

dis  
UPOLI

Escuela de  
Diseño



# aucre

Animation Studio

## PLAN DE NEGOCIO

---

**Autor:**

Rissden Leonardo Vega Silva

**Tutor:**

Luis Carvajal Rodríguez

---



Universidad  
Politécnica  
de Nicaragua

Sirviendo a la Comunidad





---

# PLAN DE NEGOCIO

---





**Aucre Animation Studio**

Plan de Negocio  
Imagen Empresarial

**Universidad Politécnica de Nicaragua  
UPOLI  
Escuela de Diseño**

**Autor:**

Rissden Leonardo Vega Silva

**Tutor:**

Luis Carvajal Rodríguez

© 2015 Aucre Animation Studio





## Dedicatoria

A Dios, por darme la oportunidad de vivir, estar conmigo en cada paso que doy, fortaleciendo mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio. La vida se encuentra plagada de retos y uno de ellos es culminar mi carrera en Diseño Gráfico y esto apenas es la base fundamental que parte de una gran aventura como futuro empresario.

Mi hermosa madre Rossemary Silva, por darme la vida, quien ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores. Apoyándome en la parte financiera de la empresa, gracias a su sacrificio y esfuerzo, me permiten ver mi capacidad para realizar las cosas. Ella es mi gran ejemplo, todo esto te lo debo a ti.

Al compañero Miguel Ángel Malespín, por su apoyo incondicional siendo uno de los mejores contadores con una excelente experiencia y por dedicarme su tiempo con relación a la parte financiera del proyecto.

Y a otros retos que se han cruzado en mi camino y que los he superado creando así, una experiencia inolvidable.

avance

## Presentación

El presente Plan de Negocio es presentado como un proyecto de Pre Factibilidad para una idea empresarial sobre Animación por Ordenador y Diseño Gráfico por “Aucre Animation Studio”. El documento se desglosará de esta manera:

### Resumen Ejecutivo:

Consiste en un breve análisis de los aspectos más importantes del proyecto, cuál será el giro de la compañía, el segmento de mercado, el servicio que ofrecerá a sus clientes y define los requerimientos en la parte financiera que serán la rentabilidad de la empresa.

### Plan de Negocio:

Es un documento esencial para un empresario que desea impulsar una nueva empresa en el mercado. Es además una herramienta de trabajo, ya que por medio de su preparación se hace una evaluación de que tan factible es la idea de negocio.

### Manual de Marca:

Es el conjunto de normas a seguir para que los responsables de la imagen y la comunicación cultural, recurran para unificar criterios y normalizar el manejo de la imagen gráfica y corporativa de la empresa. El objetivo es promover la identidad visual en la forma más conveniente, consistente y eficiente.

### Estrategias de Promoción Visual:

Es una campaña o mensaje persuasivo a través de medios masivos que debe definir claramente quién ofrece o vende un producto, servicio o idea.

# ÍNDICE

## PLAN DE NEGOCIO

<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>09</b>
<b>INTRODUCCIÓN AL PLAN DE NEGOCIO</b>	<b>15</b>
<b>CAPÍTULO I: MERCADO</b>	<b>19</b>
<b>CAPÍTULO II: PRODUCCIÓN</b>	<b>31</b>
<b>CAPÍTULO III: ORGANIZACIÓN</b>	<b>39</b>
MANUAL DE FUNCIONES	42
NÓMINA	55
<b>CAPÍTULO VI: SISTEMA FINANCIERO (CONTABLE)</b>	<b>59</b>
CATÁLOGO DE CUENTA	62
BALANCE INICIAL (CERO)	64
BALANCE PROYECTADO	65
SISTEMA CONTABLE DE PARTIDA DOBLE	66
BALANZA DE COMPROBACIÓN	68
FLUJO DE CAJA	70
FLUJO DE CAJA PROYECTADO	71
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS	73
PUNTO DE EQUILIBRIO	75
INVERSIONES Y DEPRECIACIONES	79
PROYECCIÓN DE VENTAS Y COMPRAS	80
DECLARACIÓN ANUAL	81
TABLA DE AMORTIZACIÓN	83
<b>CAPÍTULO V: MANUAL DE MARCA</b>	<b>87</b>
<b>CAPÍTULO VI: ANEXOS</b>	<b>123</b>
AUDITORIA PERSONAL	125
PROPÓSITO U OBJETIVOS DEL “PLAN DE NEGOCIO”	129
FORMULARIO DE ENCUESTA	132
ANÁLISIS DE ENCUESTA	134
CATÁLOGO DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN VISUAL	139
CONCLUSIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO	147



**Cancer**



## Resumen Ejecutivo

La empresa Aucre Animation Studio ofrece el servicio y realiza trabajos de animación por ordenador especializándose en Animación 2D, Diseño Gráfico, elaboración de Spots, viñetas y todo lo relacionado con la comunicación audiovisual.

El emprendedor Rissden Vega tiene como iniciativa crear un proyecto ambicioso y el espacio para todos aquellos creativos gráficos del país siendo una comunidad en la que todos trabajen en conjunto para formalizar una gran empresa que sea líder en el área de Diseño Gráfico y la Animación 2D audiovisual.

El proyecto basará sus factores clave de éxito en los siguientes elementos:

### **Satisfacción de los clientes:**

Los clientes son los principales prescriptores y esto tiene más importancia en un sector donde estos (como en el caso de la animación para cine y televisión) no son numerosos.

### **Contacto con el cliente para ajustar producto demandado y producto final:**

Es necesario que la comunicación entre cliente y empresa sea fluida, Esto evitará cambios en el trabajo una vez que ya ha comenzado su realización, evitando aumento de costes, retrasos y la insatisfacción del cliente.

### **Red de contactos en el sector:**

En muchas ocasiones se realizan trabajos de forma colectiva ya que, por su dimensión o urgencia, para poder ejecutarlos es necesario disponer de una buena red de colaboradores que sean de confianza respecto al cumplimiento de plazos y calidad de los trabajos ejecutados.

### **Formación:**

Conocer las nuevas tendencias del sector, especialmente, los programas informáticos y sus novedades es un elemento imprescindible para todo aquello relacionado con el diseño y la animación.

Se considera que el momento es positivo y que la tendencia a la animación en Nicaragua es un fenómeno que no va a dejar de crecer incorporándose cada vez a más medios y soportes. Por ello, y para poder acceder a proyectos de mayor amplitud trabajando directamente con los clientes finales con el fin de dar consistencia a su forma de vida en una actividad que le apasiona.

En Nicaragua existen empresas que ofrecen el servicio de Animación y el reto para Aucre Animation Studio, es penetrar el mercado al integrar el Diseño y la Animación en un solo entorno sin recurrir a una agencia publicitaria o imprenta en caso de diseño o un medio de comunicación, ya que nosotros facilitaremos esta vía a todos nuestros clientes.

Aucre Animation Studio presentara los siguientes servicios:

### **Diseño y Animación 2D**

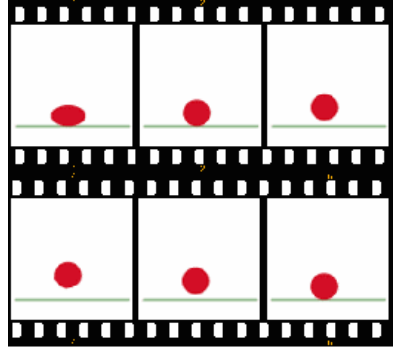
La animación es un proceso utilizado por uno o más animadores para dar la sensación de movimiento a imágenes o dibujos o a otro tipo de objetos inanimados. Se considera normalmente una ilusión óptica.

La animación por computadora, también llamada animación digital, animación informática o animación por ordenador, es la técnica que consiste en crear imágenes en movimiento.

#### **Ejemplo de una animación de una (bola roja) saltando.**

(Esta bola roja “rebotando” consiste, en realidad en 6 fotogramas.)

Un fotograma es cada una de las imágenes impresionadas que se unen en secuencia para generar la ilusión de movimiento.



#### **Spot Publicitario:**

El spot, es un espacio publicitario que contiene audio e imágenes. Por lo general es para comercializar cualquier producto o servicio, distribuido mediante la TV u otro medio Audiovisual.

Por lo general suelen tener una duración aproximada de 10 a 30 segundos.

#### **Banners Televisivos:**

Al igual que el Spot, es un anuncio que solo contiene imágenes a diferencia que no usa sonido. Se usa para promocionar de manera más rápida un nuevo producto o servicio en Pantalla.

Estos pueden tener un formato “L” para Televisión o Cintillos Horizontales. Suelen durar entre 8 a 10 Segundos.

#### **Viñeta o Intro:**

Es una corta animación a pantalla completa usada generalmente para dar inicio a un evento, noticia o un suceso importante. Este es audio sonoro y suelen durar aproximadamente 6 segundos.

**Bugs Animados:**

La palabra Bugs, proviene del Ingles que significa “polilla” pero en Televisión es para referirse a una pequeña animación que al igual que un Banner, su función es para promocionar cualquier producto o servicio de una manera más corta, divertida y diferente.

Suelen durar 10 segundos.

**Diseño Grafico:**

El Diseño tiene como fin el idear y proyectar mensajes a través de la comunicación visual.

**Datos Básicos del Proyecto**

El Presente cuadro demuestra de forma resumida las características del proyecto sobre la empresa.

SECTOR	SERVICIO
<b>Actividad</b>	Animación 2D y Diseño Gráfico
<b>Forma Jurídica</b>	Empresario Individual
<b>Localización</b>	Unidad de Propósito, Managua.
<b>Instalación</b>	Casa Particular
<b>Equipos y maquinaria</b>	PC de Escritorio de Alto Rendimiento
<b>Personal y Estructura Organizativa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente General</li> <li>• Dpto. Arte y Producción</li> <li>• Dpto. Administrativo</li> <li>• Dpto. de Ventas</li> <li>• Dpto. de Informática</li> </ul>
<b>Cartera de Servicios</b>	Animación 2D Diseño Gráfico Comunicación Audiovisual, Spot, Viñetas, Banners y Postproducción.
<b>Clientes</b>	Agencias de Publicidad Productoras Audiovisuales Empresas que subcontratan tareas. Estudiantes
<b>Herramientas de Promoción</b>	Afiches, Volantes, Spot introductorio en los Medios Televisivos y medios sociales como Facebook y YouTube.

## Programa de Producción

- El servicio de audiovisual se realizará con la PC de Escritorio y con los respectivos softwares.
- Atender las necesidades de los clientes de la forma más eficiente y menos costosa, dentro de los estándares de calidad y eficiencia.
- La empresa establecerá metas mensuales a fin de motivar la creatividad mejorando constantemente.
- Se realizarán campañas que promuevan la realidad en la que vive actualmente Nicaragua y otros mensajes educativos o realistas que formarán parte de nuestra marca como promotores en el ámbito de comunicación visual.

## Sistema Financiero

Aucre Animation Studios, inició su operación comercial con un capital inicial de C\$ 85,842.00 (Ochenta y Cinco mil ochocientos cuarenta y dos córdobas netos), aportados en efectivo con fondos propios.

Dicho aporte fue con el propósito de comprar los siguientes equipos necesarios para dar inicio a las operaciones del negocio:

Software Adobe Creative Pack Completo por C\$ 16,772.00.

Mobiliario y Equipo de Oficina por C\$65,870.00 que incluye Hardware con todas sus especificaciones más su Sistema de Alimentación Ininterrumpida UPS TRIPP LITE.

Un Router Vigor Fly 200 más Licencias Windows 8 PRO por C\$ 3,200.00.

Para comprobar la factibilidad del negocio, se proyectó un Flujo de Efectivo para los primeros cinco años, mismos que sirvieron de base para la toma de decisiones importantes que nos llevaron a realizar en el primer año un préstamo Bancario hasta por la cantidad de C\$80,000 (ochenta mil córdobas), que serían utilizado para cubrir los gastos operativos preliminares de nuestra empresa y de esta forma evitar iniciar con flujos negativos.

Producto de nuestras crecientes ventas y para darle una mejor atención a nuestros clientes, nos vimos en la necesidad de independizarnos y comprar un local propio que cumpliera con las necesidades de nuestra demanda, por lo que en el tercer año realizamos un segundo préstamo por la cantidad de C\$ 2,500.000, utilizados para la adquisición del bien inmueble y dado como anticipo la cantidad de C\$ 1,500.00 en el momento de la transacción y la diferencia fue pactada cancelarse al año siguiente.

En vista que nuestro producto fundamentalmente es Animación Grafica el cual será proyectada a través de un medio televisivo, calculamos nuestro Punto de Equilibrio en base a la cantidad de segundos vendidos, el cual reflejó que el punto donde los ingresos



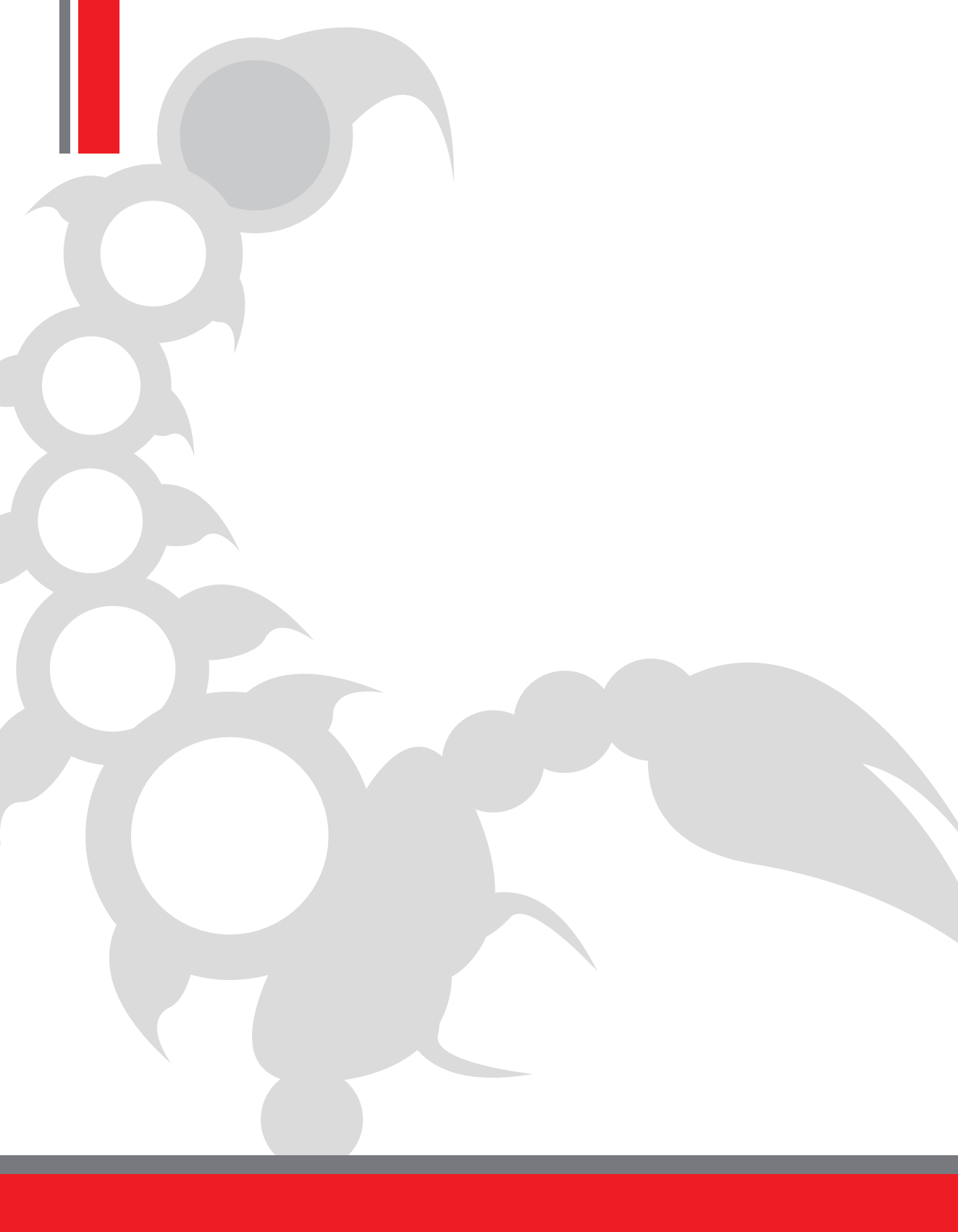
son iguales a sus costos es de 3,708.75 segundos, cifra que nos permitió determinar el volumen de ventas que la empresa necesitaría para obtener beneficio, ya que cualquier monto por debajo de esta cantidad la entidad estaría perdiendo y mayor a ésta la empresa estaría obteniendo utilidades.

Las ventas proyectadas en nuestros Estados de Resultados nos muestran en el periodo de maduración una pérdida por C\$ 52,531.00 así mismo reflejan que nuestras utilidades irán en aumento progresivo desde C\$129,930.00 a partir del segundo año hasta llegar a C\$ 2,702,841.00 en el primer quinquenio por tanto nuestro negocio se volverá totalmente rentable.

El período medio de maduración de una empresa es el tiempo que transcurre desde que invierte una unidad monetaria en la adquisición de factores hasta que es convertida en liquidez a través de su cobro por la venta del producto o servicio ofrecido.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 3	AÑO 5	ACUMULADO
Préstamo Bancario	80,000	2,500,000		2,580,000
Recursos Propios	85,842			85,842
Inversión Total	165,842			
Previsión de Ventas	250,000	750,000	4,200,000	5,200,000

Conciliación Flujo Vs Resultados				
Saldo en caja ( acumulado )				4,402,050
<b>Ajustes a flujo por</b>				
Ingresos de prestamos y efectivo en caja			(85,842)	(2,580,000)
	Edificios		2,500,000	
Compras y amortización a prestamos	Computadoras		69,070	
	Amort. Prest.		1,303,836	
<b>Ajustes a PyG por</b>				
Gastos e ISR	Indemnización		(61,750)	
	IR año-5		(1,158,360)	(13,046)
Resultados acumulados				4,389,004





---

# **Introducción al Plan de Negocio**

---

A decorative graphic element at the bottom of the page consisting of a thick red horizontal bar and a thinner grey horizontal bar positioned above it.



## Introducción al Plan de Negocio

Un Proyecto Empresarial es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina la viabilidad técnica, económica y financiera de la misma y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad de negocio en un proyecto empresarial concreto.

El Plan de Negocio consiste en llevar a cabo la idea empresarial para un proyecto de Pre Factibilidad hacia “Aucre Animation Studio” al crear un espacio destinado a creativos gráficos del país, ofreciendo el servicio de Animación por ordenador 2D, creciendo con el apoyo de la comunidad, para eliminar los malos estereotipos que la mayoría de las personas tienen con respecto al Diseño y generar un mayor respeto todas sus modalidades.

### Objetivos del Plan de Negocio:

- Permite al promotor de una oportunidad de negocio llevar a cabo un exhaustivo estudio de todas las variables que pudieran afectar a dicha oportunidad, aportándole la información necesaria para determinar con bastante certeza la viabilidad del proyecto.
- Ser la carta de presentación de los emprendedores y del proyecto ante terceras personas: bancos, inversores institucionales y privados.

### Utilidades

Si la empresa no ha iniciado las actividades, las utilidades serán:

- Guía de planificación empresarial.
- Instrumento para la búsqueda de financiación.

### Tipo de Empresa

Aucre Animation Studios, es una compañía nicaragüense que ofrece soluciones creativas al Diseño Gráfico y la Animación 2D por computadora para pequeñas empresas que necesitan penetrar el mercado inicial o establecerse en la mente del consumidor mediante la publicidad visual animada.

## Misión

Brindarles a nuestros clientes soluciones integrales de comunicación estratégica, mediante la animación 2D junto al Diseño Gráfico que sumen valor y generen mayor demanda, gracias al concepto integrado de ofrecer todo en un solo sitio.

## Visión

Ser una empresa líder a nivel nacional e internacional explotando al máximo la creatividad nacional con el Diseño Gráfico, creciendo constantemente con el apoyo de diseñadores para impulsar la producción Audiovisual, cambiando el concepto que la mayoría de las personas tienen acerca de hacer un buen Diseño.

## Compromiso

Aucre Studios, tiene el compromiso de suplir a todo su público a nivel local, de producir contenidos Audiovisuales para mejorar la visión que tiene el mundo acerca de un país del tercer mundo como Nicaragua.

### **Sistema de distribución:**

Se tendrá una alianza con los medios de comunicación a nivel de intermediarios para trabajar en conjunto con clientes nuevos, a quienes se les brindará la mejor tasa de venta, los medios tendrán un porcentaje de comisión por cada cliente.

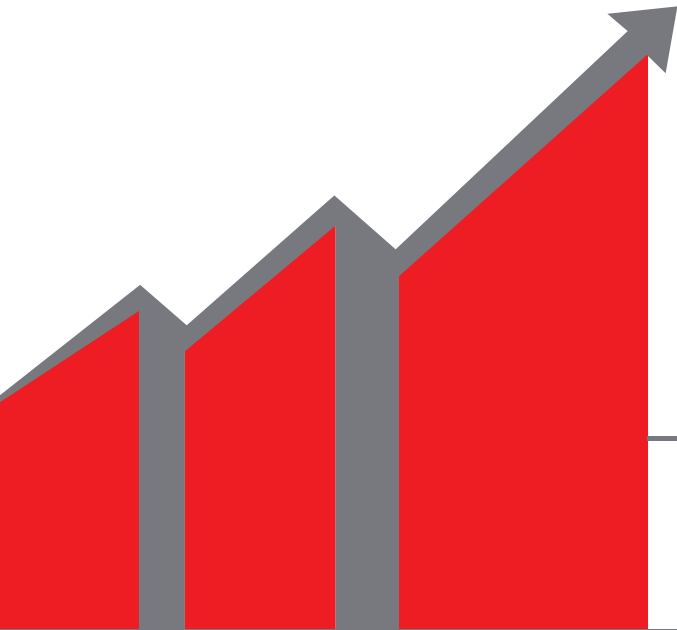
Precio: se brindarán los mejores precios para el estudiante, para los corporativos y para el usuario final con una membresía que hará únicos a los clientes.

## Calidad

Los detalles y el ojo clínico, son los puntos fuertes característicos de la empresa.

## Valores

*Puntualidad*  
*Calidad*  
*Consecuencia*  
*Comunicación*  
*Responsabilidad*  
*Originalidad*  
*Seguridad*  
*Libertad*  
*Trabajo en equipo*  
*Honestidad*



CAPÍTULO I

# EL MERCADO





## I.1 Objetivos de la Mercadotecnia

### Objetivos cuantitativos:

- Maximización del beneficio: Una vez en marcha la empresa, creciendo poco a poco.
- Minimización de costes: únicamente con el capital inicial, a menores costos, mayores ingresos.
- Rentabilidad: Generar un servicio que genere un negocio estable.
- Aumento del número de clientes: a corto plazo, generar el mayor impacto para las empresas ya existentes y para el usuario final. Así como también, adquirir la mejor cuota del mercado.

### Objetivos cualitativos:

- Supervivencia: la penetración inicial en el mercado consumista es un reto muy difícil y complejo si no se lleva a cabo las medidas necesarias para poder triunfar.
- Imagen y calidad: harán que la empresa se posicione en la mente del consumidor.
- Satisfacción de los trabajadores: los colaboradores de la empresa, adoren su puesto y por supuesto siempre estarán motivados a ser mejores cada día.

El margen de utilidad que se desea obtener según el crecimiento anual de la PYMES en Nicaragua es de 1.12% y del 100% del total de la demanda se espera alcanzar un mercado del 15% en el primer año de introducción, en el tercer año 40% y en quinto año un 75%, si logramos establecer una estrategia adecuada, nos posicionaremos como el favorito de nuestros clientes, para llegar a este resultado, requerirá mucho esfuerzo, amor y empeño.

<p><b>Corto Plazo (1 año)</b></p>	<p>Competir en el área audiovisual y diseño gráfico, como meta estimamos tener alrededor de 200 clientes, alcanzando una cifra de ventas aproximada de C\$250,000 córdobas, logrando penetrar el mercado un 4%.</p>
<p><b>Mediano Plazo (3 Años)</b></p>	<p>Tener un local propio, contratar a 150 colaboradores, sumando alrededor de 500 clientes, vendiendo el triple del primer año C\$750,000, penetrando el mercado un 17%.</p>
<p><b>Largo Plazo (5 Años)</b></p>	<p>Aucre Studios estará posicionada en la mente del consumidor, con varias franquicias dentro del territorio nacional y parte del extranjero, realizando producciones nacionales al estilo cinematográfico y otros proyectos locales, teniendo aproximadamente 1200 clientes, vendiendo casi 6 veces la cantidad de hace tres años C\$4,200,000, penetrando el mercado un 30%.</p>

## I.II Investigación del mercado

El sector audiovisual en Nicaragua no ha dejado de crecer en los últimos años, ya que es un ocio para las industrias que buscan constantemente penetrar en la mente del consumidor a través de los medios de comunicación.

- **Tamaño de mercado:**

El tamaño es variable, existen múltiples empresas que están enfocadas a la publicidad, pero todas son individuales. Aucre Studios se enfocará en ofrecer un servicio integrado directo con el cliente y el medio donde decida promocionar su oferta.

El mundo de referencia de las personas cambia constantemente, producto de la relación que van teniendo con los medios de comunicación, con más énfasis en los audiovisuales. No podemos negar que estos medios son los que marcan la relación con el mundo, su entorno, sus gustos, la adquisición de conocimiento, las relaciones personales; todo mediante el sistema de representación gráfica.

- **Consumo aparente:**

Grandes empresas como Coca-Cola, El Verdugo, Gallo más Gallo, Casa Pellas, Rent a Car, Sinsa, Curacao, Claro, Movistar entre otros grandes. Su fuerte es el medio audiovisual en base a Spot TV, viñetas de radio y un sin número de banners para promociones.

Las pymes cuentan con una pequeña cuota, aunque su introducción en el mercado es casi muda. Aucre Studios, se enfocará en aumentar las ventas de estas industrias para promocionar su mercado a través del medio audiovisual.

- **Demanda Potencial:**

- \* **Oportunidades:**

- Las redes sociales, YouTube y los medios locales de TV, ofrecen un espacio abierto para explotar todo el contenido audiovisual junto al diseño gráfico al máximo.
  - Revolucionar el concepto que la mayoría de las personas entienden acerca de la producción audiovisual y el diseño en general.

La facilidad de interactuar directamente con el cliente, asesorándolo en caso de que se necesite y luego la distribución en cualquier medio, incluida en una sola tarifa.

- \* **Amenazas:**

- Penetración inicial de cara al consumidor final.
  - Obtener un convenio entre los medios como intermediarios para llevar a cabo el concepto unificado, llevándonos cada uno un porcentaje por cliente y ventas obtenidos.

**Participación de la competencia en el mercado:**

- Erimotion
- Difuso Audiovisuales
- Mosaico Producciones
- HD Audiovisual

Aucre Studios demostrará que también puede estar a la altura de esas grandes empresas que ya están posicionadas en Nicaragua ofreciendo el mismo servicio más un “plus” diferenciador (Concepto Unificado).

### I.III Estudio de Mercado

En los últimos años Nicaragua está abriendo espacios al sector Audiovisual a fin de incentivar y aumentar las ventas de las empresas que soliciten el servicio.

**Necesidades y factores a satisfacer:**

- Servicio Audiovisual y Diseño Gráfico más Asesoría.
- Enlace directo con el medio una vez terminado el producto (Spot, viñeta y banner).
- Calidad y precio final muy elegante en relación a la competencia.

**Como compra el mercado:**

- Las industrias cada semana vienen renovando su imagen a base de promociones, la llegada de un producto nuevo, o simplemente renovar lo que ya existe. Las PYMES dentro de este mercado están muy pobres y para que puedan establecerse de la mejor forma, Aucre Studios buscara a estos tímidos clientes ofreciéndoles una propuesta atractiva para que puedan introducir sus pequeñas industrias en el mundo audiovisual.

**Metodología:**

Idea + guion + propuesta + producto final + distribución = Cliente Satisfecho.

¿Dónde están?

PYMES, grandes industrias y clientes nuevos (estudiantes o pequeños empresarios).

Participación de la Competencia en el mercado.

Oferta de Servicios	Aucre	Erimotion	Difuso Audiovisuales	Mosaico Producciones	HD Audiovisual
Animación 2D Identidad Visual	SI	SI	SI	SI	SI
Spots	SI	SI	SI	SI	SI
Manual Corporativo	SI	SI	--	--	--
Servicio de Impresión	SI	--	--	--	--
Diseño Gráfico	SI	SI	--	--	--
Postproducción	SI	SI	--	SI	SI
Dirección de Sonido	--	SI	--	--	SI

• Valores Referenciales

#### • ***Demanda Potencial***

Realizar un plan estratégico para Aucre Studios es un paso muy importante para hacerlo crecer y para expandirlo es necesario establecer unas metas a alcanzar.

***Corto Plazo:*** Penetrar el mercado con una propuesta sólida, para ganar un total estimado de 200 clientes de los cuales 60 son PYMES, 60 Empresas grandes y 80 clientes nuevos dando a conocer la marca, destacando de la competencia con un servicio de calidad. Contratar a 10 colaboradores y realizar un préstamo para la renta del local.

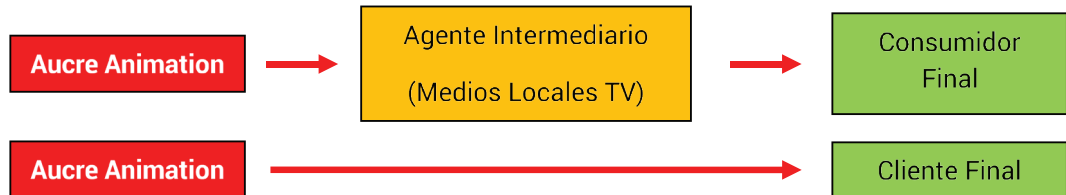
***Mediano Plazo:*** Tener un local propio sin alquiler, contratar más de 100 colaboradores para abarcar una cuota del mercado del 25% generando un negocio estable y rentable para expandir el servicio vía internet por todo el territorio nacional.

***Largo Plazo:*** Ganar una cuota del mercado del 75%, establecer varias sucursales en todo el país. Llegar a ser una gran corporación, agregando nuevos servicios que estén a la altura de otros países. Producir series, películas, comics y telenovelas con recursos propios del país que destaquen en el extranjero. Los clientes y personas recordaran Aucre Studios como la mejor empresa de Diseño Gráfico Audiovisual que revolucionó el mercado con orgullo nicaragüense.

## I.IV Distribución y Puntos de Ventas

Es importante estudiar cuáles serán los canales de distribución a utilizar, en este punto es importante analizar cuál será el medio adecuado.

Canal de distribución para un servicio:



El canal de distribución puede ser selectivo cuando se usan algunos medios intermediarios y puede ser exclusivo cuando se llega directamente del productor al consumidor o al cliente final.

## I.V Promoción del Producto o Servicio

Una buena estrategia de marketing podría representar la diferencia entre una empresa de rápido crecimiento o una retrograda.

Como consecuencia de la liberalización comercial, el crecimiento y desarrollo de los mercados, los servicios que se ofrecen son fácilmente imitables, por lo que la diferenciación entre ellos se dará en el ámbito del servicio postventa intermediario o venta directa con el cliente.

### **Estrategia de promoción:**

- Redes Sociales, para ir ganando terreno.
- Afiches, volantes y posters gratis.
- Periódico
- Manta publicitaria
- Televisión y Radio.
- Relaciones públicas

Vender significa convencer a los clientes para que compren el servicio y para ello, hay que demostrarles que son buenos. Por eso, es necesario entrenar profesionalmente a los vendedores y hay que definir quiénes coordinarán, supervisarán y controlarán el esfuerzo. También hay que definir qué capacitación se dará a cada vendedor y cómo se les transferirá los conocimientos necesarios del producto o servicio y desarrollar sus habilidades de ventas.

- Precio para un Spot publicitario: Tipo de Cambio en dólares (\$28)

Duración	Pre-Compra	Normal	Precio Inter. (Medio TV)
20" Segundos	C\$6,500	C\$7,800	C\$12,000
30" Segundos	C\$10,000	C\$11,700	C\$18,200
40" Segundos	C\$12,000	C\$15,500	C\$22,000

• Precios estimados del momento

Volantes y Anuncios	Facebook	YouTube	Canal de TV	Radio
3000 gratis a C\$1,000	Interactuar con el medio Gratis	Interactuar con el medio Gratis, afiliado al programa Google AdSense	2 Spot de 20" a C\$13,440	2 Viñetas en la frecuencia de 105.1 Mi Preferida a C\$500
Anuncio en revista cinematográfica a C\$1,800				

• Precios estimados del momento

## I.VI Fijación y Políticas de Precio

El precio es una variable del marketing que sintetiza en la mayoría de los casos, la política comercial de la empresa. Las necesidades del mercado fijadas en un servicio con atributos determinados y el proceso de producción son los que determinaran el futuro de la empresa y para integrarnos en el mercado competitivo, la empresa fijara el precio que considere el adecuado.

Para el cliente potencial, el valor del producto se manifiesta en términos objetivos y subjetivos, ya que tiene una escala muy particular a la hora de calcular los diferentes atributos de los que está compuesto, de ahí la denominación de caro o barato que les da. Sin embargo, para la empresa el precio es un elemento muy importante dentro de su estrategia de mercadeo junto con el producto, la distribución y la promoción. El precio es una estimación cuantitativa efectuada sobre el servicio ofrecido.

Área Interna	Área Externa
Costes	Mercados (Competencia)
Cantidad	Tipos de clientes
Precios	Ubicación geográfica
Beneficios	Canal de distribución
Medios de producción	Promoción

- **Política general:**
  - ✓ El precio final de cara al consumidor será en córdobas con su respectivo equivalente al tipo de cambio de ese día.
  - ✓ El cliente deberá presentar su idea o propuesta 2 semanas antes de lanzar su promoción.
  - ✓ Cada segmento de mercado obtendrá una membresía para su compra (Corporativa, Universitaria, Invitado y Aucretinum).
  - ✓ No gozan de bonificación los programas nacionales y eventos especiales.
  
- **Política para la membresía de “Invitado”:**
  - ✓ Los precios serán los más bajos del mercado muy económicos para los aventureros principiantes.
  - ✓ No incluye el servicio de intermediario.
  - ✓ Únicamente incluye el precio final sin asesoría.
  - ✓ Se mantiene la calidad en el producto final.
  
- **Política para la membresía “Universitaria”:**
  - ✓ Al igual que la membresía de “invitado” el precio será favorable.
  - ✓ Se mantiene la calidad con detalles medios, en el producto final.
  - ✓ Incluye el servicio de intermediario con limitaciones.
  
- **Política para la membresía “Corporativa”**
  - ✓ Producto final de calidad con detalles de alto valor.
  - ✓ El cliente puede elegir si desea tener el producto terminado o usar el medio intermediario para su distribución.
  - ✓ El costo será reflejado en córdobas al tipo de cambio de ese día.
  - ✓ La tarifa por el uso intermediario se ofrece en disponibilidad para Spots de 20”, 30”, 40” y 60” segundos. Si la duración del comercial excede el tiempo adquirido, se aplicará un costo adicional.
  - ✓ No se autoriza pauta a clientes con pagos pendientes después de los 30 días estipulados.
  - ✓ Se pueden firmar convenios de pre-compra o prepago dependiendo del monto de inversión.
  - ✓ Si por razones de fuerza mayor justificada, se aceptara suspender la producción de manera temporal y debe notificarse por escrito con tres

días de anticipación. Favor tomar en cuenta el tiempo invertido en el proceso.

- ✓ Toda pauta será reflejada en córdobas al tipo de cambio del día.
- **Política para clientes “Aucretinum”:**
  - ✓ Solamente los clientes fieles a nuestros servicios obtendrán esta membresía, exclusiva que gozará de excelentes tarifas con descuentos exquisitos y se otorga prioridad a la acción.
  - ✓ Sin restricciones de ningún tipo, salvo en caso de estricto cumplimiento en el pago.
  - ✓ Todo incluido.

## I.VII Plan de Introducción al Mercado



La introducción al mercado es el paso fundamental para dar inicio a un reto muy importante y es necesario realizar una serie de pasos para posicionarnos correctamente en la mente del consumidor.

- Investigación del mercado y el entorno económico.
- Definir el mercado objetivo.
- Establecer una excelente estrategia de marketing.
- Mostrar el servicio y ofertas.
- Control del plan de publicidad.



## I.VIII Riesgos y Oportunidades del Mercado

- ✓ Riesgos:
  - Adquirir licencia para distribuir el producto del cliente en los medios televisivos locales que funcionen como “intermediarios”.
  - Regulación y cumplimiento.
  - Reducción de gastos.
  - Gestión del talento.
  - La presión sobre los precios estándares.
  - La recesión con lenta recuperación.
  - El acceso a un crédito.
  
- ✓ Oportunidades:
  - Mejorar la ejecución de la estrategia inicial en las áreas del negocio.
  - Innovar en los servicios y en operaciones.
  - Invertir en planes de expansión y localidad estable.
  - Mejorar la practica en la relación con los inversores.
  - Nuevos canales de marketing
  - El crecimiento de los mercados emergentes
  - Invertir en procesos y herramientas para mejorar la productividad.

## I.IX Sistema y Plan de Ventas

### ❖ Sistema:

Crear una empresa no es tan sencillo como parece, pero si analizamos un poco, podemos llegar a profundizar nuestras ideas, llegarlas a implementar es nuestro reto a seguir.

- Aumentar la participación en el mercado, integrándonos con una excelente campaña publicitaria, utilizando los medios más vistos como la televisión, radio y redes sociales. *Frecuencia: (mensual).*
- Actualizar los equipos tecnológicos para aumentar la eficacia, dependiendo de la vida útil de la misma. *(licencia original pagada por software).*
- Crear pequeños mensajes en forma de viñetas acerca de la historia del Diseño y una introducción al campo audiovisual para combatir los malos estereotipos generados en el público nicaragüense acerca de esta profesión. *Frecuencia: Mensual.*
- Fortalecer las relaciones en los consumidores para ofrecer una mayor variedad de *servicios. Frecuencia: (Anual) - Perspectiva: (Consumidores).*
- Maximizar la rentabilidad de la empresa, ofreciendo servicios de alta calidad a un precio muy accesible para los pequeños negocios y a las altas corporaciones. *Perspectiva: (Financiera).*
- Evaluar cómo se mueve el mercado actualmente en el país y cuál es el producto más vendido para tomar iniciativa desde este punto.
- Potenciar la motivación en cada uno de los colaboradores de la empresa,

fortaleciendo el rendimiento y la comunicación interna. *Frecuencia: (Semanal)*  
*Perspectiva: Clientes*

- El pensamiento estratégico lleva implícito un mensaje de cambio: la necesidad de adaptación al entorno cambiante en el que vive la organización. En este contexto, la comunicación interna permite la introducción, difusión, aceptación e interiorización de los nuevos valores y pautas de gestión que acompañan el desarrollo organizacional.
  
- ❖ *Plan de ventas:*
  
- ✓ Situación ¿Dónde estamos ahora?
  - En un mercado que va creciendo constantemente a través de nuevas demandas que los clientes necesitan para promocionar sus nuevos productos o servicios a través de los medios audiovisuales y la TV.
  
- ✓ Objetivos ¿Dónde queremos llegar?
  - A posicionarnos como una empresa líder dentro del área audiovisual, marcando un antes y después en el entorno gráfico para demostrar que Nicaragua si tiene talento creativo.
  
- ✓ Estrategias ¿Cómo lo haremos?
  - A través de las redes sociales como medio introductorio para darnos a conocer como un nuevo medio audiovisual dispuesto a crear entornos gráficos animados con calidad y detalles.
  
- ✓ Tácticas (Los detalles de la estrategia)
  - Mostrar nuestras habilidades a través de Facebook y YouTube, así como también volantes y afiches gratis para los estudiantes y cualquier persona que le interese el entorno grafico animado.
  
- ✓ Acciones (Actividades diarias o semanales)
  - Mantenernos actualizados movilizándonos en los medios para no perder la línea, ganar terreno y conseguir nuevos clientes.
  
- ✓ Control (Observación, resultados y conclusiones)
  - Verificar cómo reaccionan los nuevos clientes con la introducción de una nueva empresa audiovisual, nuestros trabajos, dando como resultado a una nueva estrategia concluyendo a una mejora continua, según las necesidades del cliente.

## Organigrama





CAPÍTULO II

# PRODUCCIÓN





## II.I Objetivos del área de producción

- Contar con la instalación y la infraestructura necesaria para montar el negocio.
- Equipo de alta calidad listo para explotar al máximo su capacidad.
- Personal colaborador motivado.

## II.II Especificaciones del servicio

Animación gráfica del producto o servicio ofrecido por el cliente y su idea a través de:






- Spots
- Intro o Viñeta
- Banner
- Bug

## II.III Descripción del proceso de producción

El proceso de producción comienza cuando el cliente envía su arte final o storyboard para animación. Para trabajar usando los programas necesarios, se requiere de una licencia pagada por cada uno.

- Establecer una tarifa por el tiempo que durará la animación.
- El cliente elige el tiempo de duración que va entre los 8ss; 60ss o más y el formato de video exportado ya sea en NTSC estándar para la televisión local en Nicaragua o HD y FULL HD (720p y 1080p) de resolución.
- El arte es importado al programa Adobe After Effects para (Spots, intro, viñetas o bugs) y en Postproducción al programa Adobe Premier Pro (Edición y efectos especiales).
- El arte es importado al programa Adobe After Effects para (Spots, intro, viñetas o bugs) y en Postproducción al programa Adobe Premier Pro (Edición y efectos especiales).
- Verificar que el arte enviado por el cliente es editable.
- Comienza el proceso de animación creativa con calidad y eficiencia, manipulando el arte adaptándolo al formato requerido por el cliente.
- Según la elección en elegir Spot, Intro, Banner o Bug, se exportará el video pre final en un formato pequeño de baja calidad para ser aprobado por el cliente.
- Si el cliente no está de acuerdo con la propuesta animada de su arte, se procede a los respectivos cambios.
- Una vez aprobado, se exporta el video en la calidad original final listo a ser enviado.
- El cliente realiza su pago y el video es entregado.

## II.IV Diagrama del flujo de procesos

	<b>Operación</b>	Establecer una tarifa por el tiempo que durará la animación.
		El cliente elige el tiempo de duración que va entre los 8ss; 60ss o más y el formato de video exportado ya sea en NTSC estándar para la televisión local en Nicaragua o HD y FULL HD (720p y 1080p) de resolución.
		El arte es importado al programa Adobe After Effects para (Spots, intro, viñetas o bugs) y en Postproducción al programa Adobe Premier Pro (Edición y efectos especiales).
	<b>Inspección</b>	Verificar que el arte enviado por el cliente es editable.
		Comienza el proceso de animación creativa con calidad y eficiencia, manipulando el arte adaptándolo al formato requerido por el cliente.
	<b>Transporte</b>	Según la elección en elegir Spot, Intro, Banner o Bug, se exportará el video pre final en un formato pequeño de baja calidad para ser aprobado por el cliente.
	<b>Retraso</b>	Si el cliente no está de acuerdo con la propuesta animada de su arte, se procede a los respectivos cambios.
	<b>Almacenamiento</b>	Una vez aprobado, se exporta el video en la calidad original final listo a ser enviado.
		El cliente realiza su pago y el video es entregado.

## II.V Características de la Tecnología

			Precio	Vida Útil
Software	Microsoft Windows 8 Pro (Original) (Actualizado a Microsoft Windows 10 Pro) Gratis		C\$1,500	10 Años con soporte de Microsoft
	Adobe Creative Pack Completo	Adobe After Effects CC 2015	C\$16,772	Anual (Actualizable)
		Adobe Premier Pro CC 2015		
		Adobe Illustrator CC 2015		
		Adobe Photoshop CC 2015		
		Adobe InDesign CC 2015		
		Adobe Audition CC 2015		
Otras herramientas incluidas en el pack				
Especificaciones del PC de Escritorio (Asus MHVII NZXT)				Vida Útil
Hardware	Procesador	Intel Core i7 Cuarta Generación a 4.0GHz máximo 4.4GHz.	C\$61,750	7 Años
	Chipset	Intel Z97		
	Memoria RAM	8GB 2x4GBG.Skill Trident X Series DDR3 2400 Capacidad máxima hasta 32GB.		6 Años
	Tarjeta de Video	EVGA GeForce GTX 750 Ti Superclocked de 2GB, 128bits GDDR5.		7 Años
	Tarjeta Madre	Asus Maximus VII Hero (BIOS Actualizado 2015)		10 Años
	Tarjeta de Red	Intel I218V, 1 x Controladora de red Gigabit		
	Disco Duro	WD Black de 1TB		5 Años
	Servidor	WD My Cloud de 2TB		6 Años
	Monitor	AOC i2769vm de 27" Pulgadas Full HD		5 Años
	Parlantes y Accesorios	Sony SRS-88PC Teclado y Mouse DELL Escritorio Grande		Hasta agotar su vida útil
	Cámara Web	Microsoft LifeCam Studio		5 Años
	Fuente de Poder	EVGA SuperNOVA 850 G2 de 850W		7-10 Años con soporte extendido
	Sistema Operativo	Microsoft Windows 10 Profesional de 64bits		10 Años con soporte de Microsoft
	Proveedor de Internet	Router VigorFly 200		Modem Yota One (Velocidad máxima 5MB)
UPS	Batería de Respaldo Forza SL-761	Tripp-Lite Smart1000LCD	C\$4,120	Hasta agotar su vida útil
		Forza SL-761		

## II.VI Equipo e Instalaciones

- **Equipo de trabajo:**

PC de escritorio Asus MHVII NZXT máquina de alta calidad para realizar cualquier trabajo audiovisual.

- **Ventilación:**

El equipo a temperatura ambiente trabajará adecuadamente para su buen funcionamiento. Además, el PC posee una ventilación interna para el procesador en caso de que se estrese al producir, editar o crear cualquier video audiovisual.

- **Ambientación:**

El equipo de trabajo se encuentra en la sala de la casa en un espacio cómodo con abanico personal.

- **Espacio:**

Durante el transcurso de la introducción en el mercado, Aucre Studios operará dentro de una casa, ubicado en la mitad de la sala.

**Capital Principal Total: C\$85,842**

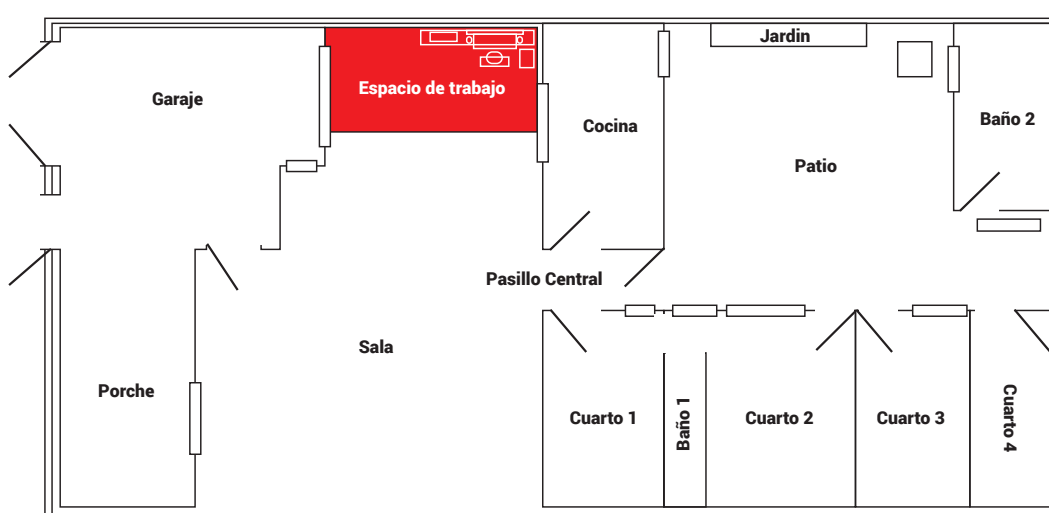
**Préstamo Bancario: C\$80,000**

**Inversión Total: C\$165,842**

**Costos:**

- Consumo de Energía eléctrica e Internet aproximadamente C\$1,400 mensuales.
- Promocionales de la marca aproximadamente C\$14,000.

### Plano (Ubicación del Espacio de Trabajo)



**CARACTERÍSTICAS  
DE LA  
TECNOLOGÍA**



## II.VII Materia Prima

- Proveedor directo para comprar y traer accesorios informáticos u otros en caso de necesitarse.
- El tiempo a utilizar el PC de escritorio será de 8 horas diarias.
- Disco Duro de respaldo en caso de pérdida de información.
- El Servidor de 2TB y el internet serán los únicos que estarán funcionando permanentemente las 24 horas del día.

## II.VIII Capacidad Instalada

- La instalación contará con 1 solo PC de escritorio de alto rendimiento para satisfacer cualquier necesidad de los clientes.
- 1 Pantalla Full HD de 27 Pulgadas perfecto para trabajar cómodamente.
- El PC de escritorio tiene la capacidad de expandir su hardware con el paso del tiempo como máximo hasta 10 años.
- El servidor de 2TB WD My Cloud tiene un puerto de expansión en caso de quedar cortos de espacio y la PC de escritorio cuenta con 8 puertos para nuevos discos duros de mayor capacidad.

Con estos recursos, es totalmente idóneo comenzar a operar el negocio audiovisual ya que es suficiente dentro del marco introductorio para satisfacer las demandas de mis potenciales clientes al menos en el corto plazo.

## II.IX Manejo de Inventarios

Aucre Studios no invertirá en una nueva materia prima hasta que ésta presente un desgaste en el tiempo determinado de su vida útil.  
Si la demanda crece en el corto plazo, se invertirá en contratar nuevo personal y nuevas PC de escritorio que suplirán las necesidades del momento.

## II.X Ubicación de la empresa

Aucre Studios se ubica en Managua (Unidad de Propósito, de la Iglesia Canaán, 10vrs al sur, 15vrs Oeste, Casa A4).  
Ubicación temporal, hasta crecer gradualmente para asentarnos en un local propio más cómodo para los futuros clientes.

## II.XI Mano de obra requerida

- El estudio contará únicamente con 2 colaboradores.
- El Animador Gráfico.
  - El promotor de ventas

## II.XII Procedimientos de mejora continua

Este será el método a seguir.

- Planificar
  - Organización lógica del trabajo
  - Identificar problemas
  - Observar y analizar
  - Establecer metas a alcanzar
  - Establecer un punto de control
- Hacer
  - Realizar tareas planificadas
  - Preparar exhaustivamente lo previsto
  - Crear un plan controlador
- Comprobar
  - Verificar los resultados de las acciones realizadas
  - Comparar los objetivos y metas
- Ajustar
  - Aprovechar y extender el aprendizaje y la experiencia adquirida en otros casos
  - Analizar los datos obtenidos
  - Proponer alternativas de mejora
  - Estandarizar
  - Preparar la siguiente etapa del plan

Aucre Studios estará dispuesto al cambio escuchando los respectivos “feedbacks” de los clientes y usuarios para brindarles la mejor experiencia que ellos requieran.

Alcanzar los mejores resultados no es labor de un día. Es un proceso progresivo en el que no puede haber retrocesos, ya que se cumplirán los objetivos de la organización preparándose para los próximos retos. Siempre se mantendrá motivado al personal que forma parte de la entidad de creativos y todo el entorno que forman la empresa.

## II.XIII Programa de producción

El servicio de audiovisual se realizará con la PC de Escritorio y con los respectivos softwares.

Atender las necesidades de los clientes de la forma más eficiente y menos costosa, dentro de los estándares de calidad y eficiencia.

En el plazo de 1 año estimamos vender alrededor de C\$250,000 produciendo Spots, Viñetas o Bugs animados contando con 200 clientes.

La empresa establecerá metas mensuales a fin de motivar la creatividad mejorando constantemente.

Se realizarán campañas que promuevan la realidad en la que vive actualmente Nicaragua y otros mensajes educativos o realistas que formarán parte de nuestra marca como promotores en el ámbito de comunicación visual.



CAPÍTULO III

# ORGANIZACIÓN

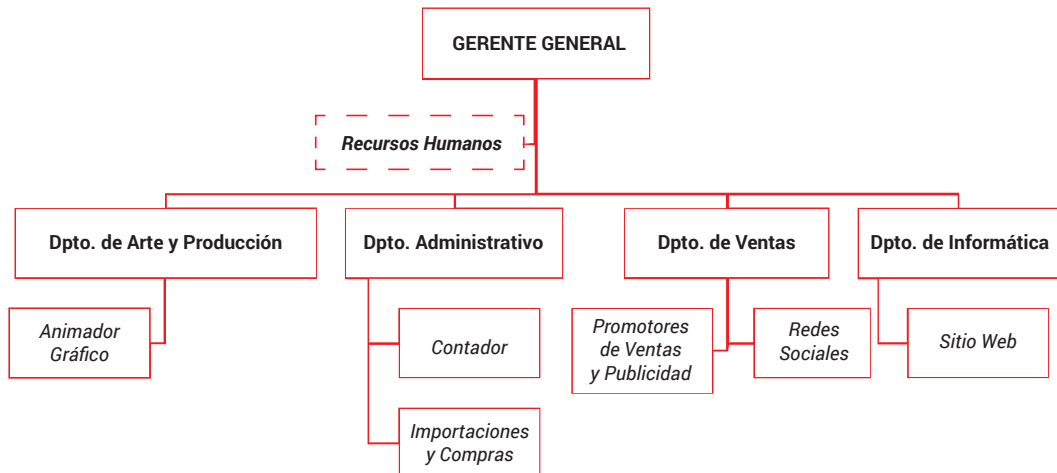




### III.I Objetivos del Área de Organización

- Garantizar el equipo adecuado para asegurar la producción de la empresa.
- Administrar correctamente los bienes y recursos.
- Asegurar que el espacio de trabajo sea el adecuado.
- Establecer un reglamento para el personal.
- Proyectar metas a corto plazo para enriquecer y mejorar constantemente.
- Realizar un Manual de Funciones para cada área operativa de la empresa.
- Expandir los medios de producción en caso de necesitarse.

### III.II Estructura Organizacional



### III.III Funciones Específicas por Puesto

#### ➤ MANUAL DE FUNCIONES

---

#### *Políticas Empresariales de Aucre Animation Studio*

---

- Orientar la actividad empresarial hacia el aseguramiento continuo de la calidad y el servicio al cliente, mediante la capacitación del personal, para mejorar continuamente nuestros productos y servicios.
- Promover el desarrollo de la eficiencia y la capacidad competitiva en todas las actividades, de manera que se garantice la productividad, procurando los menores costos.
- Contribuir con el desarrollo del país, al producir y promover contenido nacional.
- Fomentar las buenas relaciones con los colaboradores a efecto de lograr los objetivos empresariales, con base en los principios de eficiencia, equidad, justicia y solidaridad.
- Evaluar periódicamente la gestión de la Empresa, con el propósito de verificar si sus actuaciones se ajustan a lo planificado.
- Gestionar la promoción del talento humano y la idoneidad en todos y cada uno de los puestos existentes en la empresa, con el propósito de retribuir salarialmente a los colaboradores según su conocimiento, experiencia y desempeño a un ascenso.
- Recibir e interactuar con las opiniones y comentarios de los clientes en base a quejas o sugerencias que nos permitan crecer y mejorar constantemente.
- Orientarnos hacia los clientes, para conseguir satisfacción y fidelidad.
- Proteger los recursos de información frente a amenazas, internas o externas, deliberadas o accidentales con el fin de asegurar cumplimiento de la confidencialidad, integridad y disponibilidad en caso de surgir cualquier idea innovadora.

#### **Estructura Orgánica de Aucre Studios**

- ❖ Gerente General
- ❖ Recursos Humanos
- ❖ Jefe o Líder de Área
- Dpto. de Arte y Producción
- Dpto. Administrativo
- Dpto. de Ventas
- Dpto. de Informática

Son servidores las personas que por contrato o nombramiento laboran en la Empresa, sus deberes y derechos se estipulan en el respectivo Contrato de Servicios regidos bajo nuestra política y la ley del derecho del trabajador.

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b>	<b><i>Gerente General</i></b>
<b>Supervisa:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dpto. Arte y Producción</li> <li>• Dpto. Administrativo</li> <li>• Dpto. de Ventas</li> <li>• Dpto. de Informática.</li> </ul>
<b>Función Básica:</b>	Tiene a su cargo la planificación y dirección de todas las actividades y operaciones necesarias que se llevan a cabo para realizar un servicio en la organización.
<b>Requisitos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener carácter emprendedor y ser una persona con gran responsabilidad para ser el representante de la organización.</li> <li>• De profesión preferiblemente “Administración de Empresas”.</li> </ul>
<b>Jefe Inmediato:</b>	Presidente de la Compañía

---

***Funciones del Gerente General***

---

Responsabilidades para la alta gerencia:

- Representar la empresa, tomar decisiones, supervisar, dirigir y ser un líder dentro de ésta.
- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- Coordinar, dirigir y controlar el desempeño de las áreas.
- Organizar y sistematizar los servicios administrativos, económicos, técnicos y de asistencia velando por su correcto funcionamiento.
- Revisar la elaboración del presupuesto, la programación y las cuentas anuales para su informe.
- Suscribir contratos que se enmarquen en el presupuesto y los planes aprobados por el comité ejecutivo.
- Velar por el respeto de las normativas y reglamentos vigentes.
- Actuar en coherencia con los valores organizacionales.
- Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
- Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.
- Presentar al Presidente de la compañía, estados de situación e información de las marchas de la empresa.
- Aprobar el Manual de Organización y Funciones.
- Planeamiento Estratégico, táctico y operativo.

**Roles que debe asumir un buen Gerente:**

- **Supervisor:** Buscar y recibir información, realizar publicaciones periódicas, informes y reportes sobre la situación de la compañía. Mantiene contacto personal con las partes interesadas, socios y accionistas de la empresa.
- **Divulgador:** Transmitir información a miembros de la organización a través de memorandos, informes y llamadas telefónicas.
- **Portavoz:** Transmitir información a los usuarios externos a través de informes, notas y discursos.
- **Delegado:** Realiza las tareas formales y simbólicas, tales como saludar a los visitantes y la firma de documentos legales.
- **Líder:** Dirigir y motivar a los colaboradores, ganar el consenso y comunicarse adecuadamente con su personal a cargo.
- **Coordinador:** Mantener vínculos de información, tanto dentro como fuera de la organización a través de correo electrónico, llamadas telefónicas y reuniones.
- **Emprendedor:** Iniciar proyectos de mejora continua y crecimiento, identificar nuevas ideas y delegar responsabilidad a otras personas.
- **Mediador:** Toma medidas correctivas en caso de problemas o crisis, resuelve los conflictos entre los colaboradores y los adapta a diferentes ambientes.
- **Asigna Recursos:** Decide quién recibe los recursos, revisa presupuestos, cronogramas de tareas establecidas y determina prioridades.
- **Negociador:** Representa la empresa durante las negociaciones de contratos importantes, ventas, compras y presupuestos con terceros.



IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
<b>Nombre del Cargo:</b>	<b>Recursos Humanos</b>
<b>Supervisa:</b>	Reclutamiento y selección del personal.
<b>Función Básica:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de Nómina</li> <li>• Inscripción ante el INSS al nuevo ingreso</li> <li>• Envío del archivo en línea de las deducciones de las cotizaciones de los colaboradores.</li> <li>• Control de vacaciones, horas extras, subsidios y permisos.</li> <li>• Asignación de uniformes</li> </ul>
<b>Requisitos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De preferencia Ingeniero Industrial.</li> <li>• Liderazgo</li> </ul>
<b>Jefe Inmediato:</b>	Gerente General

#### ***Funciones para el Dpto. de Recursos Humanos***

- ***Supervisión:*** Es el acto de ver el trabajo del personal y lo que realizan los superiores hacia los subordinados (colaboradores).
- ***Motivación:*** Mantener a las personas estimuladas, inspiradas e incentivadas de diferentes maneras para que las mismas produzcan los resultados esperados y exista cohesión en el grupo de trabajo.
- ***Capacitación:*** Mantener actualizado al personal en torno a los cambios para el mejor desempeño de sus funciones.
- ***Liderazgo:*** Es la conducción del grupo de trabajo de manera positiva y hacia la dirección deseada para conducir personas y motivarlas a alcanzar las metas. Los líderes pueden ser naturales o impuestos.
- ***Comunicación:*** Es el puente de entendimiento entre las diferentes personas y áreas que trabajan en una empresa. Gracias a la comunicación se transmite información, se almacena, se consulta y se obtiene retroalimentación de cada una de las acciones tomadas.

Una de las funciones más importantes es el “Control “de las acciones llevadas a la práctica para cumplir con los objetivos planteados.

Establecer el resultado óptimo o el estándar que se desee.

Comparar los resultados que se están obteniendo con aquellos estándares.

Tomar acciones correctivas en caso de que se detecten desviaciones.

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b>	<b><i>Gerente Administrativo Financiero</i></b>
<b>Supervisa:</b>	Dpto. Administrativo.
<b>Función Básica:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contabilidad y finanzas</li> <li>• Asignación de recursos</li> <li>• Supervisor</li> <li>• Compras y control de insumos</li> <li>• Elaboración del control interno de la compañía.</li> </ul>
<b>Requisitos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Graduado en contabilidad</li> <li>• Administrador o carreras a fine.</li> </ul>
<b>Objetivo Principal</b>	Realizar la eficaz y eficiente administración de los recursos financieros y físicos utilizados para el cumplimiento de las metas de la empresa, controlando y evaluando las actividades de compras, presupuestos, costeos, pago de obligaciones y el registro contable.
<b>Jefe Inmediato:</b>	Gerente General

---

***Funciones para el Dpto. de Administración***

---

- Responder ante el Gerente y Junta Directiva, por la eficaz y eficiente administración de los recursos financieros y físicos de la empresa.
- Responder por la elaboración y presentación oportuna ante la Gerencia y Junta Directiva de los estados financieros.
- Establecer y operar las medidas necesarias para garantizar que el sistema de contabilidad este diseñado para que su operación facilite la fiscalización de los activos, pasivos, ingresos, costos, gastos, y en general de manera que permitan medir la eficacia y eficiencia de todos los rubros.
- Emitir por escrito las principales políticas contables necesarias para asegurar que las cuentas se operen bajo bases eficientes y consistentes, así como para la clara definición y asignación de responsabilidades de funcionarios y empleados.
- Elaborar, analizar y consolidar los Estados Financieros.
- Definir y aplicar los parámetros para el presupuesto de ingresos, gastos y compra de activos, de acuerdo con las políticas definidas por la Junta Directiva y la Gerencia.
- Elaboración de declaraciones mensuales y anuales para la DGI.
- Establecer las medidas requeridas para garantizar la protección de los recursos y activos de la empresa, evitando su uso inadecuado.
- Coordinar el manejo y actualización del inventario de los materiales, suministros, bienes muebles e inmuebles utilizados por la empresa.
- Control de las pólizas de seguro de todos los equipos de la empresa.
- Control de las depreciaciones de los bienes muebles.
- Supervisar al personal bajo su cargo.

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b>	<b><i>Director Creativo</i></b>
<b>Supervisa:</b>	Dpto. de Producción.
<b>Función Básica:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generador de ideas y planes de acción</li> <li>• Comunicador visual</li> <li>• Control de calidad</li> <li>• Supervisar y dirigir ilustraciones</li> <li>• Autonomía y Autoridad</li> </ul>
<b>Requisitos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñador Gráfico</li> <li>• Ilustrador</li> <li>• Animador de Objetos 3D</li> </ul>
<b>Objetivo Principal</b>	El Director Creativo es aquel encargado de coordinar y supervisar operaciones para que esta opere de la mejor manera, siendo el responsable del diseño general, la animación y la calidad del proyecto final.
<b>Jefe Inmediato:</b>	Gerente General

***Funciones para el Dpto. de Producción***

- Gestionar y supervisar al personal a cargo.
- Diseñar material gráfico o animarlo para las diversas necesidades de los clientes de la compañía.
- Producir o diseñar un servicio que cree ganancias e ingresos para la empresa.
- Realizar una autoevaluación que vele por la calidad, cantidad y costo de los bienes producidos.
- Analizar y supervisar las operaciones en su debido tiempo y la capacidad requerida.
- Conocer las tendencias y adelantarse a la competencia.
- Diseñar nuevas campañas de promoción.
- Sugerir técnicas para mejorar la calidad de los artes finales.
- Diseñar elementos gráficos visuales necesarios para cualquier campaña de promoción y comunicación en coordinación con el área del Dpto. de ventas.
- Reunirse con el cliente para definir las necesidades estéticas del buen diseño.
- Conceptualiza las ideas y las adapta gráficamente a la pantalla.
- Motivar a sus colaboradores para mejorar el desempeño y eficiencia en la compañía.
- Mantener los estándares de calidad de la producción final.
- Reunirse periódicamente con sus colaboradores con el fin de incentivarlos a realizar propuestas para una nueva campaña o aporte innovador para la empresa.
- Ser organizado y promover el trabajo en equipo.
- Revisar y mantener al día la producción.
- Hacer copias de respaldo en caso de emergencia.
- Realizar informes sobre el estado de los trabajos realizados o en procesos.
- Resolver los conflictos internos de su área con responsabilidad y ética.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
<b>Nombre del Cargo:</b>	<b>Gerente de Ventas</b>
<b>Supervisa:</b>	Dpto. de Ventas.
<b>Función Básica:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negociador</li> <li>• Atención al Cliente</li> <li>• Planificar planes estratégicos</li> <li>• Segmentar clientes</li> </ul>
<b>Requisitos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título en Mercadotecnia</li> <li>• Título en Administración.</li> </ul>
<b>Objetivo Principal</b>	Es la persona encargada de cumplir con las metas de venta determinadas por la Gerencia, a través de la eficiente administración de su departamento y la fuerza de ventas al planificar, ejecutar y controlar sus estrategias.
<b>Jefe Inmediato:</b>	Gerente General

---

### ***Funciones para el Dpto. de Ventas***

---

- Mantener una buena relación laboral u social entre el cliente y la empresa.
- Previsión de ventas a raíz de las expectativas empresariales (marcadas con el Dpto. Administrativo).
- Fijación de márgenes y precios.
- Usar estrategias de mercado para captar la atención del cliente.
- Mantener un equilibrio del mercado.
- Suministrar nuevos métodos de ventas.
- Incentivar las ventas a través de las herramientas de marketing disponibles para la comunicación (publicidad, relaciones públicas, promociones, eventos y redes sociales).
- Atender y procurar el incremento de la cartera de clientes a fin de establecer relaciones comerciales que permitan incrementar las ventas.
- Supervisar las actividades del personal asignado a su departamento.
- Proponer, desarrollar y supervisar en coordinación con las áreas respectivas de la campaña de promoción y publicidad que se requieran para dar a conocer los servicios de la empresa.
- Control de la fiabilidad del servicio post-venta para asegurar su correcta ejecución.
- Definir ciclos de vida de los servicios en caso de utilizar el medio televisivo para su distribución.
- Conocimiento exhaustivo del mercado, agentes que intervienen y afectan a la empresa, tendencias y evolución.
- Realizar campañas publicitarias en los medios sociales actuales.

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b>	<i>Jefe de Sistemas</i>
<b>Supervisa:</b>	Dpto. de Informática.
<b>Función Básica:</b>	Soporte Técnico Control del inventario informático
<b>Requisitos:</b>	Ingeniero de Sistemas Ingeniero en Computación
<b>Objetivo Principal</b>	El Jefe del área de Sistemas, tiene la responsabilidad de dar servicio integral de soporte técnico en su ámbito de responsabilidad.
<b>Jefe Inmediato:</b>	Gerente General

***Funciones para el Dpto. de Informática***

- Conocer los procesos operativos fundamentales de la empresa.
- Selección e instalación de Sistemas Informáticos. Define la configuración tanto para servidores como para puestos de trabajo. Elección de Sistemas Operativos, e instalación de Software base.
- Administración de Sistemas.
- Administración de Bases de Datos y correo electrónico interno de la empresa.
- Administrar las cuentas de acceso de los usuarios, tanto a la red como aplicaciones instaladas.
- Descarga archivos recibidos de los clientes y los adapta al formato prediseñado internamente o uno compatible.
- Soluciona los problemas presentados en los Sistemas Informáticos de cada área.
- Soporte técnico a los colaboradores y el mantenimiento de Equipos.
- Administrar, actualizar y dar mantenimiento al Sitio Web de la empresa.
- Área de asesoramiento.
- Apoyo técnico a la dirección en la facilidad de la elaboración de informes mediante un programa diseñado.
- Migrar los datos en caso de cambios de hardware o software.
- Implementar un espacio de FTP que permite la transferencia de archivos internos de la compañía para cada una de las áreas.
- Administrar, actualizar y mantener en operatividad los programas aplicativos instalados en cada área.
- Mantener actualizados los programas antivirus y resolver las contingencias causadas por virus informáticos o código malicioso.
- Elaborar y mantener actualizado un inventario de insumos bajo su responsabilidad que tengan que ver con el uso de equipos de cómputo y periféricos.
- Vigilar que se cumpla el reglamento de uso aceptable de equipos de cómputo e informar a sus mandos superiores en caso de incumplimiento.
- Mantener al día las copias de Seguridad y el respaldo de Información en la empresa.

## ❖ Funciones Internas de la Empresa

---

### *Funciones para cada uno de los Colaboradores de la Empresa*

---

- Conocer su puesto y tareas asignadas: Cada colaborador es responsable de conocer sus funciones y tareas asignadas, pero también el líder del área o responsable debe asegurarse de que el trabajador haya llegado a dominar las habilidades necesarias para realizar la tarea por completo.
- Si el colaborador no está seguro de cómo manejar el trabajo asignado debe comunicar a sus superiores para obtener sugerencias y orientaciones en el cumplimiento de la labor, esto ayudara en la construcción de buenas relaciones no solo con sus superiores sino también con sus colegas.
- Tener un plan de trabajo o calendario permite a los colaboradores gestionar mejor su tiempo y cumplir con los plazos asignados para sus tareas.
- Utilizar los recursos disponibles y asumir responsabilidades: Los colaboradores deben tener sentido de responsabilidad hacia los recursos de la Organización. Como parte de la Empresa cada trabajador es igualmente responsable de los recursos existentes en ella tanto en uso como cuidado.
- Participación: La escucha activa y la participación permite a los colaboradores trabajar en equipo, al mismo tiempo los superiores deben aprovechar esto para comunicar los objetivos de la empresa y como conseguirlos trabajando ambas partes. Si esto se desarrolla de manera satisfactoria los trabajadores deben tomar la iniciativa cuando se presenta una nueva tarea en lugar de tratar de evitarla.
- Ser puntual y evitar faltar: La principal responsabilidad de todo colaborador es la puntualidad y asistencia ya que las faltas y tardanzas originan muchos problemas a las empresas sobre todo por el trabajo que no se realiza o que se cumple en forma tardía.
- La limpieza: Cuando hablamos de limpieza no solo nos referimos al aseo personal sino al aseo de nuestra oficina o área de trabajo, un local limpio permite incrementar la motivación para trabajar.
- Utilice los sanitarios teniendo en cuenta que usted no es la única persona que lo está utilizando. Si existe un sector que es compartido por todos los trabajadores se debe procurar tener un cuidado mayor tanto en protección como limpieza.
- Los colaboradores deben desarrollar el hábito del ahorro y evitar gastar materia prima o insumos otorgados por la empresa, esto permitirá ahorrar dinero que puede ser aprovechado en otros sectores de la compañía.
- Pensamiento Crítico y Sugerencias: El trabajador siempre debe estar dispuesto a mostrar sus sugerencias y críticas respecto a alguna actividad de la empresa, tanto los colaboradores como superiores deben trabajar en conjunto para incrementar la eficiencia del trabajo y desarrollo organizacional.
- Todo trabajador debe colaborar en el crecimiento de la empresa, recordemos que cuando crece la compañía, también se desarrolla el individuo.

---

***Funciones para los Jefes o Líderes de cada Dpto.***

---

- Asumir la responsabilidad máxima de los resultados de la gestión realizada en su área de competencia, definir los objetivos y criterios de actuación, en el marco de los objetivos generales de la empresa y los de la Gerencia.
- Diseñar y revisar los procedimientos correspondientes al ámbito de su área.
- Evaluar los resultados.
- Velar por la puesta en práctica de las medidas de seguridad y salud laboral.
- Contribuir al desarrollo profesional de sus colaboradores.
- Colaborar con la Gerencia, junto al resto de Servicios y Unidades, en la elaboración, ejecución y seguimiento de sus Planes estratégicos y de mejora de la calidad.
- Efectuar el seguimiento y control del presupuesto asignado.
- Planificar, informar, actuar, supervisar y apoyar a sus colaboradores para motivarlos a ser mejores personas contribuyentes con su desarrollo personal y el de la empresa.

### **III.IV Capacitación del Personal**

El Dpto. de Recursos Humanos se encargará de capacitar al personal para que pueda desempeñarse en su área laboral a fin de colaborar con la institución.

**Tipos de Capacitación:**

Informal: Se relaciona con las orientaciones o instrucciones que se dan en la operatividad de la empresa.

Formal: Se ha programado de acuerdo a necesidades de una capacitación específica, ya que pueden durar desde un día hasta varios meses, según el tipo de curso, seminario o taller.

- Capacitar al personal consistirá en:
- Explicar y demostrar la forma correcta para realizar la tarea.
- Ayudar al personal a desempeñarse bajo supervisión.
- Permitir que el trabajador desempeñe sus habilidades en solitario.
- Evaluar el rendimiento y desempeño laboral.
- Capacitar más según los resultados de la evaluación.
- Promover y afianzar los conocimientos adquiridos del trabajador, para capacitar a otra persona.

**Objetivos de la Capacitación**

Proporcionar oportunidades para el desarrollo continuo del personal.

Crear un clima más propicio y armonioso que el colaborador pueda trabajar en equipo.

**Los beneficios de la capacitación.**

Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles.

Eleva la moral de la fuerza de trabajo

- Mejora la relación entre Jefes (Líderes) y los colaboradores.
- Incrementa la productividad.
- Promueve los ascensos sobre la base del mérito del personal.
- Menor tiempo de adaptación a un nuevo trabajo.
- Reducción de los costos de contratación de personal.
- Menor rotación del personal.
- Reduce el costo de operación.
- Es un auxiliar para la comprensión y adopción de políticas.
- Menos necesidad de supervisión.
- Disminución del ausentismo por accidentes y enfermedades.

La capacitación puede contribuir a lograr mejoras intangibles en la empresa, las que deben ser evaluadas de manera subjetiva. Entre éstas, las principales están relacionadas con el clima organizacional, la comunicación, la satisfacción y la motivación del personal la imagen de la institución, la creatividad del personal y la protección con el medio ambiente.

## Reclutamiento

**Mensaje:** **¿Deseas ser parte de nuestro proyecto para creativos gráficos?** Aucre Studios será un proyecto ambicioso que pretende revolucionar al destacar en el área de Diseño Gráfico de la mano con la Animación Visual. ¡Recuerda! que el límite está en tu mente y no en tu creación, ¡Evolucionemos juntos! Interesados, presentarse con su Portafolio Creativo y Cédula de Identidad. Managua (Unidad de Propósito, de la Iglesia Canaán, 10vrs al sur, 15vrs Oeste, Casa A4) de 9am a 7pm. Diseño Audiovisual.

## Selección

Aucre Animation Studio reclutará al personal necesario para realizar el proyecto de creativos gráficos animados.

## III.V Desarrollo del Personal

Cuando el colaborador se siente tranquilo consigo mismo, es muy probable que también lo esté con su entorno personal y laboral. El trabajador debe gozar de salud y de equilibrio emocional, para poder rendir de forma más exitosa y productiva. Al sentirse incentivado, su esfuerzo se verá “justificado”.

La idea de realizar esta actividad es lograr que la persona sea un ser más completo e íntegro. Al alcanzar esta estabilidad emocional, entonces el individuo podrá disfrutar de un mayor bienestar personal y laboral; podrá mejorar su potencial, excelencia, responsabilidad, autoestima y creatividad en su ambiente de trabajo.



## Aucre Studios (Filosofía para el personal):

- Autoestima (Personal): Si la persona no cree en sí mismo y en sus capacidades, no podrá triunfar.
- Auto excelencia (Ascenso): Logra que el individuo escale cada vez más y se preocupe por buscar siempre lo mejor. Con el desarrollo de este aspecto, la persona puede realizar un trabajo de calidad, demostrando al máximo su potencial.
- Auto eficiencia (Competitividad): El individuo hará uso de sus habilidades y actitudes, de la mejor forma posible. Su nivel de seguridad y confianza aumentará, y de esta forma pensará con visión de futuro.
- Auto Critico: El colaborador tendrá la oportunidad de ser libre en cuanto a su labor, sin abusar o infringir las políticas de la compañía con el fin de incentivar nuevos retos a implementar en la empresa.
- Crear un ambiente de libre comunicación en todos los niveles de la empresa, estableciendo un cronograma de reuniones periódicas en la que todos los trabajadores y jefes compartan problemas, experiencias y conocimientos.
- Incentivar a los trabajadores para que participen en la toma de decisiones, en aspectos relacionados con su trabajo y para los cuales están capacitados.
- Establecer mecanismos de participación directa que alienten a los trabajadores a dar sugerencias y opiniones acerca del desarrollo de su puesto y de la empresa.
- Premiar los aportes y contribuciones que signifiquen una mejora en la gestión o el desarrollo de nuevas ideas.
- Evaluar el desempeño de manera constante, felicitando al trabajador por su buen trabajo o explicarle qué medidas correctivas debe asumir cuando no se han alcanzado los objetivos o no se ha realizado la tarea de manera correcta.
- Desarrollar programas de rotación laboral, para que el trabajador se familiarice con otras áreas de la empresa y pueda orientar mejor su desarrollo personal y profesional dentro de la misma.
- Fomentar la participación de los trabajadores en diversas actividades que complementen su desarrollo profesional y personal.
- Establecer una escala de pagos que valore el aporte del trabajador y cubra sus necesidades, además de premiar su productividad y alto desempeño.
- Tener un horario que no exceda las ocho horas laborales, pagando horas extras

únicamente en casos correspondientes.

- 
- Establecer mecanismos para que los trabajadores puedan lograr un equilibrio entre su trabajo y su vida personal y familiar.

El objetivo es ver mejoras que puedan medirse en el rendimiento del personal y productividad general en el período de medio a largo plazo.

### III.VI Administración de Sueldos y Salarios

Los salarios con respecto a los mismos cargos de la propia organización (equilibrio interno de salarios). Se logra mediante la evaluación y la clasificación de cargos, sobre un programa previo de descripción y análisis.

#### **Los objetivos son:**

- Remunerar a cada empleado de acuerdo al cargo que ocupa.
- Recompensarlo adecuadamente por su desempeño y dedicación.
- Ampliar la flexibilidad de la organización dándole los medios adecuados para la movilidad del personal, racionalizando las posibilidades de desarrollo y de carrera.
- Mantener equilibrio entre los intereses financieros de la organización y su política de relaciones con los empleados.
- Respetar las normas establecidas en el código del trabajador.

#### **Política Salarial:**

- El principio de justicia relativa.
- El personal será motivado.
- Se reconocerá el mérito al desempeño del individuo en eficiencia, alto rendimiento y la calidad en su trabajo a un ascenso sobre su puesto.
- Cada colaborador podrá ascender sobre su puesto subiendo a niveles más altos hasta llegar al tope máximo de su área, superando una serie de retos, pruebas y otros valores que refleje su buena personalidad y emprendimiento propio.

## Nómina

### Nómina Mensual

CARGO	SUELDO	TRECEAVO MES	VACACIONES	INDEMNIZACIÓN	INSS P 18%	2% INATEC	TOTALES
Presidente	2,700.00	225.00	225.00	225.00	486.00	54.00	3,915.00
Gerente General	2,250.00	187.50	187.50	187.50	405.00	45.00	3,262.50
Gerente Administrativo	2,000.00	166.67	166.67	166.67	360.00	40.00	2,900.00
Director Creativo	1,800.00	150.00	150.00	150.00	324.00	36.00	2,610.00
Gerente De Ventas	1,800.00	150.00	150.00	150.00	324.00	36.00	2,610.00
Jefe De Sistemas	1,800.00	150.00	150.00	150.00	324.00	36.00	2,610.00
<b>TOTALES</b>	<b>12,350.00</b>	<b>1,029.17</b>	<b>1,029.17</b>	<b>1,029.17</b>	<b>2,223.00</b>	<b>247.00</b>	<b>17,907.50</b>

### Proyección a 1 Año

CARGO	SUELDO	TRECEAVO MES	VACACIONES	INDEMNIZACIÓN	INSS P 18%	2% INATEC	TOTALES
Presidente	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	5,832.00	648.00	17,280.00
Gerente General	2,250.00	2,250.00	2,250.00	2,250.00	4,860.00	540.00	14,400.00
Gerente Administrativo	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	4,320.00	480.00	12,800.00
Director Creativo	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	3,888.00	432.00	11,520.00
Gerente De Ventas	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	3,888.00	432.00	11,520.00
Jefe De Sistemas	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	3,888.00	432.00	11,520.00
<b>TOTALES</b>	<b>12,350.00</b>	<b>12,350.00</b>	<b>12,350.00</b>	<b>12,350.00</b>	<b>26,676.00</b>	<b>2,964.00</b>	<b>79,040.00</b>

## Proyección a 3 Año

CARGO	SUELDO	TRECEAVO MES	VACACIONES	INDEMNIZACIÓN	INSS P 18%	2% INATEC	TOTALES
Presidente	2,700.00	8,100.00	8,100.00	8,100.00	17,496.00	1,944.00	46,440.00
Gerente General	2,250.00	6,750.00	6,750.00	6,750.00	14,580.00	1,620.00	38,700.00
Gerente Administrativo	2,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	12,960.00	1,440.00	34,400.00
Director Creativo	1,800.00	5,400.00	5,400.00	5,400.00	11,664.00	1,296.00	30,960.00
Gerente De Ventas	1,800.00	5,400.00	5,400.00	5,400.00	11,664.00	1,296.00	30,960.00
Jefe De Sistemas	1,800.00	5,400.00	5,400.00	5,400.00	11,664.00	1,296.00	30,960.00
<b>TOTALES</b>	<b>12,350.00</b>	<b>37,050.00</b>	<b>37,050.00</b>	<b>37,050.00</b>	<b>80,028.00</b>	<b>8,892.00</b>	<b>212,420.00</b>

## Proyección a 5 Año

CARGO	SUELDO	TRECEAVO MES	VACACIONES	INDEMNIZACIÓN	INSS P 18%	2% INATEC	TOTALES
Presidente	2,700.00	13,500.00	13,500.00	13,500.00	29,160.00	3,240.00	75,600.00
Gerente General	2,250.00	11,250.00	11,250.00	11,250.00	24,300.00	2,700.00	63,000.00
Gerente Administrativo	2,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	21,600.00	2,400.00	56,000.00
Director Creativo	1,800.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	19,440.00	2,160.00	50,400.00
Gerente De Ventas	1,800.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	19,440.00	2,160.00	50,400.00
Jefe De Sistemas	1,800.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	19,440.00	2,160.00	50,400.00
<b>TOTALES</b>	<b>12,350.00</b>	<b>61,750.00</b>	<b>61,750.00</b>	<b>61,750.00</b>	<b>133,380.00</b>	<b>14,820.00</b>	<b>345,800.00</b>

### III.VII Evaluación del desempeño

El Dpto. de Recursos Humanos desarrolla un programa para evaluar la experiencia del trabajador basado en el rendimiento y desempeño.

La evaluación del personal, es una herramienta para mejorar el resultado de los recursos de la empresa.

#### ***¿Qué se evalúa? (Evaluación Mensual)***

- Las cualidades del trabajador (personalidad y comportamiento).
- Contribución de la persona al objetivo o trabajo encomendado.
- Potencial de desarrollo.
- Conocimiento del trabajo.
- Calidad del trabajo.
- Relaciones con las personas (Trabajo en equipo).
- Estabilidad emotiva.
- Capacidad de síntesis.
- Capacidad analítica.

#### ***Beneficios para el trabajador:***

- Proporcionar oportunidades de crecimiento y condiciones de efectiva participación a todos los miembros de la organización, teniendo presentes por una parte los objetivos organizacionales y por la otra, los objetivos individuales.
- Conocer cuáles son las medidas que el Jefe o Líder va a tomar en cuenta para mejorar su desempeño.
- Los estimula para que brinden a la organización sus mejores esfuerzos y vela porque esa lealtad y entrega sean debidamente recompensadas.
- Se ofrecerán becas para la persona que entregue todo su amor, cariño y entusiasmo por el trabajo que realiza.
- Recompensa por su desempeño y dedicación.

***Políticas de Compensación:*** La evaluación ayudará a los trabajadores a determinar si su desempeño en la compañía merecerá una tasa de aumento.

***Necesidades de Capacitación y Desarrollo:*** El desempeño insuficiente puede indicar la necesidad de volver a capacitar. De manera similar, el desempeño adecuado o superior puede indicar la presencia de un potencial no aprovechado.

***Errores en el Diseño de Puesto:*** el desempeño insuficiente puede indicar errores en la concepción del puesto. Las evaluaciones ayudan a identificar estos errores.

***Desafíos Externos:*** en ocasiones, el desempeño se ve influido por factores externos, como la familia, la salud, las finanzas, etc. Si estos factores aparecen como resultado de la evaluación del desempeño, es factible que el departamento de personal pueda prestar ayuda.

### III.VIII Relaciones de trabajo

Aucre Studios está comprometida en promover un mayor conocimiento y comprensión de sus Principios Corporativos Empresariales y en implementarlos de forma integral, como base fundamental para que tanto sus colaboradores como sus interlocutores externos sigan confiando en nosotros.

La Empresa promueve iniciativas relevantes para la mejora continua de las condiciones de trabajo y nos aseguramos que se establezca una comunicación directa y frecuente en el área, entre la dirección y nuestros colaboradores.

- Motivación
- Comunicación
- Trabajo en equipo
- Calidad de Personal

La amonestación es una de las sanciones que se pueden imponer al trabajador que incumple con las obligaciones pactadas en el contrato de trabajo o en el reglamento interno de la empresa. Cuando se hace por escrito o memorándum, debe contener de forma clara y puntual la falta que se le imputa al trabajador, lo mismo que las consecuencias de incurrir en tales faltas, de modo que el trabajador tenga conciencia y claridad de las consecuencias de sus actos o decisiones, y de esa forma convertir la amonestación no sólo en un elemento sancionador sino educador y formador.

### III.IX Marco legal de la organización

- **Nombre Comercial:** Aucre Animation Studio
- **Significado:** “Audiovisual Creativo”.
- **Forma de la empresa:** Persona Natural (Empresario Individual)
- **Razón Social:** Rissden Leonardo Vega Silva.



CAPÍTULO IV

---

# Sistema Financiero (Contable)

---







## IV.I Objetivos del área contable

- Garantizar los recursos financieros que requiere la empresa.
- Obtener la información sistematizada y ordenada sobre los movimientos económicos y financieros del negocio.
- Prever con anticipación las probabilidades futuras del negocio.
- Determinar las utilidades o pérdidas obtenidas al finalizar el ciclo económico.
- Realizar una contabilidad de Partida Doble.
- Definir el sistema contable.
- Determinar el software a utilizar.
- Elaborar el catálogo de Cuentas comercial, activo, pasivo capital y estado de resultados.
- Preparar las declaraciones anuales.
- Proporcionar una imagen clara de la situación financiera de la empresa.

## IV.II Sistema contable de la empresa

- Se utilizará el Sistema de Partida Doble.
- Software Contable Niif Unionpyme Easy.

Software Contable Niif Unionpyme Easy:

Este software de Unionpyme es totalmente integrado (contiene 6 sistemas en 1) lo que te permite comprar, vender, llevar tus cuentas por cobrar y pagar, llevar el stock de tus productos y una lista de precios, registrar tus depósitos y registrar los cheques girados, y al mismo tiempo, registra la contabilidad de tu empresa de manera automática. Es decir, basta comprar, vender, pagar y cobrar y el sistema te presenta tus estados financieros para que puedas conocer cómo está tu empresa el día de hoy, con información actual, confiable y al instante.

## IV.III Flujo de Efectivo

### Catalogo de Cuentas

	<b>1</b>	<b>Activo</b>
		<b>Circulante</b>
11		
111		Efectivo en Caja
112		Fondos en Bancos
113		Inversiones
114		Cuentas por cobrar
115		Deudores diversos
116		Impuestos pagados por anticipado
	<b>12</b>	<b>Fijo</b>
121		Terrenos
122		Edificios
123		Mobiliario y Equipos de oficina
124		Equipo rodante
	<b>13</b>	<b>Otros activos</b>
131		Licencias
132		Gastos de organizacio e instalacion
133		Mejoras en propiedades rentadas
134		Depositos en garantia
135		Activo fijo obsoleto
	<b>2</b>	<b>Pasivo</b>
		<b>Circulante</b>
21		
211		Proveedores
212		Documentos por pagar
213		Acreedores diversos
214		Retenciones por pagar
214-1		Inss
214-2		Indemnizacion
214-3		Inatec
214-4		IR anual
	<b>3</b>	<b>Capital Contable</b>
311		Capital Social
312		Donaciones
313		Reservas estatuarrias
314		Utilidades o perdidas acumuladas
314-1		Este mes
314-2		Periodos anteriores

**Estado de Resultados:**

<b>4</b>	<b>Ingresos</b>
411	Ventas
411-1	Agencias publicitarias
411-2	Clientes directos
412	Ingresos financieros
413	Otros ingresos
<b>5</b>	<b>Costos</b>
511	Costos de ventas
<b>6</b>	<b>Gastos de operación</b>
611	Gerencia general
612	Ventas
613	Administracion y Finanzas
614	Produccion
615	Informatica
616	Gastos financieros
617	Otros gastos
	Cuentas comunes a 5 y 6
1	Sueldos y prestaciones
2	Agua
3	Luz electrica
4	Telefono, fax, cable e internet
5	Propaganda y publicidad
6	Combustibles y lubricantes
7	Impuestos municipales
8	Papeleria, utiles de oficina
9	Atencion a clientes
10	Impresiones y fotocopias
11	Mantenimiento de programas
12	Intereses
13	
14	Gastos legales

### Balance Inicial Cero

La Constitución de Aucre Animation STUDIO, sociedad individual está conformada por los aportes siguientes:

- Aporte en Efectivo por C\$16,772.00 para compra de Software Adobe Creative Pack Completo.
- HARDWARE: Asus MHVII NZXT PC de Escritorio con Procesador INTEL CORE i7 4ta Generación a 4GHz Máximo 4.4 GHz C\$61,750.00.
- ROUTER VIGOR FLY 200 (Modem Yota Velocidad Máxima 5MB) C\$1,700.00.
- Sistema de Alimentación Ininterrumpida: UPS TRIPP LITE Smart 1000LCD y Forza SL-761 C\$4,120.00.
- Inversión Total Inicial: 85,842.00

<b>Contabilización Partida Doble COMPROBANTE DE DIARIO Registrando Saldos de Apertura al 30 de Eneon 2016</b>				
	<b>Cuenta</b>	<b>Débito</b>		<b>Crédito</b>
111	Efectivo en Caja Banpro	85,842	212	
123	Mobiliario y Equipos de oficina Equipo de informatica			Capital inicial Rissden Vega Silva 85,842
131	Licencias Window 8 Pro		311	
		85,842		85,842

**Balance Proyectado**

Cta. No.	Activos	Saldo inicial	Balance Año 1	Balance Año 3	Balance Año 5
	<b>Circulante</b>				
111	Efectivo en Caja	85,842	0	0	0
112	Banco - Banpro	0	75,445	870,852	4,431,690
114	Cuentas por Cobrar - Credito	0	0	0	0
	<b>Fijo</b>				
122	Edificios	0	0	1,500,000	2,500,000
123	Mob. y Equipos de oficina	0	67,570	67,570	67,570
	<b>Otros activos</b>				
131	Licencias	0	1,500	1,500	1,500
	<b>Total activos</b>	<b>85,842</b>	<b>144,515</b>	<b>2,439,922</b>	<b>7,000,760</b>
	<b>Pasivos</b>				
	<b>Circulante</b>				
212	Documentos por pagar	0	69,214	2,203,814	1,276,164
214-1	Retenciones por pagar - Inss	0	26,676	26,676	26,676
214-2	Ret. por pagar - Indemnizac.	0	12,350	37,050	61,750
214-3	Ret. por pagar - Inatec	0	2,964	2,964	2,964
214-4	IR anual	0	0	1,853	1,158,360
	<b>Total pasivos</b>	<b>0</b>	<b>111,204</b>	<b>2,272,357</b>	<b>2,525,914</b>
	<b>Capital contable</b>	<b>85,842</b>	<b>33,311</b>	<b>167,565</b>	<b>4,474,846</b>
311	Capital inicial	85,842	85,842	85,842	85,842
314	Utilidades y/o ( pérdidas ) acumuladas	0	<b>(52,531)</b>	81,723	4,389,004
	Este periodo			134,254	2,702,841
	Periodo anteriores			<b>(52,531)</b>	1,686,163
	<b>Total pasivos mas capital</b>	<b>85,842</b>	<b>144,515</b>	<b>2,439,922</b>	<b>7,000,760</b>

# Sistema Contable de Partida Doble

Sistema Contable de Partida Doble

Registrando movimientos en la cuentas Balance y Resultados

Cuenta	Rubro	1 - año		3 - año		5 - año		Resumen	
		Debito	Crédito	Debito	Crédito	Debito	Crédito	Debito	Crédito
111	Efectivo en Caja	0	85,842	0	0	0	0	0	85,842
112	Banco - Banpro	415,842	340,397	3,250,000	2,639,665	4,500,000	1,820,279	11,665,842	7,234,152
114	Cuentas por Cobrar - Credito	250,000	250,000	750,000	750,000	4,500,000	4,500,000	9,000,000	9,000,000
122	Edificios	0	0	1,500,000				2,500,000	0
123	Mobiliario y Equipos de oficina	69,070		0	0	0	0	69,070	0
212	Documentos por pagar	10,786	80,000	352,507	2,500,000	506,213		1,303,836	2,580,000
214-4	IR anual	0	0	55,685	1,853	687,617	1,158,360	745,155	1,903,515
314	( Utilidades ) y/o perdidas acumuladas	52,531		1,853	6,177	1,158,360	3,861,201	1,903,515	6,292,519
411-1	Ventas - Agencias Publicitarias	173,000	173,000	525,000	525,000	3,150,000	3,150,000	6,298,000	6,298,000
411-2	Ventas - Clientes Directos	77,000	77,000	225,000	225,000	1,350,000	1,350,000	2,702,000	2,702,000
214-1	Retenciones por pagar - Inss	0	26,676	26,676	26,676	26,676	26,676	106,704	133,380
214-2	Retenciones por pagar - Indemnizacion	0	12,350		12,350		12,350	0	61,750
214-3	Retenciones por pagar - Inatec	0	2,964	2,964	2,964	2,964	2,964	11,856	14,820
611-1	Sueldos y Salarios - Gerencia Gral	86,130	86,130	86,130	86,130	86,130	86,130	430,650	430,650
612-1	Sueldos y Salarios - Ventas	31,320	31,320	31,320	31,320	31,320	31,320	156,600	156,600
613-1	Sueldos y Salarios - Admon y Finanzas	34,800	34,800	34,800	34,800	34,800	34,800	174,000	174,000
613-2	Administracion - Agua	1,260	1,260	2,100	2,100	2,100	2,100	9,660	9,660
613-3	Administracion - Luz electrica	12,000	12,000	15,000	15,000	15,000	15,000	72,000	72,000
613-4	Administracion - Telef, Fax e Internet	4,800	4,800	6,000	6,000	6,000	6,000	28,800	28,800
613-5	Administracion - Propag. y Publicidad	8,675	8,675	10,000	10,000	10,000	10,000	48,675	48,675
613-6	Administracion - Combustibles y lubric.	11,904	11,904	15,000	15,000	25,000	25,000	91,904	91,904
613-7	Administracion - Imptos. Municipales	2,500	2,500	7,500	7,500	45,000	45,000	90,000	90,000
613-8	Administracion - Papel, Utiles de ofic.	6,000	6,000	7,000	7,000	7,000	7,000	34,000	34,000
613-9	Administracion - Atencion a clientes	4,000	4,000	6,000	6,000	6,000	6,000	28,000	28,000
613-10	Administracion - Impresiones y fotoc.	4,000	4,000	5,500	5,500	6,655	6,655	27,205	27,205
613-11	Administracion - Mant. de programas	16,772	16,772	16,772	16,772	16,772	16,772	83,860	83,860
613-12	Administracion - Intereses	13,730	13,730	438,061	438,061	284,382	284,382	1,116,927	1,116,927
613-14	Administracion - Gastos Legales	2,000	2,000	0	0	0	0	2,000	2,000
614-1	Sueldos y Salarios - Produccion	62,640	62,640	62,640	62,640	62,640	62,640	313,200	313,200
	<b>TOTALES IGUALES</b>	<b>1,350,760</b>	<b>1,350,760</b>	<b>7,433,508</b>	<b>7,433,508</b>	<b>16,520,629</b>	<b>16,520,629</b>	<b>39,013,459</b>	<b>39,013,459</b>



---

**BALANZA  
DE COMPROBACIÓN**

---

**BALANZA  
DE COMPROBACIÓN**

---



**AUCRE ANIMATION STUDIOS**  
**BALANZA DE COMPROBACION**

**Balanza de Comprobación**

Cuenta	Rubro	Saldo inicial	1 - año		Balance	3 - año		Balance	5 - año		Balance
			Debito	Crédito		Debito	Crédito		Debito	Crédito	
111	Efectivo en Caja	85,842	0	85,842	0	0	0	0	0	0	0
112	Banco - Banpro	0	415,842	340,397	75,445	3,250,000	2,639,665	870,852	4,500,000	1,820,279	4,431,690
114	Cuentas por Cobrar - Credito	0	250,000	250,000	0	750,000	750,000	0	4,500,000	4,500,000	0
122	Edificios	0	0	0	0	1,500,000	0	1,500,000	0	0	2,500,000
123	Mobiliario y Equipos de oficina	0	67,570	0	67,570	0	0	67,570	0	0	67,570
131	Licencias	0	1,500	0	1,500	0	0	1,500	0	0	1,500
212	Documentos por pagar	0	10,786	80,000	(69,214)	352,507	2,500,000	(2,203,814)	506,213	0	(1,276,164)
214-1	Retenciones por pagar - Inss	0	0	26,676	(26,676)	26,676	26,676	(26,676)	26,676	26,676	(26,676)
214-2	Retenciones por pagar - Indemnizacion	0	0	12,350	(12,350)	0	12,350	(37,050)	0	12,350	(61,750)
214-3	Retenciones por pagar - Inatec	0	0	2,964	(2,964)	2,964	2,964	(2,964)	2,964	2,964	(2,964)
214-4	IR anual	0	0	0	0	55,685	1,853	(1,853)	687,617	1,158,360	(1,158,360)
311	Capital inicial	(85,842)	0	0	(85,842)	0	0	(85,842)	0	0	(85,842)
314	( Utilidades ) y/o perdidas acumuladas	0	52,531	0	52,531	1,853	6,177	(81,723)	1,158,360	3,861,201	(4,389,004)
411-1	Ventas - Agencias Publicitarias	0	173,000	173,000	0	525,000	525,000	0	3,150,000	3,150,000	0
411-2	Ventas - Clientes Directos	0	77,000	77,000	0	225,000	225,000	0	1,350,000	1,350,000	0
611-1	Sueldos y Salarios - Gerencia Gral	0	86,130	86,130	0	86,130	86,130	0	86,130	86,130	0
612-1	Sueldos y Salarios - Ventas	0	31,320	31,320	0	31,320	31,320	0	31,320	31,320	0
613-1	Sueldos y Salarios - Admon y Finanzas	0	34,800	34,800	0	34,800	34,800	0	34,800	34,800	0
613-2	Administracion - Agua	0	1,260	1,260	0	2,100	2,100	0	2,100	2,100	0
613-3	Administracion - Luz electrica	0	12,000	12,000	0	15,000	15,000	0	15,000	15,000	0
613-4	Administracion - Telef, Fax e Internet	0	4,800	4,800	0	6,000	6,000	0	6,000	6,000	0
613-5	Administracion - Propag. y Publicidad	0	8,675	8,675	0	10,000	10,000	0	10,000	10,000	0
613-6	Administracion - Combustibles y lubric.	0	11,904	11,904	0	15,000	15,000	0	25,000	25,000	0
613-7	Administracion - Imptos. Municipales	0	2,500	2,500	0	7,500	7,500	0	45,000	45,000	0
613-8	Administracion - Papel, Utiles de ofic.	0	6,000	6,000	0	7,000	7,000	0	7,000	7,000	0
613-9	Administracion - Atencion a clientes	0	4,000	4,000	0	6,000	6,000	0	6,000	6,000	0
613-10	Administracion - Impresiones y fotoc.	0	4,000	4,000	0	5,500	5,500	0	6,655	6,655	0
613-11	Administracion - Mant. de programas	0	16,772	16,772	0	16,772	16,772	0	16,772	16,772	0
613-12	Administracion - Intereses	0	13,730	13,730	0	438,061	438,061	0	284,382	284,382	0
613-14	Administracion - Gastos Legales	0	2,000	2,000	0	0	0	0	0	0	0
614-1	Sueldos y Salarios - Produccion	0	62,640	62,640	0	62,640	62,640	0	62,640	62,640	0
TOTAL		0	1,350,760	1,350,760	0	7,433,508	7,433,508	0	16,520,629	16,520,629	0





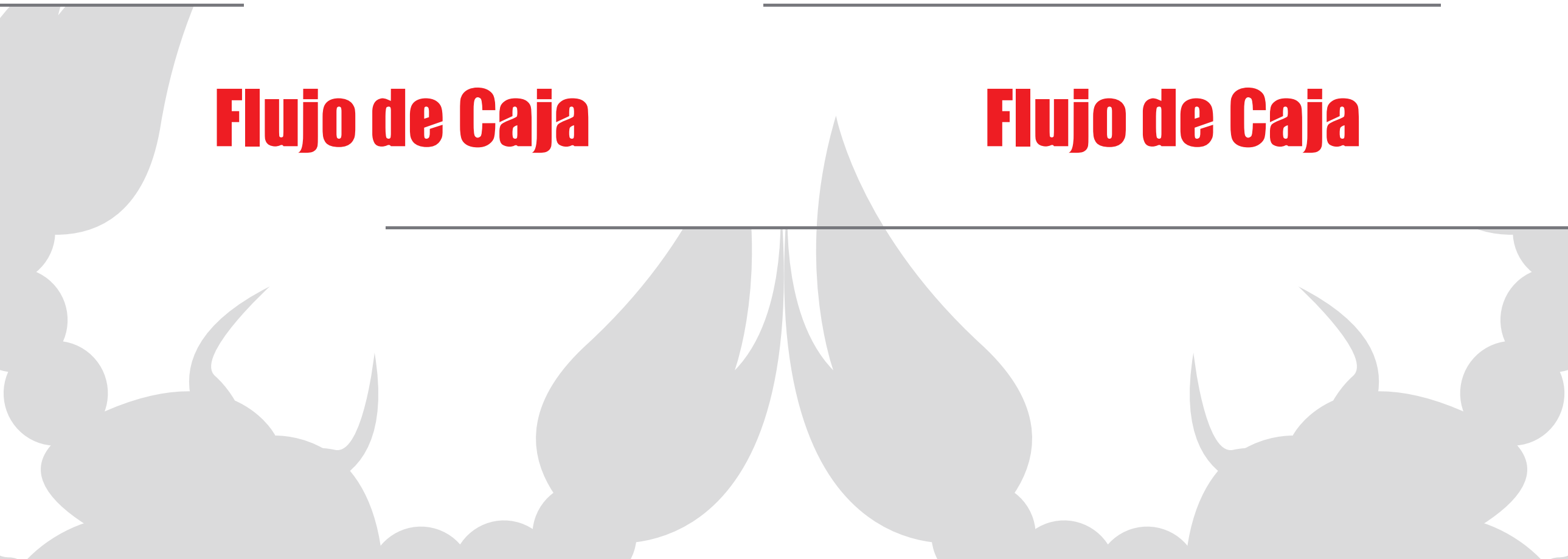
---

**Flujo de Caja**

---

**Flujo de Caja**

---



Flujo de Caja

AUCRE ANIMATION STUDIOS  
FLUJO DE CAJA PROYECTADO A CINCO AÑO

Cuenta	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Efectivo al inicio	85,842	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ventas	20,833	20,833	20,834	20,833	20,833	20,834	20,833	20,833	20,834	20,833	20,833	20,834
Prestamo Bancario	80,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Saldo Mes Anterior	<b>0</b>	<b>77,207</b>	<b>78,177</b>	<b>79,108</b>	<b>78,174</b>	<b>77,155</b>	<b>64,243</b>	<b>64,132</b>	<b>62,929</b>	<b>61,674</b>	<b>61,406</b>	<b>61,082</b>
<b>TOTAL INGRESOS</b>	186,675	98,040	99,011	99,941	99,007	97,989	85,076	84,965	83,763	82,507	82,239	81,916
Salarios y Prestaciones	14,820	14,820	14,820	14,820	14,820	27,170	14,820	14,820	14,820	14,820	14,820	27,170
Energía Eléctrica	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Telefono, Fax e Internet	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Combustible y Lubricantes	750	787	826	867	910	955	1,002	1,052	1,104	1,159	1,216	1,276
Agua Potable	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Impuestos Municipales	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
IR Anual	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Papeleria y Utiles de Oficina	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Propaganda y Publicidad	800	0	0	824	865	865	865	908	908	865	865	908
Atencion a Clientes	500	0	0	500	500	0	0	500	500	0	0	1,500
Impresiones	500	0	0	500	500	500	0	500	500	0	0	1,000
Mantenim. de programas ( Adobe Pack )	16,772	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Computadoras	69,070	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cuota a Prestamo Bancario	2,043	2,043	2,043	2,043	2,043	2,043	2,043	2,043	2,043	2,043	2,043	2,043
Compra de Edificio	0											0
Gastos de Inscripcion	2,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL EGRESOS</b>	109,468	19,863	19,902	21,767	21,852	33,747	20,944	22,037	22,089	21,101	21,158	36,111
<b>SALDO DE CAJA</b>	<b>77,207</b>	<b>78,177</b>	<b>79,108</b>	<b>78,174</b>	<b>77,155</b>	<b>64,243</b>	<b>64,132</b>	<b>62,929</b>	<b>61,674</b>	<b>61,406</b>	<b>61,082</b>	<b>45,805</b>

### Flujo de Caja Proyectado

AÑO 1	AÑO 3	AÑO 5	ACUMULADO
85,842	0	0	85,842
250,000	750,000	4,500,000	9,000,000
80,000	2,500,000	0	2,580,000
<b>0</b>	<b>225,877</b>	<b>1,717,329</b>	<b>0</b>
0			
415,842	3,475,877	6,217,329	11,665,842
202,540	202,540	202,540	1,012,700
12,000	15,000	15,000	72,000
4,800	6,000	6,000	28,800
11,904	20,000	20,000	91,904
1,260	2,100	2,100	9,660
2,500	7,500	45,000	90,000
0	55,685	687,617	745,155
6,000	7,000	7,000	34,000
8,675	10,000	10,000	48,675
4,000	6,000	6,000	28,000
4,000	5,500	6,655	27,205
16,772	16,772	16,772	83,860
69,070	0	0	69,070
24,516	790,568	790,595	2,420,763
0	1,500,000	0	2,500,000
2,000	0	0	2,000
370,037	2,644,665	1,815,279	7,263,792
<b>45,805</b>	<b>831,212</b>	<b>4,402,050</b>	<b>4,402,050</b>



---

# **Estados de Resultados Proyectados**

---



## Estados de Resultados Proyectados

### AUCRE ANIMATION STUDIOS ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS

	AÑO 1	AÑO 3	AÑO 5	ACUMULADO
INGRESOS	250,000	750,000	4,500,000	9,000,000
( - ) GASTOS OPERATIVOS	<b>286,801</b>	<b>305,762</b>	<b>354,417</b>	<b>1,588,554</b>
Salarios y Prestaciones	214,890	214,890	214,890	1,074,450
Agua Potable	1,260	2,100	2,100	9,660
Energía Eléctrica	12,000	15,000	15,000	72,000
Telefono, Fax e Internet	4,800	6,000	6,000	28,800
Propaganda y Publicidad	8,675	10,000	10,000	48,675
Combustible y Lubricantes	11,904	15,000	25,000	91,904
Impuestos Municipales	2,500	7,500	45,000	90,000
Papeleria y Utiles de Oficina	6,000	7,000	7,000	34,000
Atencion a Clientes	4,000	6,000	6,000	28,000
Impresiones y fotocopias	4,000	5,500	6,655	27,205
Mantenimiento de programas	16,772	16,772	16,772	83,860
UTILIDAD y/o ( PERDIDA ) DE OPERACIÓN	<b>(36,801)</b>	<b>444,238</b>	<b>4,145,583</b>	<b>7,411,446</b>
( - ) COSTOS Y GASTOS FINANCIEROS	<b>15,730</b>	<b>438,061</b>	<b>284,382</b>	<b>1,118,927</b>
Intereses de Prestamo Bancario	13,730	438,061	284,382	1,116,927
Gastos de Inscripcion	2,000	0	0	2,000
UTILIDAD ANTES DEL IR	<b>(52,531)</b>	<b>6,177</b>	<b>3,861,201</b>	<b>6,292,519</b>
( - ) IMPUESTO SOBRE LA RENTA 30%	0	1,853	1,158,360	1,903,515
UTILIDAD y/o ( PERDIDA ) NETA	<b>(52,531)</b>	<b>4,324</b>	<b>2,702,841</b>	<b>4,389,004</b>

## PROYECCION DE GASTOS FIJOS

	AÑO 1	AÑO 3	AÑO 5	TOTALES
Salarios y Prestaciones	214,890	214,890	214,890	1,074,450
Energía Eléctrica	12,000	15,000	15,000	72,000
Agua Potable	1,260	2,100	2,100	9,660
Gastos de Inscripcion	2,000	0	0	2,000
Mantenimiento de programas	16,772	16,772	16,772	83,860
Propaganda y Publicidad	8,675	10,000	10,000	48,675
<b>GASTOS FIJOS TOTALES</b>	<b>255,597</b>	<b>258,762</b>	<b>258,762</b>	<b>1,290,645</b>

## PROYECCION DE GASTOS VARIABLES

	AÑO 1	AÑO 3	AÑO 5	TOTALES
Atencion a Clientes	4,000	6,000	6,000	28,000
Combustible y Lubricantes	11,904	15,000	25,000	91,904
Impresiones y fotocopias	4,000	5,500	6,655	27,205
Impuestos Municipales	2,500	7,500	45,000	90,000
Intereses de Prestamo Bancario	13,730	438,061	284,382	1,116,927
Papeleria y Utiles de Oficina	6,000	7,000	7,000	34,000
Telefono, Fax e Internet	4,800	6,000	6,000	28,800
<b>GASTOS VARIABLES TOTALES</b>	<b>46,934</b>	<b>485,061</b>	<b>380,037</b>	<b>1,416,836</b>

	302,531	743,823	638,799	2,707,481
--	---------	---------	---------	-----------

40 segundos	Pre-compra	Tv	Segundos vendidos
	12,000	22,000	21,844

VENTAS TOTALES / VALOR X SEG



---

# Punto de Equilibrio

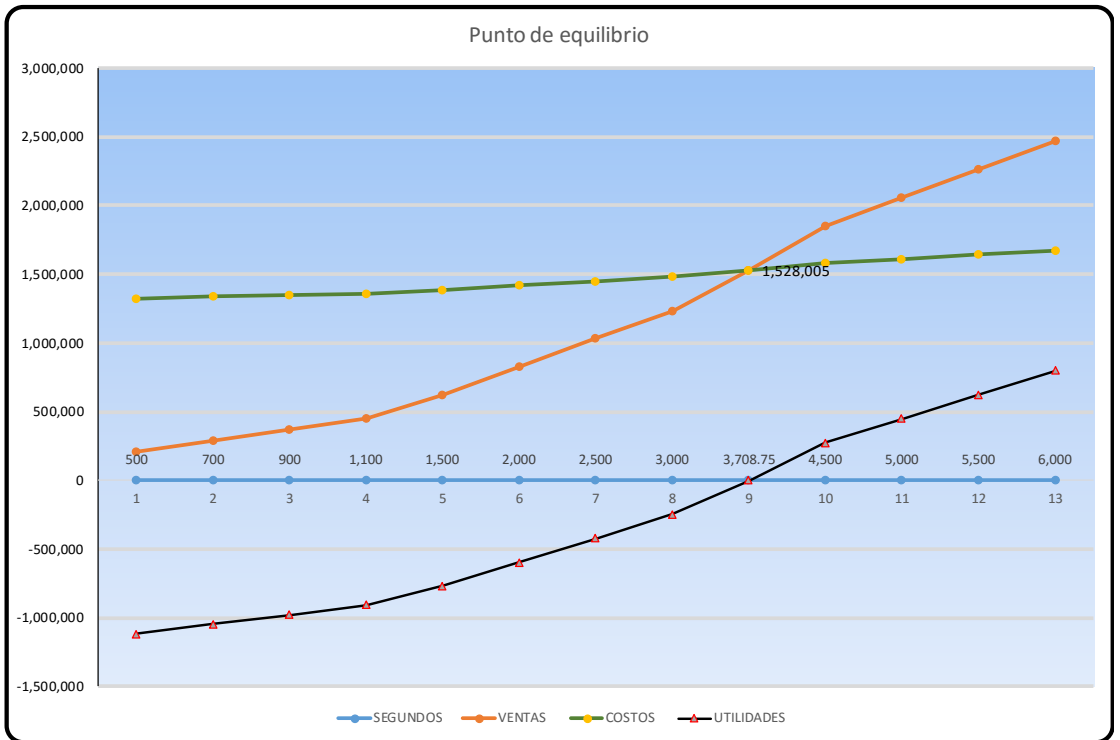
---



### Punto de Equilibrio

Costos Fijos	1,290,645		
Precio Unitario	412		
Costos Variables Unitario	64 CV/SEG.VENDIDOS		
<b>Punto de Equilibrio ( PE )</b>	3,708.75 segundos		CF / (PU-CVU)
Utilidades	0		
	<b>SEGUNDOS</b>	<b>VENTAS</b>	<b>COSTOS</b>
	500	206,000	1,322,645
	700	288,400	1,335,445
	900	370,800	1,348,245
	1,100	453,200	1,361,045
	1,500	618,000	1,386,645
	2,000	824,000	1,418,645
	2,500	1,030,000	1,450,645
	3,000	1,236,000	1,482,645
	3,708.75	1,528,005	1,528,005
	4,500	1,854,000	1,578,645
	5,000	2,060,000	1,610,645
	5,500	2,266,000	1,642,645
	6,000	2,472,000	1,674,645
		SEG X P.UNIT	CF+(SEGXCVCU)
			<b>UTILIDADES</b>
			<b>(1,116,645)</b>
			<b>(1,047,045)</b>
			<b>(977,445)</b>
			<b>(907,845)</b>
			<b>(768,645)</b>
			<b>(594,645)</b>
			<b>(420,645)</b>
			<b>(246,645)</b>
			<b>0</b>
			<b>275,355</b>
			<b>449,355</b>
			<b>623,355</b>
			<b>797,355</b>







---

# **Inversiones y Depreciaciones**

---



## Inversiones y Depreciaciones

### AUCRE ANIMATION STUDIOS PROYECCIONES DE INVERSIONES

INVERSION	AÑO 1	AÑO 3	AÑO 5	TOTALES
<b>BIENES MUEBLES</b>				
HARDWARE PROCESADOR INTEL CORE I7 CUARTA GENERACION	61,750.00			61,750.00
ROUTER VIGORFLY 200	1,700.00			1,700.00
SISTEMA DE ALIMENTACION ININTERRUMPIDA TRIPP LITE SAMRT 1000	4,120.00			4,120.00
EDIFICIO CORPORATIVO PARA LOCAL PROPIO		1,500,000.00		2,500,000.00
<b>TOTAL BIENES MUEBLES</b>	<b>67,570.00</b>	<b>1,500,000.00</b>	<b>0.00</b>	<b>2,567,570.00</b>
<b>BIENES INMUEBLES</b>				
SOFTWARE ADOBE CREATIVE PACK COMPLETO	16,772.00	16,772.00	16,772.00	83,860.00
MICROSOFT WINDOW 8 PRO	1,500.00			1,500.00
<b>TOTAL BIENES INMUEBLES</b>	<b>18,272.00</b>	<b>16,772.00</b>	<b>16,772.00</b>	<b>85,360.00</b>
<b>GRAN TOTAL DE INVERSIONES A REALIZAR</b>	<b>85,842.00</b>	<b>1,516,772.00</b>	<b>16,772.00</b>	<b>2,652,930.00</b>

TABLA DE DEPRECIACION	FECHA DE ADQUISICION	VALOR DE ADQUISICION	VIDA UTIL	AÑO 1	AÑO 3	AÑO 5	TOTALES	VALOR POR DEPREC
<b>BIENES MUEBLES</b>								
HARDWARE Asus MHVII NZXT PC de Escritorio con Procesador INTEL CORE Generacion 4GHz Maximo 4.4 GHz	Ene-16	61,750.00	5 AÑOS	12,350.00	12,350.00	12,350.00	61,750.00	0.00
ROUTER VIGOR FLY 200 (Modem Yota Velocidad Maxima 5MB)	Ene-16	1,700.00	3 AÑOS	566.67	566.67	0.00	1,700.00	0.00
Sistema de Alimentacion Ininterrumida UPS TRIPP LITE Smart 1000LCD	Ene-16	4,120.00	3 AÑOS	1,373.33	1,373.33	0.00	4,120.00	0.00
<b>MONTOS TOTALES</b>		<b>67,570.00</b>		<b>14,290.00</b>	<b>14,290.00</b>	<b>12,350.00</b>	<b>67,570.00</b>	<b>0.00</b>

TABLA DE AMORTIZACION	VALOR DE ADQUISICION	TIEMPO DE AMORTIZACION	AÑO 1	AÑO 3	AÑO 5	TOTALES	VALOR POR AMORTIZAR
<b>BIENES INMUEBLES</b>							
MICROSOFT WINDOW 8 PRO	Ene-16	1,500.00	12 MESES	1,500.00		1,500.00	0.00
SOFTWARE ADOBE CREATIVE PACK COMPLETO	Ene-16	16,772.00	12 MESES	16,772.00		16,772.00	0.00
<b>MONTOS TOTALES</b>		<b>18,272.00</b>		<b>18,272.00</b>	<b>0.00</b>	<b>18,272.00</b>	<b>0.00</b>

# Proyección de Ventas y Compras

## PROYECCION DE COMPRAS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTALES
Papeleria y Utiles de Oficina	6,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	34,000.00
Propaganda y Publicidad	8,675.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	48,675.00
Impresiones	4,000.00	5,000.00	5,500.00	6,050.00	6,655.00	27,205.00
Software Adobe Creative Pack Completo	16,772.00	16,772.00	16,772.00	16,772.00	16,772.00	83,860.00
Memoria RAM 16GB 2X8 GBG DDR3 2400					3,835.00	3,835.00
Tarjeta de Video EVGA 5T XX970 GDDR5					10,089.00	10,089.00
Disco Duro WD Black de 6TB					8,850.00	8,850.00
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>35,447.00</b>	<b>38,772.00</b>	<b>39,272.00</b>	<b>39,822.00</b>	<b>63,201.00</b>	<b>216,514.00</b>

## PROYECCION DE VENTAS A UN AÑO

	Ene-16	Feb-16	Mar-16	Abr-16	May-16	Jun-16	Jul-16	Ago-16	Sept-16	Oct-16	Nov-16	Dic-16	TOTALES
FACTURACION	20,833.00	20,833.00	20,833.00	20,834.00	20,833.00	20,834.00	20,833.00	20,833.00	20,834.00	20,833.00	20,833.00	20,834.00	250,000.00

## PROYECCION DE VENTAS A 5 AÑOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTALES
FACTURACION	250,000.00	500,000.00	750,000.00	3,000,000.00	4,500,000.00	9,000,000.00



106	DECLARACION ANUAL DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA (IR) RENDA ANUAL (Formato IR 106)		Fecha de Presentación
Tipo de Declaración			Período a Declarar
x	Original	Sustitutiva, # a sustituir	Diciembre / 2016
			Mes / Año
<b>DATOS GENERALES</b>			
A	Número RUC : 001-071194-0014J	Apellidos y Nombre o Razón Social: AUCRE ANIMATION STUDIO	
Actividad Económica: DISEÑO ANIMADO			
<b>PATRIMONIO CONTABLE</b>			
	1. Efectivo en caja y bancos	1	75,445.00
	2. Cuentas y documentos por cobrar	2	
	3. Inventarios	3	
	4. Terrenos	4	
	5. Edificios	5	
	6. Otros Activos Inmobiliarios	6	
	<b>7. Total Activo Inmobiliario (Renglones 4+5+6)</b>	<b>7</b>	-
	8. Parque Vehicular	8	
	9. Otros Bienes Mobiliarios	9	67,570.00
	<b>10. Total Activos Mobiliarios (Renglon 8+9)</b>	<b>10</b>	<b>67,570.00</b>
	11. Otros activos	11	1,500.00
	<b>12. Total Activos (suma de renglones 1+2+3+7+10+11)</b>	<b>12</b>	<b>144,515.00</b>
	13. Cuenta y documentos por pagar	13	
	14. Dividendos Pagados a Residentes en el País(Es informativo, no suma en el renglon 20)	14	
	15. Dividendo por Pagar a Residentes en el País	15	
B	16. Instituciones Financieras de Desarrollo.	16	
	17. Resto de Instituciones Financieras.	17	69,214.00
	18. Casa Matriz u Otras Sucursales en el País	18	
	19. Otros Agentes no Financieros.	19	
	<b>20. Pasivo Fijo Nacional (suma renglones 15+16+17+18+19)</b>	<b>20</b>	<b>69,214.00</b>
	21. Dividendos Pagados a no residentes en el País (NO SUMAR RENGLO 27)	21	
	22. Dividendo por pagar a no residentes en el País	22	
	23. Instituciones Financieras de Desarrollo.	23	
	24. Resto de Instituciones Financieras.	24	
	25. Casa Matriz u Otras Sucursales en el País.	25	
	26. Otros Agentes no financieros	26	
	<b>27. Pasivo Fijo Extranjero (Renglon 22+23+24+25+26)</b>	<b>27</b>	-
	<b>28. Total Pasivo fijo (renglones 20+27)</b>	<b>28</b>	<b>69,214.00</b>
	29. Otros pasivos	29	41,990.00
	<b>30. Total pasivos (suma de renglones 13 + 28 + 29)</b>	<b>30</b>	<b>111,204.00</b>
	<b>31. Patrimonio neto (renglon 12-30)</b>	<b>31</b>	<b>33,311.00</b>
<b>CALCULO Y LIQUIDACION IR RENTAS DE TRABAJO</b>			
	32. Ingresos por sueldos, salarios y demas compesaciones	32	
	33. Gastos por Servicios Profesionales	33	
	34. Gastos de Educación	34	
	35. Gastos de Salud	35	
	36. Gastos por cotizaciones o aporte al INSS (Para asalariados)	36	
	37. Aportes o Contribuciones a Fondo de Ahorro y/o Pensiones	37	
	<b>38. Renta Neta Gravable (Renglon 32-33, 34,35, 36 y 37)</b>	<b>38</b>	-
	39. Impuesto Sobre la Renta	39	
	40. Retenciones que le efectuaron	40	
	<b>41. Saldo a pagar (Renglon 39 menos 40 &gt; 0)</b>	<b>41</b>	
	<b>42. Saldo a Favor (renglon 39 menos 40 &lt; 0)</b>	<b>42</b>	-
<b>CALCULO DE LA RENTA GRAVABLE RENTA ACTIVIDADES ECONOMICAS</b>			
	43. Ingresos por Ventas de Bienes y Prestaciones de Servicio (Sector Comercial)	43	250,000.00
	44. Ingresos por ventas de Bienes (Sector Industrial)	44	
	45. Ingresos por exportación de bienes y servicios	45	
	46. Ingresos por comisiones	46	
	47. Ingresos agropecuarios	47	
	48. Ingresos de Instituciones Financieras	48	
	49. Ingresos por Titulos Valores	49	
	50. Ingresos por Telecomunicaciones	50	
	51. Ingresos por Servicios Profesionales de Personas Jurídicas	51	
	52. Ingresos por servicios profesionales de personas Naturales	52	
	53. Ingresos por otros Oficios	53	
	54. Ingresos por Alquiler o Arrendamiento	54	
	55. Otros ingresos	55	
	56. Ingresos transado en la bolsa agropecuario	56	
	57. Renta de Capital y Ganancias y Perdidas de Capital.	57	
	58. Ingresos Gravados con Retenciones Definitivas Personas residentes en el País	58	
	59. Ingresos gravados con retenciones definitivas personas no residentes en el País	59	
	<b>60. Total Ingresos Gravados con retenciones definitivas (renglones 58+59)</b>	<b>60</b>	-
	61. Ingresos por Tarjeta de Credito/debito	61	
	62. Ingresos No Gravables	62	
	<b>63. Total Renta Bruta Gravable</b>	<b>63</b>	<b>250,000.00</b>
	64. Costo de Ventas de Bienes y Prestaciones Servicio	64	
D	65. Costo agropecuario por compra nacionales	65	
	66. Costo Agropecuario por compra extranjeras	66	
	<b>67. Total costo agropecuario (Renglon 65+66)</b>	<b>67</b>	-
	68. Gastos de Ventas	68	12,675.00
	69. Gastos de Administracion	69	10,000.00
	70. Gastos por servicio Profesionales, Técnicos y otros oficios.	70	
	71. Gastos por sueldos, salarios y demas compensaciones	71	188,214.00
	72. Gasto por aporte patronal al INSS	72	26,676.00
	73. Gastos por depreciacion de activos fijos	73	
	74. Gastos por financiamiento nacional	74	13,730.00
	75. Gastos por financieras de desarrollo extranjero	75	
	76. Gastos con resto de financiamiento extranjero	76	
	<b>77. Total Gastos por Financiamiento extranjero (Renglon 75+76)</b>	<b>77</b>	-
	<b>78. Total Gastos por financiamiento nacional y/o extranjero (renglon 74+77)</b>	<b>78</b>	<b>13,730.00</b>
	79. Costos y Gastos por rentas de capital y ganancias y pérdidas de capital	79	
	80. Gastos por inversión en plantaciones forestales	80	
	81. Otros gastos de operaciones	81	51,236.00
	82. Dedución proporcional	82	
	<b>83. Total Costos y Gastos deducibles (renglones 64+67+68+69+70+71+72+73+78+79+80+81+82)</b>	<b>83</b>	<b>302,531.00</b>
	84. Deduciones Extraordinarias	84	
	85. Gastos no deducibles	85	
	<b>86. Total deducciones (renglón 83 + 84)</b>	<b>86</b>	<b>302,531.00</b>
	<b>87. Renta neta gravable(renglón 63 - 86)</b>	<b>87</b>	<b>(52,531.00)</b>
<b>CALCULO DEL IR RENTA ACTIVIDADES ECONOMICAS</b>			
	88. IMPUESTO SOBRE LA RENTA	88	
	<b>89. Pago Mínimo Definitivo del IR (renglón 63 x 1%)</b>	<b>89</b>	<b>2,500.00</b>
	90. Pago mínimo definitivo de casinos y juegos de azar	90	
	<b>91. Debito fiscal (renglon 88 vrs 89, ó 88 vrs 90)</b>	<b>91</b>	<b>2,500.00</b>
	92. Retención Definitiva por transacciones de arroz y leche cruda (1%)	92	
	93. Retenciones definitivas por transacciones de bienes agrícolas primarios(1.5%)	93	
	94. Retenciones definitivas por transacciones demas bienes del sector agropecuario (2%)	94	
	<b>95. Total Retenciones definitivas por transacciones bolsa agropecuario (renglon 92+93+94)</b>	<b>95</b>	-
<b>LIQUIDACION DEL IMPUESTO RENTA ACTIVIDAD ECONOMICAS</b>			
	96. Pagos de Anticipos Mensuales IR	96	
	97. Pagos de Anticipos Mensuales de PMD	97	
	98. Pagos a casinos y operadoras de salas de juegos	98	
	<b>99. Total anticipos pagados (renglones 96+97+98)</b>	<b>99</b>	-
	100. Retenciones en la fuentes que le hubieran efectuado	100	
	101. Retenciones por afiliación de tarjeta de credits	101	
	102. Auto retenciones realizadas	102	
	103. Retenciones por Rentas de Capital y Ganacias y Perdidas de Capital	103	
	<b>104. Total de retenciones en la fuente (reglones 100+101+102+103)</b>	<b>104</b>	-
	105. Credits aplicados en anticipo mensuales IR	105	
	106. Credits aplicados en anticipo mensuales de PMD.	106	
	<b>107. Total credito aplicados en anticipo mensuales (renglon 105 +106)</b>	<b>107</b>	-
F	108. Credito tributario (1.5% incentivo a la exportación)	108	
	109. Credits por Combustible (exportadores ley 382)	109	
	110. Credito por incentivo y beneficios al sector turismo (Ley 306)	110	
	111. Credito fiscal por ley del INVUR (Ley de la Vivienda de interes social)	111	
	112. Credits autorizados por la DGI	112	
	<b>113. Total Credits Aplicados Directamente al IR Anual (renglones 108+109+110+111+112)</b>	<b>113</b>	-
	<b>114. Total credits fiscal mas otros acreditamiento (Renglones 99+104+107+113)</b>	<b>114</b>	-
	115. Pagos realizados por concepto de este impuesto	115	
	116. Debito por traslado de Saldo a Favor de Anticipo al siguiente Periodo.	116	
	<b>117. Saldo a pagar (Si el renglón 91+116-114-115 &gt; 0; ó , si el renglón 91+116-95-114-115 &gt; 0)</b>	<b>117</b>	
	<b>118. Saldo a Favor (Si el renglón 91+116-99-104-115&lt;0; ó , si el renglón 91+116-95-99-104-115&lt;0)</b>	<b>118</b>	
	119. Crédito por incentivos fiscales para el desarrollo forestal	119	



# **Tabla de Amortizaciones**

**Declaración Anual**

### Tabla de Amortizaciones

DATOS DEL CREDITO			
Concepto	Datos	Concepto	Datos
Valor	80,000	Plazo	5 años
Tasa de interes anual ( TIA )	18%	Periodo de pago	<b>Mensual</b>
Año comercial	360 dias	Programados	60 pagos
Año civil o calendario	365 dias	Dias exactos	1,827

#### Calculo cuota basica (Int. mensual + amortizacion; no incluye seguros)

Concepto	Descripcion	Formula	Resultado
Factor del periodo de pago: Mensual	$TIA \div 360$ dias año, el cociente x 365 y el total $\div 12$	$\frac{18\%}{360 \text{ dias}} \times \frac{1827 \text{ dias}}{5 \text{ años}}$	0.015225
<b>Factor de la anualidad -----&gt;</b>			0.025540535
Cuota Nivelada, sistema frances ----->			2,043.24

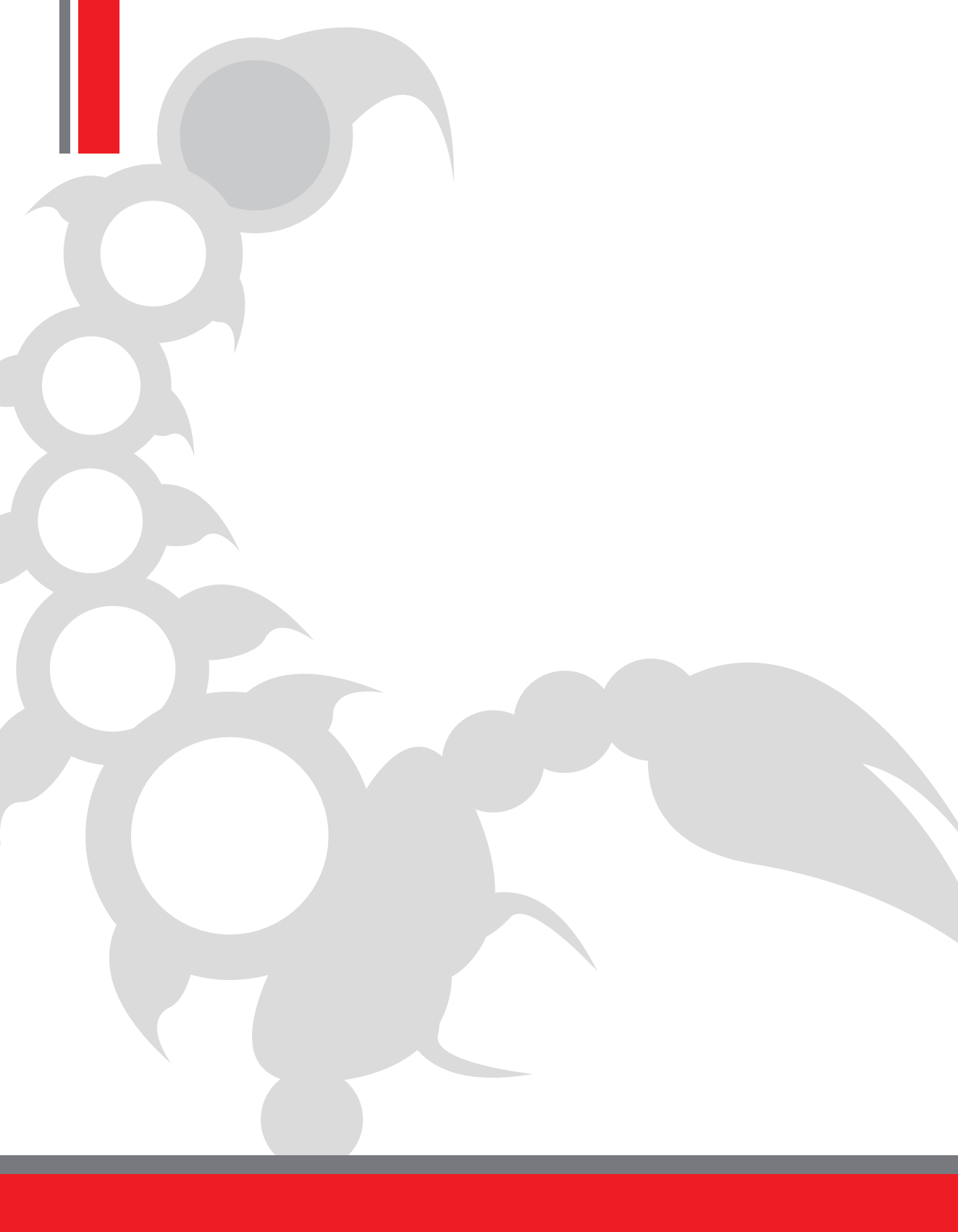
#### Calculo cuota de amortizacion

Concepto	Descripcion	Formula	Resultado
Factor diario de tasa de interes	Proporcional del interes mensual	$\frac{1.5225000\%}{\left( \frac{1827 \text{ dias}}{60 \text{ pagos}} \right)}$	0.0005

		Tasa del costo efectivo anual		TIR por periodo			
		19.89 %		1.52 %			
		1,827	122,613.41	42,613.41	80,000.00		
No.	Fecha	Mensual	Cuota basica	Int. BANCO	Amortizacion	Saldo	Credito pagado
0	jue, 20 - Ago - 2015		( 80,000.00)			80,000.00	
1	dom, 20 - Sept - 2015	31	2,043.24	1,240.00	803.24	79,196.76	803.24
2	mar, 20 - Oct - 2015	30	2,043.24	1,187.95	855.29	78,341.47	1,658.53
3	vie, 20 - Nov - 2015	31	2,043.24	1,214.29	828.95	77,512.52	2,487.48
4	dom, 20 - Dic - 2015	30	2,043.24	1,162.69	880.55	76,631.97	3,368.03
5	mié, 20 - Ene - 2016	31	2,043.24	1,187.80	855.44	75,776.53	4,223.47
6	sáb, 20 - Feb - 2016	31	2,043.24	1,174.54	868.70	74,907.83	5,092.17
7	dom, 20 - Mar - 2016	29	2,043.24	1,086.16	957.08	73,950.75	6,049.25
8	mié, 20 - Abr - 2016	31	2,043.24	1,146.24	897.00	73,053.75	6,946.25
9	vie, 20 - May - 2016	30	2,043.24	1,095.81	947.43	72,106.32	7,893.68
10	lun, 20 - Jun - 2016	31	2,043.24	1,117.65	925.59	71,180.73	8,819.27
11	mié, 20 - Jul - 2016	30	2,043.24	1,067.71	975.53	70,205.20	9,794.80
12	sáb, 20 - Ago - 2016	31	2,043.24	1,088.18	955.06	69,250.14	10,749.86
13	mar, 20 - Sept - 2016	31	2,043.24	1,073.38	969.86	68,280.28	11,719.72
14	jue, 20 - Oct - 2016	30	2,043.24	1,024.20	1,019.04	67,261.24	12,738.76
15	dom, 20 - Nov - 2016	31	2,043.24	1,042.55	1,000.69	66,260.55	13,739.45
16	mar, 20 - Dic - 2016	30	2,043.24	993.91	1,049.33	65,211.22	14,788.78
17	vie, 20 - Ene - 2017	31	2,043.24	1,010.77	1,032.47	64,178.75	15,821.25
18	lun, 20 - Feb - 2017	31	2,043.24	994.77	1,048.47	63,130.28	16,869.72
19	lun, 20 - Mar - 2017	28	2,043.24	883.82	1,159.42	61,970.86	18,029.14
20	jue, 20 - Abr - 2017	31	2,043.24	960.55	1,082.69	60,888.17	19,111.83
21	sáb, 20 - May - 2017	30	2,043.24	913.32	1,129.92	59,758.25	20,241.75
22	mar, 20 - Jun - 2017	31	2,043.24	926.25	1,116.99	58,641.26	21,358.74
23	jue, 20 - Jul - 2017	30	2,043.24	879.62	1,163.62	57,477.64	22,522.36
24	dom, 20 - Ago - 2017	31	2,043.24	890.90	1,152.34	56,325.30	23,674.70
25	mié, 20 - Sept - 2017	31	2,043.24	873.04	1,170.20	55,155.10	24,844.90
26	vie, 20 - Oct - 2017	30	2,043.24	827.33	1,215.91	53,939.19	26,060.81
27	lun, 20 - Nov - 2017	31	2,043.24	836.06	1,207.18	52,732.01	27,267.99
28	mié, 20 - Dic - 2017	30	2,043.24	790.98	1,252.26	51,479.75	28,520.25
29	sáb, 20 - Ene - 2018	31	2,043.24	797.94	1,245.30	50,234.45	29,765.55
30	mar, 20 - Feb - 2018	31	2,043.24	778.63	1,264.61	48,969.84	31,030.16



		Tasa del costo efectivo anual		TIR por periodo			
		19.89 %		1.52 %			
		1,827	122,613.41	42,613.41	80,000.00		
No.	Fecha	Mensual	Cuota basica	Int. BANCO	Amortizacion	Saldo	Credito pagado
31	mar, 20 - Mar - 2018	28	2,043.24	685.58	1,357.66	47,612.18	32,387.82
32	vie, 20 - Abr - 2018	31	2,043.24	737.99	1,305.25	46,306.93	33,693.07
33	dom, 20 - May - 2018	30	2,043.24	694.60	1,348.64	44,958.29	35,041.71
34	mié, 20 - Jun - 2018	31	2,043.24	696.85	1,346.39	43,611.90	36,388.10
35	vie, 20 - Jul - 2018	30	2,043.24	654.18	1,389.06	42,222.84	37,777.16
36	lun, 20 - Ago - 2018	31	2,043.24	654.45	1,388.79	40,834.05	39,165.95
37	jue, 20 - Sept - 2018	31	2,043.24	632.93	1,410.31	39,423.74	40,576.26
38	sáb, 20 - Oct - 2018	30	2,043.24	591.36	1,451.88	37,971.86	42,028.14
39	mar, 20 - Nov - 2018	31	2,043.24	588.56	1,454.68	36,517.18	43,482.82
40	jue, 20 - Dic - 2018	30	2,043.24	547.76	1,495.48	35,021.70	44,978.30
41	dom, 20 - Ene - 2019	31	2,043.24	542.84	1,500.40	33,521.30	46,478.70
42	mié, 20 - Feb - 2019	31	2,043.24	519.58	1,523.66	31,997.64	48,002.36
43	mié, 20 - Mar - 2019	28	2,043.24	447.97	1,595.27	30,402.37	49,597.63
44	sáb, 20 - Abr - 2019	31	2,043.24	471.24	1,572.00	28,830.37	51,169.63
45	lun, 20 - May - 2019	30	2,043.24	432.46	1,610.78	27,219.59	52,780.41
46	jue, 20 - Jun - 2019	31	2,043.24	421.90	1,621.34	25,598.25	54,401.75
47	sáb, 20 - Jul - 2019	30	2,043.24	383.97	1,659.27	23,938.98	56,061.02
48	mar, 20 - Ago - 2019	31	2,043.24	371.05	1,672.19	22,266.79	57,733.21
49	vie, 20 - Sept - 2019	31	2,043.24	345.14	1,698.10	20,568.69	59,431.31
50	dom, 20 - Oct - 2019	30	2,043.24	308.53	1,734.71	18,833.98	61,166.02
51	mié, 20 - Nov - 2019	31	2,043.24	291.93	1,751.31	17,082.67	62,917.33
52	vie, 20 - Dic - 2019	30	2,043.24	256.24	1,787.00	15,295.67	64,704.33
53	lun, 20 - Ene - 2020	31	2,043.24	237.08	1,806.16	13,489.51	66,510.49
54	<b>jue, 20 - Feb - 2020</b>	31	2,043.24	209.09	1,834.15	11,655.36	68,344.64
55	vie, 20 - Mar - 2020	29	2,043.24	169.00	1,874.24	9,781.12	70,218.88
56	lun, 20 - Abr - 2020	31	2,043.24	151.61	1,891.63	7,889.49	72,110.51
57	mié, 20 - May - 2020	30	2,043.24	118.34	1,924.90	5,964.59	74,035.41
58	sáb, 20 - Jun - 2020	31	2,043.24	92.45	1,950.79	4,013.80	75,986.20
59	lun, 20 - Jul - 2020	30	2,043.24	60.21	1,983.03	2,030.77	77,969.23
60	jue, 20 - Ago - 2020	31	2,062.25	31.48	2,030.77		80,000.00





CAPÍTULO V

---

# MANUAL DE MARCA

---







# aucre

Animation Studio

## MANUAL DE MARCA

---

**Autor:**

Rissden Leonardo Vega Silva

---



**Aucre Animation Studio**

**Manual de Marca**

**Universidad Politécnica de Nicaragua  
UPOLI  
Escuela de Diseño**

**Autor:**

Rissden Leonardo Vega Silva

**© 2015 Aucre Animation Studio**





## Presentación

Uno de los principales elementos que debe tener una compañía para definir su Identidad es el logotipo y una vez establecida esta imagen, será la cara visible de la Empresa, donde todos los clientes la observarán cuando quieran entrar en contacto con ella, por lo tanto, el presente Manual tiene como objetivo mostrar de manera detallada todos los elementos requeridos para el uso correcto de la Identidad Visual de Aucre Animation Studios.

Un Manual, responde la necesidad para asegurar la correcta aplicación de cada uno de los elementos de la Imagen Empresarial de una entidad. Este proceso se desarrolla aplicando todos los conocimientos esenciales de diseño y como objetivo demostrar una Identidad propia y bien diferenciada.

Es importante seguir las normas establecidas en este documento, se mostrarán las respectivas instrucciones que permitirá la reproducción de la Imagen Corporativa. Con el uso adecuado de sus elementos se logrará una meta, ser recordado ante el público y de esta manera ocupar un lugar en el mercado con las aplicaciones publicitarias. Es fundamental respetar las pautas de un logotipo, el correcto y consistente uso de la marca Aucre Animation Studios, contribuirá a que consigamos los objetivos de identificación y refuerzo de la misma. Es un trabajo de equipo, en el que todos participamos para hacer de Aucre una gran marca.

## ÍNDICE

### MANUAL DE MARCA

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>93</b>
<b>EL LOGOTIPO</b>	<b>95</b>
<b>CONSTRUCCIÓN DEL LOGO</b>	<b>98</b>
<b>COLOR CORPORATIVO</b>	<b>102</b>
CMYK	103
RGB	104
GRISES Y PANTONE®	105
<b>APLICACIÓN DE COLOR</b>	<b>106</b>
VERSIÓN SOBRE FOTOGRAFÍAS O IMÁGENES	108
<b>PROPORCIÓN Y ÁREA DE SEGURIDAD</b>	<b>109</b>
<b>TIPOGRAFÍA CORPORATIVA</b>	<b>111</b>
<b>USOS INCORRECTOS</b>	<b>113</b>
<b>PAPELERÍA CORPORATIVA</b>	<b>116</b>
TARJETA DE PRESENTACIÓN	117
HOJA MEMBRETADA	118
SOBRE AMERICANO	119
FACTURA	120
FOLDER CARPETA	121
<b>CONCLUSIÓN DEL MANUAL DE MARCA</b>	<b>146</b>





MANUAL DE MARCA

---

# Introducción

---

## ¿Qué es la empresa?

Aucre Animation Studios, es una compañía nicaragüense que ofrece soluciones creativas al Diseño Gráfico y la Animación 2D, integrado en un solo concepto a través de los medios audiovisuales.

### Historia

La empresa originalmente se llamaría NAHU Audiovisuales, fue fundada por Rissden Leonardo Vega Silva en 2015 con la ayuda de su madre Rossemary Silva quien le ofreció su apoyo para impulsar el negocio en el área del sistema contable.

El Nombre de la empresa proviene de combinación de “Au” iniciales de Audiovisual y “Cre” de Creativo “aucre”.

A partir de ese momento, Rissden Vega tuvo como prioridad que la imagen de la empresa tuviera una fuerte relación para impulsar el Diseño Gráfico Audiovisual en Nicaragua, revolucionando el concepto que la mayoría tiene acerca de lo que significa realizar diseños.

### Misión

Brindarles a nuestros clientes soluciones integrales de comunicación estratégica, mediante la animación 2D junto al Diseño Gráfico que sumen valor y generen mayor demanda, gracias al concepto integrado de ofrecer todo en un solo sitio.

### Visión

Ser una empresa líder a nivel nacional e internacional explotando al máximo la creatividad nacional con el Diseño Gráfico, creciendo constantemente con el apoyo de diseñadores para impulsar la producción Audiovisual, cambiando el concepto que la mayoría de las personas tienen acerca de hacer un buen Diseño.

### Valores

*Puntualidad*  
*Calidad*  
*Consecuencia*  
*Comunicación*  
*Responsabilidad*  
*Originalidad*  
*Seguridad*  
*Libertad*  
*Trabajo en equipo*  
*Honestidad*



MANUAL DE MARCA

---

# El Logotipo

---

Aucre Animation Studio, cuenta con una relación exacta en su logotipo y ha sido diseñada cuidadosamente para representar a la marca en cualquier tipo de formato y soporte.

### Versión Full Color



No se puede cambiar o rediseñar las dimensiones y proporciones relativas de sus elementos o combinarse con otras que no aparezcan en este manual.

### Versión Full Color con Fondo Negro



Para esta versión la única variante será la leyenda "Animation Studio" de color (Blanco).

Versión Positivo



Versión Negativo





MANUAL DE MARCA

---

# Construcción del Logo

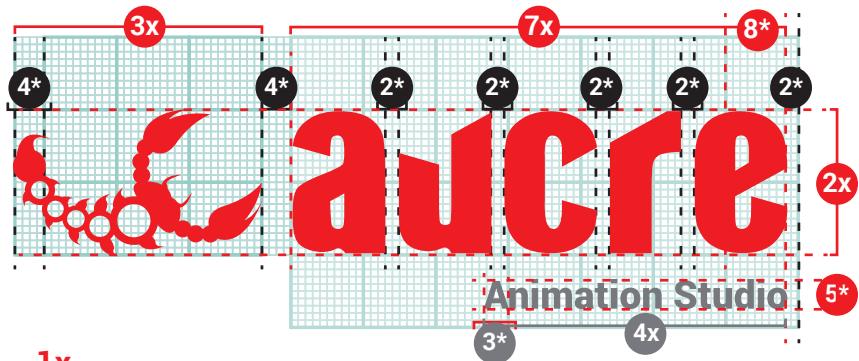
---

## Elementos Básicos



## Construcción Gráfica

Para facilitar la comprensión de como esta construido el logotipo, así como su manejo y reproducción, a continuación se proporciona una cuadrícula que especifica la relación de sus proporciones.



### Leyenda:

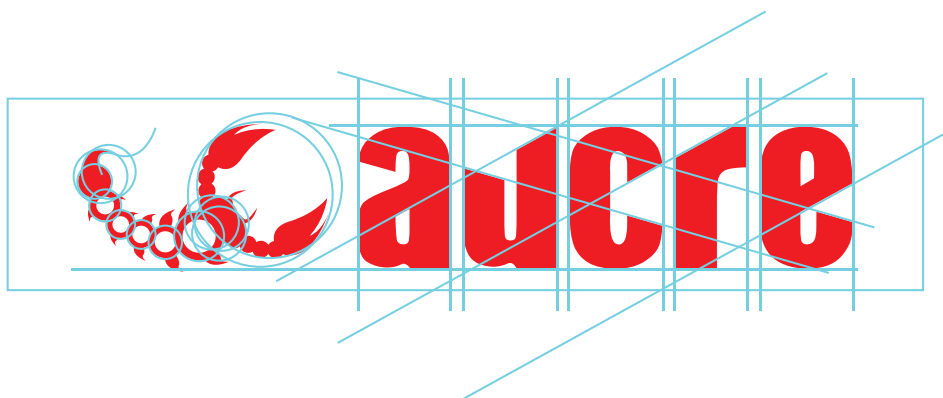
**x:** 1 Cuadrado

**\*:** 1 Subcuadro Interno dentro del mismo cuadrado

## Versión Lineal en construcción



## Líneas y proporciones





## Versión Vertical

En los casos en que la forma horizontal del imagotipo no es la apropiada o la composición gráfica desfavorece su aplicación, debe usarse la forma vertical con su respectiva distancia en cada uno de sus elementos. El Isotipo será colocado en el centro del logotipo.



### Leyenda:

**x:** 1 Cuadrado

**•:** 1 Subcuadro Interno dentro del mismo cuadrado

## Simbología del Isotipo



Aunque el escorpión es considerado peligroso por su gran aguijón al final de su cola, su diseño fue signo de inspiración porque simboliza independencia, tenacidad y determinación pues es un animal solitario que vive unos 25 años con apenas alimento; de hecho, pueden aguantar un año sin comida ni bebida, por lo que también significa resistencia.

La forma de ver hacia la derecha es progreso y futuro.



MANUAL DE MARCA

---

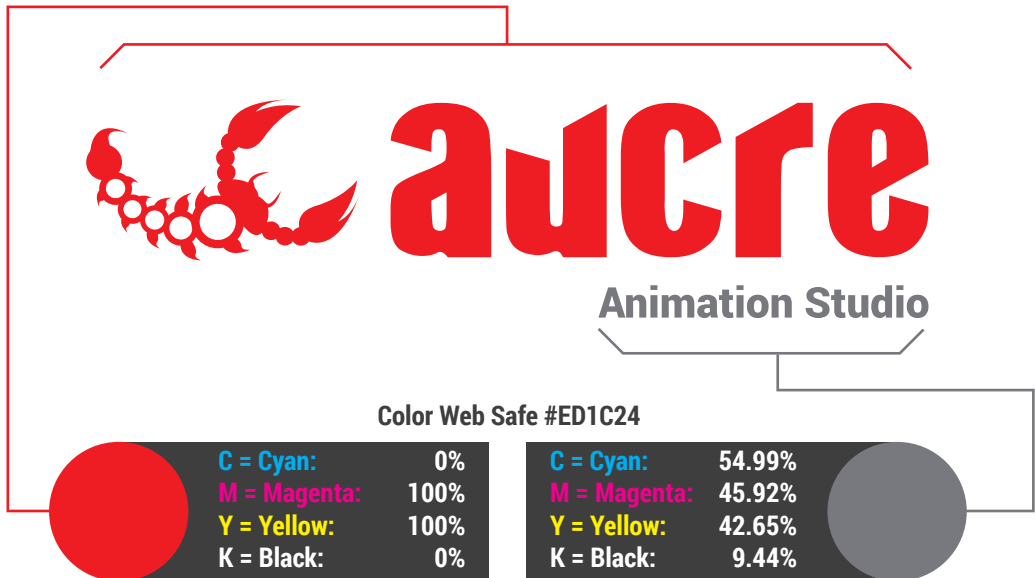
# Color Corporativo

---

## Color CMYK

La “cuatricromía CMYK” es uno de los métodos que utiliza las Artes Gráficas en la impresión llamada a “todo color” o “full color”. Consiste en la descomposición de los colores en cuatro, consiguiendo así un amplio espectro de colores.

Es importante resaltar que en las impresiones en cuatricromía no se consiguen todos los colores, de ahí que puedan existir diferencias entre el original y el impreso.



## Simbología del Color

### **ROJO Significa:**

Fuerza  
Energía  
Aventura  
Audacia  
Estimulante  
Induce  
Valora

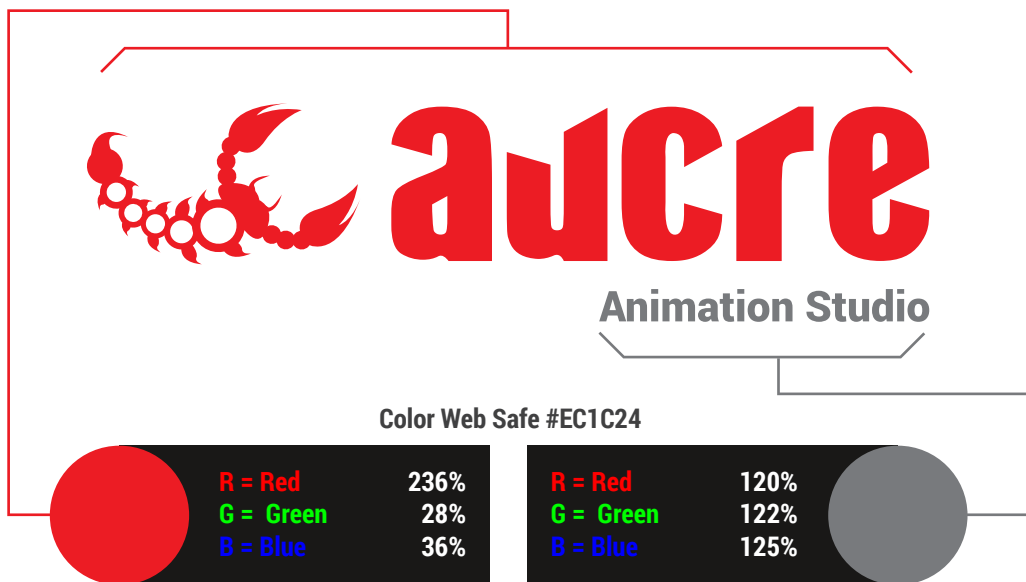
### **Gris Significa:**

Autoridad  
Humilde  
Caprichoso  
Respetuoso  
Estable  
Neutral

## Modo para Pantalla y video RGB

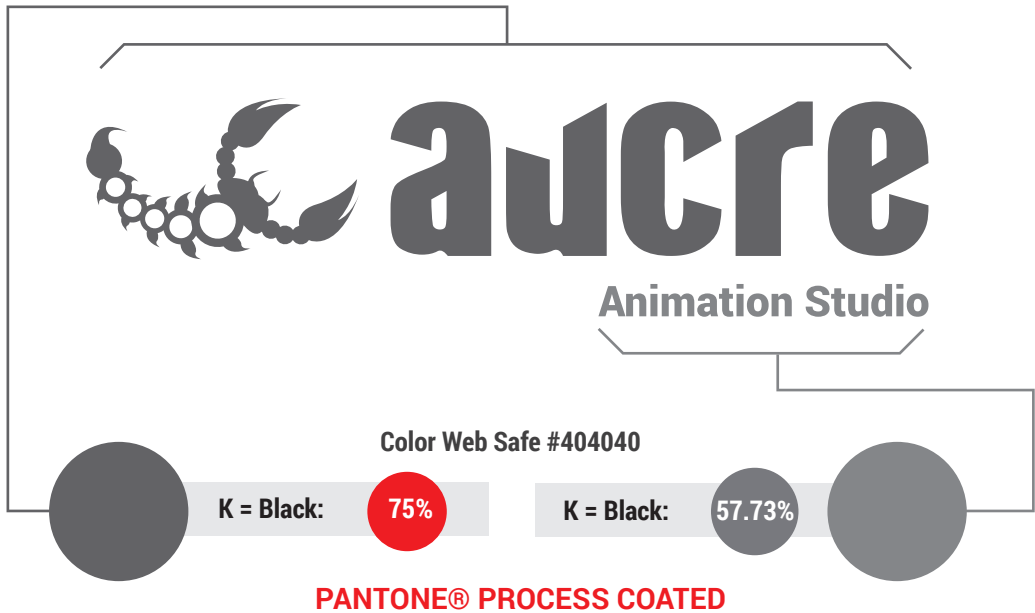
La descripción RGB (colores luz) es conocido por sus siglas en inglés de Red, Green, y Blue, (rojo, verde y azul). RGB es un modelo de color utilizado para presentar el color en los diferentes sistemas de video cámaras, y monitores de ordenadores. También representa a todos los colores y es el modelo más utilizado para visualizar y trabajar con imágenes digitales en una pantalla.

En la gráfica se muestran los valores que tiene cada color CMYK convertido a RGB.

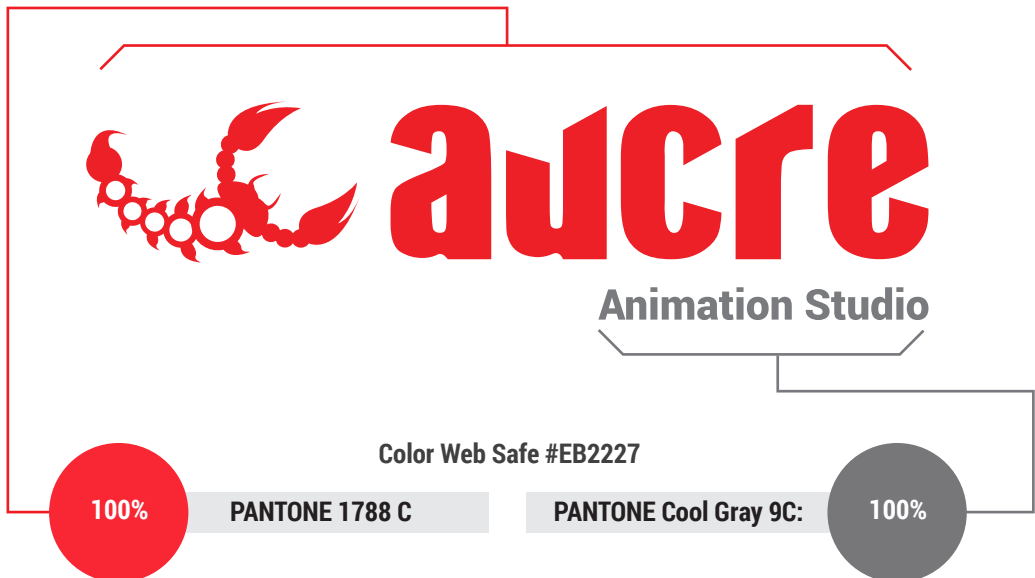


## Escala de Grises

Esta versión del imago tipo es ideal para la impresión en periódicos u en cualquier otro formato a blanco y negro. Cada color tiene su respectivo porcentaje convertido a grises.



Para Imprenta Offset PANTONE®, son tintas planas y cada una cuenta con su respectivo código normalizado.





MANUAL DE MARCA

---

# Aplicación de color

---

### Versión Cromática

Las siguiente regla se aplican a las diversas formas del logotipo (Horizontal y Vertical).

Los colores corporativos empleados en el Imagotipo están divididos a un solo color, usando el sistema de reproducción Pantone® (Tintas planas), con el fin de representar la gama de colores que utiliza la marca.



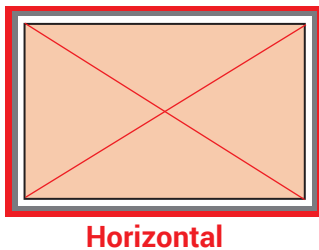
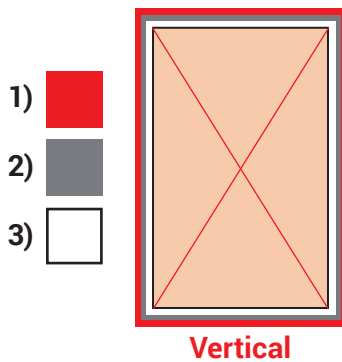
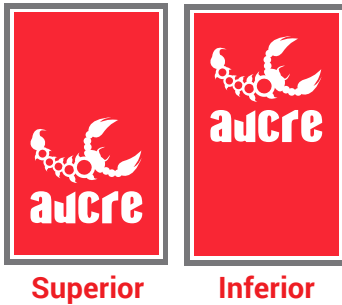
### Versión Lineal Monocromática sobre Videos

El Imagotipo puede ser aplicado únicamente en los Spot de Videos promocionales. La marca estará de color blanco rodeado de un "stroke" de color Pantone® 1788 C de 2x.



## Versión sobre fotografías o imágenes

Para el caso de un poster, imagen o fotografía, se colocará la siguiente versión de logo en la esquina superior izquierda o en la parte inferior derecha únicamente si la imagen contiene elementos que en la parte superior puedan quedar comprometidos con ésta.



Para los bordes de cada foto se usará:  
1) De fondo el color Pantone® 1788 C (Rojo),  
2) Para el Centro Pantone® Cool Gray 9 C (gris)  
3) Finalmente el color Blanco.

La misma técnica aplica a la orientación vertical y horizontal.





MANUAL DE MARCA

---

# Proporción y Área de Seguridad

---

## Proporción y tamaño mínimo



Éste es el tamaño mínimo recomendado para “Tarjetas de Presentación” y cualquier otro formato parecido. El logo tendrá las dimensiones mínimas de **(0.6 x 2.8 cm)** y la leyenda “Animation Studio” no es visible en este tamaño, por lo tanto, se omitirá.

## Área de Seguridad

El Área de Seguridad es el espacio que debe existir alrededor del logotipo o marca sin que ningún otro elemento lo rebase e interfiera, consiguiendo así una correcta visualización del mismo e impidiendo su contaminación visual.

Al proporcionar una zona de seguridad para el logotipo aseguramos la independencia visual del mismo respecto a otros elementos gráficos que pudieran acompañarlo, facilitando de esta forma su inmediata identificación.

El imagotipo al ser insertado en cualquier formato, siempre tendrá como referencia de distancia la letra “r” de Aucre.



El Imagotipo se encuentra rodeado de líneas imaginarias que indican su área segura, impidiendo que cualquier otro elemento sobrepase sobre ella.

Para una presentación consistente que asegure la limpieza y claridad es importante mantener alrededor de la imagen institucional un área que lo proteja de otros textos, bordes, gráficos o ilustraciones. El no respetar el área de seguridad se afectará el aspecto visual de la marca.

*Estas son las áreas mínimas de restricción y bajo ninguna circunstancia deben de rebasarse.*



MANUAL DE MARCA

---

# Tipografía Corporativa

---

## Tipografía Corporativa

Para la marca Aucre se definió como tipografía principal “Gabo Drive”, la cual debe usarse únicamente en los titulares o elementos donde pueda ser reproducible y manipulable de manera correcta.

Para cuerpos de texto se utilizó La Familia tipográfica “Roboto” en sus versiones (Regular, Medium, Italic, Bold, Bold Italic, Black y Black Italic).

Es ideal que toda entidad que trabaje con las piezas gráficas de Aucre Animation Studio, como por ejemplo imprentas, agencias de comunicación y diseño, tengan correctamente cargada la tipografía cuando trabajen los archivos.



### Gabo Drive

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz  
 !"#\$%&/'()=?@\_{}\*~:; 1234567890

### Roboto (Regular)

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz  
 !"#\$%&/'()=?@\_{}\*~:; 1234567890

### Roboto (Bold)

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz  
 !"#\$%&/'()=?@\_{}\*~:; 1234567890

\* La tipografía utilizada para este manual es de 10 puntos para el Cuerpo de Texto, 14 puntos en Bold para los Titulares principales y 11 Puntos en Bold para los subtítulos.



MANUAL DE MARCA

---

# Usos Incorrectos

---

## Usos Incorrectos

Este manual prevé las diferentes necesidades de aplicación que pudiera presentarse sin necesidad de alterar el diseño original.

Estirar o alterar las proporciones del imagotipo.



Cambiar o sustituir la tipografía original.



Alterar el Diseño del Isotipo.



Aplicar efectos o sombras visuales.



Modificar el color original por otro





Alterar la posición de los elementos.



Aplicar un contorno (Stroke) al Imagotipo.



Encajar los elementos del Imagotipo en la marca



Usar fondo Gris sobre Rojo.



Colocar la marca sobre fondos que no contrasten con el Imagotipo o no cambiarla a blanco en su totalidad.



MANUAL DE MARCA

---

# Papelería Corporativa

---



## Tarjeta de Presentación

### Parte Delantera

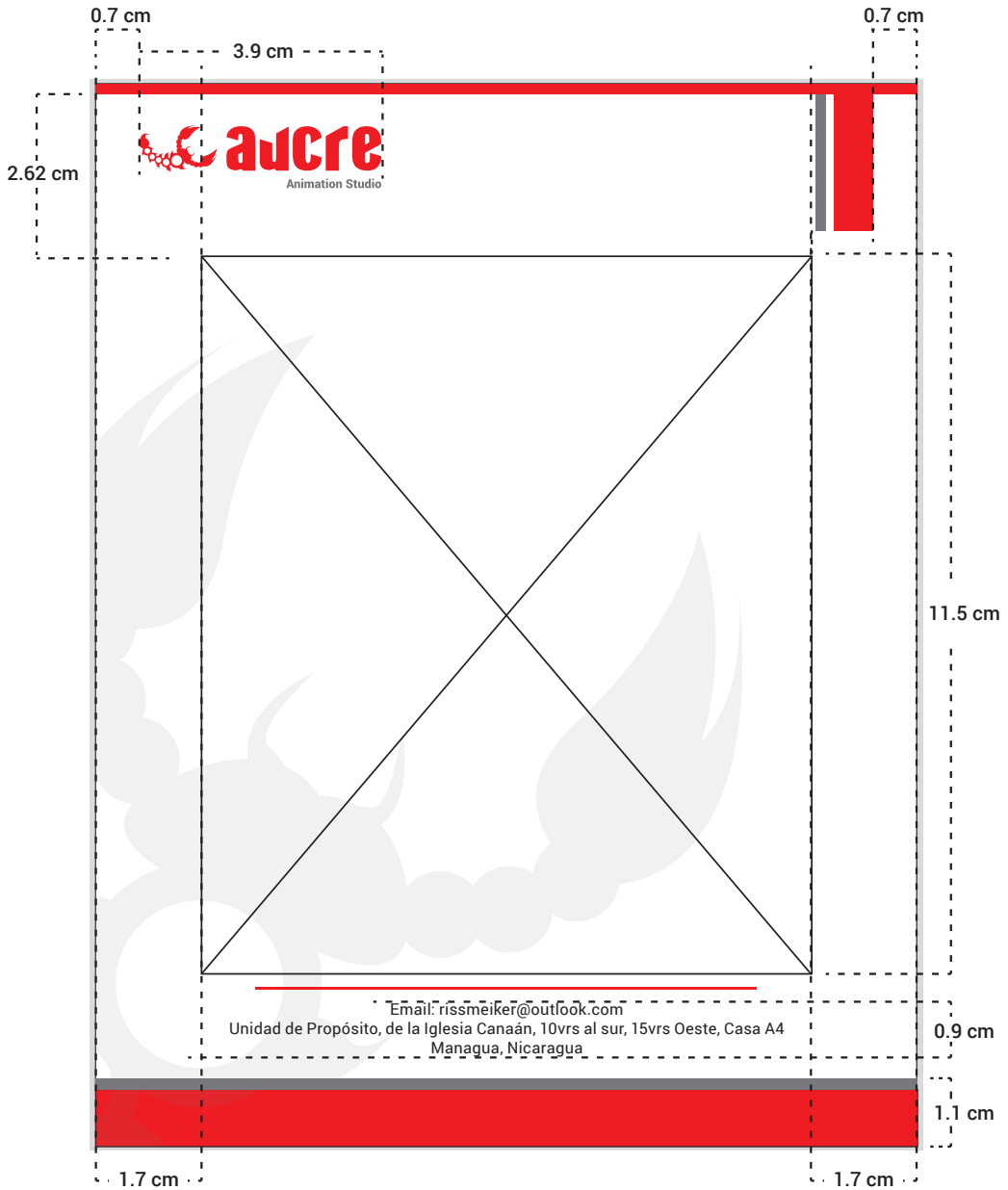


### Parte Trasera



*Tipo de Papel:* Lino  
*Orientación:* Horizontal  
*Tamaño:* 9 x 5 cm

## Hoja Membretada



Tipo de Papel: Bond  
Orientación: Vertical  
Tamaño: 21.59 x 27.94 cm

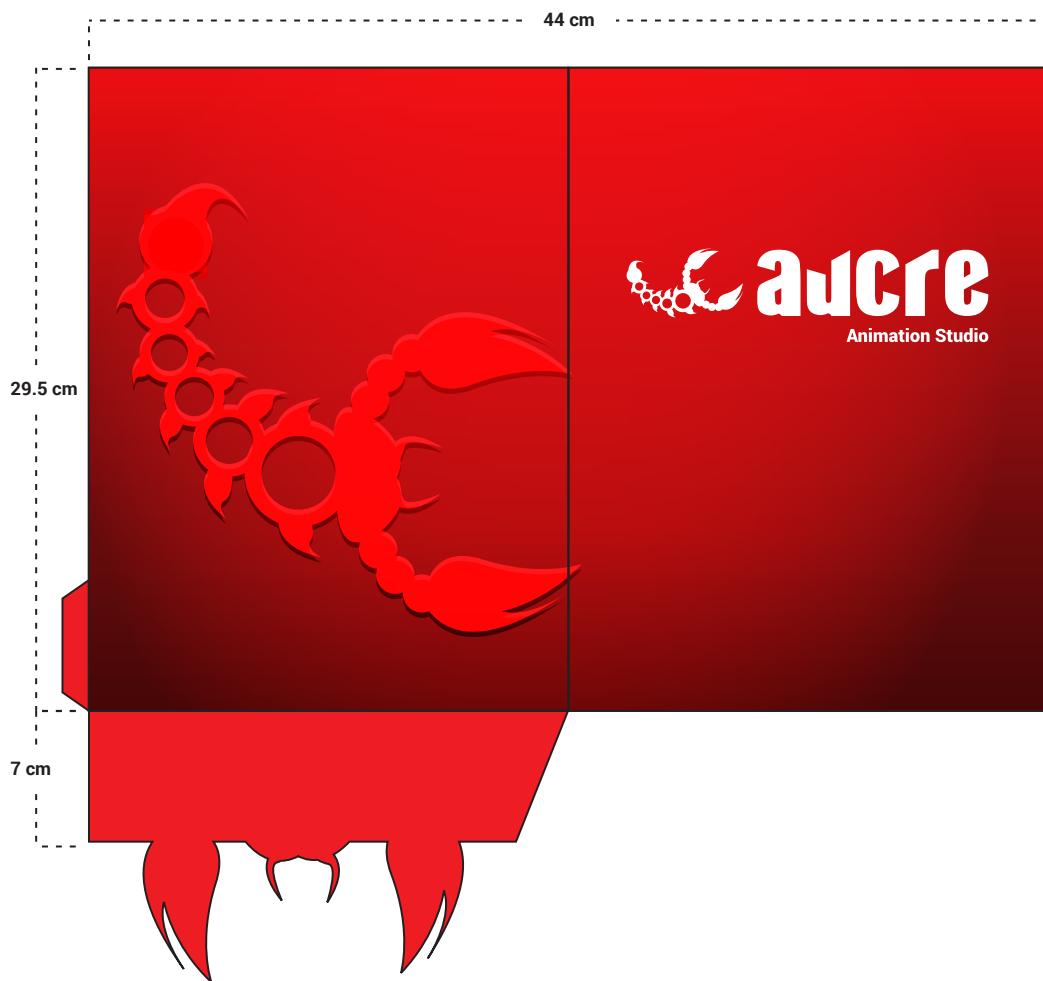
## Sobre Americano



Tipo de Papel: Bond  
Orientación: Horizontal  
Tamaño: 22 x 11 cm



## Folder Carpeta



*Tipo de Papel:* Folder  
*Orientación:* Horizontal  
*Tamaño:* 44 x 29.5 cm





CAPÍTULO VI

---

**ANEXOS**

---







## V.I Auditoria Personal

### ¿Quién soy Yo?

- Yo soy un joven de 20 años egresado, cursando el último año de la carrera de Diseño Gráfico para optar al título en la Universidad Politécnica de Nicaragua UPOLI.
- Yo soy una persona que reacciona emocionalmente a las virtudes que me ofrece la vida.
- Yo soy parte de una familia que se compone de 4 personas incluyéndome (Papá, mamá y una hermana quinceañera) y mi nombre es Rissden Leonardo Vega Silva.
- Yo soy el resultado de mi educación, esfuerzo y dedicación al enriquecer mis conocimientos para ser una mejor persona.
- Yo soy el conjunto de mis pensamientos, una persona independiente e intuitiva, que puede dominar temas interesantes de acuerdo al momento.
- Yo soy nicaragüense, aunque únicamente conozco la historia de mi pueblo a grandes rasgos.
- Yo soy mis rutinas, me gusta la computación, voy al gimnasio a ponerme en forma, y le dedico espacio al trabajo de Animación Visual 2D junto al Diseño Gráfico.
- Yo soy el resultado de mis defectos, costumbres y cualidades, esta parte de mí se encuentra en proceso de mejoramiento continuo, con muchos aspectos a cambiar.
- Yo soy una persona que pertenece a la religión católica, fiel creyente de Dios.
- Yo soy espíritu, tengo un propósito en esta vida y por eso vivo.
- Yo soy de corazón sensible, que sabe dedicar mi tiempo con amor a quien se lo merezca.
- Yo soy una persona de alto valor, con las experiencias vividas, me hacen ver que cada uno es un mundo distinto al cambiar constantemente para adaptarme al entorno.
- Yo soy un misterio, una persona pasiva que puede contener una característica oculta que aún no he descubierto.
- Yo soy perfeccionista y detallista, aunque a estos factores les de mucha importancia, el rendimiento para la eficiencia a veces no es el adecuado.
- Yo soy una persona selectiva con carácter de elegir quienes serán mis amistades o el grupo que me acompañara a lo largo de mi aventura.
- Yo soy curioso a lo que desconozco, me gusta saber el porqué de las cosas y como surgieron desde el principio.

### ¿Con que cuento?

- Cuento con el apoyo de mis padres, sobre todo el de mi mamá que me apoya para ser lo que soy hoy, con su carácter me demuestra que la vida es dura y para alcanzar el éxito es necesario tropezarse.
- Recursos propios, debido a mi trabajo y a mi afán de ahorrar para obtener mis beneficios a largo plazo.
- Con un padre creativo que me ayuda a salir de apuros cuando el pensamiento se me bloquea para realizar una acción.
- Con la ayuda divina, en ocasiones por intuición prevengo cosas que suceden más

tarde y cuento con la capacidad lógica de mi pensamiento realista y soñador.

### ¿Qué puedo ofrecer?

- Una amistad incondicional muy fiel.
- Amor y dedicación por las cosas que hago.
- Asesoría sobre temas que domino, puedo aportar ideas al caso o ayudar a quien necesita una mano.
- Animación visual gráfica 2D, dibujo, Diseño Gráfico, Maquetación de Libros, y Pagina Web.

### ¿A quién se lo puedo ofrecer?

- A mi familia y a mis amigos si lo desean.
- A mis compañeros de trabajo.
- A un público determinado si decido realizar trabajos al estilo "Freelance".

### ¿Quién te ayuda?

- La enseñanza adquirida a lo largo de mi vida en la secundaria y universidad.
- El apoyo de mis padres influyó en mi aprendizaje.
- La influencia del trabajo laboral con la ayuda de mi jefe.
- Una ex pareja realizó en mí, un gran cambio.
- La Ayuda divina y la sabiduría de Dios.

### ¿Qué haces?

- Trabajar en mi labor como Animador Visual Gráfico 2D en Canal 2.
- Hacer ejercicio para mantenerme en forma.
- Pensar sobre mi futuro como emprendedor.
- Mi pasatiempo estar en la computadora.
- Salir de vez en cuando para liberar el estrés de la rutina diaria.

### ¿A quién ayudas?

- A la empresa donde realizo mis labores.
- A mis clientes en caso de que necesiten de mi trabajo.
- A mí mismo al enriquecerme cada día de nuevas experiencias.
- A mis padres con una pequeña parte económica.

### ¿Qué ayuda ofreces?

- Satisfacer las necesidades de los clientes en la empresa donde laboro.
- Demostrarle a mi jefe la calidad de mi trabajo en relación a detalles y eficiencia.
- Realizar los proyectos en su debido tiempo y forma.
- ¿Cómo te relacionas?
- Vía correo electrónico en caso de mi trabajo a los clientes a través del departamento de ventas.
- A través de mensajes de texto vía celular y chat en redes sociales.
- Socializando cara a cara con nuevas o viejas amistades.

### ¿Cómo te conocen y qué medios utilizas?

- En mi centro de labor a través de correo electrónico, destacando la calidad de mi trabajo.
- La comunicación verbal boca a boca gracias al buen trabajo que realizo.
- Gracias al uso de las redes sociales.

### ¿Qué obtienes?

- Satisfacción personal al ver mis capacidades para realizar un determinado proyecto o trabajo.
- Dinero cada quincena.
- Experiencia.
- Me doy a conocer por lo que hago.
- Referencias.
- Orgullo a mis padres.

### ¿Qué das?

- Mi tiempo al trabajo, 8 horas Diurnas.
- Aporte al trabajo con nuevas ideas o posibilidades para nuevos proyectos.
- Horas que dejo de pasar con mi familia debido al trabajo y al último proyecto de clases.
- Mi energía al ejercitarme diariamente en el gimnasio.
- Estrés en algunas ocasiones, cuando el trabajo es demasiado y no puedo cubrirlos todos.

### ¿Qué recursos tengo?

Experiencia.

Computadora de Alta Gama para realizar proyectos de gran valor.

Habilidad para redactar y saber desenvolverse al conversar de manera más “técnica”.

### ¿Quién Soy?

Una persona soñadora que auspicia a ser un empresario que tenga su propia empresa dedicada al Diseño Gráfico Audiovisual, unificando toda la familia de diseño.

Yo soy el conjunto de mis pensamientos, una persona independiente e intuitiva, que puede dominar temas interesantes de acuerdo al momento.

¿Qué tengo?

Mis conocimientos y recursos para desenvolverse adecuadamente en el área de Diseño complementada con lo audiovisual.

La capacidad de realizar mis proyectos para estar a la altura de otros grandes ejemplos.

Un sueño, positivismo y suerte.

Referencias.

### Figura / Imagen que Refleja mi Descripción

PERRO



## V.II Propósito u objetivos de “Plan de Negocio”

### Técnicas para elegir ideas de negocios innovadoras

Servicios Innovadores	Necesidades Satisfechas	Características Innovadoras	Producto o solución seleccionada
<i>Animación Visual 2D</i>	<i>Pequeñas Pymes</i>	<i>Impulsar la imagen de las empresas</i>	<i>Spot + TV + Radio</i>
<i>Diseño Gráfico + Asesoría</i>	<i>Estudiantes y Clientes novatos</i>	<i>Introducir al cliente al mundo del Diseño</i>	<i>Imagen de Marca</i>
<i>Concepto Unificado</i>	<i>Cientes u Empresas Grandes y Pequeñas</i>	<i>Impresión, Diseño Gráfico, Asesoría y Postproducción</i>	<i>Editorial, Spot, Viñetas, Banners, poster y audiovisual.</i>

### Propósitos u objetivos del Plan de Negocios

Mi propósito es impulsar la comunicación audiovisual bajo un concepto unificado, todo en uno, donde el cliente es quién elige lo que desea crear, para impulsarlo a través de cualquier medio social con la intención de eliminar los estereotipos creados por terceros que mal interpretan el significado de Diseño Gráfico por dibujitos.

### ¿Qué necesidades satisface?

Aucre Studios satisface a sus clientes cubriendo el área Audiovisual y Diseño Gráfico, gracias al convenio que tenemos con los medios televisivos locales como intermediarios, facilitando el espacio para promover los productos a un precio muy interesante con el fin de ahorrar el estrés de difusión para ofrecer un nuevo producto o uno ya existente en el mercado.

### Tipo de empresa

Aucre Studios es una pequeña industria que ofrece un servicio dedicado a la Animación Audiovisual 2D y Diseño Gráfico.

### Tamaño

La empresa comenzara con el presupuesto de \$2000 Dólares basado en un Súper PC (computadora) para las producciones Audiovisuales y el Diseño.

Número de Empleados:

Micro Empresa: (2 Personas) Director y 1 Contador.

## Ubicación

Aucre Studios se ubica en Managua (Unidad de Propósito, de la Iglesia Canaán, 10vrs al sur, 15vrs Oeste, Casa A4).

## Justificación

En Nicaragua no existe una empresa sólida que ofrezca el Diseño Gráfico y la Animación Audiovisual 2D dentro de un mismo concepto. Aucre Studios integra lo que por separado se ofrece en el mercado, sin recurrir a una agencia publicitaria o imprenta en caso de diseño o un medio de comunicación, ya que nosotros facilitamos esta vía dentro de lo que ofrecemos.

## Valores del Empresario

- Carácter: Me permite mantener la posición, para transmitir a los productos o servicios que ofreceré a los demás con valores positivos.
- Aprender: Contantemente estaré abierto al cambio, escuchando las distintas opiniones para hacer de la empresa un hogar para los amantes del Diseño Gráfico Audiovisual.
- Autodisciplina: Tener un excelente dominio del tema puede enriquecer las virtudes para no dejarme llevar por el impulso.
- Confianza: Transmitir a mis colaboradores la confianza para que amen su trabajo e impulsarlos a crecer personalmente como a la misma empresa.
- Ética: Los servicios que brindamos cumplirán con las normas legales, estableciéndolo en nuestra política para trabajar cómodamente sin problemas a futuro.
- Reflexión: Tomare la mejor decisión al frente de mis colaboradores para llegar a un acuerdo y llevar a cabo los proyectos con éxito.
- Religión: Siempre teniendo fe en Dios dándole las gracias para prosperar en las buenas y malas en el futuro de la empresa.

## Principios Empresariales

- Espíritu emprendedor
- Tiempo
- Realización Personal
- Asesoría
- Ahorrar y aprovechar los recursos creativamente
- Autoconocimiento
- Mejora continua.
- Sostenibilidad
- Innovación

## Ventajas Competitivas

### De la Empresa:

- Al contar con una marca que permite reconocer cualquier producto enfocado al diseño y audiovisual teniendo una buena acogida en el mercado.
- Al contar con un sistema de distribución (multiplus), que permite transmitir cualquiera de nuestros servicios y distribuirlo a través de los medios de comunicación correspondientes.
- Al destacar con nuestro innovador concepto, rompiendo las barreas estereotipadas que la mayoría de las personas tienen acerca de menospreciar el Diseño Gráfico como tal.
- Ser sostenible en el tiempo, ya sea a mediano y largo plazo.
- Tener metas alcanzables para prosperar al estar a la altura de la competencia.
- Buscar la diferenciación.

### Del Producto o Servicio

- Difícil de igualar
- Posible de mantener.
- Muy superior al de la competencia.
- Todo unificado bajo un mismo concepto.

## Distingos

### Sistema de distribución:

Tener una alianza con los medios de comunicación como intermediarios para que los nuevos clientes pasen por nuestra empresa y luego lo distribuimos al medio que él crea conveniente, con la mejor tasa de venta. Los medios tendrán un porcentaje por cada cliente.

### Precio:

Los mejores precios para el estudiante, corporativo y el usuario final con una membresía que hará únicos a los clientes.



## V.III ENCUESTA

Edad:		
Sexo:	M	F



Por favor rellene esta pequeña encuesta.

La información que nos proporcione será utilizada para conocer el grado de aceptación en el mercado de una nueva empresa de Diseño Gráfico y Animación 2D.

### ❖ Descripción:

Aucre Studios, será una empresa privada destinada a ofrecer el servicio Audiovisual de Animación, Diseño Gráfico, Publicidad e Impresión, concentrado en un solo concepto.

Dirigido a pequeñas compañías que desean alcanzar el éxito mediante la publicidad televisiva o banners animados.

### 1. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen de un servicio? (\*)

	<i>Que es nuevo</i>
	<i>Que es necesario</i>
	<i>Está a la moda</i>
	<i>Es muy conocido</i>
	<i>Calidad</i>
	<i>Precio</i>

### 2. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre este servicio?

	<i>Televisión</i>
	<i>Volantes, afiches y poster</i>
	<i>Internet (Redes Sociales)</i>
	<i>Correo Electrónico</i>
	<i>Radio y Periódico</i>

### 3. ¿Cuál es el medio adecuado para promocionar un nuevo negocio o uno ya existente?


	<i>Televisión</i>
	<i>Volantes, afiches y poster</i>
	<i>Internet (Redes Sociales)</i>
	<i>Correo Electrónico</i>
	<i>Radio y periódico</i>



4. ¿La idea de unificar su producto o servicio de animación al transmitirlo directamente a cualquier medio televisivo local de su preferencia, ahorrando tiempo y dinero en solicitar pautas de espacio?

	<i>Es una idea ambiciosa</i>
	<i>Buena idea</i>
	<i>Prefiero la producción finalizada eligiendo por mi cuenta el medio</i>
	<i>Pésima Idea</i>

5. ¿Qué opina usted acerca del nombre Aucre Studios y su logo?

<p>Describe como lo percibe...</p>	
------------------------------------	--

6. ¿Le gustaría saber más acerca del diseño gráfico en general y la animación visual?

	<i>Me gustaría</i>
	<i>Interesante</i>
	<i>No me interesa</i>
	<i>Si, cambiaríamos los malos comentarios acerca del diseño gráfico</i>

7. ¿Le gustaría formar parte de nuestro entorno para creativos gráficos?

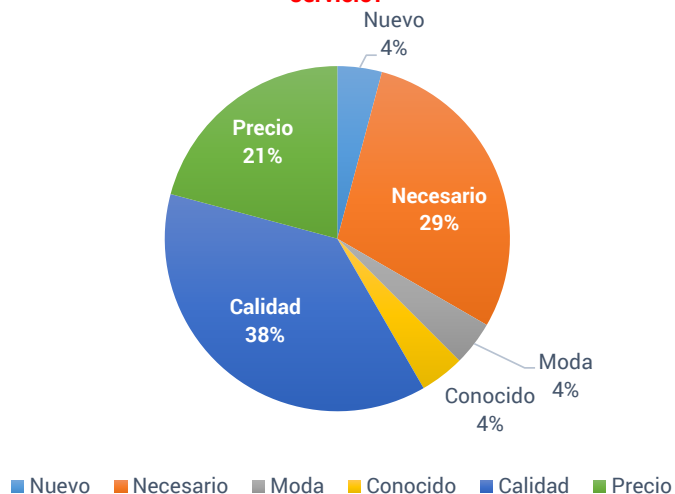
	<i>Si</i>	
	<i>No, favor especifique</i>	

8. ¿Cuál de estos precios estaría dispuesto a pagar por uno de nuestros servicios?

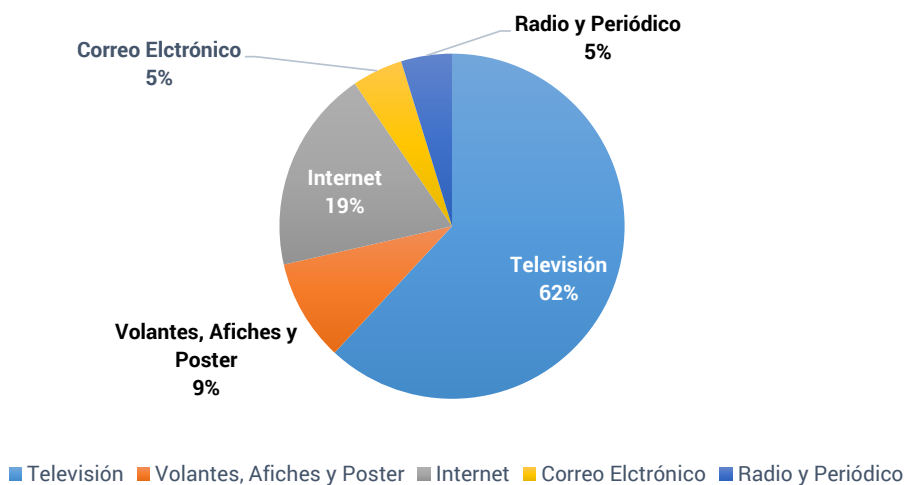
	<i>C\$7,500 Estándar</i>
	<i>C\$10,500 Estándar</i>
	<i>C\$23,200 Precio Inter TV</i>
	<i>C\$28,600 Precio Inter TV</i>
	<i>C\$24,250 Precio Full Pack</i>

## V.IV Análisis de encuestas

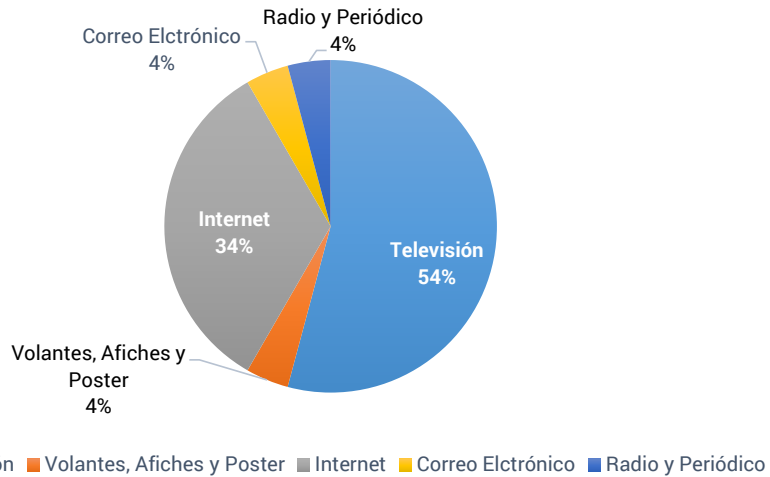
1. **¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen de un servicio?**



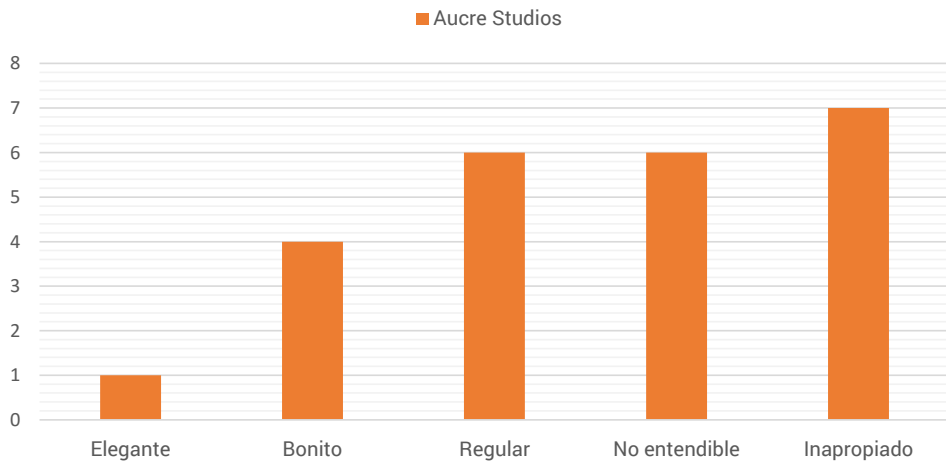
2. **¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre este servicio?**



**3. ¿Cuál es el medio adecuado para promocionar un nuevo negocio o uno ya existente?**



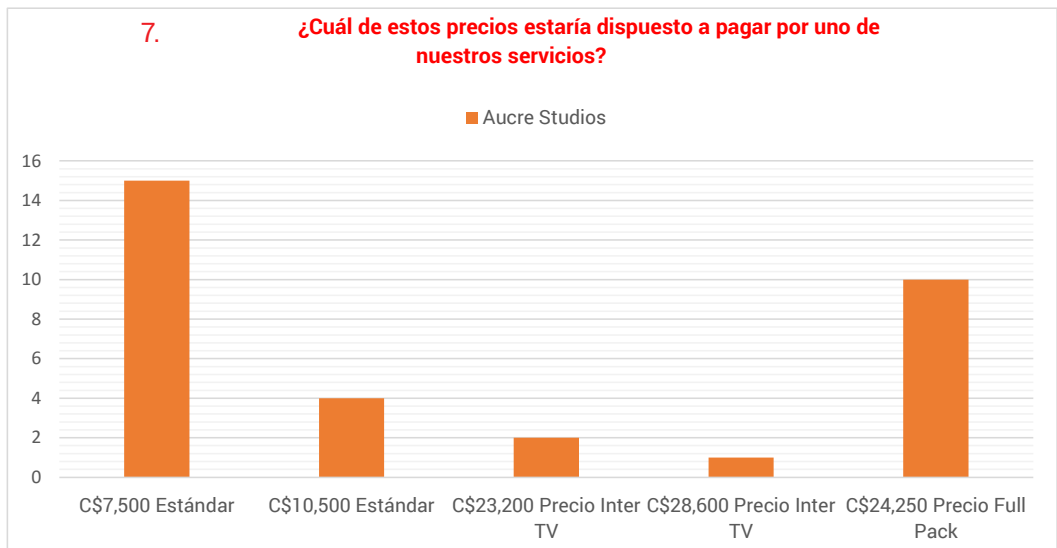
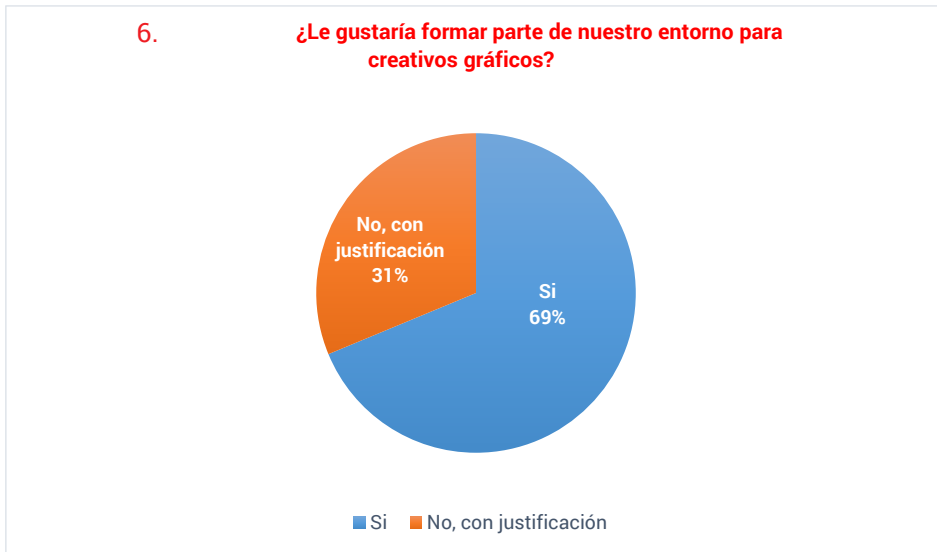
**4. ¿Qué opina usted acerca del nombre Aucre Studios y su logo?**



- Buena Idea
- Idea Ambiciosa
- Prefiero la producción finalizada eligiendo por mi cuenta el medio
- Pésima Idea

Los resultados con respecto al isologotipo y su nombre fueron variados, debido a que la marca necesita una fuerte campaña para que lo puedan entender y asociar con (Audiovisual Creativo) de ahí deriva el nombre de “**Aucre**”.

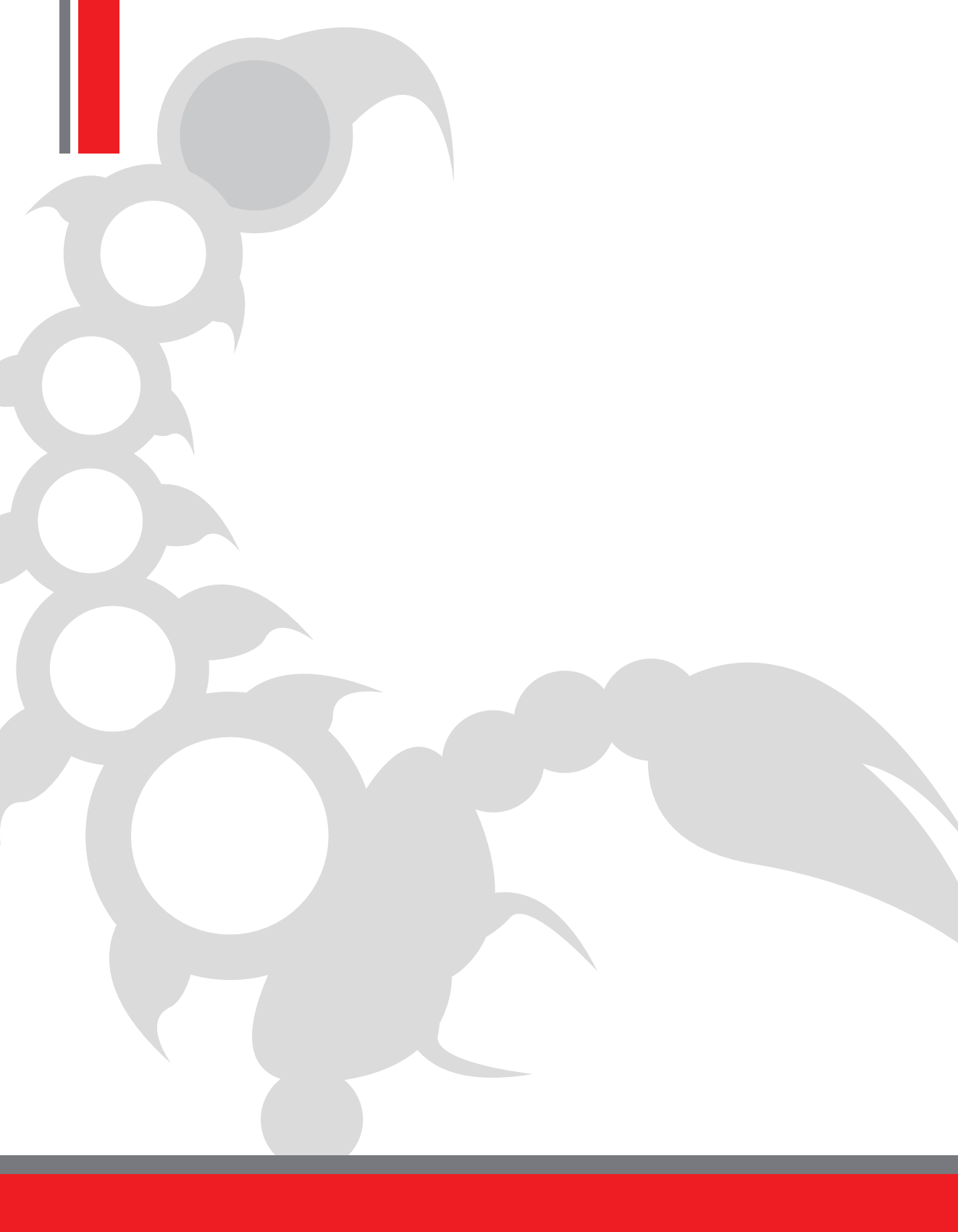




Los resultados obtenidos por las encuestas reflejan que, para montar un negocio nuevo, la mayoría lo prefiere ver por la televisión e internet.

A partir del análisis se realizó la siguiente conclusión.

La producción audiovisual es atractiva, a muchos usuarios les interesa aprender Animación Gráfica. El proyecto Aucre Studios es viable si logramos trabajar en conjunto con los medios televisivos siendo ellos intermediarios, con el fin de promocionar lo que el cliente solicite generando espacios para promocionar su producto o servicio en un solo lugar y pago. Lo que se pretende, es unificar todo lo relacionado al diseño en un solo concepto.





---

# **Catálogo de estrategias de promoción visual**

---







## Camiseta Corporativa



## Taza Corporativa



## CD/DVD Carátula de Presentación



## Billboard Promocional



## TV Promocional



## Conclusiones del Manual de Marca

El Manual Corporativo de una empresa es una guía que permite unificar criterios para normalizar el manejo de la Identidad Visual y Corporativa de la misma. Este documento se encuentra dirigido a los miembros de la empresa, colaboradores y proveedores para hacer un buen uso del slogan y los respectivos elementos del imagotipo para el negocio (Aucre Animation Studio). Es de carácter obligatorio seguir las normas o directrices de este manual y solo podrán hacer uso de él quienes estén autorizados.

El diseño y esmero del Manual Corporativo, es un proyecto sumamente complejo, dependiendo de las dimensiones de la empresa, así como las ramificaciones que resultan necesarias para emplear el logotipo en todas sus aplicaciones posibles, para identificarse ante un público objetivo (Target). Un buen diseño para una marca es muy importante, ya que es la base de toda identidad corporativa y su primer contacto con el mundo exterior.

Por lo tanto, nuestra solución final fue la creación de una marca para Aucre Animation Studio y para comenzar a penetrar el mercado, se elaboró un Imagotipo de carácter representativo que lo identificará ante la variedad de su clientela.

En conclusión, un manual de identidad corporativa es un discurso que sirve como respuesta al desarrollo de la imagen de una empresa, en la que se esclarecen especificaciones sobre el uso de un isologotipo, los colores corporativos, la tipografía y otros aspectos de diseño. Es una guía técnica que debe ser revisada de manera detenida, ya que se establecen las relaciones de uso correcto respecto a cada elemento, con la finalidad de no alterar el diseño establecido, así como una serie de aplicaciones que serán útiles de acuerdo a las necesidades de la empresa.

## Conclusiones del Plan de Negocio

En este Plan de Negocios se estudió la Prefactibilidad de abrir un negocio de Animación por Ordenador y Diseño Gráfico en Nicaragua.

De acuerdo al mercado meta establecido: Las pequeñas empresas podrán penetrar el mercado mediante los Spots publicitarios, la animación de Imagen de Marca y el Diseño en general.

Para llevar a cabo este estudio se encuestó a un total de 30 personas (hombres y mujeres) para llevar a cabo un proyecto ambicioso que demuestre que el Diseño Gráfico y la Animación por Ordenador son elementos esenciales que hoy en día son un requisito indispensable para el mundo de la comunicación visual.

Se analizaron cada una de las preguntas de la encuesta y entre los datos más importantes, sobresale que la Producción Audiovisual es atractiva y a muchos usuarios les interesa aprender sobre Animación Grafica. El proyecto es viable si logramos trabajar en conjunto con los medios de comunicación (TV) siendo ellos intermediarios en el proceso de transmitir un Spot, viñeta o Intro al aire mediante un solo pago sin complicaciones para el cliente.

Se estudió también los riesgos de emprender este negocio y entre ellos el que nos pareció de mayor importancia es el que llegue a existir un alza de precios por parte de los medios de televisión, por lo que se tratará de estar invirtiendo constantemente en ofrecer el mejor servicio y así convertirnos en nuestros propios proveedores, de esta forma, tendremos más ganancias y podremos ofrecer precios estables.

Concluimos que Aucre Animation Studio se encuentra preparado para que una empresa de esta índole se establezca en el país y empiece a ofrecer sus servicios y a cosechar ganancias.









---

© 2015 | Aucre Animation Studio  
Managua, Nicaragua