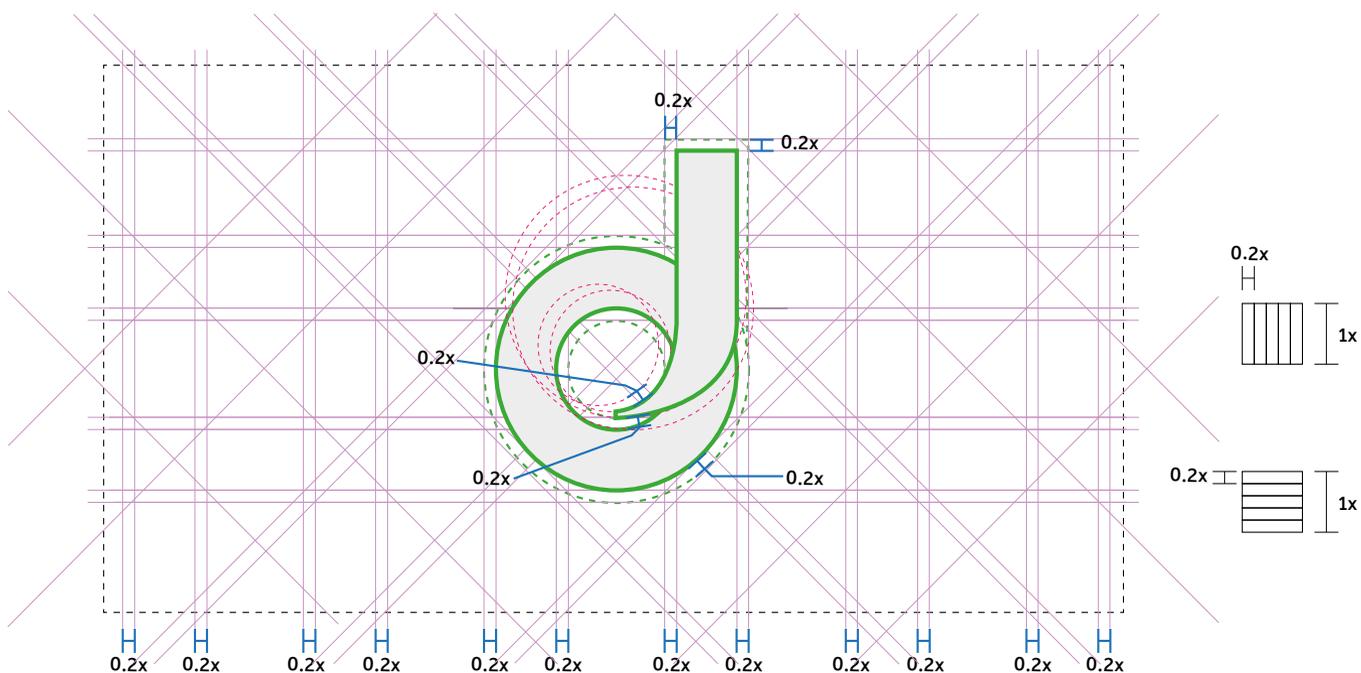
Paso 8

Una vez realizada la primera circunferencia, procedemos a colocar dos circunferencias guías (una circunferencia con diámetro de $4x$ que incluye en su interior otra de $2x$ de diámetro a una altura de $1.2x$ de la línea). Esto me permite obtener con exactitud la vuelta de la estructura de la línea vertical de la "d". Una vez obtenida la vuelta de la división se procede a unir las líneas a una altura de $2.79x$ con su otra unión.



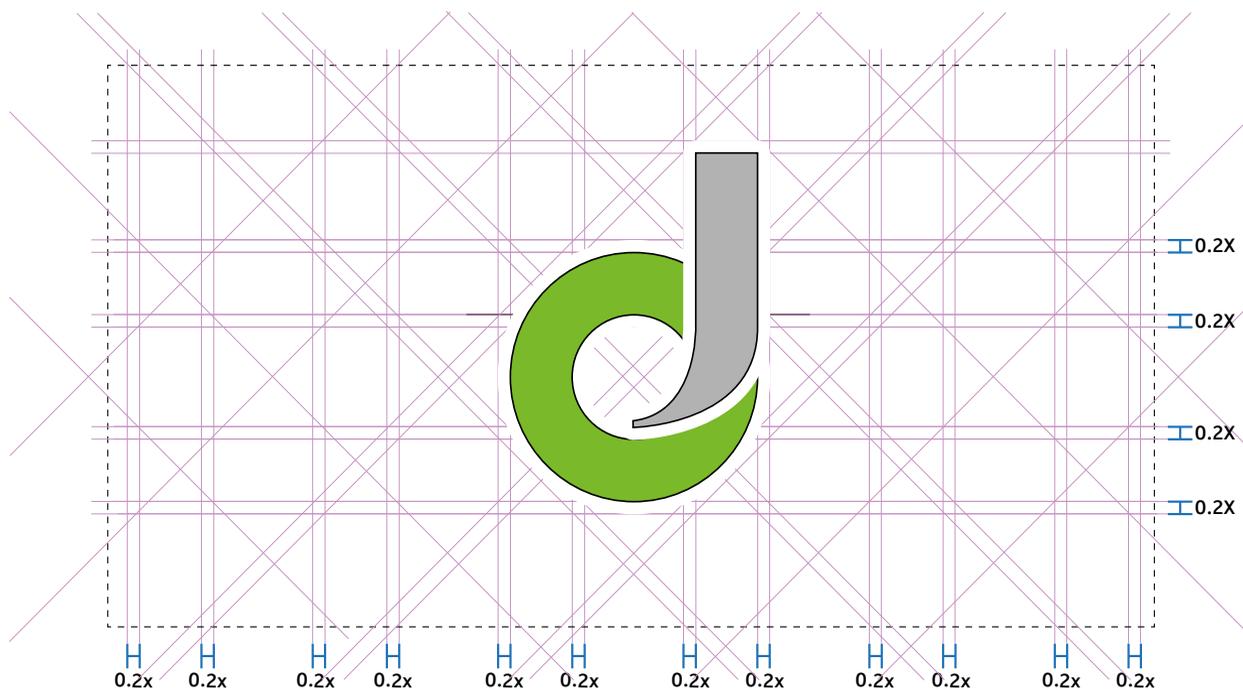
Paso 9

Finalizada la primera letra se procede a ver las divisiones y las partes en que se cortara. Para lograr preservar los espacios de $0.2x$, recurrí a anexar otra circunferencia guía (explicada en el paso 8), donde duplique con exactitud la guía con la separación de $0.2x$ a como se ve en la gráfica.



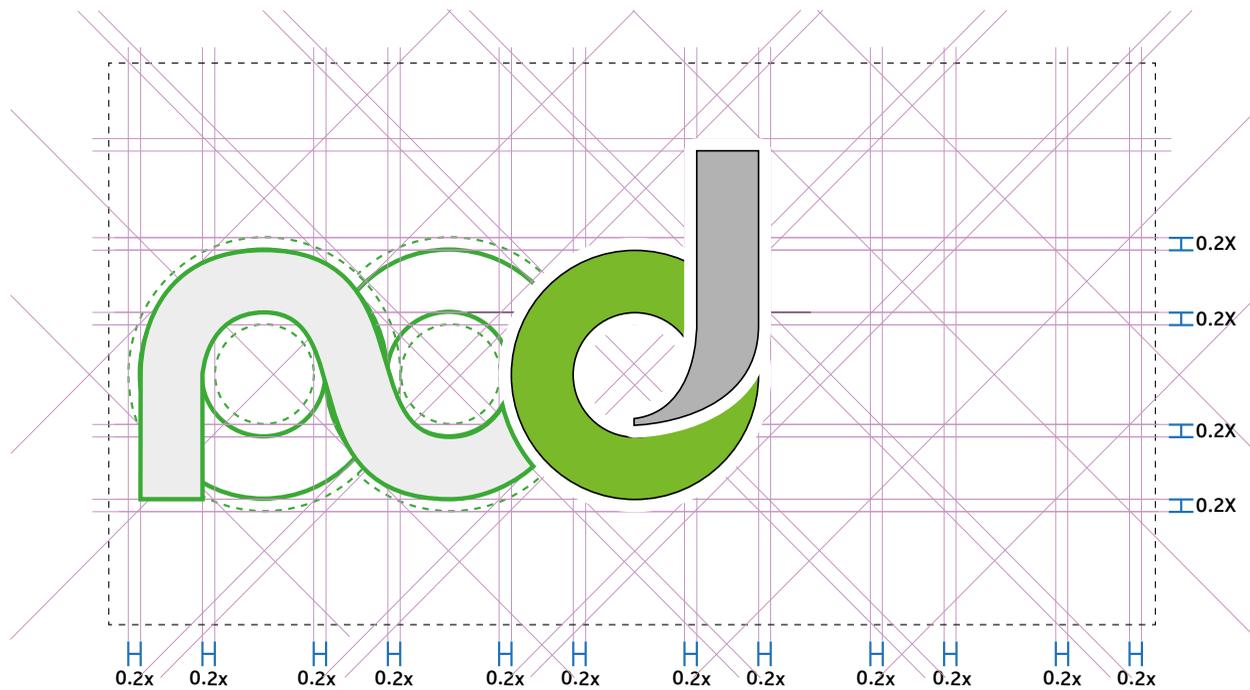
Paso 10

La primera letra se encuentra completa, con sus medidas y cortes correspondientes. Procedemos a realizar las siguientes letras que serán dos en una sola letra.



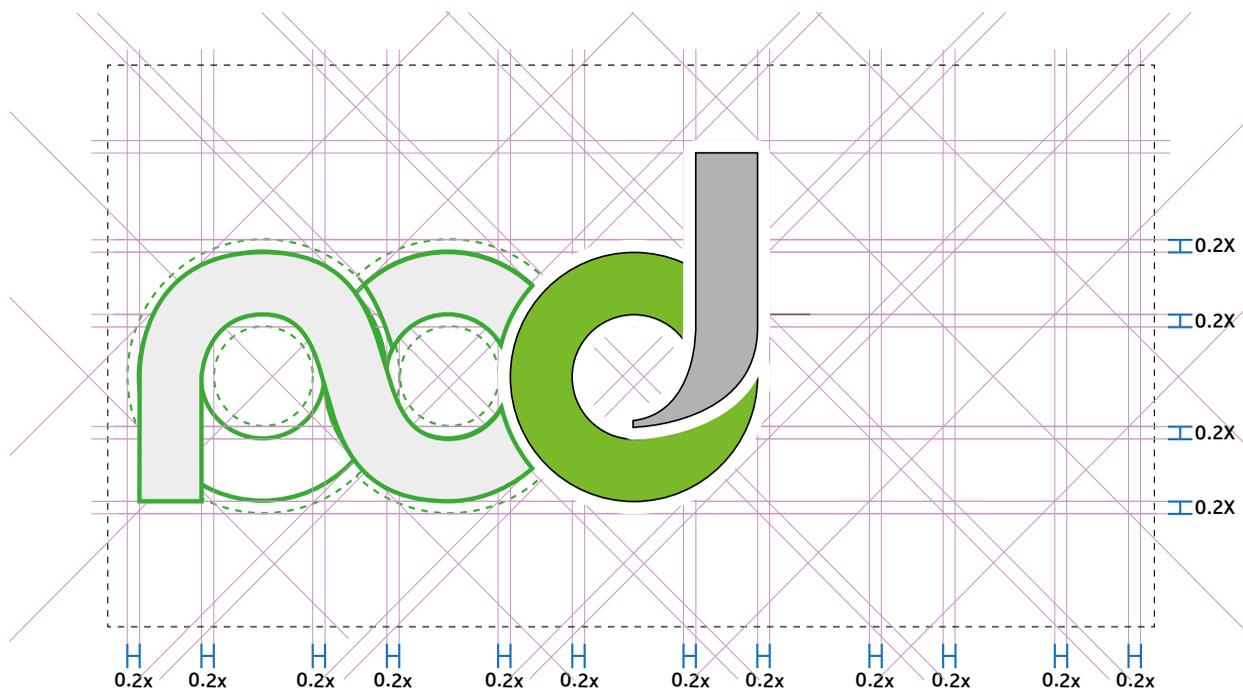
Paso 11

Anteriormente con las circunferencias ya vista en la estructura (paso 5), se comienza a realizar la letra "n" siguiendo la proporción de las circunferencias guías (paso 8), se respetan las divisiones de $0.2x$ para terminar el corte de la letra "n"



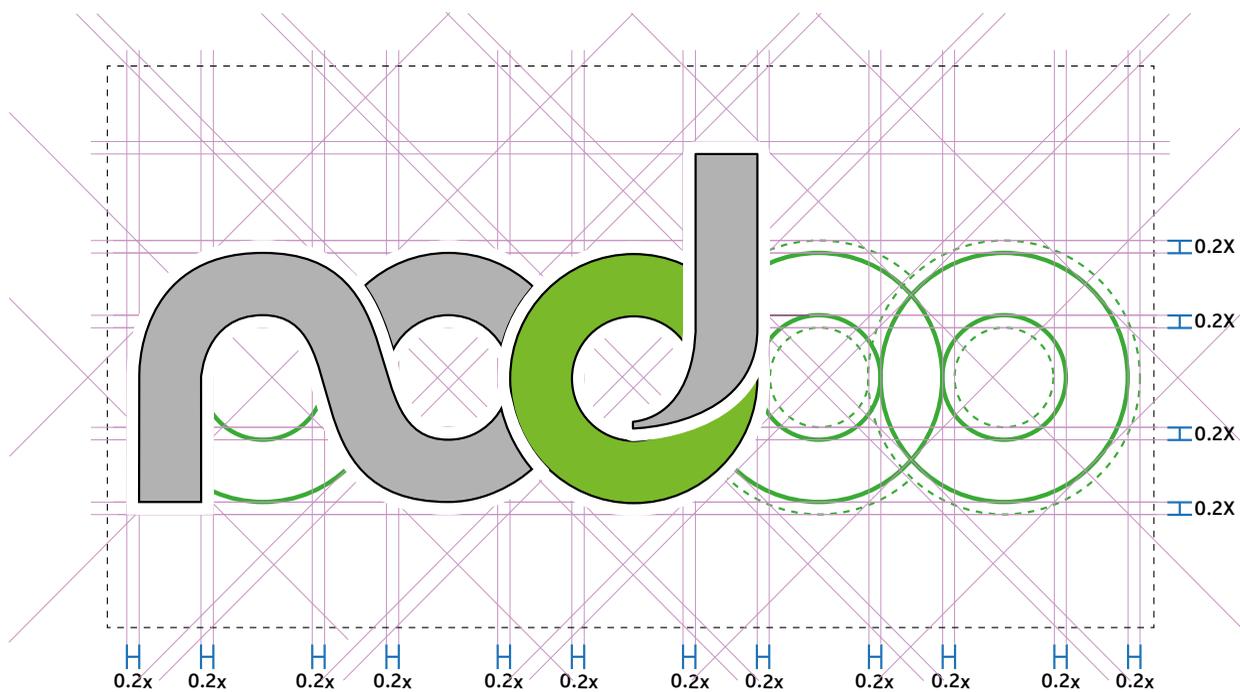
Paso 12

Al finalizar la letra “n”, se procede a complementar la letra “o” unida con la letra “n” formando su estructura fundamental y de igual manera respetando las divisiones de 0.2x



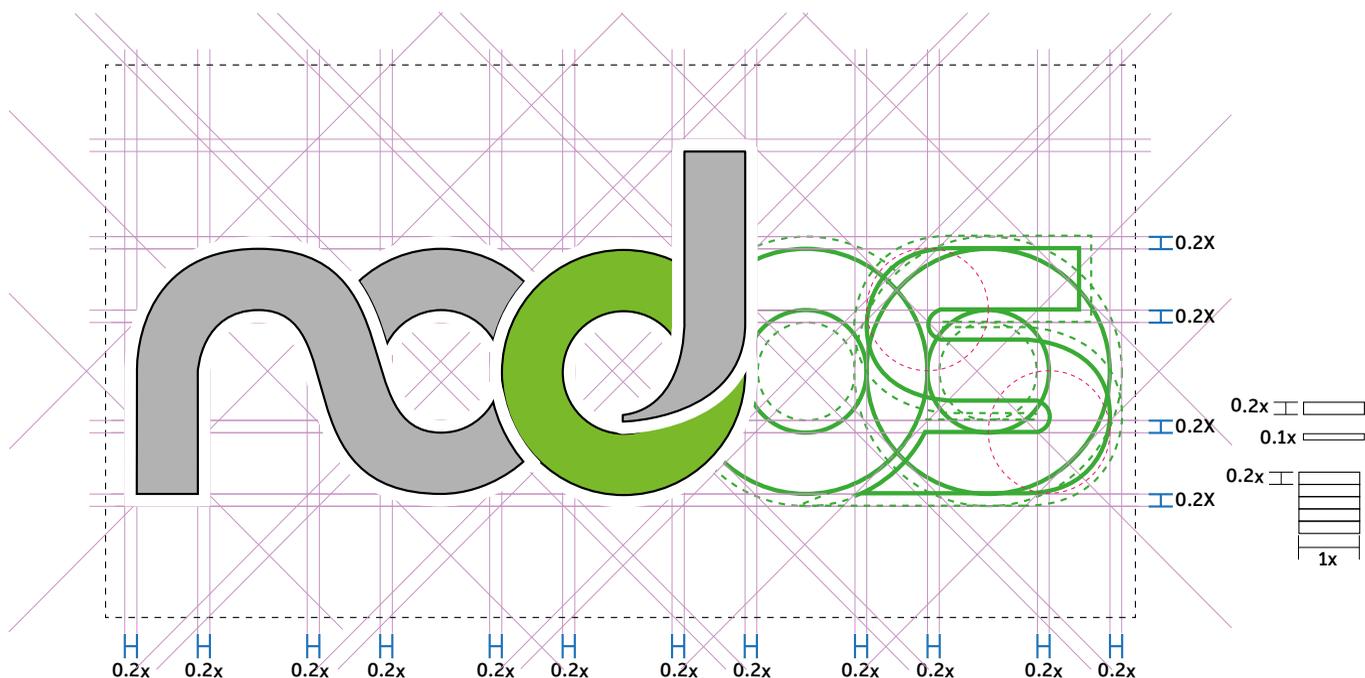
Paso 13

Ya listas las 3 letras anteriores, se comienza a terminar las 2 faltantes la "s" y la "o", con las circunferencias estructurada anteriormente en la cuadrícula (paso 5).



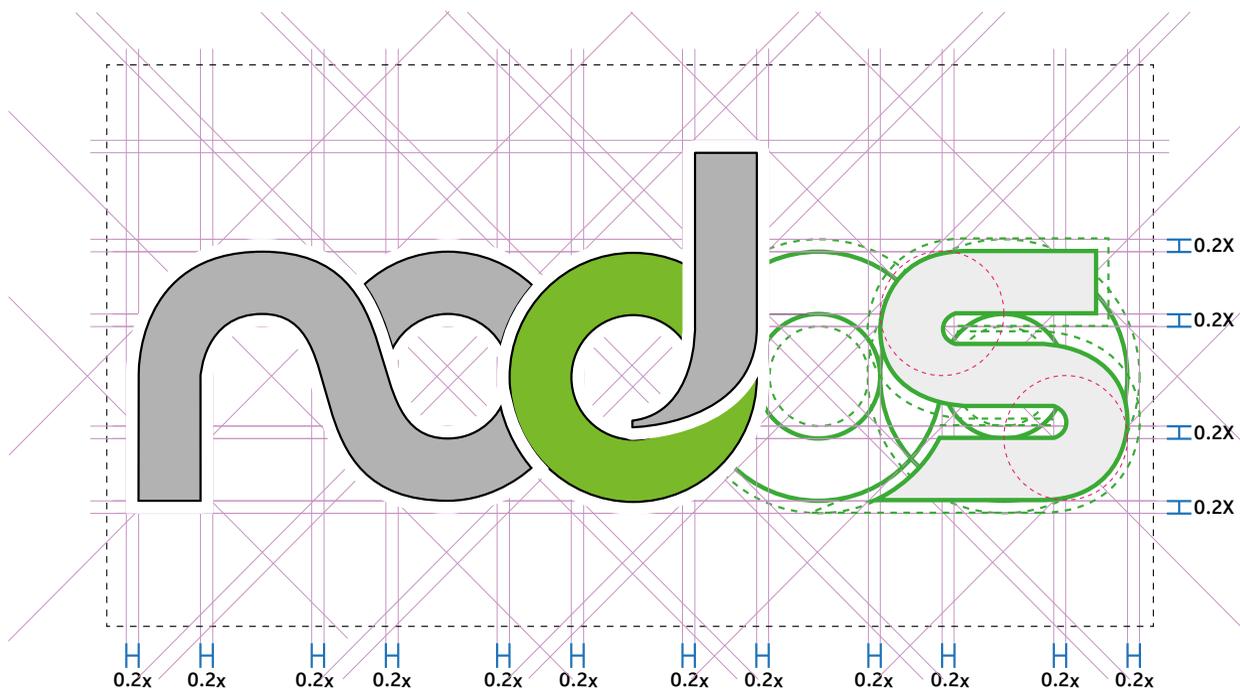
Paso 14

Para elaborar la letra “s” se tomó en cuenta otras circunferencias de guía con un diámetro de $2x$, se colocó en cada extremo, el primero se colocó en la parte superior de arriba izquierda de la circunferencia base de $4x$ de diámetro, con una altura de $2x$ de la línea base y la segunda se colocó de igual manera en la parte inferior de abajo derecha del círculo base de $4x$ de diámetro, con una altura sobre la línea de base.



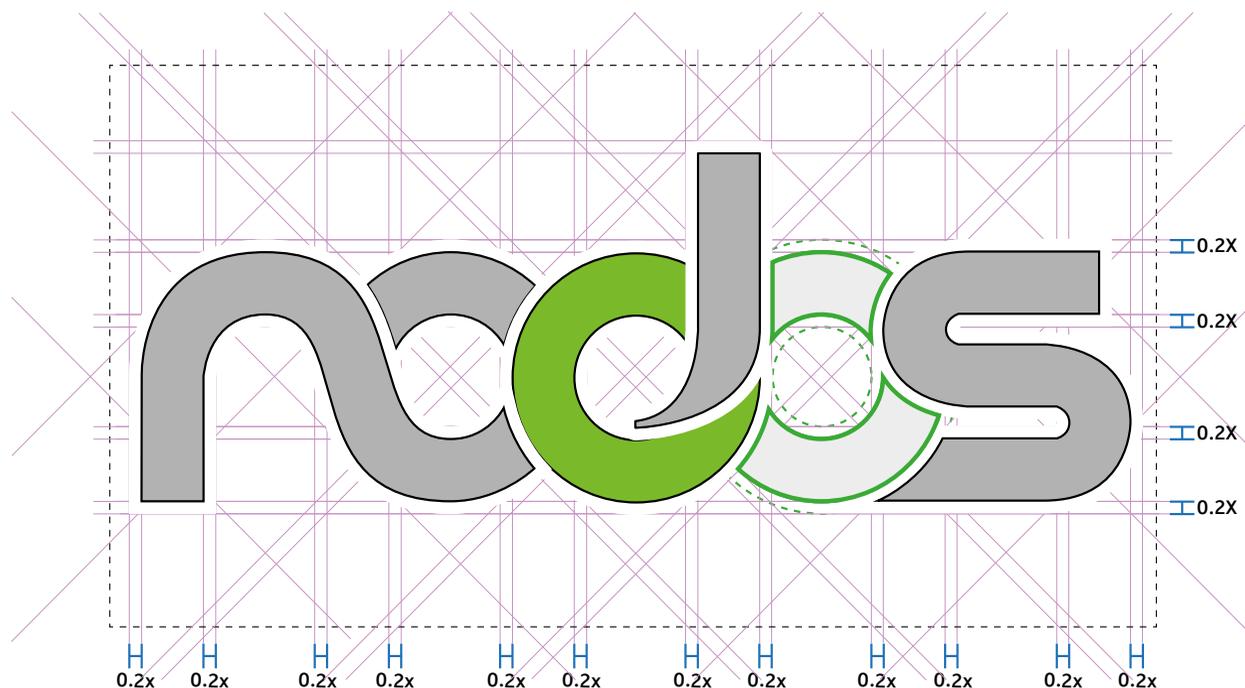
Paso 15

La “s” se comenzó a formar del 4to cuadro de la altura de la línea base, se dividió el cuadro x en $0.5x$ terminando su línea en la $3x$ superior; en la $4x$ se comienza a formar la vuelta tomando la distancia del círculo guía y del círculo de la retícula. Para obtener la vuelta inferior de la “s” se tomó en cuenta las medidas de las x con proporción a las demás letras, la vuelta inferior partió de la mitad de una x para completar la 2da vuelta superior correspondiente a la circunferencia inferior derecha, sobre la línea base; al finalizar la unión de cada punto o nodos se tomó en cuenta la distancia de $0.2x$ con referente a la circunferencia de la letra “o” quedando en su parte inferior de su cola con una vuelta.



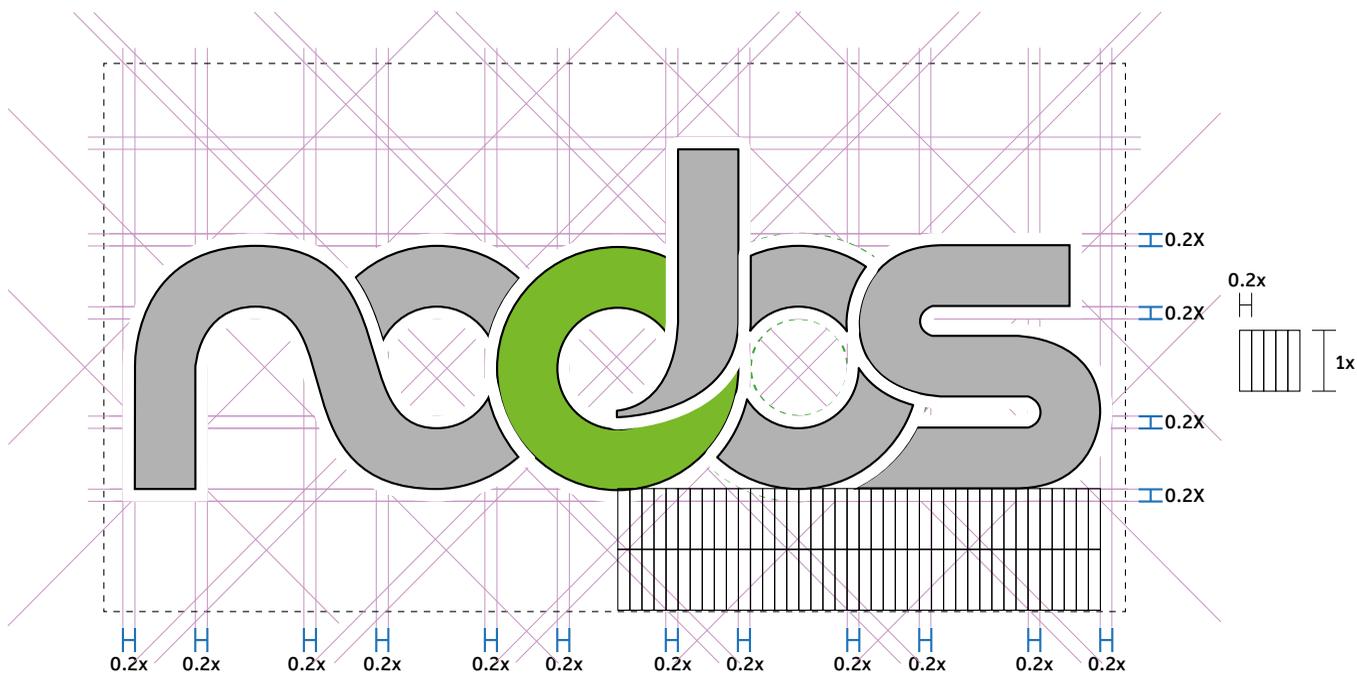
Paso 16

Con la circunferencia estructurada anteriormente, para formar la letra "o", se comenzó a formar con las letras anteriormente elaborada "d" y "s", para tomar en cuenta el espacio de división de $0.2x$ y formar su estructura, se dibujó la parte superior de la altura de la línea base y luego se formó la siguiente parte inferior de abajo de la altura de la línea base.



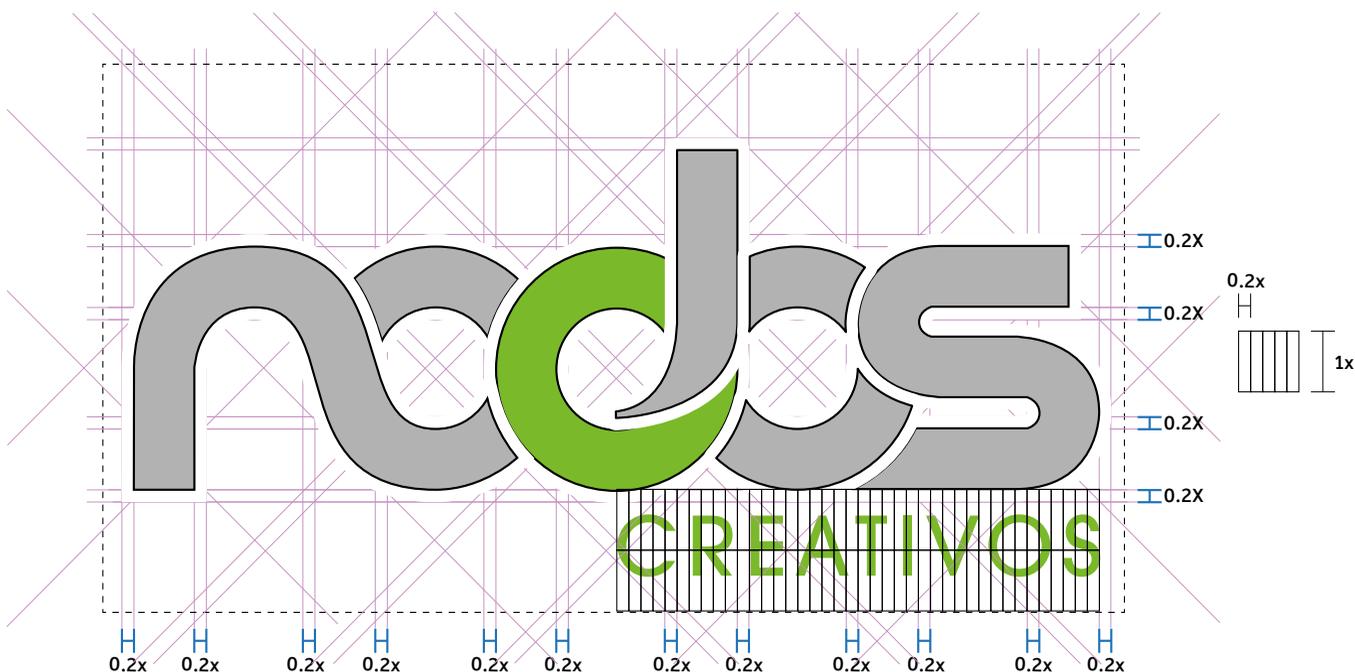
Paso 17

Al finalizar la estructura circular lineal que conforma la palabra “nodos”, se procede a colocar las divisiones de $0.2x$ abarcando el espacio de $2x$ por debajo de la línea base ocupando $8x$ de espacio desde la letra “d” hasta la letra “s”.



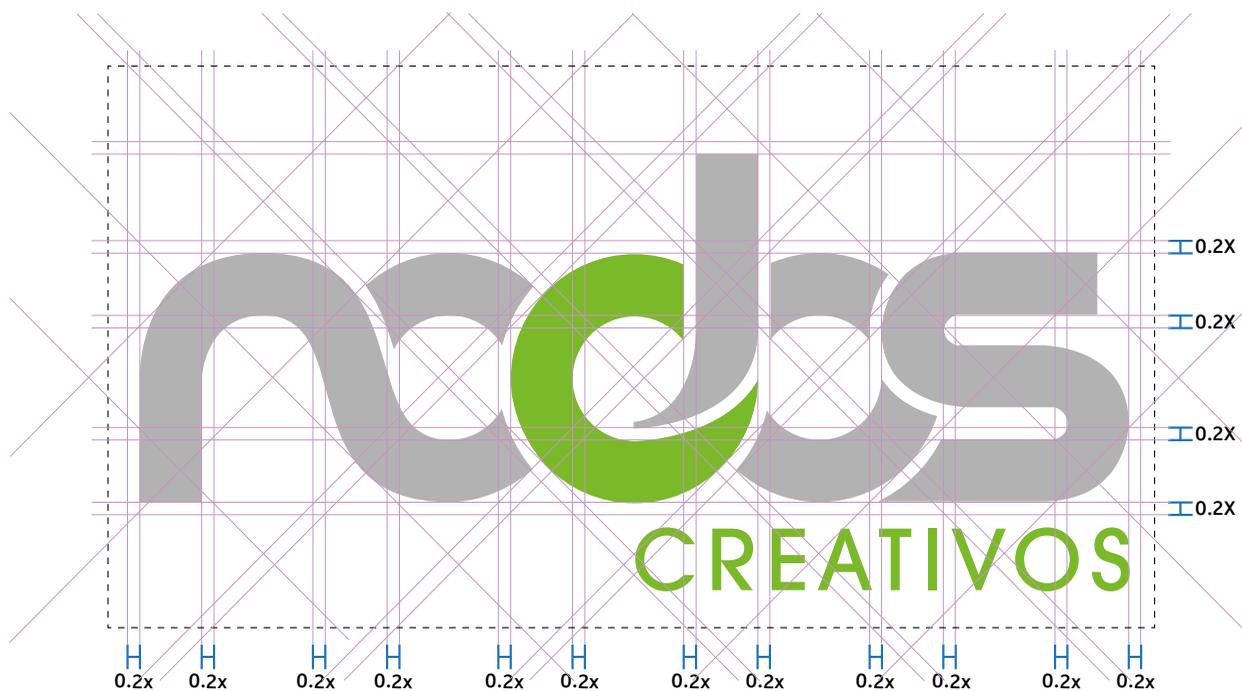
Paso 18

Se coloca la palabra “creativos” entre las 8x de largo y las 2x de alto por debajo de la línea base, dividido a la mitad de cada x de las 2x de alto, formando un largo de 8x y 1x de alto. Cada letra de la palabra abarca una medida de 1x, en excepción la letra “t” e “i”, debido a que son letras más compactas. La fuente que se utilizó para la palabra es AvantGardeMdITCTT regular.



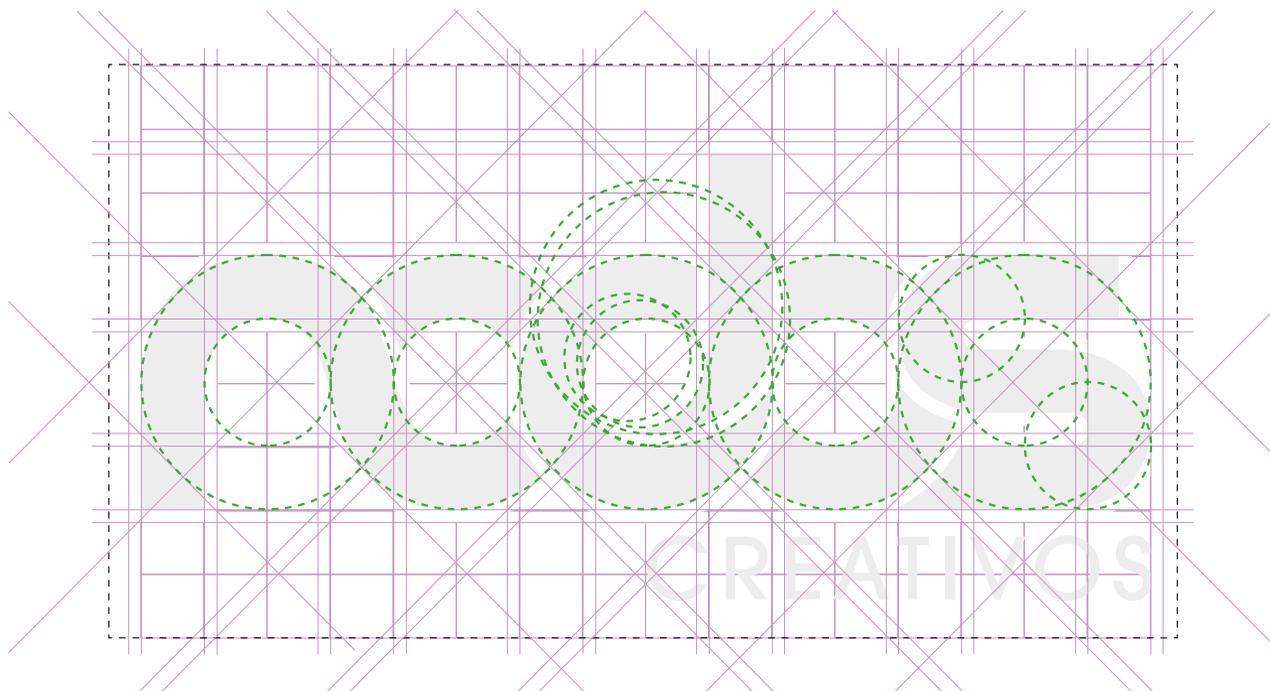
Paso 19

Para finalizar el logo, se procedió a quitar las divisiones de cada letra y permitir ver la silueta del logo.



Paso 20

Me permite ver como quedo mi estructura circular junto a las líneas diagonales de 45°, la cuadrícula de 16x X 9x y las circunferencias de guías para las letras más complejas junto que el logo finalizado y analizar correctamente las medidas correspondientes anteriormente señaladas.



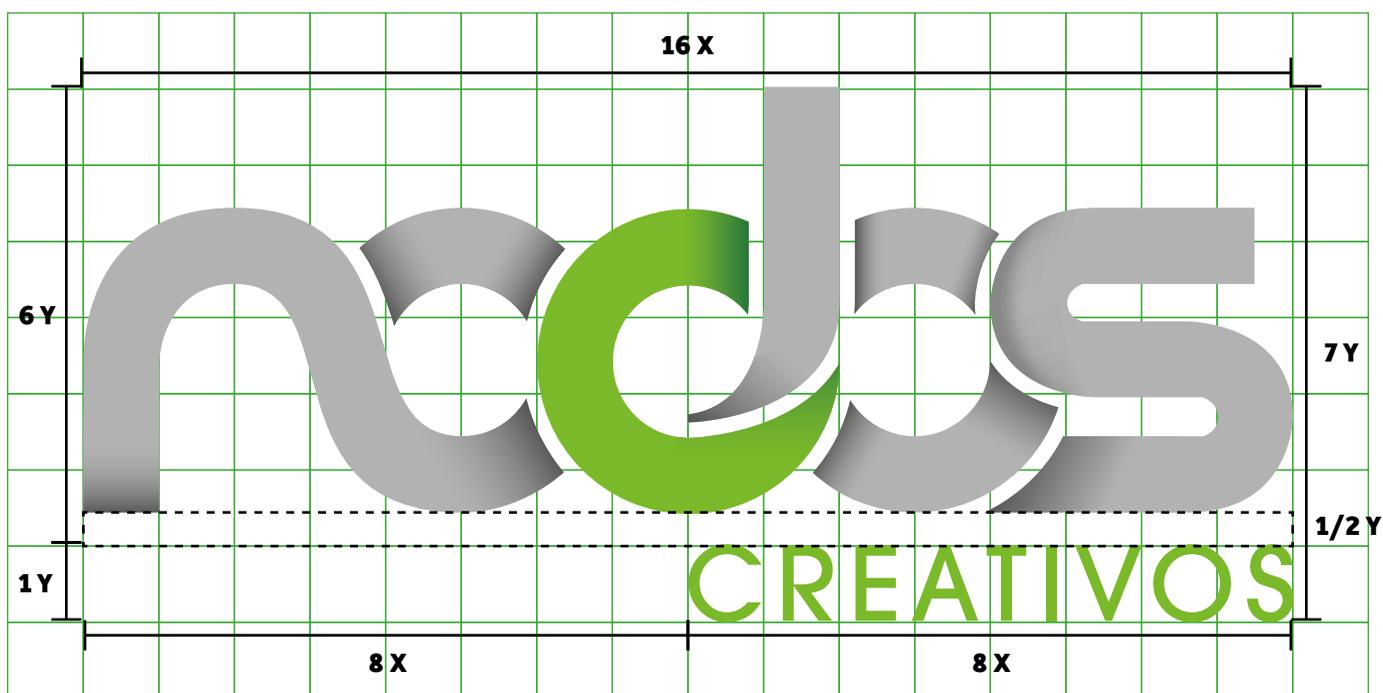
Paso 21

Se procede a degradar el logo, el color gris posee un 40% de negro junto a su gradiente de 80% para cada extremo de las letras ante la división, el color verde posee un 59% de cyan y 100% de yellow siendo el color más claro ante el verde más oscuro en su gradiente en cada extremo de las divisiones.



Cuadrícula

Conjunto de cuadros que resultan de cortarse perpendicularmente dos series de rectas paralelas. El logo en la cuadrícula me permite tomar como referencia los espacio que utilizo por cada X y por cada espacio en Y.



Versiones en positivo y negativo

Las versiones del logo en positivo y negativo se utilizara en casos de alto contraste y se plantearan de la siguiente manera:

La versión en escala de grises se utilizara en ocasiones que se ameriten, con el porcentaje de negro indicado.



Escala del logo

La escala del logotipo nos permite ver en cuantas proporciones podemos utilizarlo conforme al manual que se implementara, de igual manera la escala será el proceso de determinar la producción de ciertos cambios en la apariencia del logo, en el caso de su escala mínima.

En la primer escala que mide 4"x1.75" se utilizara para bordados y serigrafía de camisetas y gorras.
En la segunda escala que mide 2"x0.88", se aplicara para los formatos de papelería, como hojas membretadas, facturas, recibos entre otros.

En la tercera escala que mide 1.5"x0.66" se utilizara solamente para las tarjetas de presentación
En la cuarta escala y mínima que mide 1"x0.44" se aplicara para serigrafía de lapiceros y stikers más pequeños.

Estikers y
Sublimación
1"x0.44"



Tarjetas de
Presentación
1.5"x0.66"



Papeleria entre otros
2"x0.88"



Camisas y Gorras
4"x1.75"



Aplicación de los colores

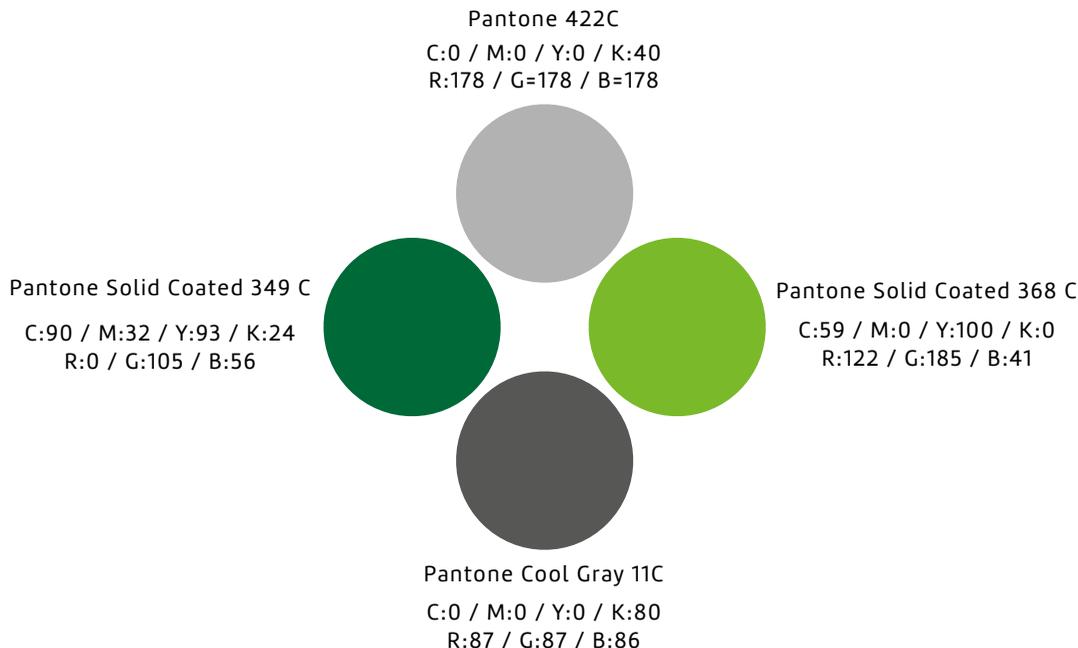
Los colores son fundamentales para definir el reflejo del logo y de la empresa, definiendo correctamente su uso en reproducción e implementación y evitar cualquier tipo de variación.

Verde

En nuestro simbolismo el verde es el color más neutral, el verde alegra la vista sin cansarla, de ahí su efecto equilibrado y tranquilizante, el verde también es un color muy funcional y representa ser emprendedor y de crecimiento y con relación al dinero y la economía. De igual manera representa el color de la naturaleza y de los productos sanos.

Gris

Al color gris se le asocia con la independencia, el color de la abstracción y el antagonismos, implica seguridad, fiabilidad; es el color del intelecto, el conocimiento y la sabiduría, el gris también es considerado un color de compromiso Implica una perfecta neutralidad, razón por la cual los diseñadores a menudo lo utilizan como color de fondo.



Versiones del Logo

Se utilizarán varias versiones para el logo, identificando correctamente el uso del manual en los colores propuestos.

Fondo Negro

Se utilizará este fondo con el logo y sus colores correspondientes, para el uso de página web.

Los fondos Verdes y grises

Se utilizarán para promocionar la empresa, en caso de los uniformes (camisetas) utilizándolo como color base y el logo en color blanco a no perder el contraste.

Fondo blanco y logo a color visual

Se utilizará, para serigrafías, sublimación, papelería y rótulos.





Tipografía

La tipografía Cinta es la fuente principal, seguida de la fuente secundaria AvantGardeMditCTT, que se implementó en el logo, con el objetivo de obtener elemento fresco y legible.

Aa Cinta

Book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

ÁÉÍÓÚ

.,:; - _ { } [] ! " & () = ¿ ? # \$ % + - * / @

Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

ÁÉÍÓÚ

.,:; - _ { } [] ! " & () = ¿ ? # \$ % + - * / @

Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

ÁÉÍÓÚ

.,:; - _ { } [] ! " & () = ¿ ? # \$ % + - * / @

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

ÁÉÍÓÚ

.,:; - _ { } [] ! " & () = ¿ ? # \$ % + - * / @

Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

ÁÉÍÓÚ

.,:; - _ { } [] ! " & () = ¿ ? # \$ % + - * / @

Heavy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

ÁÉÍÓÚ

.,:; - _ { } [] ! " & () = ¿ ? # \$ % + - * / @

Aa AvantGardeMdiTCTT Regular

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

ÁÉÍÓÚ

.,:;-_{ }(!)"&()=¿?#\$\$%+ -* /@

Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

ÁÉÍÓÚ

.,:;-_{ }(!)"&()=¿?#\$\$%+ -* /@

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

ÁÉÍÓÚ

.,:;-_{ }(!)"&()=¿?#\$\$%+ -* /@

Aa LayarBahtera Doomsday

Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
XYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

ÁÉÍÓÚ

.,:;-_{ }[]! i" & () = ¿ ? # \$ % + - * / @

Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
Z

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

ÁÉÍÓÚ

.,:;-_{ }[]! i" & () = ¿ ? # \$ % + - * / @

Condensed

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

ÁÉÍÓÚ

.,:;-_{ }[]! i" & () = ¿ ? # \$ % + - * / @

Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
WXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

ÁÉÍÓÚ

.,:;-_{ }[]! i" & () = ¿ ? # \$ % + - * / @

Italic

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

ÁÉÍÓÚ

*.,:;-_{ }[]! i" & () = ¿ ? # \$ % + - * / @*

Uso incorrecto del logo

En el presente manual se identifica las formas más incorrectas de no usar el logo:

1- No colocar el logo en forma de diagonal



2- No utilizar el logo en opacidad de 30%



3- No distorsionar el logo, ni de tamaño.



4- No utilizar los mismo colores del logo de fondo, debido a que no se observa la legibilidad del logo.



5- No utilizar otros colores de fondo, sin estar implementado en el manual.



6- No utilizar el logo en otros colores no establecidos, ni como fondo, ni en el texto.



Papelería





Introducción

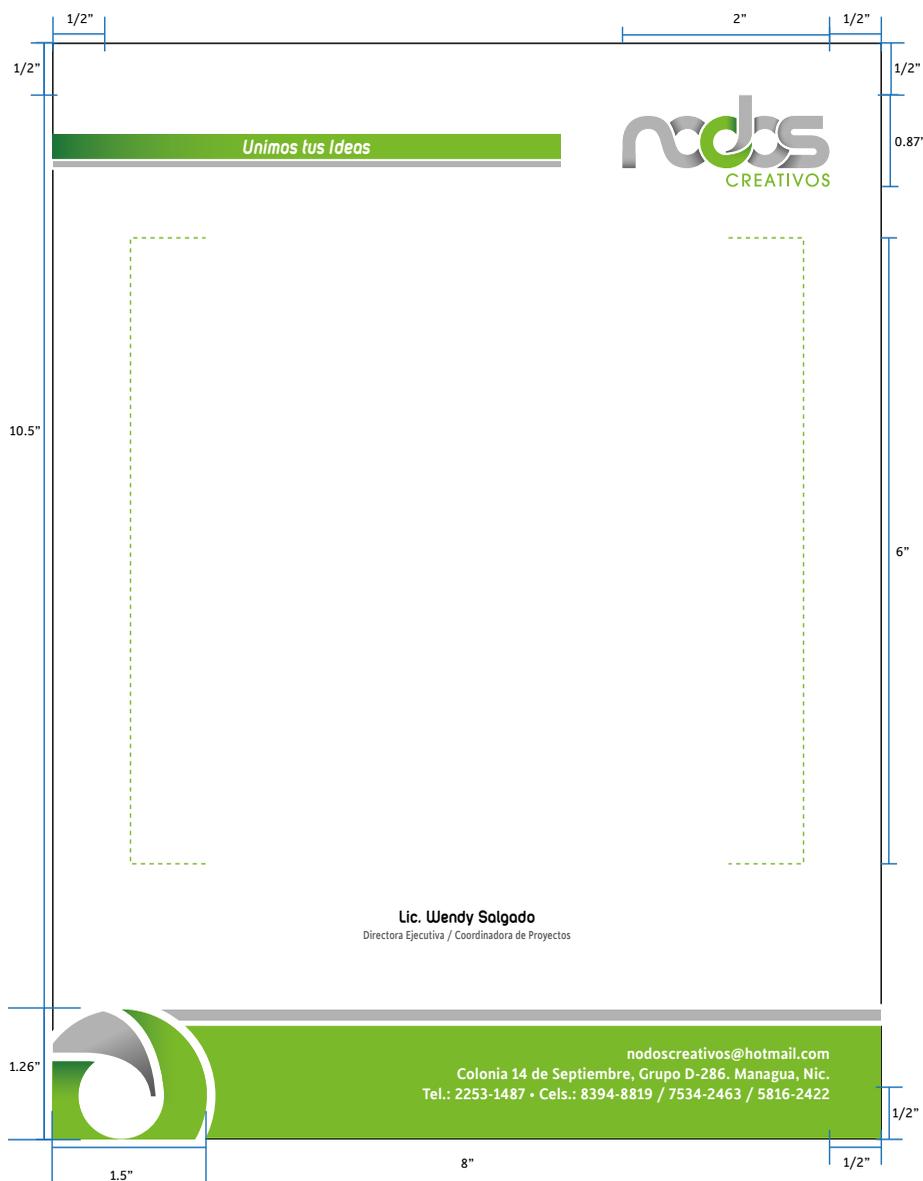


La papelería es la forma en que nos presentamos a nuestros clientes, socios de negocios y competidores, entre otras audiencias.

Tras ella hay mucho más que un diseño, hay un proyecto, una institución y su cultura, objetivos; hay gente que sueña.

Hoja Membretada

Las Hojas Membretadas va impresa en papel bond 40 y tiene una medida de 8x10.5 pulgadas



Proforma

Las Facturas va impresa en papel químico con 1 copia verde y tiene una medida de 8.5x11 pulgadas

1/2"		1/2"								
	<p>PROFORMA N° RUC: 0013004880024G Colonia 14 de Septiembre, Grupo D-286, Managua, Nic. Tel.: 2253-1487 • Cels.: 8394-8819 / 7534-2463 / 5816-2422 nodoscreativos@hotmail.com</p>	1/2"								
		0.87"								
	<p>CLIENTE</p> <p>NOMBRE: _____ RUC: _____ FECHA: ____/____/____ TIPO DE CAMBIO: _____ PLAZO: _____ TIEMPO DE ENTREGA: _____ FORMA DE PAGO: _____</p>									
	<table border="1"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;">CANT.</th> <th style="width: 60%;">DESCRIPCIÓN</th> <th style="width: 10%;">P. / UNIT.</th> <th style="width: 20%;">TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="height: 300px;"></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	CANT.	DESCRIPCIÓN	P. / UNIT.	TOTAL					
CANT.	DESCRIPCIÓN	P. / UNIT.	TOTAL							
11"		8.85"								
	<p><i>Elaborar CK a nombre de: Wendy Jessenia Salgado Rojas</i> Cuentas: Córdoba BAC 358725125 Dólares BDF 6014046427</p>	<table border="1"> <tr> <td style="background-color: #cccccc;">SUB-TOTAL</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="background-color: #cccccc;">I.V.A.</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="background-color: #cccccc;">TOTAL</td> <td></td> </tr> </table>	SUB-TOTAL		I.V.A.		TOTAL			
SUB-TOTAL										
I.V.A.										
TOTAL										
	<p><small>Por el presente pagaré a la orden, reconozco que debo y pagaré a NODOS CREATIVOS, la cantidad total de este Documento, cuyo vencimiento es treinta días después de emitida, renuncio a mi domicilio y me someto al que elija mi acreedor; así mismo reconozco que asumo el 2% de interes mensual como recargo por mora sobre saldos vencidos y los riesgos cambiarios del córdoba con respecto al dólar norteamericano conforme a la tasa de cambio del Banco de América Central (BAC), todo conforme a las leyes de la república de Nicaragua.</small></p>									
	<p>_____ Firma Autorizada</p> <p>_____ Entregué Conforme</p>									
1/2"	<p>• ASESORÍA • DISEÑO • SOCIAL MEDIA • BTL • ILUSTRACIÓN • SOFTWARE • PUBLICIDAD • APP • WEB MANAGER • DIGITAL</p>	1/2"								
	8.5"									
1/2"		1/2"								

Recibo Oficial de Caja

Los Recibos va impresa en papel químico 1 copia color amarilla y tiene una medida de 8.5x5.5 pulgadas

1/2"		2"	1/2"																
1/2"	<h3>RECIBO OFICIAL DE CAJA N°</h3> <p>RUC: 0013004880024G Colonia 14 de Septiembre, Grupo D-286. Managua, Nic. Tel.: 2253-1487 • Cels.: 8394-8819 / 7534-2463 / 5816-2422 nodoscreativos@hotmail.com</p>			1/2"															
	FECHA: ____ / ____ / ____ EFECTIVO: <input type="checkbox"/> CS: <input type="checkbox"/> US: <input type="checkbox"/> CK: <input type="checkbox"/> VALOR: <input style="width: 100%;" type="text"/>		0.87"																
	RECIBIMOS DE: _____ RUC: _____																		
	LA CANTIDAD DE: _____																		
5.5"	EN CONCEPTO DE: _____																		
	CANCELACION: <input type="checkbox"/> ADELANTO: <input type="checkbox"/> SALDO: _____ TIPO DE CAMBIO: _____		3.44"																
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr style="background-color: #4CAF50; color: white;"> <th style="width: 25%;">CHEQUE No.</th> <th style="width: 25%;">CUENTA No.</th> <th style="width: 25%;">BANCO</th> <th style="width: 25%;">IMPORTE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table>			CHEQUE No.	CUENTA No.	BANCO	IMPORTE												
CHEQUE No.	CUENTA No.	BANCO	IMPORTE																
	<input type="checkbox"/> Recibí conforme	<input type="checkbox"/> Entregue conforme	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="background-color: #4CAF50; color: white;">I.V.A.</td> <td> </td> </tr> <tr> <td style="background-color: #4CAF50; color: white;">TOTAL</td> <td> </td> </tr> </table>	I.V.A.		TOTAL		1/2"											
I.V.A.																			
TOTAL																			
1/2"	1/2"	8.5	1/2"																

Constancia de Retención

Las Constancia de Retención va impresa en papel químico con 1 copia verde y tiene una medida de 8.5x5.5 pulgadas, impresas en negro

1/2"		2"	1/2"
1/2"	CONSTANCIA DE RETENCIÓN N° RUC: 0013004880024G Colonia 14 de Septiembre, Grupo D-286. Managua, Nic. Tel.: 2253-1487 • Cels.: 8394-8819 / 7534-2463 / 5816-2422 nodoscreativos@hotmail.com		1/2"
			0.87"
		FECHA: ____ / ____ / ____	
	NOMBRE DEL RETENIDO: _____		
	RUC DEL RETENIDO Y/O CÉDULA DE IDENTIDAD: _____		
5.5"	FACTURA # _____	CLASE DE SERVICIO _____	
	IMPORTE SIN I.V.A _____	MONTO RETENIDO _____	TASA% _____
	CK N° _____	BANCO _____	3.44"
	CONCEPTOS DE LA RETENCIÓN		
	[Empty box for concepts]		
	_____ Firma Autorizada		
1/2"			1/2"
1/2"	8.5		1/2"

Remisión de Trabajo Terminado

Las Remisiones va impresa en papel químico con 1 copia celeste y tiene una medida de 8.5x5.5 pulgadas, impresas en negro

REMISION DE TRABAJOS TERMINADOS N°

RUC: 0013004880024G

Colonia 14 de Septiembre, Grupo D-286. Managua, Nic.

Tel.: 2253-1487 • Cels.: 8394-8819 / 7534-2463 / 5816-2422

nodoscreativos@hotmail.com



CLIENTE: _____ FECHA: ____/____/____

ENTREGA # _____ ADELANTO _____ SALDO DE ENTREGA DEL PRODUCTO _____

CANTIDAD	DESCRIPCION	TOTAL

OBSERVACION

Recibi Conforme

Entregue Conforme

Vale de Pago

El Vale de Pago va impresa en papel químico con 1 copia Rosada y tiene una medida de 8.5x5.5 pulgadas, impresas en negro

VALE DE PAGO N°

RUC: 0013004880024G

Colonia 14 de Septiembre, Grupo D-286. Managua, Nic.

Tel.: 2253-1487 • Cels.: 8394-8819 / 7534-2463 / 5816-2422

nodoscreativos@hotmail.com



VALOR:

EFFECTIVO: C\$: U\$:

FECHA: ____ / ____ / ____

ENTREGUE A: _____ CEDULA N° _____

LA CANTIDAD DE: _____

EN CONCEPTO DE: _____

CANCELACION: ADELANTO: SALDO: _____ TIPO DE CAMBIO: _____

TRANSACCIÓN BANCARIA _____ CUENTA N°: _____ BANCO: _____

CONCEPTO DE PAGO

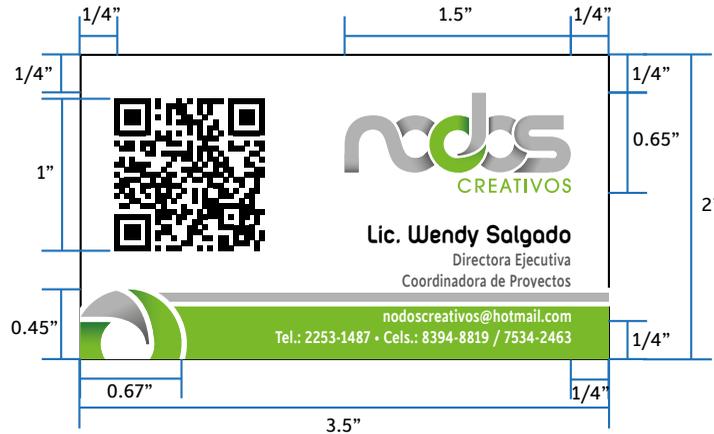
Sello y Firma

Autorizado por Nombre

Entregue Firma

Tarjeta de Presentación

Las Tarjetas de presentación va impresa en cartulina reciclada admond y tiene una medida de 3.5x2 pulgadas, impresa a 1 cara



Sellos

Sello Digital Membretado para firma, impresiones de color verde, con una medida de 40x40 mm



Sello Digital para Cancelado, impresiones de color verde, con una medida de 50x18 mm



Merchandising y Souvenirs





a)



a) Tarjeta de Presentación

Características:

Impresa en cartulina reciclada admond
Impresión Laser 2 colores de Tinta
Tamaño 3.5x2 pulgadas

b) Libretas

Características:

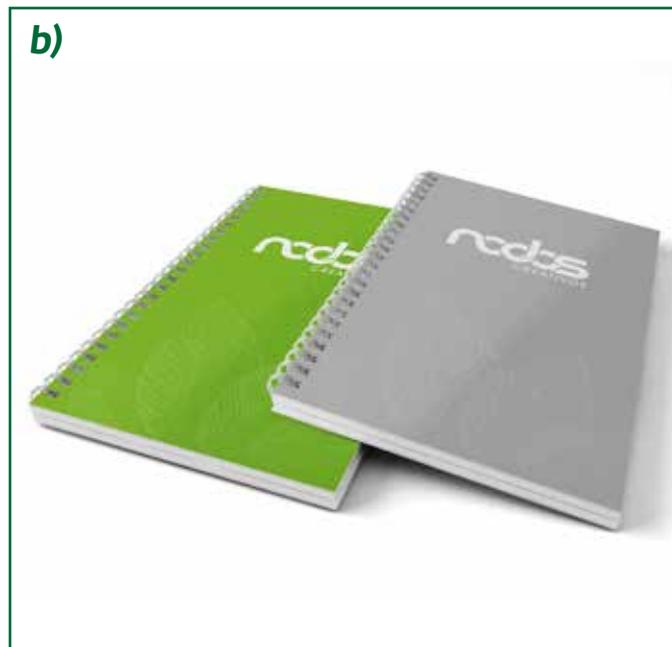
Impresa en bond 40
Impresión portada a 1 colors laser
Tamaño 6x9 pulgadas

c) Agendas

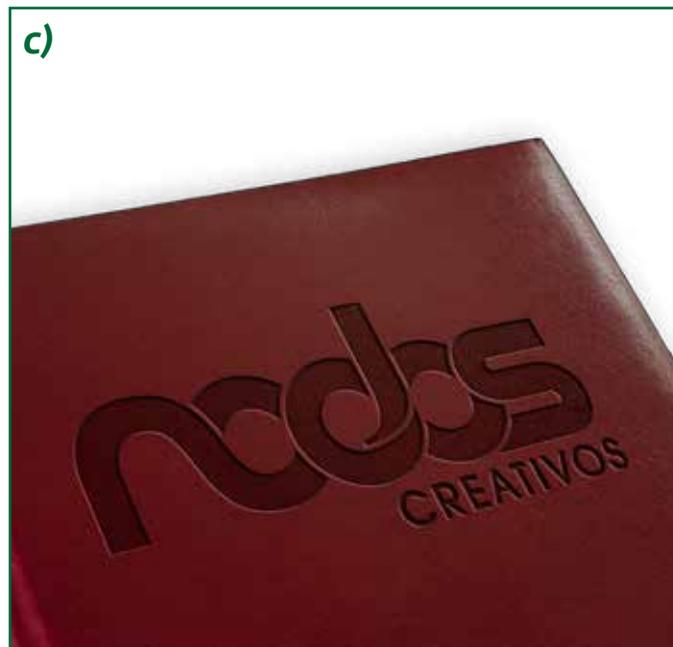
Características:

Grabado en Laser en portada
Tamaño Ejecutiva

b)



c)





d) Uniformes

Características:

Uniformes Diarios

Camisa Marca Unicrece

Bordadas en la tetilla izquierda

Talla para Damas y Caballeros

Camisa polo color blanca

Bordado a dos colores

Camisa polo color verde

Bordado a un color blanco

Camisa polo color verde claro

Bordado a un color blanco





e) Camisetas

Características:

Camisetas cuello redondo de algodón

Color verde

Serigrafiada a un color blanco

Parte frontal y trasera

Talla para Damas y Caballeros





f) Taza

Características:

Taza blanca sublimada entera a full colors
Diseño de la Campaña

g) Presentación en CD

Características:

CD R de 720MB donde va incluido la campaña a realizar, como parte de la presentación formal ante las empresas en busca de apoyo o uso de los productos y servicios

h) Lapiceros

Características:

Regalías para cliente en general



Catálogo de Estrategia de Promoción Visual





1. Redes Sociales

Como parte de concientizar a los usuarios a realizar publicidad a favor del medio ambiente estaremos impulsando tips y ADS que promuevan nuestras actividades sociales y empresariales.

The screenshot shows the Facebook profile page for 'Nodos Creativos'. The page features a green-themed cover photo with a glowing lightbulb and the text 'Creando la diferencia' and 'Expertos en publicidad ecológica'. The profile picture is a green lightbulb. The page has 264 likes and 118 reach. The navigation menu includes 'Página', 'Mensajes', 'Notificaciones', 'Estadísticas', 'Herramientas de publicación', 'Configuración', and 'Ayuda'. The right sidebar shows 'Promocionar', 'ESTA SEMANA', and 'Reciente'.

https://www.facebook.com/nodoscreativos/

Nodos Creativos

Sarcasmo Inicio

Página Mensajes Notificaciones Estadísticas Herramientas de publicación Configuración Ayuda

Creando la diferencia
 Expertos en publicidad ecológica
 Nodos Creativos
 Producto/servicio

Contactar Te gusta Mensaje

Biografía Información Fotos Suscripción Más

264 Me gusta +3 esta semana
 Jason Nuñez Munguía y 47 amigos más

Alcance de la publicación: 118 esta semana

Ver noticias de páginas
 Ver publicaciones de otras páginas

Invita a tus amigos a que indiquen que les gusta esta página

Estado Foto/Vídeo Oferta, Evento +

Escribe algo...

Nodos Creativos ha añadido una foto nueva.
 Publicado por Carameloven Salgado Rojas (7) · 2 min ·

Promocionar

ESTA SEMANA

118 Alcance de la publicación

16 Interacción con la publicación

0 Contactar

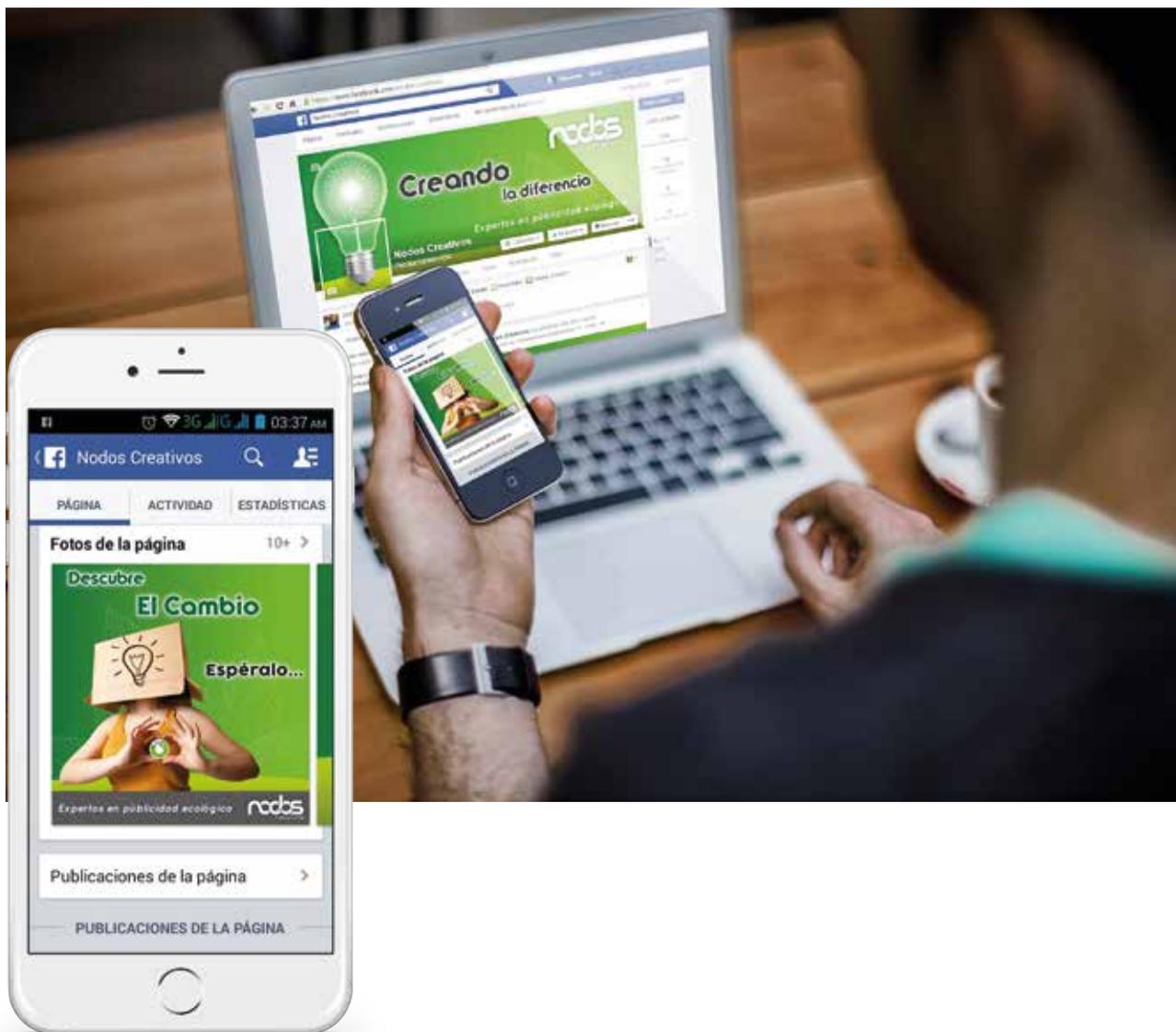
0 Clics en el sitio web

Reciente

2015

2014





2. Medios de Comunicación

Dentro de nuestro plan de campaña, tendremos la posibilidad de realizar alianzas televisivas y de medios escritos, aquí una muestra de como implementarla.



3. Publicidad en exteriores

No será una de las primeras líneas publicitarias, por su alto costo; pero se podrá tomar en cuenta cuando enfatizamos convenios ante otras instituciones que deseen promover un cambio en el uso de recursos impresos con protección ambiental.







4. Activación BTL

Con la activación BTL, pretendemos concientizar de manera directa e impactante a la población en general. Nuestro producto estrella es el uso de *Walking Billboards* elaborados en cartón o con estructura metálica y un lienzo de tela.



Anexos
Capítulo I:
Auditoria Personal





CAPÍTULO I: AUDITORIA PERSONAL

1. *¿Quiénes somos? ¿Quién soy?*

Soy una ciudadana nicaragüense, egresada de la carrera de diseño gráfico en la Universidad Politécnica de Nicaragua (UPOLI) con la edad de 27 años de edad. Me considero una persona apasionada y soñadora de lo que me gusta. Entre mis actitudes más comunes destaca la honestidad, fuerza y humildad, son las mejores herramientas para ser uno mismo. De manera profesional, “me encanta mi carrera”; sobre todo cuando logro implementar mis conocimientos en ilustración, enfocado hacia los niños. Creo que mi punto fuerte es la organización y la comunicación con los clientes, es lo que me hace ser una persona capaz de trabajar y decidir en mi futuro. Me encanta la música, bailar, ser extrovertida, dinámica, amistosa y sobretodo compartir mis ideales.

2. *¿Con qué contamos?*

Durante estos últimos 8 años, cuento con el conocimiento adquirido y también con el apoyo de mi pareja, quien comparte sus experiencias conmigo y mi familia en general. Cuento con la motivación de mis hijos (2) y con el deseo de proyectar mis metas hacia el bienestar de ellos mismos. Además de las herramientas (computadora de escritorio, impresora, laptop, tablet de dibujo y táctil) con las que desempeño mi labor.

3. ¿Qué podemos ofrecer?

Servicios profesionales (Diseño, impresión digital y offset, social media, ilustración, publicidad)
Valores y virtudes (Honestidad, responsabilidad, creatividad, puntualidad, pasión, optimismo, humildad, integridad, satisfacción, compromiso, asesoría).

4. ¿A quiénes se lo podemos ofrecer?

A las personas capaces de valorizar un buen trabajo, pero siempre se comienza con las amistades y familiares, quienes van dando su visto bueno y luego nos recomiendan a sus conocidos y así va creciendo la cadena.

5. ¿Quién te ayuda?

Cuento con la ayuda de mi esposo (experiencia, manejo de software, motivación), con mi madre quien aporta su colaboración, perseverancia y servicio. Otro aspecto importante son las amistades, las cuales aportan con sus comentarios para referencia de sus conocidos.

6. ¿Qué haces?

Mi función es ser la gerente de hogar, madre y administradora de mi negocio. Soy quien distribuye el trabajo para que todos podamos ser partícipes de las diversas funciones. Muchas veces me encuentro en situaciones que no puedo manejar; pero por suerte no estoy sola y cuando ya no logro idear bien las cosas me dan una mano para enfocar mis ideas.

7. ¿A quién ayudas?

En general, nos ayudamos entre todos porque a pesar de ser la cabecilla del negocio, también es un negocio familiar. Por otro lado, mis servicios ayudan a cubrir la necesidad del mercado. Proporciono soluciones ya sean productos o servicios.

8. *¿Qué ayudas ofreces?*

Ofrezco atención de calidad, responsabilidad y asesoría en diseño. Cada cliente tiene una necesidad diferente y debe tener un trato personalizado, no solo por el producto sino por entablar una buena relación con la satisfacción de cada servicio.

9. *¿Cómo te relacionas?*

Por todos los medios posibles (visitándolos, por correo, por teléfono, por intermediarios). La mejor vía es visitar al cliente, así puedo saber sus necesidades y tener mejores resultados y evitar inconvenientes.

10. *¿Cómo te conocen y que medios utilizas?*

Ahora que vivimos en un mundo interconectado, las cosas se pueden realizar con mayor facilidad. Los métodos son diversos; pero la mejor manera es cuando te buscan a través de una referencia. Un cliente satisfecho es la mejor tarjeta de presentación posible. Una vez que ganas un nuevo cliente puedes entrar en confianza y adquirir buena referencia de nuevos posibles clientes.

11. *¿Qué obtienes?*

Además del valor monetario, se obtienen nuevas relaciones sociales... esto nos ayuda a generar confianza y amistad con nuestros clientes. Los clientes frecuentes son esos amigos que te ayudan a salir adelante tanto en tu negocio, como en el de ellos.

12. *¿Qué das?*

Brindo conocimiento, tiempo, experiencia, inversión. Logro dar lo mejor en cada trabajo por muy mínimo que sea su retribución... de igual manera, doy calidad humana y apporto mi granito de arena a la sociedad en general.

Auditoria Personal Mi Imagen



Esta imagen en forma de flor representa lo que soy, donde cada círculo es cada persona o integrante del tallo más grande “yo”, logrando que todo podemos ser uno solo con cada valor y virtudes que nos representa.

Capítulo II:
***Técnicas para elegir
Ideas de Negocio***





CAPÍTULO II: TECNICAS PARA ELEGIR IDEAS DE NEGOCIOS INNOVADORAS



1. Genere ideas de Negocios (Lluvias de ideas)

- **Ofrecer una cuponera de** descuentos que circulara quincenal en diversos puntos de la capital, con un sistema BTL, donde consiste en emplear descuentos de diferentes productos o servicios de los clientes cuando se anuncien y cada cupón se entregara en el lugar correspondiente del descuentos, la cuponera llevara la cantidad de anuncios de cuantos deseen anunciarse para cada quincena y se les entregara a cada individuo que circule en la calle por medio de transporte.
- **Ofrecer un servicio de impresión a favor del medio ambiente**, lo que me permite una variedad de servicios (decoración de interiores, impresión textil, lienzo, cartón etc.) en una sola máquina. Con este sistema la máquina que imprime es de material látex (a base de agua) lo que me permite a no contaminar el medio ambiente en el aire y a la vez proteger al operario que la maneje, así de comprometernos también con nuestros empleados y al cliente protegiéndolos de la contaminación masiva que se encuentra en nuestro país; por parte también de tantas publicidades que existe en el mercado y sin un buen uso de la contaminación.

La máquina me ofrece diversas formas de emplear, permitiéndome de poder crear varios productos para la publicidad innovadores y a la vez me permite en que imprima en diferentes materiales en los que no se imprimen en el país (papel y tela), y con muy buena calidad entregándole al cliente la garantía de tiempo y calidad, lo que no me ofrecería una máquina con impresión solvente. A la vez esta línea eco, me da la oportunidad de investigar que otros nuevos materiales hay en existencia en el mercado, para emplearse ecológicamente en el país y poder ponerlo en práctica en el mercado nicaragüense, materiales que me permitan seguir siempre la línea.

- **Crear una aplicación móvil que realice descuentos a negocios afiliados**, con el propósito de escanear un código a la hora de visitar el local y obtener el descuento del día.

2. La mejor idea que resuelve los problemas de los clientes

En el gremio de la publicidad el factor “tiempo de entrega”, es el mayor problema de los clientes. Al elegir la idea de ofrecer un servicio de impresión a favor del medio ambiente, no solo se está brindando una responsabilidad empresarial, también le ofrecemos resolver el problema de entrega de productos finalizados.

Capítulo III:
**Formulario
de Encuesta**





CAPÍTULO III: FORMULARIO DE ENCUESTA



Encuesta Mejoramiento de servicios, proveedor y cliente.



Nombre de la Empresa: Nodos Creativos

Fecha: 16 de septiembre de 2015

Modelo de encuesta para realizar una investigación de mercado de un servicio.

Buenos días, soy una estudiante egresada con fines de culminar mi estudios, realizando un proyecto de negocio y el propósito de esta encuesta es investigar el servicio del proveedor al cliente.

Encuesta N°

1. ¿A impreso usted su publicidades a base de latex?

Si No

2. ¿Conoce usted alguna empresa que ofrezca el servicio de impresión eco amigable?

Si Talvez Ninguna

3. ¿Conoce de alguna maquinaria que imprima en textil y eco amigable?

Si Talvez Para Nada

4. Has oído del servicio BTL ¿Te gustaría que se ofrecieran publicidad con impresión eco y a favor del medio ambiente?

Si Talvez Para Nada

5. Si este nuevo producto a base de impresión ecológica estuviera disponible hoy mismo ¿Qué probabilidades habría de que lo use en lugar de usar los productos de la competencia actualmente disponi

Probable Muy Probable Seguro Para Nada

6. Si no hay probabilidades de que uses el nuevo producto ¿Cuál es el motivo?

No Lo Necesito No Quiero Estoy Satisfecho Con Mi Proveedor No Puedo Pagarlo

Deconozco Del Producto

7. En el servicio de impresión ¿que exigiria al proveedor?

Tener Responsabilidad Social Empresarial Estar A Favor Del Medio Ambiente, Con Calidad

Solo Me Interesa La Calidad De Mi Producto El Tiempo De Entrega Y El Costo Es Lo Mas Importante

8. Por cada inversión de su publicidad ¿Cada cuánto utiliza el servicio impresión?

Semanal Quincenal Mensual Esporadico

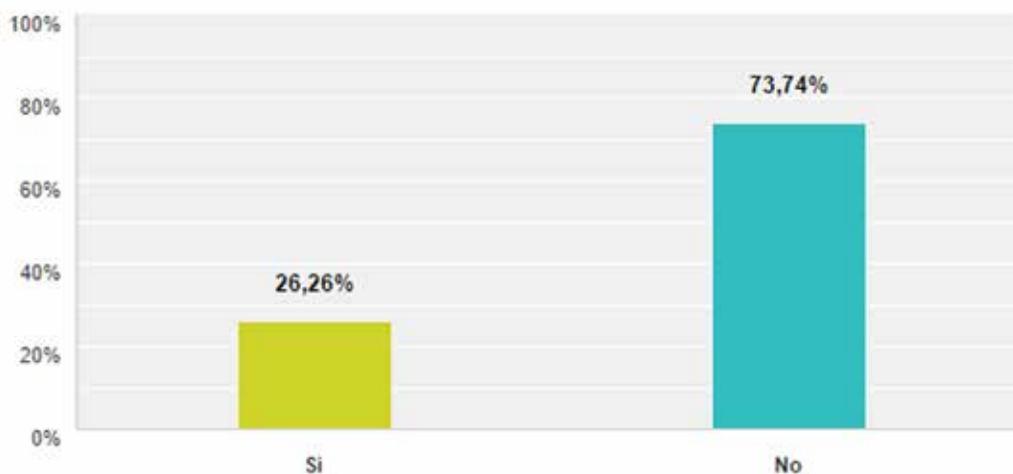
9. En su costos de inversión publicitaria, ¿Cuánto Invierte en sus publici

Menos De C\$ 1,000 Aproximadamente C\$ 1,000 - C\$ 10,000 Más De C\$ 15,000 Otro

10. En general, ¿Está satisfecho con los productos que ofrece la competencia?

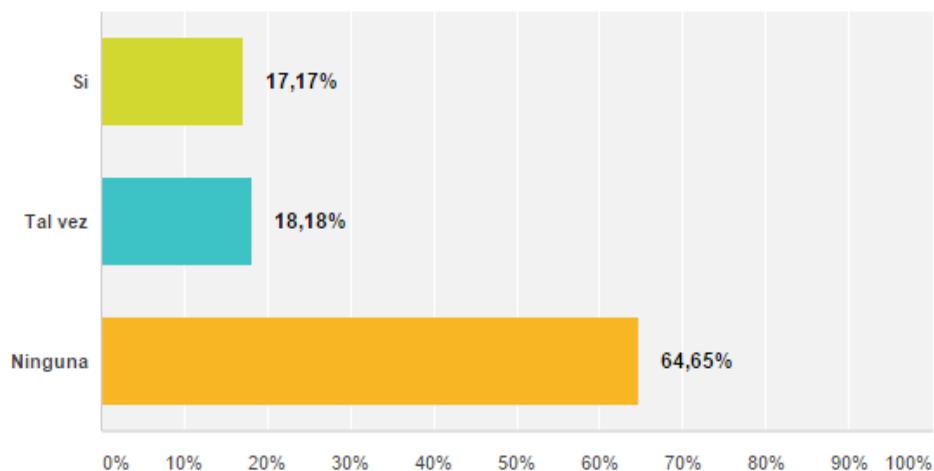
Muy Satisfecho Satisfecho Regular Para Nada

Gráfica 1



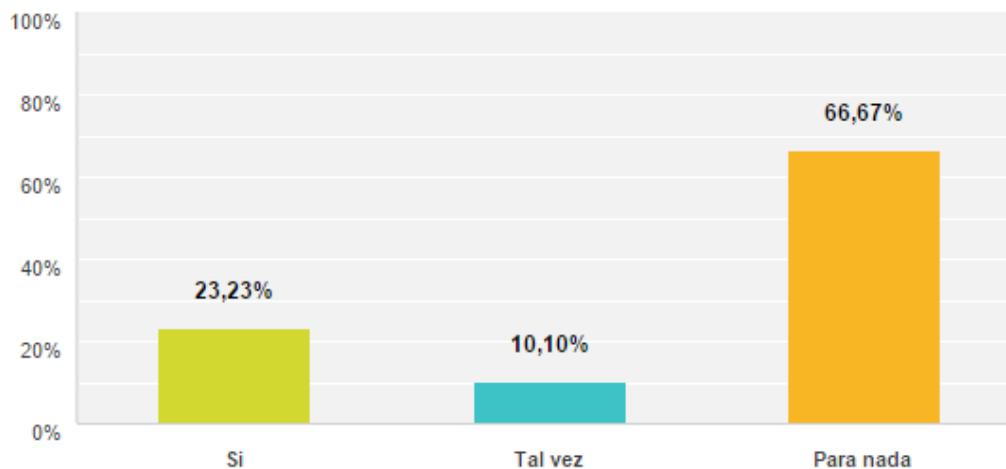
En este primer grafico podemos determinar que un 26.26% de los encuestados conocen de la impresión de plotter a base de tinta látex y un 73.74% no la conocen. Por tanto esta grafica me determina a implementarla como un producto nuevo.

Gráfica 2



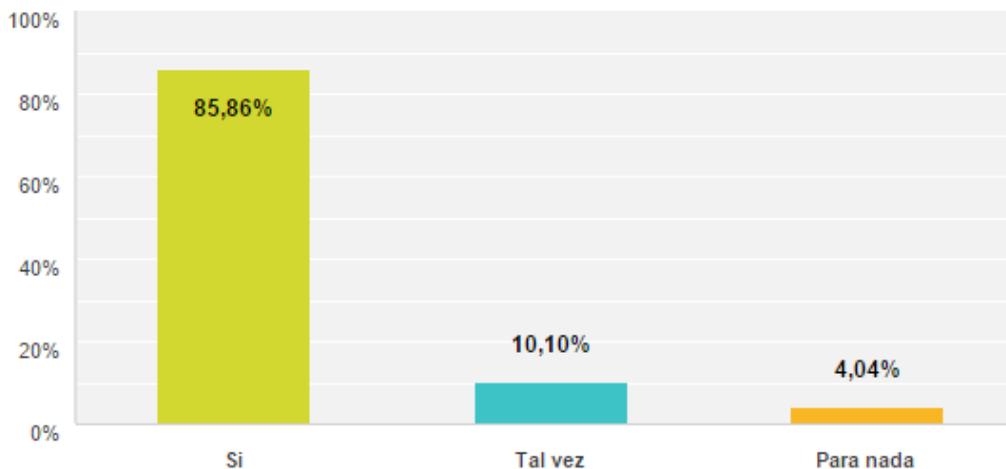
En este segundo grafico podemos determinar que mi mayor porcentaje demuestra que un 64.65% no conoce de alguna empresa que imprima eco amigable y un 18.18% respondieron que tal vez exista alguna empresa y un 17.17% me demuestran que si conocen de empresas que ofrezcan esa impresión.

Gráfica 3



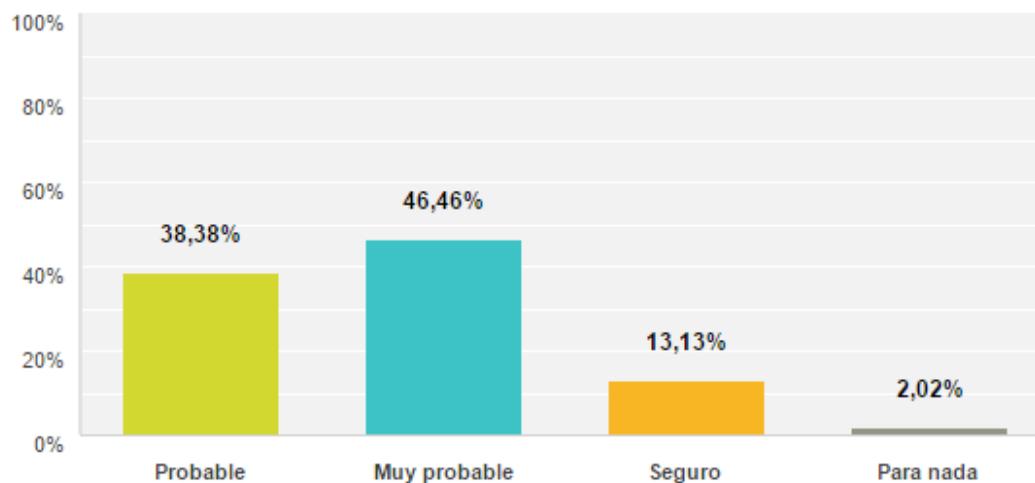
En este tercer grafico podemos determinar que mi mayor porcentaje demuestra que un 66.67% no conoce de alguna impresora imprima en textil para interiores y un 23.23% respondieron que sí, un 10.10% me demuestran que tal vez exista la máquina que cumpla la función.

Gráfica 4



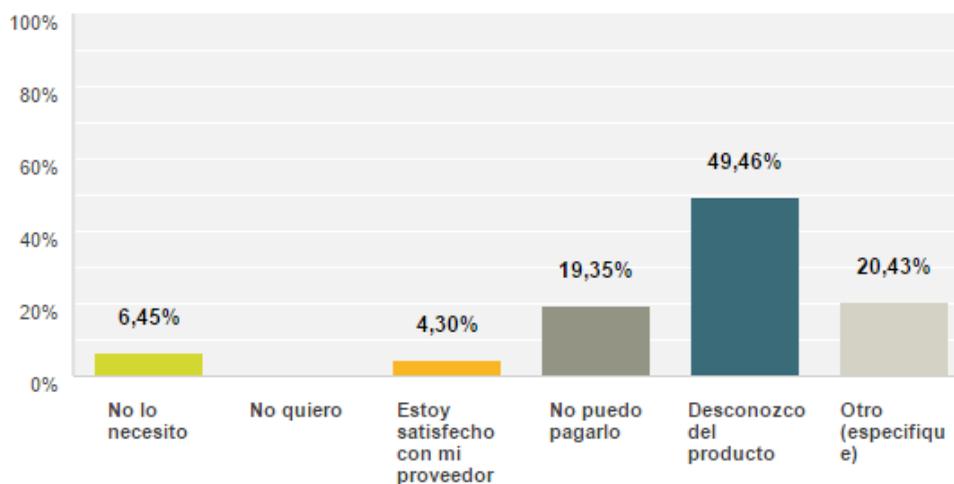
En este cuarto grafico nos damos cuenta que nuestros futuros clientes el 85.86% le gustaría una publicidad BTL con impresión ecológica, el 10.10% dicen que tal vez si les gustaría y un 4.04% que no.

Gráfica 5



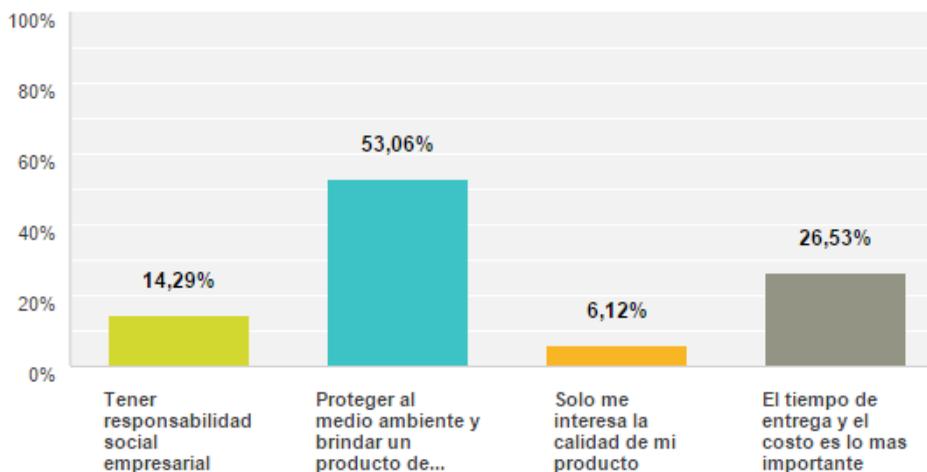
En el quinto grafico nos damos cuenta que el 46.46% es muy probable de que utilicen los productos ecológicos que los actuales, el 38.38% dicen que probablemente y un 13.13 % seguro por tanto el 2.02% para nada lo utilizarían.

Gráfica 6



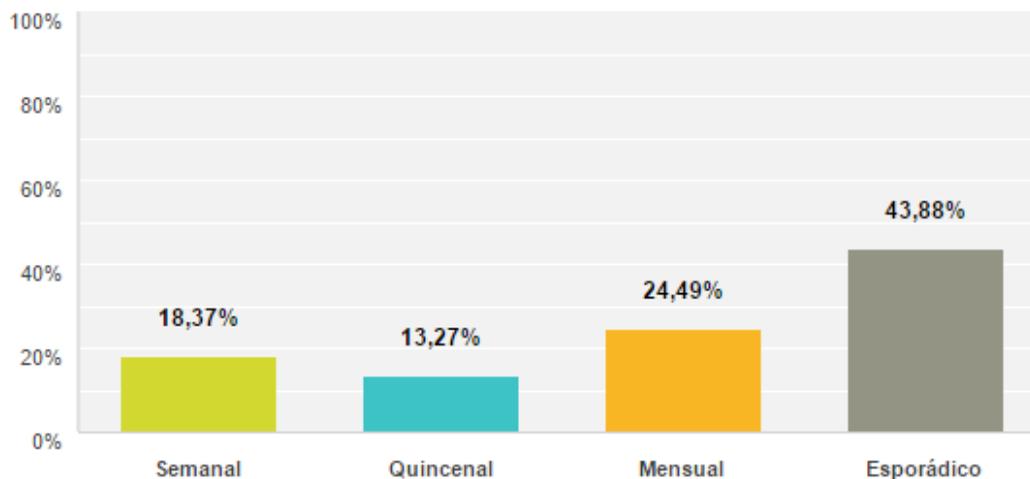
En el sexto grafico determinamos 49.46% que no utilizarían este producto porque no lo conocen, el 20.43% contestaron por otros motivos y un 19.35 % suponen que no pueden pagarlo, el 6.45% dicen que no lo necesitan y el 4.30% demuestran estar satisfechos con la competencia.

Gráfica 7



En el séptimo grafico los encuestados opinan que les exigirían a su proveedor lo siguiente; el 53.06% proteger al medio ambiente y brindar productos de calidad, el 26.53, tener el producto a tiempo y costos favorables, un 14.29% proponen tener responsabilidad social y el 6.12% solo le interesa tener su producto con calidad.

Gráfica 8



En octavo grafico los encuestados determinaron que el 43.88% invierten en publicidad esporádicamente, el 18.37% invierten semanal, el 13.27% lo hacen quincenal y el 24.49% mensual.

Capítulo IV:
Documentos
Legales





1. Inscripción de persona jurídica (Ministerio de Hacienda y Crédito Público)



MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO
DIRECCIÓN GENERAL DE CONTRATACIONES DEL ESTADO
REGISTRO CENTRAL DE PROVEEDORES

FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN PERSONA JURÍDICA

DEPOSITAR COSTO DEL TRAMITE EN BANPRO:
TGR-CONTRATACIONES DEL ESTADO 100 1000-4431 368

De conformidad a los establecido en el Arto. 11 y 20 de la Ley # 323 de Contrataciones del Estado, solicita la inscripción en el Registro Central de Proveedores que administra esa Dirección General de la Empresa: _____

ACTIVIDAD PRINCIPAL A INSCRIBIR: _____

Requisitos:

1. Llenar Parte I, II, III Formulario y Parte IV para el caso de ser Representante de Empresas Extranjeras al que deberá agregar los poderes de representación autenticados por el Ministerio de Relaciones Exteriores
2. Escritura de Constitución y Estatutos debidamente inscrita en el Registro Mercantil
3. Poder de Representación Legal debidamente inscrita en el Registro Mercantil
4. Declaración Notarial de NO ENCONTRARSE EN CONVOCATORIA DE ACREDORES, QUIEBRA O LIQUIDACIÓN, NO ENCONTRARSE EN INTERDICCIÓN JUDICIAL Y NO ESTAR SUJETO A LAS PROHIBICIONES ESTABLECIDAS EN LA LEY 323 (Ley de Contrataciones del Estado), Arts. 11 y 12 de la Ley
5. Licencia Municipal de la Alcaldía del presente año o Acuerdo de Pago en su caso
6. Licencia del MTI y Constancia de Vigencia para el caso de Empresas Constructoras
7. Fotocopia de Títulos Profesionales en casos de Empresas que ofrecen los SERVICIOS DE CONSULTORÍAS Y ASESORÍAS
8. Constancia emitida por la DGI donde se manifiesta que se encuentra inscrito y solvente como Contribuyente
9. Fotocopia de recibo de págo del INSS o Declaración Notarial de no tener personal bajo cargo
10. Fotocopia de Número RUC de la Empresa y Fotocopia de Cédula de Identidad del Representante Legal de la Empresa (o constancia de tramite de cédula extendida por el Consejo Supremo Electoral)
11. Declaración IR último año, Balance Inicial en caso de apertura, Cierre Fiscal y Balance Inicial en caso de cierre temporal de la empresa, según sea el caso
12. Presentar carta de autorización del Representante Legal (cuando el proveedor se haga presentar por terceros personas) donde se delegue a la persona encargada de la tramitación y retiro de certificado y deberá adjuntarse a la carta fotocopia de identidad del tramitante.
13. En caso de ser tramitado por Entidades Públicas, deberá adjuntarse carta de autorización debidamente firmada por el Representante Legal de la Empresa

PARTE I PERSONA JURÍDICA INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA	No. Proveedor: (Para uso interno)		Fecha ____/____/____		No. RUC DE LA EMPRESA		No. Cédula del Representante Legal: _____			
	RAZON SOCIAL							FECHA CONSTITUCIÓN: ____/____/____		
	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO							SIGLAS: _____		
	NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL:						CORREO ELECTRÓNICO:			
	DIRECCIÓN									
	DEPARTAMENTO		DISTRITO O MUNICIPIO		TELEFONOS		FAX		APDO. POSTAL	
	OTRAS SUCURSALES:		MUNICIPIO O DISTRITO		DIRECCIÓN		TELEFONOS		FAX	
	DEPARTAMENTO		MUNICIPIO O DISTRITO		DIRECCIÓN		TELEFONOS		FAX	
	COTIZA AL PATRONAL? SI ____ NO ____		INSS		ACTIVIDAD ECONOMICA: BIENES ____ SERVICIOS ____ OBRAS ____		LICENCIA DE OPERACIÓN MTI No: _____ Fecha Emisión: _____ Fecha Vence: _____		CATEGORIA Fabricante: Representante: Constructor: Mayorista: Importador: Consultor: Minorista: Distribuidor: Servicios Varios:	
	MATRICULA ALCALDIA No: _____ Fecha Emisión: _____ Fecha de Vencimiento: _____				INFORMACIÓN DE LA EMPRESA BANCO: _____ SUCURSAL: _____ No. CUENTA: _____					
PARTE II BIENES, OBRAS O SERVICIOS	CODIGO DE CATALOGO (Para uso interno)		DESCRIPCIÓN DE LOS BIENES, OBRAS O SERVICIOS QUE OFRECE							
E INSCRIPCIÓN CON EL SECTOR PUBLICO	FECHA Mes / Año		ORGANISMO SECTOR PUBLICO		REFERENCIA (No. CONTRATO o FACTURA)		DESCRIPCIÓN		MONTO CS (si el monto es en US poner el tipo de cambio de la fecha del contrato)	
VALISTADO DE EMPRESAS REPRESENTADAS	RAZON SOCIAL DEL PROVEEDOR EXTRANJERO:				NOMBRE DEL RESPONSABLE DE LA RAZON SOCIAL EN EL EXTRANJERO					
	DIRECCIÓN:		CIUDAD:		PAIS:		TELF.:			
	CORREO ELECTRÓNICO:			Distribuidor Exclusivo: SI ____ NO ____		FAX:		APDO POSTAL:		

* En caso de que represente mas de una Casa Extranjera o le falte espacio para describir los Bienes, Servicios u Obras que su Empresa ofrece, así como las referencias de los contratos durante el último año, favor anexar hoja que contenga esta información.

FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL.

NOTA: SOLAMENTE SE DA TRAMITE CON REQUISITOS COMPLETOS

Para mayor información Tel.: 2441290, 2492795, 2494752, 2494753 ó Fax 2444596

Todos los documentos presentados están sujetos a verificación de parte de la Dirección General de Contrataciones del Estado

2. Inscripción de persona natural (DGI)

 REPUBLICA DE NICARAGUA MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO DIRECCION GENERAL DE INGRESOS			
FORMULARIO DE INSCRIPCION DE CONTRIBUYENTE PERSONA NATURAL			
PREIMPRESO			
1. Número RUC: <input type="text"/>		(Uso exclusivo de la D.G.I.)	
2. Fecha: __/__/____			
3. Tipo de Régimen: General <input type="checkbox"/> Cuota Fija Normal <input type="checkbox"/> Cuota Fija Mypime <input type="checkbox"/> Cuota Fija Mypime Especial <input type="checkbox"/>			
DATOS BASICOS			
4. Documento de Identificación: Cédula de Identidad <input type="checkbox"/> Cédula de Residencia <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/>		5. No. de Registro Cédula de Residencia:	
Número: <input type="text"/>		6. Fecha de Emisión: __/__/____ Fecha de Vencimiento: __/__/____	
7. Primer Apellido:		8. Segundo Apellido:	
9. Primer Nombre:		10. Segundo Nombre:	
11. Nombre Comercial:		12. N° INSS:	
13. Cantidad Empleados:			
14. Fecha de Nacimiento: __/__/____		15. Nacionalidad:	
16. Sexo: F <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/>			
17. Entidad Reguladora:		18. N° Registro Institución Reguladora: <input type="text"/>	
19. Fecha de Certificación: __/__/____		<input type="text"/>	
DOMICILIO TRIBUTARIO			
20. Renta de Adscripción: (Uso exclusivo de la D.G.I.)			
21. Sector Territorial:		22. Nombre del Sector:	
23. Casa N°:			
24. Dirección:			
25. Departamento:		26. Municipio:	
27. Distrito:		28. Apartado Postal:	
29. Teléfono: __/__/____		30. Fax: __/__/____	
31. Correo Electrónico:			
32. Página WEB:			
DIRECCION PERSONAL			
33. Sector Territorial:		34. Nombre del Sector:	
35. Casa N°:			
36. Dirección:			
37. Departamento:		38. Municipio:	
39. Distrito:		40. Apartado Postal:	
41. Teléfono: __/__/____		42. Fax: __/__/____	
43. Correo Electrónico:			
DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL			
44. Documento de Identificación: Cédula de Identidad <input type="checkbox"/> Cédula de Residencia <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/>		45. N° Registro de Cédula de Residencia:	
Número: <input type="text"/>		46. Fecha de Emisión: __/__/____ Fecha de Vencimiento: __/__/____	
47. Primer Apellido:		48. Segundo Apellido:	
49. Primer Nombre:		50. Segundo Nombre:	
51. Cargo:		52. Periodo de Duración: Indefinido <input type="checkbox"/> Definido <input type="checkbox"/> Fecha Inicio: __/__/____ Fecha Fin: __/__/____	
53. Sector Territorial:		54. Nombre del Sector:	
55. Casa N°:			
56. Dirección:			
57. Departamento:		58. Municipio:	
59. Distrito:		60. Apartado Postal:	
61. Teléfono: __/__/____		62. Fax: __/__/____	
63. Correo Electrónico:			
64. N° Escritura:		65. Año Escritura:	
66. Nombres y Apellidos del Notario:			
INFORMACION SOBRE ACTIVIDAD ECONOMICA			
67. Actividad Económica Principal:		68. Fecha de Inicio	
69. Código CIU:			
70. Actividad Económica Secundario:		71. Fecha de Inicio	
72. Código CIU:			
INFORMACION FINANCIERA			
73. Activo Circulante:		74. Activo Fijo:	
75. Otros Activos:		76. Total Activos:	
77. Pasivo		78. Capital:	
79. Pasivo + Capital:			
80. ¿Posee parque vehicular? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		81. Cantidad:	
82. Valor:			
83. ¿Tiene Propiedades? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		84. Cantidad:	
85. Urbanas:		86. Rurales:	
87. Valor:			

Capítulo IV:
Cotizaciones





1. Evento (cotización del local para el lanzamiento)

NEWLAND REAL ESTATE, S.A.

Managua, Nicaragua

PROFORMA
(PRO-701-2015)

Cliente: Wendy Salgado

Atención: Wendy Salgado

E-mail: nodoscreativos@hotmail.com

Fecha: 10/6/2015

Teléfono: 505- 2253-1487

ITEM	SERVICIO	MOD	CANT	PRECIO UNITARIO	COSTO
1	PAQUETE HORARIO DE SALA DE CONFERENCIA INCLUYE: USO DE EQUIPO AUDIO-VISUAL PIZARRA ACRILICA	HORA	1	\$50.00	\$50.00
2	PAQUETE MENSUAL DE 15 HORAS DE USO DE SALA DE CONFERENCIA INCLUYE: USO DE EQUIPO AUDIO-VISUAL PIZARRA ACRILICA	MENSUAL	1	\$300.00	\$300.00
3	PAQUETE MENSUAL DE 30 HORAS DE USO DE SALA DE CONFERENCIA INCLUYE: USO DE EQUIPO AUDIO-VISUAL PIZARRA ACRILICA	MENSUAL	1	\$500.00	\$500.00
Cada sala caben cómodamente de 8 a 10 personas				Sub-total:	
Horario disponible de lunes a viernes de 8:00 a.m. a 8:00 p.m. A disposición del cliente con previa reservación (24 horas anticipada)				IVA	15%
				Total	

Incluye: Internet de alta velocidad, conexión wifi, llamadas a red interna y local. Seguridad electrónica y física. Aire Acondicionado.

Servicios de conserjería (agua, café), Agua Potable y acceso a Servicios Sanitarios.

No incluye: Llamadas telefónicas a red celular o larga distancia. Impresión, fotocopiado o encuadernado de documento. Envío de correspondencia. Servicios de Asistente o Secretaria.

Forma de pago: 100% de contado una vez aprobada la cotización. Elaborar pago a nombre de NEWLAND REAL ESTATE S.A. /

Proforma valida por 8 días.

RUC# J031-0000-132577

Contactos: Lic. Xochitl Toruño / (505) 8787-4589

Lic. Barbara Parvanova / (505) 2274-4480

Office
CHECKin
Oficinas todo incluido

Centro Pailas, 3er Piso

www.checkinoffice.com.ni

info@checkinoffice.com.ni

Teléfonos: (505) 2274-4480

martes, 06 de octubre de 2015				
Facturar como: NODOS CREATIVOS		Fecha del Evento: Octubre del 2015		
Número RUC: 2253-1487		Anunciar Como: Capacitación		
Persona Contacto: Wendy Salgado		Numero de Personas: 50 pax		
Teléfono: 2253-1487		Hora: 6:00 pm - 8:00 pm		
E-mail: nodoscreativos@hotmail.com		Montaje: Pendiente por definir		
Forma de pago: 50% de anticipo para reservar y el otro 50% una semana antes del evento		Lugar de Evento: Pendiente por definir		
Hacer Cheque a nombre de : Consultores de Inversiones S.A		Contacto: Tzeitel Aguilar 2277-7925 ext820		
		E-mail: eventos@hotelhex.com.ni		
SERVICIOS DE ALIMENTOS				
Descripción	Precio	Cant.	Dia/Noche	Subtotal
COFFEE BREAK AM	\$ 6.00	50	1	\$ 260.00
Servir a: Tres bocadillos por persona Una bebida por persona				
SERVICIOS DE BEBIDAS				
Descripción	Precio	Cantidad	Sub- Total	
TOTAL DE BEBIDAS: \$ -				
ESPECIFICACIONES DE MONTAJE				
PENDIENTE MONTAJE Y COLOR DE MANTELERIA				
RENTA DE SALÓN INCLUYE				
Descripción	Precio	Cant.	Sub- Total	
Manteria, Cristaleria Y Cuberteria			Cortesia	
Uso de salón			Cortesia	
Detashow y pantalla			Cortesia	
Sistema de audio			Cortesia	
Café y agua permanente	\$ 1.50	50	1	\$ 75.00
TOTAL DE ALIMENTOS:				\$325.00
OTROS				
Descripción	Precio	Cant.	Dia/Noche	Sub- Total
TOTAL DE OTROS: \$0.00				
TOTALES EN DOLARES				
Energia y Mantenim. De salón				\$0.00
Alimentos y Bebidas				\$325.00
Otros				\$0.00
SUBTOTAL				\$325.00
15% IVA				\$48.75
10% Servicio				\$32.50
GRAN TOTAL				\$406.25
Notas importantes: * No somos eventos del 3%. * Esta información no es garantía de reservación. Políticas de Cancelación y No Show. La cancelación de un evento por parte del CLIENTE estará sujeta por las siguientes cláusulas: Aplicaremos el 25% de penalización al valor total del presupuesto aprobado, si cancela el evento en un término hasta 30 días antes de la fecha del evento. Aplicaremos el 50% de penalización al valor total del presupuesto aprobado, si cancela el evento en un término hasta 15 días antes de la fecha del evento. Aplicaremos el 100% de penalización al valor total del presupuesto aprobado, si cancela el evento en un término de 1 a 10 días antes de la fecha del evento. Para cualquier información adicional, por favor no dude en contactarnos.				
Nombre del Firmante		Firma y Sello		# Cédula
Modo de Pago: Efectivo, Tarjetas de Crédito, Cheques certificados a nombre de Consultores de Inversiones S.A Hotel Hex Managua. Teléf.: (505) 2248-9400. Dirección: Costado Norte del centro comercial Multicentro Las Américas				

2. Instalación (cotización de materiales requeridos para la instalación de la maquinaria)



SILVA INTERNACIONAL S.A

Cotización

22556909 - Email: carretera.masaya@sinsa.com.ni - Fax: 22556909
 Dirección: MANAGUA - CARRETERA A MASAYA
 DGEAFC-DGC-SCC-027-12-2009 RUC: 8031000001812

Documento : 299750 Tienda: 24 SINSA CARRETERA MASAYA Fecha : 2015-10-06
 Vendedor : 3283 Nombre : PEDRO ALBERTO MARTINEZ ROMERO
 Cliente : WENDY SALGADO Telefono : 00 CUC :
 Dirección:
 Moneda : CS Cotización De: CONTADO Carret : Dias de Validez : 30

LES	CODIGO	%PARTE	ARTICULO	UM	CANT.	PREC.UNIT	TOTAL
001	001000500	CH20	BIBAK 220V 12024V ENCH.F. CH	UNIDAD	1.00	355.08	355.08
002	029010000	101 0010	CABLE 100 ALUMBRIO 3/5 90MM ² 600V 60°C FLEXIBLE	MTR	10.00	99.18	991.80
003	029010000	1010399	BRTDA PLAST. 100MM CON CLAVO LEGRAND	UNIDAD	20.00	2.04	40.80
004	229000000	03453495	VAKILLA POCO TIERRA 38.5 x 6	UNIDAD	1.00	64.17	64.17
005	229000000	0111-001 12 DB	COGECTOR 1.27 #VARILLA POCO TIERRA	UNIDAD	1.00	32.36	32.36
006	001000000	CH103	BIBAK 100V 12024V ENCH.F. CH	UNIDAD	2.00	291.02	582.04
007	041000000	CH103 120VF	CENTRO CARGA 120VFACTO 1P 12024V 125A 80PO1 CH	UNIDAD	1.00	2,776.84	2,776.84

Sub-Total CS: 4,553.13
 Documento CS: 678.12
 Impuesto CS: 581.23
 Total CS: 4,856.28
 Equiv. en US\$: 159.72
 Factor de Cambio: 27.90

ING. PEDRO ROMERO CEL: 97714286

Usuario : ventas24 2015-10-07 09:16:31

Firma del Vendedor: _____

Page 1/1

Nota : No se aceptan cambios sino son aprobados la oficina, que los hechos con falta o datos suministrados. Los precios están sujetos a cambios sin previo aviso.
 SOMOS GRANDES CONTRIBUYENTES ESTAMOS EXENTOS DE I% DGI Y I% ALMA

SERVICIOS SINSA

**SERVICIOS DE
INSTALACIÓN**

**RENTA DE
EQUIPOS**

**TALLER DE
SERVICIOS**

centro_servicios@sinsa.com.ni • renta.equipo@sinsa.com.ni

1 FERRETERIA JENNY CENTRAL

TODO EN FERRETERIA

RUC J0310000002550

MATERIALES DE CONSTRUCCION

PROFORMA

0000773658

Fecha : 06/10/2015

Vendedor : GEOVANNY ROJAS

Cliente : 00000 - Nodos Creativos.

Teléfono : _____

No. Ruc :

Dirección :

Atendido por : _____

Observ : Wendy Salgado

Código	Descripción	UdeM	Cantidad	Precio	SubTotal
013010036	CORDON TSJ 2 X 10 AWG FLEXIBLE	Mtr	30.00	40.6167	1,218.50
013010050	CABLE TGP 3 X 10 AWG	Mtr	10.00	73.9189	739.19
013040001	BREAKER CH 1 X 15	C/u	2.00	212.4142	424.83
013040007	BREAKER CH 2 X 15	C/u	1.00	467.1415	467.14
013110033	CENTRO DE CARGA CH12L125BS (SUPERFICIAL)	C/u	1.00	2,547.7765	2,547.78
013150007	VARILLA POLO A TIERRA 3/8 X 4P. USA C/CONECTOR	C/u	1.00	98.8965	98.90
016010191	BRIDA AISLANTE 10 MM (100 PZA) FU0473 FULGORE	Bolsa	1.00	24.5226	24.52

ELABORAR CHEQUE A NOMBRE DE: "FERRETERIA JENNY S.A"

SUBTOTAL C\$: 5,520.86

NOTA: SOMOS EXENTOS DEL 1% y 2%

IMPUESTO C\$: 828.13

ENTRADA DEL HOSPITAL DEL NIÑO LA MASCOTA 75 VRS. ARRIBA

TOTAL NETO C\$: 6,348.99

TEL. 2490783 / 2490789 - 2530822 - 2482880 - 2400548 - 2530817 FAX # 2531503

ESTOS PRECIOS PUEDEN VARIAR EN CUALQUIER MOMENTO SIN PREVIO AVISO

3. Maquinaria (cotización de la maquinaria a utilizar)



FOGEL DE NICARAGUA, S.A.
VIVE EL FRIO !!

Km. 5.5 Carretera Norte 300 mts norte. Telf: 2249-0710 Fax: 2249-0810
www.fogel.com.ni



PROFORMA

Cliente: Nodos Creativos **Fecha:** 06-oct-15
Atención: Wendy Salgado **No. Prof.:** 12221772
Dirección: Managua
E-mail: nodoscreativos@hotmail.com
Fax/Telf: 2253-1487

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	PRECIO UNITARIO	DESC. UNIT	SUB TOTAL
050201-I	BHV520C2V32, Aire Split Pared 18K(Btu). Inverter Seer 15, R410	1	809.18	80.92	728.26
040005	Instalacion Split Pared/Seer 10 -13	1	103.48	0.00	103.48
01-EL-691-FG	Protector de Voltaje Monivolt 16A 1 hp 115/220V	1	30.18	0.00	30.18
<p>AA Split pared 18K seer 15, R-410, 220V., Inverter, marca Fogel, instalación estándar incluye 9ft tubería, no incluye material adicional, acomoda eléctrica ni obras civiles. Se requiere inspección al sitio. Descuento aplica contado, CK o tarjeta. Garantía 2 años para el compresor y 1 año las partes, incluye protector de voltaje.</p>					



Plazos	Primas	Cuotas	Entrega:	En equipos inmediata
	0.00	0.00	Garantía:	12 Meses
	0.00	0.00	Forma de pago:	Efectivo,CK,Tarjeta
	0.00	0.00	Plazo:	CONTADO

UNTA: LINTA-ACTUAL	PROFORMA VALIDA POR 8 DIAS	SUB TOTAL	\$ 861.92
	EXENTOS DE RETENCION DEL 1 % DEL IR Y ALCALDIA	IVA	\$ 129.29
	PROVEEDOR DEL ESTADO No. 01196	TOTAL	\$ 991.21
TIPO DE CAMBIO PARA PAGOS EN CORDOBAS DURANTE EL MES 27.8 X US \$1.00			

ASESOR: LEYLA LOPEZ



- **Contenido de la caja**

Impresora HP Latex 360[®], cab. de impresión, cartucho de mantenimiento, soporte para impresora, eje, rodillo de recogida, kit mantenimiento usuario, soportes de bordes, guía de referencia rápida, póster de config., software de documentación, FlexiPrint HP Edition RIP, cables de alimentación

Precio especial de Feria por introducción del Equipo.

Valido hasta el 15 de noviembre del 2015

Impresora HP LATEX 360	\$22.150,00
Incluye juego cartucho de tintas con optimizador	
15% impuesto de Ventas.	\$ 3.322,50
Total Impuesto de Venta Incluido	\$25.472,50

Precio Normal del Equipo \$30.500,00 I.V.I

GARANTIA Y SERVICIO TECNICO

El equipo tiene una garantía de 12 meses contra defectos de fabricación, los cabezales no tienen garantía.

El cliente deberá adquirir un regulador de voltaje o UPS para protegerse de los picos o cortes de corriente, sin esto, no se le podrá instalar el equipo.

Para solicitar un servicio técnico el cliente debe de enviar un correo a soporte@suretka.com para coordinar la cita.

El día de la instalación el cliente debe de firmar el Contrato de Servicio Técnico de instalación, aceptando los términos y condiciones.

Cordialmente,

Silvestre Ruiz Rosales



Antes de imprimir, asegúrese que es necesario
Proteger el medio ambiente es responsabilidad de todos.

Silvestre Ruíz R.

Ejecutivo de Cuenta

(506) 2217 - 3400

Ext. 3406

800 SURETKA



silvestre@suretka.com



www.suretka.com

