

PLAN DE NEGOCIO

Tutor: Luis Carvajal Rodríguez

Integrantes:

Álvaro Ramón Toval Medina

Mario Antonio Cruz Rodríguez

Eduardo Fitoria Silva

Contenido / INDICE

Introducción -----	4
Justificación -----	4
Objetivos -----	4
Capítulo I: Auditoria personal -----	5
1.1 Introducción -----	5
Capítulo II: Introducción al plan de negocio -----	6
1. Introducción -----	6
2. Justificación -----	6
3. Misión -----	6
4. Visión -----	6
5. Principios y Valores -----	7
6. Ventajas Competitivas de: -----	7
7. Distingos -----	7
Capítulo III: El Mercado -----	8
1. Introducción -----	8
2. Objetivos -----	8
General -----	8
3. Distribución de Ventas -----	9
4. Promoción del Producto o Servicios -----	9
5. Fijación y Políticas de Precio -----	9
6. Plan de Introducción al Mercado -----	10
7. Riesgos y Oportunidades del Mercado -----	10
8. Sistema y Plan de Ventas -----	12
Capítulo IV: Producción -----	17
1. Introducción -----	17
2. Objetivos del área de producción -----	17
3. Especificaciones del producto -----	18
4. Servicios de diseño gráfico. -----	18
5. Descripción de producto. -----	18
Producto- revista -----	19
6. Descripción del proceso de producción -----	19
7. Diagrama de flujo de proceso -----	20
8. Características de la tecnología -----	21

9. Equipo e instalaciones -----	21
10. Materia prima -----	23
11. Capacidad instalada -----	24
12. Ubicación de la empresa -----	25
13. Mano de obra requerida -----	25
14. Procedimientos de mejora continua -----	25
15. Programa de producción -----	25
Capítulo V: Organización -----	26
1. Introducción -----	26
2. Objetivos del área de organización -----	26
3. Estructura organizacional -----	27
4. Manual de cargo -----	28
5. Capacitación del personal -----	31
6. Desarrollo del personal -----	32
7. Administración de sueldos y salarios netos -----	32
8. Evaluación del desempeño -----	33
9. Relaciones de trabajo -----	33
10. Marco legal de la organización -----	34
11. Pasos para constituir una empresa en Nicaragua -----	34
Capítulo VI Sistema financiero -----	36
1. Introducción -----	36
2. Objetivos: -----	36
3. Sistema contable de la empresa -----	36
4. Catálogo de cuentas -----	37
5. Balanza inicial -----	40
Capítulo VII Resumen ejecutivo -----	46
1. Contenido del resumen ejecutivo -----	46
Anexo 1 -----	47
Anexo 2 -----	49
Investigación de mercado -----	49
El Estudio de Mercado -----	50
ENCUESTA -----	50
Manual de identidad empresarial -----	53

Introducción

En el presente informe podremos analizar el proceso de investigación realizada y elementos importantes que conforman un plan de negocio con el fin de obtener información relevante, que nos permita identificar nuestro público meta, pronóstico de venta y posible competencia que brinda servicios similares.

Justificación

El siguiente plan de negocios fue elaborado con el propósito de satisfacer las necesidades gráficas de las empresas ubicadas en el sector del Distrito IV de Managua ya que la competencia no ofrece un servicio de calidad tanto estético, Puntual y funcional eh aquí una oportunidad en la cual incursionar en este segmento del mercado, además contamos con un producto estrella (revista) con el fin de obtener contratos y clientes fijos, de este modo tener ingresos constantes, el tema de dicha revista "Salud, entrenamiento físico y nutrición" fue seleccionado ya que según nuestra investigación gran parte de los jóvenes se preocupan por su apariencia y realizan alguna actividad física, donde la salud y el bien personal es básicamente "Moda".

Objetivos

-General

Posicionarse en el mercado de las publicaciones y la publicidad por un servicio de calidad, atención e innovación.

-Específicos

- ▶ Anteponer el profesionalismo y calidad para todos los servicios de producción gráfica.
- ▶ Evaluar en cada proyecto un presupuesto y costo para generar un traje a la medida en cada uno de nuestros clientes

Capítulo I: Auditoria personal

1.1 Introducción

Mediante este capítulo, mostramos cada uno de los objetivos de nuestra futura empresa, además consiste en un diagnóstico personal valga la redundancia, con el fin de abarcar cada uno de los aspectos más importantes de nuestro que hacer, desde los modos de relación con nuestro target hasta métodos para la elaboración de nuestro servicios y/o productos.



Capítulo II: Introducción al plan de negocio

1. Introducción

En este capítulo abarcamos cada uno de los puntos específicos de nuestra forma de trabajar, tomando en cuenta la ubicación de nuestra empresa, que tipo de empresa y necesidades abarca para la satisfacción de nuestro target establecido. Mediante el transcurso de este capítulo, logramos identificar varias carencias o necesidades que nuestro target y nosotros sufrimos como empresa, además mostramos nuestras metas que esperamos consumir con este plan de negocio:

1) Satisfacemos necesidades gráficas, que permiten a nuestros usuarios incrementar clientes y ventas, por medio de publicidad variada.

2) Empresa Industrial.

3) Aproximadamente un espacio de 5 x 5 mts.

4) De la ferretería Tobie 2c al sur, 2 y media arriba 25 vrs al sur.

2) Justificación:

Él porque de este plan de negocio, como toda empresa, tiene como fin generar ganancias, además de obtener un empleo permanente, que nos permita trabajar directamente en el campo de nuestra carrera. Nuestro principal objetivo es cumplir las necesidades de nuestros clientes, mejorando su presencia gráfica ante su público meta, para que este obtenga más ganancias y sea más reconocido.

3. Misión

- Ayudar a nuestros clientes a alcanzar sus metas de negocios proveyéndoles, servicios de diseños por encima de sus expectativas.

4. Visión

- Ser una marca reconocida por su calidad, creatividad y originalidad en la rama del diseño.

5. Principios y Valores.

Principios

- ▶ Cultura de resultados.
- ▶ Cultura de la innovación.
- ▶ Cultura de calidad.
- ▶ Compromiso en el servicio.
- ▶ Cuidado del medio ambiente.
- ▶ Responsabilidad social con la comunidad.
- ▶ Desarrollo y bienestar del recurso humano.

Valores

- ▶ Puntualidad.
- ▶ Calidad.
- ▶ Comunicación.
- ▶ Responsabilidad.
- ▶ Originalidad.
- ▶ Trabajo en equipo.
- ▶ Creatividad.
- ▶ Tolerancia.
- ▶ Disciplina.

6. Ventajas Competitivas de:

La empresa

- ▶ La empresa cuenta con un personal eficiente y responsable
- ▶ Una buena ubicación que facilita a los consumidores encontrar nuestros servicios.
- ▶ Software y hardware necesario que facilitan la elaboración de los servicios solicitados.

Producto o Servicio

- ▶ Calidad y puntualidad en el diseño del servicio solicitado
- ▶ Precios accesibles
- ▶ Descuentos según la fidelidad de nuestros cliente
- ▶ Precios que se ajustan al presupuesto de nuestros clientes con menores ingresos.

¿Que lo hace diferente?

▶ Creamos una relación empresa-cliente que permita mantener una cartera de clientes activa y estable, en donde continuamente nos enfocaremos en satisfacer e identificar sus necesidades, proponer y cumplir con la disposición de aumentar las ventas de nuestros consumidores.

7. Distingos Servicio Postventas

- ▶ Asesoramiento y supervisión de la calidad de impresión y/o publicación (web) de los diseños para el cliente.
- ▶ Constante actualización en los servicios web y que estos sean adaptables para las redes sociales si el cliente así lo desea.

Sistema de Distribución

- ▶ Entrega del Producto en tiempo y forma directo con el cliente.

Garantías

▶ Si se presenta algún error en el diseño por parte de la empresa esta se hará cargo de corregir los errores en tiempo y forma, si en dado caso el error de cualquier diseño en impresiones es irremediable se hará un reembolso al cliente. Siempre y cuando el diseño que va reproducirse en físico es elaborado por la empresa.

Capítulo III: El Mercado

1. Introducción

En este Capítulo abarcamos objetivos de mercado, de tal manera que se presenta el proceso y planeación de las actividades de la empresa, con relación al precio, promoción, distribución y ventas de bienes y servicios de la empresa, así como en la definición del producto o servicio con base en las preferencias del cliente de tal forma que permitan crear un intercambio que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización.

2. Objetivos:

General

- ▶ Posicionarse en el mercado de las publicaciones y la publicidad por medio de un servicio de calidad, atención e innovación ofrecida.

Objetivos a Corto Plazo

- ▶ Tomando en cuenta la cantidad de empresas que se piensan incursionar, se pretende alcanzar una venta anual aproximada de \$12,000 (\$1,000 mensual aproximadamente).
- ▶ Pretendemos atender en más de un servicio, a un mínimo de Clientes de 10 empresas al mes, 120 anualmente.
- ▶ Tenemos previsto realizar un mínimo de 15 servicios mensualmente, 180 anualmente.
- ▶ Lograr prestar nuestros servicios a un 7% de las empresas en el distrito IV.
- ▶ A su vez la empresa pretende mantenerse en el mercado y alcanzar un incremento en sus ingresos mensuales.
- ▶ Lograr aumentar las ventas y el posicionamiento de la empresa.

Objetivos a Medio Plazo.

- ▶ Contratación de un Agente de Ventas.
- ▶ Tomando en cuenta la cantidad de empresas que se piensa incursionar, se pretende alcanzar una venta anual aproximada de \$60,000 (\$5,000 mensual aproximadamente)
- ▶ Pretendemos atender en más de un servicio, a un mínimo de Clientes de 15 empresas al mes, 180 anualmente.
- ▶ Tenemos previsto realizar un mínimo de 50 servicios mensualmente.
- ▶ Lograr prestar nuestros servicios a un 15% de las empresas en el distrito IV.

Objetivos a Largo Plazo

- ▶ Publicidad por medio de Spots en la Televisión.
- ▶ Tomando en cuenta la cantidad de empresas que se piensa incursionar, se pretende alcanzar una venta anual aproximada de \$144,000 (\$12,000 mensual aproximadamente)
- ▶ Pretendemos atender en más de un servicio, a un mínimo de Clientes de 40 empresas al mes, 480 anualmente.
- ▶ Tenemos previsto realizar un mínimo de 70 servicios mensualmente.
- ▶ Lograr prestar nuestros servicios a un 28% de las empresas en el distrito IV.

3. Distribución de Ventas

Para la distribución de nuestros productos utilizaremos el canal de distribución corto clásico, empresa-cliente. La empresa se comunica de manera directa con sus clientes ya sea en persona, por medio del correo electrónico o llamadas telefónicas, con el fin de brindarles un mejor servicio y un trato especial.

En el mediano plazo se contara con un agente de ventas



4. Promoción del Producto o Servicios

La empresa constará con cierta publicidad inicial, como animaciones en las redes sociales, página en Facebook y materiales impresos (volantes y posters), que constaría de una cantidad máxima de 1000 volantes. Estos serán distribuidos en el departamento de Managua, específicamente en el distrito IV. Además se realizaran descuentos, según la cantidad de servicios solicitados, se utilizará un monto de 300 \$ para gastos publicitarios en corto plazo, \$500 a medio plazo y \$1000 a largo plazo, tanto impreso como digital.

Nota: Ver diseño y contenido de instrumentos de apoyo a la comercialización en el Manual de Imagen.

5. Fijación y Políticas de Precio

Internet-teléfono	1,500 C\$
Luz	1,000 C\$
Conserje	3,000 C\$
Agua	150 C\$
Agua Purificada	600 C\$
Alquiler del local	5,080 C\$
Pago de deudas	5,080 C\$
Total	16,410
En dólares	646.06 \$

Basado en el cuadro anterior donde se detallan los costos de la empresa, se procede a detallar las políticas de precio.

Fijación y políticas de precio
-Los precios de los servicios no serán más bajos que los de la competencia.
-Se solicitará un anticipo monetario por cualquier servicio contratado.
-Los precios variarían según el servicio contratado
-Según la cantidad de servicios contratados se procederá a un descuento.

6. Plan de Introducción al Mercado.

La Empresa pretende ofrecer una variedad en servicios de acuerdo a la necesidad de cada cliente. Se evaluara en cada proyecto un presupuesto y costo para generar un traje a la medida en cada uno de los clientes, brindando una mejor calidad, mejor precio y a su vez un mejor servicio a los clientes. Esto con el fin de satisfacer al cliente con el trabajo realizado.

La empresa tendrá un contacto directo con el cliente ya que esto ayudará a mejorar la comunicación y a identificar de manera más clara los intereses del cliente.

7. Riesgos y Oportunidades del Mercado

Riesgos

- ▶ La aceptación de la empresa y sus servicios sea breve. (Micro ambiente)
- ▶ Acceso a un crédito para sustentar el inicio de la empresa (Micro ambiente)
- ▶ Reducción precios para tener clientes (Macro ambiente)

Oportunidades

- ▶ Precios accesibles para el mercado. (Macro ambiente)
- ▶ PYMES cercanas a nuestra empresa. (Micro ambiente)
- ▶ Mantener un software actualizado. (Micro ambiente)
- ▶ Apoyo y descuentos a campañas sociales (Macro Ambiente)
- ▶ Empresas con mínimo conocimiento básico del diseño (micro ambiente)

► **Cuatro P**

Plaza	Precio	Promoción	Producto
Nuestra ubicación como empresa es el Distrito IV de Managua y lograr atender a PYMES circundantes.	Los precios fueron establecidos por trabajos realizados con anterioridad y por la aceptación de dichos precios.	Métodos de que utilizaremos serían redes sociales y materiales impresos (volantes, flyers).	Brindamos servicios profesionales de diseño y asesoría gráfica, con el fin de mejorar la presencia de su marca ante su target establecido.

8. Sistema y Plan de Ventas

Corto plazo.

- ▶ A un plazo de un año esperamos hacer una venta total de 180 servicios, aproximadamente \$2316.04 de ganancias
- ▶ Dinero líquido caja y banco: \$5,918.84

Mediano plazo

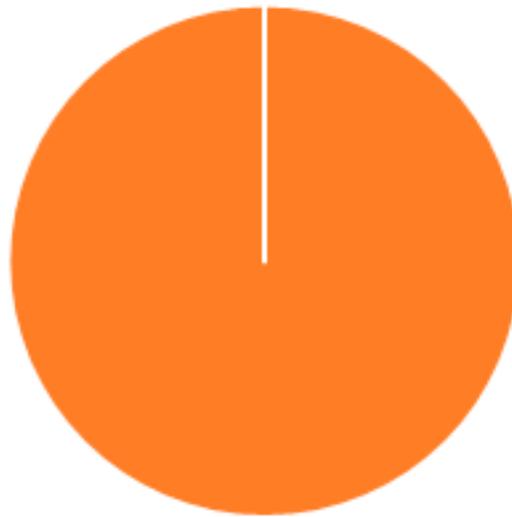
- ▶ A un plazo de tres años esperamos vender un total de 600 servicios anuales, Obteniendo una ganancia \$4,687.66 aproximadamente.
- ▶ Dinero Líquido caja y banco: \$10,606.40

Largo plazo

- ▶ A un plazo de cinco años esperamos hacer una venta total de 840 servicios anuales, obteniendo una ganancia de \$9,428.06 aproximadamente
- ▶ Dinero Líquido caja y banco: \$20,34.46

Encuestas: Universo: 30 encuestas realizadas MEDIO: SURVEY MONKEY

1. ¿Posee alguna empresa o negocio?

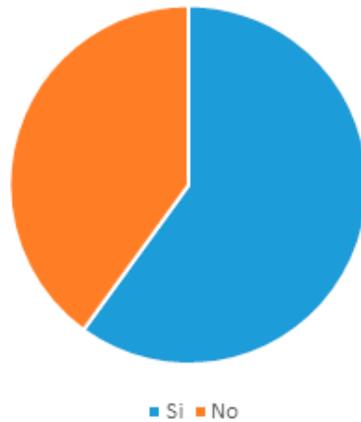


■ Si ■ No

▶ Descripción

El 100% de los encuestados son dueños o poseen un cargo importante en una empresa.

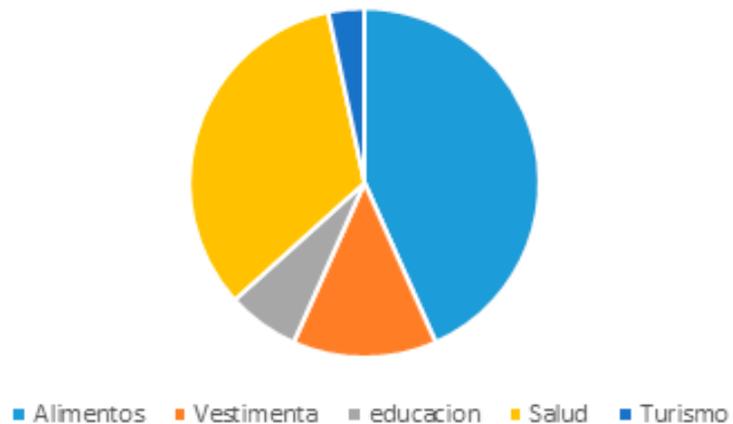
¿Está satisfecho con sus ganancias?



► **Descripción**

El 58% de los encuestados aún esperan tener más ganancias, esto a nuestra empresa no beneficia, ya que ese porcentaje de empresa son posibles clientes, que quieran dirigirse a sus target establecido, para el aumento de ventas.

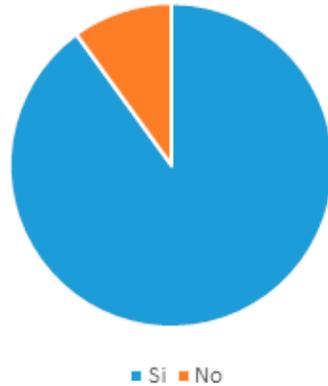
¿A qué rubro pertenece su empresa o negocio?



► **Descripción**

Por medio de este gráfico, comprendemos o nos ayuda a ubicar la mayoría de los posibles clientes y el que hacer de su empresa.

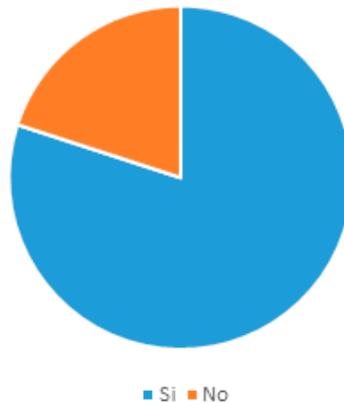
¿Desea mejorar sus ventas y generar más ingresos?



► Descripción

Pese que alguno de nuestros encuestados mencionaban estar satisfecho con sus ganancias un gran porcentaje desea mejorar las ventas, por medio de publicidad.

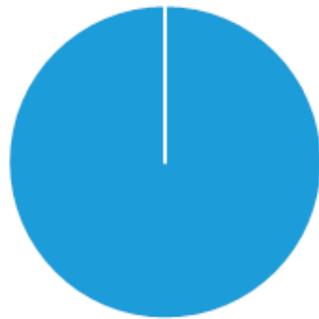
¿Cree que necesita mayor publicidad?



► Descripción

La mayoría de las empresas expresaban que la mayor forma de obtener ventas es mantener una constante comunicación con el cliente, la mejor técnica es el uso de medios gráficos para esto, lo que nos hace captar que tenemos una gran oportunidad para ofrecer nuestros servicios y que pueden tener éxito por la demanda existente.

¿Conoce los beneficios del diseño gráfico en la Publicidad?

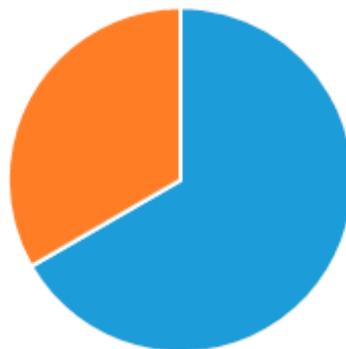


■ Si ■ No

► Descripción

Nos damos cuenta que la publicidad como tal es muy importante para todo tipo de empresa y que existe una demanda en esta rama de servicios.

Ha contratado servicios de asesoría y/o diseño gráfico antes?

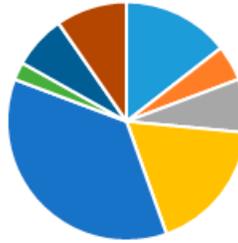


■ Si ■ No

► Descripción

El 75% de los encuestado han contratado servicios de diseño grafico he impresiones de publicidad, el 25% utiliza medios como facebook para promover sus empresas y realizan sus propios materiales gráfico, sin embargo son posibles clientes los cuales se les puede mostrar la forma de explotar este medio de comunicación.

¿Que servicios graficos han solicitado?



- Sitio Web
- Animación
- Ilustración
- Branding
- Imagen empresarial
- Refrescamiento de Marca
- Diagramación de Marca
- Fotografía

► Descripción

Por medio de esta encuesta podemos ver que nuestros servicios son muy solicitados, sobre todo en imagen empresarial. En base a esto tenemos clientes tanto desde un mes de iniciar hasta cuando lleven 5 años y realicen refrescamientos de marca.

¿Su empresa posee publicidad? En que medio



- Tv
- Internet
- Impreso
- Movil

► Descripción

Uno de los medios utilizados frecuentemente es el internet, así que consideramos que para nosotros sería una ventaja, ya que contamos con el servicio de animación. De esa manera generaremos más ganancias, al explotarlo podremos obtener el mismo o mayor rendimiento a los medios impresos, siempre y cuando a la dependencia de los clientes que estemos abarcando.

¿Conoce de algún Estudio de Diseño en la Ciudad de Managua?



- Si
- No

► Descripción

En Managua hay muchos estudios de diseño, pero los desconocen. Esto nos da una ventaja al entrar a un mercado, claro tendremos una competencia, pero al saberlo nuestra primera acción es promocionarnos a nosotros mismos.

Capítulo IV: Producción

1. Introducción

En este Capítulo se detallaran cuáles son los objetivos del área de producción de nuestra empresa, así como la especificación de las características, descripciones y diagrama de flujo del producto estrella.

También se abordaran aspectos como las características de la tecnología.

2. Objetivos del área de producción

-Corto plazo

- ▶ Garantizar el espacio físico adecuado para cumplir en tiempo y forma con los deberes de la empresa.
- ▶ Contar con maquinaria o equipo calificado para cumplir con la demanda del cliente.
- ▶ Contar con un personal idóneo.
- ▶ Trabajar en el sistema con mayor eficiencia y eficacia Poseer la materia prima y los insumos requeridos.

-Mediano plazo

- ▶ Contrato de personal y adquisición de maquinaria y equipo.
- ▶ Incrementar la productividad evitando los retrasos o inconvenientes.

-Largo plazo

- ▶ Minimizar costos de producción maximizando los recursos de la empresa.
- ▶ Ampliar la gama de productos o servicios de la empresa.

3. Especificaciones del producto

Los servicios y el producto que ofrece Toma Corriente Design Studio son específicamente trabajos profesionales de diseño gráfico, además constara de una revista. A continuación se describen detalladamente cada uno de ellos:

4. Servicios de diseño gráfico.

Fotografía, sitio web básico, animación, ilustración, branding, imagen corporativa, diagramación, refrescamiento de marca, vectorización de marca, campaña publicitaria.

5. Descripción de producto.

Servicio	Descripción
Fotografía	El servicio de fotografía se utilizará en caso de que algún artículo del producto estrella de la empresa o algún diseño solicitado donde el cliente requiera de una fotografía de calidad y profesionalismo.
Sitio web	Diseño de sitio web básico utilizando los software adecuados.
Animación	Animación interactiva para sitios web y animación tipográfica, Utilizando programas como Adobe Flash, Dreamweaver o Photoshop.
Ilustración	Ilustraciones de Diversos estilos, especialmente para Carteles o Portadas, desde técnicas básicas de ilustración hasta el empleo de software y hardware que permitan su digitalización utilizando programas como Painter, Photoshop, Painttool SAI e Adobe Ilustrador.
Branding	Proceso donde asesoraremos a nombrar a una marca y realizar los procesos de identidad corporativa.
Imagen corporativa.	Es la elaboración de una imagen que represente el que hacer de una empresa, considerada como su rostro comercial ante su público meta.
Diagramación	Diagramación, diseño de otras revistas y catálogos empleando estética y funcionalidad en cada diagramación, utilizando los programas o software especializados de diseño
Refrescamiento de marca	Modernizar la marca utilizando de base de la antigua imagen corporativa de la empresa.
Vectorización de marca	Es un servicio el cual permite tener el logo de una empresa de forma vectorial, que ayuda a editar al mismo sin deformarlo o pixelarlo.
Campaña publicitaria	Diseño de campaña para una marca, constara de Análisis de mercado
Revista (PRODUCTO ESTRELLA)	Venta de espacios dentro de la revista, el cual varía según su dimensión, contenido y contratación de diseño del formato.

Producto- revista

Publicidad de empresas relacionada a los temas que se abordaran en la revista Salud, nutrición y entrenamiento físico. El formato que utilizaremos es carta, el material para la portada y contra porta será satinado 120, el material de las páginas internas será papel imagen.

Con respecto al contenido de la revista se piensa que un 50% debe ser publicidad y el otro 50% artículos los espacios de la publicidad dependen de lo que solicite el cliente y de los espacios que estén disponibles. Los espacios de publicidad serán;

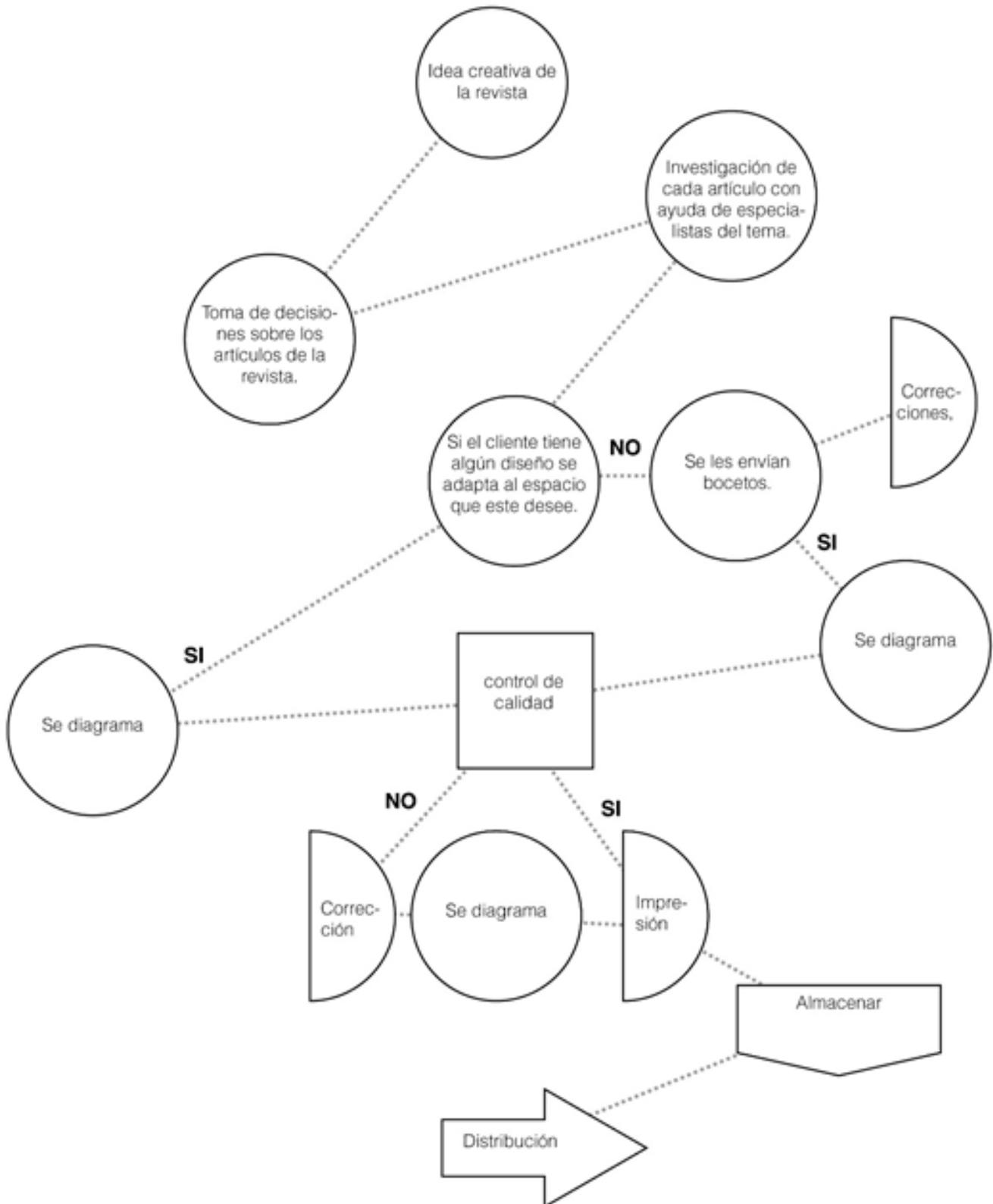
- ▶ 1/2 página
- ▶ 1/4 página
- ▶ 1 pagina
- ▶ Portada
- ▶ Reverso de portada
- ▶ Contraportada
- ▶ Reverso de contraportada
- ▶ Bisagra
- ▶ Insertos.

6. Descripción del proceso de producción

Esto define las actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto estrella en el que se toma en cuenta la materia prima y los recursos humanos que se necesitan para su realización.

1. Idea Creativa de la revista.
2. Toma de decisiones sobre los artículos de la revista.
3. Investigación de cada artículo con ayuda de especialistas del tema.
4. Si el cliente tiene algún diseño se adapta al espacio que este desee.
5. Si hay que mostrar diseños de publicidad a los clientes se les envían bocetos.
6. Se hacen correcciones si lo amerita.
7. Se muestra el resultado final.
8. Se diagrama.
9. Pasa por control de calidad.
10. Corrección.
11. Impresión.
12. Almacenar.
13. Distribución.

7. Diagrama de flujo de proceso



8. Características de la tecnología

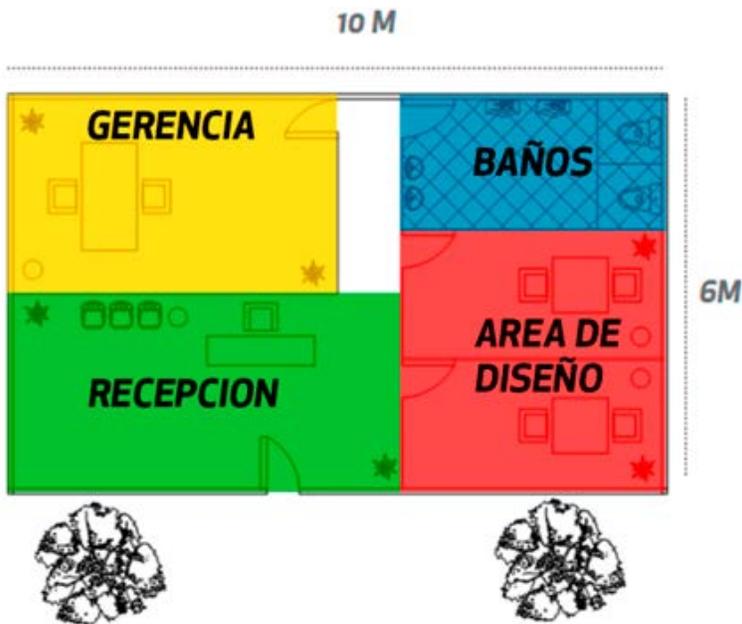
La empresa cuenta con los equipos necesarios para el desarrollo y producción de los servicios de diseño gráfico que se ofrece a excepción de la revista.

Entre La tecnología a ocupar se encuentran computadoras capaces de funcionar óptimamente con los software más adelante mencionados en equipos e instalaciones.

En el caso de la revista la empresa no posee la tecnología para la producción física del producto así que se realizaran subcontrataciones de empresas.

La empresa subcontratada debe contar con Impresoras capaces de imprimir en full color sobre papel imagen y satinado calibre120 para la producción de dicha revista.

9. Equipo e instalaciones



La empresa a formar necesitará una oficina que brinde la comodidad del personal, mesas y sillas que brinden confort a los diseñadores, computadoras con los software de diseño (Adobe Master Collection) instalados, equipos de oficina como;

- ▶ Resmas de papel blanco
- ▶ Impresoras
- ▶ Ventiladores

Se emplearán computadoras con una RAM mínima de 4 gigabytes, un sistema operativo de 64 bits y 500 gigabytes de memoria interna.

Se utilizan también Tabletas gráficas de 12", para facilitar y aumentar la calidad de la producción de servicios de diseño gráfico.

El software a emplear será desde el uso de adobe suite master collection, wordpress y paintool sai.

De la gama de programas que se utilizaran de la adobe suite master collection están:

Adobe illustrator: Que se especializa en la elaboración de gráficos en base al uso de vectores, con la cual podemos elaborar ilustraciones completa, recursos gráficos para los demás programas y elaboración de logotipos.

Photoshop: Se especializa en Edición de fotografías, elaboración de ilustraciones en mapa de bits y uso de estilos de capas que brindan una variedad de recursos a la hora de elaborar un producto gráfico.

Adobe indesign: Programa especializado para la diagramación. El uso de este programa facilita la elaboración de productos de serie impresa tales como libros y revistas por mencionar algunos.

Adobe after effects y flash: Excelentes para la elaboración de diseños multimedia y animación.

Adobe dreamweaver y word press: programas para la elaboración de un sitio web desde cero hasta el uso de edición de plantillas prediseñadas.

Paintool sai: Este programa se enfoca en la elaboración de ilustraciones en mapa de bits y se emplearía especialmente con ese objetivo.

Todo lo anterior descrito son los equipos, software e instalaciones que empleará la empresa para cumplir con sus servicios de manera funcional. No de la empresa subcontratada.

Descripción	Cantidad	Precio	Vida útil
<i>Equipo de oficina:</i> -Computadoras de 500 Gb de disco duro, 4Gb de Ram, Procesador	3 computadoras	\$1780.00	5 años
-Mouses alámbricos	3 mouses	\$18.00	1 año
-Memorias Usb de 16 Gb	3 memorias usb	\$36.00	2 años
<i>Tabletas gráficas:</i> -Wacom bamboo pen: Dimensiones de la tableta 9.8" x 6.9 Área activa 5.8" x 3.6"	2 tabletas Gráficas	\$180.00	4 años
-Wacom Bamboo capture Dimensiones de la tableta 10.9 x 6.9 Área activa de 5.8 x 3.6		\$100.00	4 años
<i>Mobiliario</i> -Escritorio de oficina para una persona.	1 escritorio de oficina	\$150.00	6 años
-Escritorio de oficina en "L" de madera para dos personas.	1 escritorio en "L"		6 años
-Sillas para oficina de cinco ruedas	3 sillas de oficina	\$84.00	4 años
- Abanicos De pedestal marca Sankey	2 abanicos	\$60.00	5 años
		Total: \$2408.00 = C\$ 61,163.2	

10. Materia prima

Nuestra empresa no va a emplear materia prima para sus servicios, ya que la producción de dichos servicios será enteramente digital, por mencionar algunos de ellos, la fotografía será un servicio que se entrega en digital y no requiere materia prima alguna.

Para la producción física de la revista, la materia prima será aportada por la empresa subcontratada y su costo irá incluido en el costo del servicio que va a realizar.

11. Capacidad instalada

La capacidad instalada de Toma Corriente es variable debido a los distintos servicios que ofrece.

A continuación se detalla la capacidad instalada de acuerdo al producto estrella y los servicios de la empresa.

Servicio	Cantidad
Fotografía	20 sesiones al mes
Sitio web	4 al mes
Animación	4 al mes
Ilustración	10 al mes
Branding	1 al mes
Imagen corporativa.	2 al mes
Diagramación	4 al mes
Refrescamiento de marca	4 al mes
Vectorización de marca	1 al mes
Campaña publicitaria	2 al mes
Revista	1 al mes

12. Ubicación de la empresa

-Nuestra empresa estará ubicada en el distrito IV, específicamente Barrio el edén.

13. Mano de obra requerida

La empresa se mantendrá por una mano de obra directa, ya que actuamos como un medio de producción gráfico, en nuestro caso sin utilizar materia prima.

El área de producción estará conformada meramente por un equipo de diseñadores gráficos, cada uno tendrá una tarea en especial. Un diseñador gráfico especializado en fotografía y edición, un diseñador encargado de Branding y otro diseñador en multimedia y general. Todos los diseñadores deben de tener conocimientos en la rama de diagramación y conocimientos sobre uso de las fuentes tipográficas.

14. Procedimientos de mejora continúa

- ▶ Capacitación continúa a los diseñadores sobre los últimos programas de vanguardia en el campo del diseño gráfico.
- ▶ Constante actualización del software de adobe más reciente.
- ▶ Reuniones de intercambio de conocimientos tanto en fotografía, ilustración y multimedia.
- ▶ Capacitación al personal de diseño en atención al cliente.
- ▶ Se invertirá siempre en los equipos necesarios para la producción.

12. Ubicación de la empresa

-Nuestra empresa estará ubicada en el distrito IV, específicamente Barrio el edén.

13. Mano de obra requerida

La empresa se mantendrá por una mano de obra directa, ya que actuamos como un medio de producción gráfico, en nuestro caso sin utilizar materia prima.

El área de producción estará conformada meramente por un equipo de diseñadores gráficos, cada uno tendrá una tarea en especial. Un diseñador gráfico especializado en fotografía y edición, un diseñador encargado de Branding y otro diseñador en multimedia y general. Todos los diseñadores deben de tener conocimientos en la rama de diagramación y conocimientos sobre uso de las fuentes tipográficas.

14. Procedimientos de mejora continúa

- ▶ Capacitación continúa a los diseñadores sobre los últimos programas de vanguardia en el campo del diseño gráfico.
- ▶ Constante actualización del software de adobe más reciente.
- ▶ Reuniones de intercambio de conocimientos tanto en fotografía, ilustración y multimedia.
- ▶ Capacitación al personal de diseño en atención al cliente.
- ▶ Se invertirá siempre en los equipos necesarios para la producción.

15. Programa de producción

Trabajar con los equipos adecuados que agilicen la producción como por ejemplo; ordenadores con capacidad mínima de 6gb de ram, procesador core i7. Tabletás gráficas wacom intus, cámara fotográfica cannon d3200 con lentes de 18-55mm lente angular semi normal, tele objetivo 55-200mm.

Ya que la empresa trabaja con proveedores requiere de materia prima, maquinaria y calidad específica. El proveedor debe tener la capacidad de producir 3000 ejemplares de la revista al mes, poseer en bodega la materia prima que requiere la revista en este caso satinado 120 y papel imagen tamaño tabloide.

Seleccionar proveedores, tomando en cuenta la calidad de sus productos, el precio y el acceso al local.

Capítulo V: Organización

1. Introducción

Mediante este capítulo mostramos los objetivos del área de organización así como manuales de funciones y administración de salario entre el personal. La organización nos ayuda a designar los cargos dentro del personal de la empresa según su capacidad y así alcanzar eficientemente los objetivos predispuestos de la misma.

2. Objetivos del área de organización

Corto plazo

- ▶ Asegurar la adquisición, maquinaria y herramientas idóneas.
- ▶ Elaborar el manual de funcionamiento así como el manual reglamentario de la empresa.
- ▶ Garantizar la adquisición de materia prima o insumos que requiere cada área.
- ▶ Administrar correctamente todos los recursos dentro de la empresa.

Mediano plazo

- ▶ Garantizar la contratación de recursos humanos que requiera cada área.
- ▶ Elaborar periódicamente los estados financieros de la empresa para ser presentados personalmente al gerente general.

Largo plazo

- ▶ Expandir la estructura de la organización de la empresa.
- ▶ Administrar la empresa y asignar el trabajo entre el personal, colabora a que la empresa pueda alcanzar con eficiencia sus objetivos propuestos.

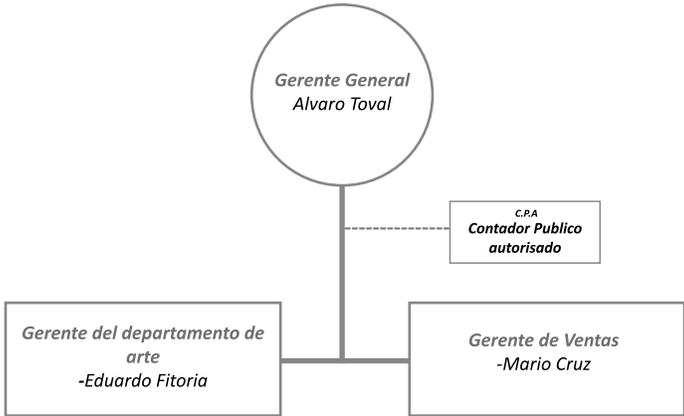
3. Estructura organizacional

▶ Estructura de organización a largo plazo.



3. Estructura organizacional

▶ Estructura de organización a corto plazo.



4. Manual de cargo

Gerente general: Actúa como el representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los parámetros fijados, además es responsable por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, junto con los demás gerentes funcionales planea, dirige y controla las actividades de la empresa. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización.

Principales funciones de un gerente general:

- ▶ Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.
- ▶ Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
- ▶ A través de sus subordinados vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo.
- ▶ Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.
- ▶ Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.
- ▶ Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional liderada por su gerente.
- ▶ Definir necesidades de personal consistentes con los objetivos y planes de la empresa.
- ▶ Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.
- ▶ Ejercer un liderazgo dinámico para volver operativos y ejecutar los planes y estrategias determinados.
- ▶ Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos y grupos organizacionales.
- ▶ Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución (autocontrol y Control de Gestión).

Gerente Financiero (contrato por servicios profesionales): El gerente financiero se ocupa de la optimización del proceso administrativo del inventario, y todo el proceso de administración financiera de la organización.

Principales funciones de un gerente financiero:

- ▶ Análisis de los aspectos financieros de todas las decisiones.
- ▶ Análisis de la cantidad de inversión necesaria para alcanzar las ventas esperadas, decisiones que afectan al lado izquierdo del balance general (activos).
- ▶ Ayudar a elaborar las decisiones específicas que se deban tomar y a elegir las fuentes y formas alternativas de fondos para financiar dichas inversiones. Las variables de decisión incluyen fondos internos vs. Externos, fondos provenientes de deuda vs. Fondos aportados por los accionistas y financiamiento a largo plazo vs. Corto plazo.
- ▶ La forma de obtener los fondos y de proporcionar el financiamiento de los activos que requiere la empresa para elaborar los productos cuyas ventas generarán ingresos. Esta área representa las decisiones de financiamiento o las decisiones de estructura del capital de la empresa.
- ▶ Análisis de las cuentas específicas e individuales del balance general con el objeto de obtener información valiosa de la posición financiera de la compañía.
- ▶ Análisis de las cuentas individuales del estado de resultados: ingresos y costos.
- ▶ Control de costos con relación al valor producido, principalmente con el objeto de que la empresa pueda asignar a sus productos un precio competitivo y rentable.
- ▶ Análisis de los flujos de efectivo producidos en la operación del negocio.
- ▶ Proyectar, obtener y utilizar fondos para financiar las operaciones de la organización y maximizar el valor de la misma.
- ▶ El gerente financiero interactúa con las otras gerencias funcionales para que la organización opere de manera eficiente, todas las decisiones de negocios que tengan implicaciones financieras deberán ser consideradas.
- ▶ El gerente financiero vincula a la empresa con los mercados de dinero y capitales, ya que en ellos es en donde se obtienen los fondos y en donde se negocian los valores de la empresa, siempre con autorización previa del Gerente General.
- ▶ Es el encargado de la elaboración de presupuestos que muestren la situación económica y financiera de la empresa, así como los resultados y beneficios a alcanzarse en los períodos siguientes con un alto grado de probabilidad y certeza.

Gerente administrativo.

- ▶ Negociación con proveedores, para términos de compras, descuentos especiales, formas de pago y créditos. Encargado de los aspectos financieros de todas las compras que se realizan en la empresa.
- ▶ Negociación con clientes, en temas relacionadas con crédito y pago de proyectos.
- ▶ Manejo del inventario. Optimizar los niveles de inventario, tratando de mantener los días de inventario lo más bajo posibles.
- ▶ Control completo de las bodegas, monitoreo y arqueos que aseguren que no existan faltantes. Monitoreo y autorización de las compras necesarias por bodegas.
- ▶ Manejo de la relación con el proveedor del servicio de tercerización contable y auditores.
- ▶ Encargado de todos los temas administrativos relacionados con recursos humanos, nómina, préstamos, descuentos, vacaciones, etc.
- ▶ Manejo del archivo administrativo y contable.
- ▶ Aprobación de la facturación que se realiza por ventas de bodega.

Departamento de Arte

Este cargo será para el diseñador gráfico en muchas ocasiones tiene contacto directo con el cliente para quedar en un acuerdo sobre lo que quiere o pretende para su diseño.

- ▶ Se reúne con el cliente para obtener información necesaria para el diseño.
- ▶ Organiza toda la información facilitada por el cliente.
- ▶ Se realizan bocetos del diseño en base a la información.
- ▶ Formalizar o diseñar propuestas del material requerido, utilizando la creatividad y sin perder de vista los objetivos planteados por cada uno de los clientes.
- ▶ Expresar ideas creativas de publicidad de manera que sea lo más persuasiva posible en su adaptación a cada medio y poder persuadir al target de la empresa que recibe nuestros servicios.
- ▶ Presentación formal de las propuestas al cliente
- ▶ Correcciones desde el punto de vista del cliente.
- ▶ En caso de diseño multimedia, animación o editorial, supervisar la realización del material audiovisual y gráfico de la campaña, siendo analizados en los programas de adobe (Photoshop, Ilustrador, Indesign, Flash, Dreamweaver y Fireworks).
- ▶ Tener conocimiento de los precios estipulados de los diseños y espacios publicitarios.
- ▶ En casos que amerite será participe en el departamento de ventas.

Departamento de Ventas

- ▶ Encargado en conseguir clientes y mostrar lo diversos servicios que ofrece la empresa.
- ▶ Prospectar Clientes.
- ▶ Negociar con el cliente.
- ▶ Elaborar pronósticos de ventas.
- ▶ Establecer Precios.
- ▶ Realizar publicidad y Promoción de Ventas.
- ▶ Llevar un adecuado control y análisis de ventas con un formulario específico.
- ▶ En las casos que amerite va a ser participe en la producción gráfica.

5. Capacitación del personal

La empresa invertirá recursos con cada colaborador al seleccionarlo, incorporarlo y capacitarlo. Para proteger esta inversión, la empresa deberá conocer el potencial de sus colaboradores. Esto permite saber si cada persona ha llegado a su techo laboral, o puede alcanzar posiciones más elevadas. También permite conocer si hay otras tareas de nivel similar que pueda realizar, desarrollando sus aptitudes y mejorando el desempeño de la empresa.

Entre las Capacitaciones a realizar se encuentran:

- ▶ Cursos de Atención al Cliente.
- ▶ Cursos Multimedia para el personal de diseño.
- ▶ Cursos de Programación web.
- ▶ Capacitación continúa a los diseñadores sobre los últimos programas de vanguardia en el campo del diseño gráfico.

6. Desarrollo del personal

Lograremos el desarrollo personal a través de muchos factores importantes por ejemplo motivación, objetivos, metas, entusiasmo, el desempeño laboral, la autoestima, el trabajo en equipo etc.

Para lograr esto se practicarán cursos o entrenamientos de desarrollo personal, que permitan a todos los participantes despertar y desarrollar habilidades o actitudes que ya poseen internamente, ejemplo:

- ▶ Confianza en sí mismo
- ▶ Integridad (congruencia entre lo que se dice y lo que se hace)
- ▶ Pro-actividad (hacer que las cosas sucedan)
- ▶ Lealtad
- ▶ Orientación a resultados
- ▶ Capacidad para manejar y expresar sus emociones (inteligencia emocional)
- ▶ Capacidad y gusto de aprender
- ▶ Habilidad para tomar decisiones
- ▶ Habilidades de comunicación y retroalimentación
- ▶ Capacidad para el manejo de conflictos
- ▶ Capacidad de reconocer los logros y méritos de los demás.
- ▶ Inclinação por lograr la excelencia en lo que se hace.

7. Administración de sueldos y salarios netos.

cargo	Monto nominal del salario o sueldo	Salario nominal	13vo mes	Vacaciones	Indemnización por años de servicio	2% INATEC	Seguro
Gerente	C\$5000	4587.5	C\$5000	30 días	1 salario nominal hasta los 4 años	100	312.5
Director creativo	C\$5000	4587.5	C\$5000	30 días	1 salario nominal hasta los 4 años	100	312.5
Mercadeo	C\$5000	4587.5	C\$5000	30 días	1 salario nominal hasta los 4 años	100	312.5

8. Evaluación del desempeño

La valoración del desempeño es una herramienta al servicio de los sistemas de gestión de recursos humanos. Los resultados de la evaluación se pueden utilizar para desarrollar o mejorar otros programas. Se Evaluaran:

- ▶ Las Cualidades del empleado tanto personalidad como comportamiento.
- ▶ Contribución del Sujeto al objetivo o trabajo recomendado.
- ▶ Potencial de desarrollo Conocimientos en el área de Diseño y/o trabajo encomendado.
- ▶ Calidad del trabajo.
- ▶ Relaciones con las personas.
- ▶ Estabilidad Emotiva.
- ▶ Capacidad Analítica
- ▶ Si es un empleado en el área d Diseño se evaluará su creatividad.

La Evaluación de Desempeño debe generar un ambiente en el que el empleado experimente ayuda para mejorar su desempeño al ejecutar un proceso y obtener un mejor resultado.

9. Relaciones de trabajo / Contrato Laboral

El contrato de trabajo son las normas que regulan la relación laboral. El contrato de trabajo tiene un contenido mínimo obligatorio establecido en todo lo mencionado anteriormente, entre los que se destacan el derecho laboral y leyes laborales.

El empleado está sometido al cumplimiento del contrato hasta que terminen las condiciones de dicho acuerdo.

Trabajo en equipo

Para crear un clima agradable de trabajo se colocaran frases de superación en lugares visibles en la empresa para apuntar un mismo objetivo e involucrar a todas las personas para ser parte de un mismo equipo.

Horario de trabajo de lunes a viernes

- ▶ El horario de trabajo de 8:00 Am a 5:00 Pm
- ▶ Horario de almuerzo de 12:00 Pm a 1:00 Pm SÁBADO de 8:00 Am a 12:00 Pm

Descanso de 15 días cada 6 meses. En el primer año todas las vacaciones Serán remuneradas

Permisos, Se autorizaran permisos para:

- Citas médicas
- Gestiones legales
- Emergencias familiares

Relaciones entre los trabajadores

- Se prohíbe mantener una relación personal entre los trabajadores.
- No involucrar los problemas personales con el trabajo.

Faltas Leves:

- Impuntualidad sin una justificación
- Porte y aspecto no adecuado.
- Mal uso del vocabulario.

Faltas Graves:

- Consumir alucinógenos en horas laborales.
- Incumplimiento con los trabajos asignados.

10. Marco legal de la organización

Compañía limitada

11. Pasos para constituir una empresa en Nicaragua.

1. Constituirse legalmente ante el registro público mercantil y de la propiedad mediante escritura de constitución.
2. Obtener su número de Registro Único de Contribuyente (RUC) ante la Dirección General de Ingresos (DGI).
3. Otorgar Poder de Administración a su representante legal.
4. Registrarse como contribuyente ante la Administración de Rentas de su área (Consultar en la oficina de atención al contribuyente, en que administración de rentas le corresponde registrarse y además registrar los libros contables cotidianos, un libro diario, un libro mayor, uno de actas y uno de acuerdos.
5. Registrarse en la Alcaldía de Managua, para lo cual se debe presentar copia de escritura de constitución y los libros contables debidamente registrados en la Administración de Rentas.
6. Una vez realizado estos pasos optara por inscribirse en la Ley sectorial que le corresponda según la naturaleza de su empresa o compañía.
7. Registrarse en el Sistema de Registro Estadístico de Inversiones Extranjeras de la Republica de Nicaragua, si su inversión es mayor a los US\$30,000.00 (TREINTA MIL DOLARES NETOS), según mandato de Ley N° 344 Promoción de Inversiones extranjeras y su Reglamento. El formulario lo obtiene en la Dirección de Políticas de Fomento de Inversiones y Exportaciones del MIFIC.

► Trámites fiscales Dirección General de Ingresos.

Para legalizar la empresa en la DGI se debe de seguir las siguientes instrucciones considerando que es una pequeña empresa:

1. Requisitos del Representante Legal de la Sociedad Mercantil.
2. Original y fotocopia de cédula de identidad del Representante Legal y la Junta Directiva.
3. Fotocopia de recibos: Agua, Luz, Teléfono o fotocopia de contrato de arriendo. Nota. Si los recibos aparecen a nombre del que se va a inscribir, debe de elaborar una carta el dueño del servicio y anexar fotocopia de su cédula, expresando en que condición habita en su vivienda.
4. Si el trámite lo realiza una tercera persona deberá presentar, Poder Especial Notariado donde se autorice a que realice el trámite.

▶ **Sociedades Mercantiles**

1. Original y fotocopia certificada del Acta Constitutiva con sus Estatutos debidamente inscrita en el Registro Público Mercantil.
2. Fotocopia de la cédula de identidad de los Socios nicaragüenses y Fotocopia de Pasaporte de los socios extranjeros, Dirección Completa: Ciudad, Municipio, Barrio, Teléfono (máximo 20 socios).
3. Libros Contables: Diario y Mayor debidamente inscritos en el Registro Público Mercantil o minuta de depósito sellada por el Registro Público Mercantil, en caso los libros estén en proceso de registro. 4. Fotocopia de Recibos: Agua, Luz, Teléfono o fotocopia de contrato de arriendo del lugar donde está ubicado el negocio. SI ESTAN UBICADAS LAS OFICINAS DE LA SOCIEDAD MERCANTIL EN LA CASA DE HABITACIÓN DEL PRESIDENTE ELABORAR CARTA ACLARATORIA. 5. Escritura de comerciante debidamente inscrita en el Registro Público Mercantil.

▶ **Alcaldía Municipal.**

El procedimiento para matricular la empresa en la alcaldía municipal es por medio de la presentación de la documentación que a continuación se detalla:

1. Presentar Acta de constitución de la empresa.
2. Fotocopia de Poder General de quien representa la empresa.
3. Fotocopia de cédula de identidad de quien la representa.
4. Presentar solvencia hasta la fecha en lo que se refiere a impuestos de bienes Inmuebles y Tasas Municipales.
5. Presentar una evaluación de impacto ambiental.
6. Pago de la Matrícula en Oficina de recaudación.
7. Llenar formato de solicitud de matrícula donde se piden datos tales como: El nombre del negocio, durante qué año hace la solicitud, la ubicación de la empresa, No de cedula, barrio o comunidad, Valor de la matrícula, etc.

Capítulo VI Sistema financiero

1. Introducción

En este capítulo podremos ver los pronósticos de ventas desde 1 a 5 años en el cual abordamos todos los costos, gastos y ganancias de la empresa, en el cual se refleja el dinero líquido y la ganancia que se espera tener en el transcurso de los 5 años.

La empresa como unidad de producción necesita comprar, producir y vender. Para realizar las citadas actividades es necesaria la existencia del sistema o función financiera dentro de la empresa que se convierte en el medio necesario para sustentar el sistema real.

2. Objetivos:

Objetivos a corto plazo

- ▶ Obtener recursos propios que permitan elaborar un capital social significativo para la empresa
- ▶ Elaborar periódicamente los estados financieros de la empresa
- ▶ Determinar el sistema contable con el cual va a contar la empresa.

Objetivos a mediano plazo

- ▶ Determinar el sistema contable con el cual va a contar la empresa.
- ▶ Cancelar préstamo de la empresa Objetivos a largo plazo.
- ▶ Alcanzar metas establecidas en nuestros pronósticos.
- ▶ Aumentar precios de los servicios establecidos.

3. Sistema contable de la empresa

El sistema contable que pretende usar la empresa Toma Corriente studio design es el software "Sistema de contabilidad MONICA" el cual consiste en realizar:

- ▶ Control de inventario.
- ▶ Facturas.
- ▶ Archivo de clientes y proveedores.
- ▶ Listas de precios.
- ▶ Manejo de cuentas por cobrar.
- ▶ Manejo de cuentas corrientes. En conclusión es un software que nos permitirá mantener de manera más práctica la contabilidad básica de nuestra empresa. Es el programa de computador ideal para nuestro negocio ya que nos permitirá realizar las facturas, controlar el inventario, realizar listas de precios, tener un archivo de clientes, proveedores, manejar las cuentas por cobrar, las cuentas corrientes, y la contabilidad básica de la empresa.

4. Catálogo de cuentas

Toma Corriente studio design

"TOMA CORRIENTE DESING STUDIO" CATALOGO DE CUENTAS

1	ACTIVOS
11	ACTIVO CORRIENTE
1101	EFFECTIVO Y EQUIVALENTE
110101	EFFECTIVO EN CAJA
11010101	CAJA GENERAL
11010102	CAJA CHICA
110102	EFFECTIVO EN BANCOS
11010201	BAC
110103	OTROS EQUIVALENTES EN EFFECTIVO
1102	CUENTAS POR COBRAR
110201	CLIENTES
110202	OTRAS CUENTAS POR COBRAR
11020203	ANTICIPO A PROVEEDORES
11020204	OTROS DEUDORES
1103	ARRENDAMIENTOS FINANCIEROS POR COBRAR
110301	CUENTAS A COBRAR POR ARRENDAMIENTOS FIANCIEROS
110302R	ESTIMACION A CUENTAS INCOBRABLES
1104	GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO
110401	BENEFICIOS A EMPLEADOS PAGADOS POR ANTICIPADOS
11040101	ANTICIPOS DE SUELDO
11040102	ANTICIPOS DE VACACIONES
11040103	ANTICIPOS DE AGUINALDOS
11040104	OTROS BENEFICIOS A EMPLEADOS PAGADOS POR
ANTICIPADO	
110402	SEGUROS PAGADOS POR ANTICIPADOS
110403	ALQUILERES PAGADOS POR ANTICIPADOS
110404	PAPELERIA Y UTILES
110405	OTROS GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO
11040501	SERVICIOS TECNICOS Y PROFESIONALES
11040502	INTERESES PAGADOS POR ANTICIPADO
11040503	OTROS GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO
1207	ACTIVOS INTANGIBLES

120701	PROGRAMAS DE COMPUTADORA Y APLICACIONES
INFORMATICA	
12070101	PROGRAMAS DE COMPUTADORA Y APLICACIONES
INFORMATICA-	
12070204R	DETERIORO DE LOS PROGRAMAS DE COMPUTADORA Y

APLICACIONES INFORATICAS (CR)

120702	PATENTES Y MARCAS
12070201	PATENTES Y MARCAS-COSTO DE ADQUISICION
12070202	REVALUO DE PATENTES Y MARCAS
12070203R	AMORTIZACION ACUMULADA DE LAS PATENTES Y
MARCAS (CR)	
12070204R	DETERIORO DE LAS PATENTES Y MARCAS (CR)
12070305	OTROS ACTIVOS EN DESARROLLO
12070406	OTROS ACTIVOS INTANGIBLES

2	PASIVO
---	--------

21	PASIVO CORRIENTE
----	------------------

2101	PROVEEDORES Y OTRAS CUENTAS POR PAGAR
210101	PROVEEDORES
21010101	PROVEEDORES LOCALES
21010102	PROVEEDORES EXTRANJEROS
210102	RETENCIONES POR PAGAR
21010201	IMPUESTO SOBRE LA RENTA RETENIDO
21010202	RETENCIONES DE IR - APOORTE DE TRABAJADOR
21010203	RETENCIONES DE PRESTACIONES - APOORTE
DETRABAJADOR	
21010204	RETENCIONES DE IMPUESTOS DE VIALIDAD
21010205	RETENCIONES POR PRESTAMOS BANCARIOS
21010206	RETENCIONES POR OTRAS INSTITUCIONES
21010207	OTRAS RETENCIONES
210103	DIVIDENDOS POR PAGAR
210104	DEPOSITOS EN GARANTIA
210105	ANTICIPOS A CLIENTES
21010401	ANTICIPOS DE CLIENTES NACIONALES
21010402	ANTICIPO DE CLIENTE DEL EXTERIOR
210106	OTRAS CUENTAS POR PAGAR
21010601	OTRAS CUENTAS POR PAGAR

2102	BENEFICIOS A EMPLEADOS POR PAGAR
------	----------------------------------

210201	BENEFICIOS A EMPLEADOS A CORTO PLAZO
21020101	PLANILLAS POR PAGAR
21020102	COMISIONES POR PAGAR
21020103	BONIFICACIONES POR PAGAR
21020104	VACACIONES ACUMULADAS POR PAGAR
21020105	AGUINALDOS POR PAGAR
21020106	APORTES PATRONALES A SEGURIDAD SOCIAL (SALUD)
210202	BENEFICIOS POST - EMPLEO POR PAGAR
2102020101	INSS - CUOTA PATRONAL
21020202	APORTACIONES PATRONALES PLANES DE PENSIONES NO GUBERNAMENTALES
3	PATRIMONIO
31	CAPITAL ACCIONARIO
3101	CAPITAL SOCIAL
310101	CAPITAL SOCIAL SUSCRITO MINIMO
310102	CAPITAL SUSCRITO VARIABLE
32	COMPONENTES DE CAPITAL DE PASIVO
3201	APORTES PARA FUTURAS CAPITALIZACIONES
3202	COMPONENTES DE CAPITAL DE DEUDAS CONVERTIBLES
33	RESERVAS DE CAPITAL
3301	RESERVAS DE CAPITAL
330101	RESERVA LEGAL
330102	PRIMA EN VENTAS DE ACCIONES
34	RESULTADOS ACUMULADOS
3401	RESULTADOS ACUMULADOS
340101	UTILIDAD ACUMULADA
34010101	UTILIDADES DEL EJERCICIO ANTERIOR
34010102	UTILIDADES DEL EJERCICIO
340102	DEFICIT ACUMULADO
34010201	PÉRDIDAS DE EJERCICIOS ANTERIORES
34010202	PÉRDIDAS DEL EJERCICIO

5. Balanza inicial

Balanza Inicial		
	Debe	Haber
Banco	3665.00	
Alquiler por anticipo 2 meses	600.00	
Banco		
Remodelación	735.00	
Banco		
Equipo de oficina	2170.34	
Mobiliario	586.42	
Capital		7756.76
	7756.76	7756.76

Estados financieros proyectados

Estado de resultado 1er año del 01 de enero al 31 de diciembre				
	1	2	3	4
Ventas			33,962.00	
Descuentos				
Ventas netas			33,962.00	
Costos de impresión	7,200.00			
Costo de distribución	1,200.00			
Compras Totales		8,400.00		
Compras Netas				
Gastos de operación				
Publicidad	3,600.00			
Comisiones				
consumo de luz	720.00	4,320.00		
Gastos de administrativos				
Renta	3,000.00			
Sueldo a personas	5,400.00			

	4,464.00		
Impuestos sobre salario	2,375.40	15,239.40	
Gastos financieros			
Pagos de prestamos	2,656.56	2,656.56	
Total de gastos			30,615.96
Utilidad antes del IR			3,346.04
Utilidad Neta			2,059.53

Estado de resultado en el 3er año del 01 de enero al 31 de diciembre				
	1	2	3	4
Ventas			42,837.00	
Descuentos				
Ventas netas			42,837.00	
Costos de impresión	9,600.00			
Costo de distribución	1,200.00			
Compras Totales		10,800.00		
Compras Netas				
Gastos de operación				
Publicidad	6,000.00			
Comisiones				
consumo de luz		6,000.00		
Gastos de administrativos				
Renta	3,000.00			

Sueldo a personas	6,120.00			
servicios basicos	5,184.00			
Impuestos sobre salario	2,814.48	17,118.48		
Gastos financieros				
Pagos de prestamos	2,656.56	2,656.56		
Total de gastos			36,575.04	
Utilidad Antes del IR				6,261.96
Utilidad Neta				4,696.47

Estado de resultado en el 5er año del 01 de enero al 31 de diciembre				
	1	2	3	4
Ventas			48,374.00	
Descuentos				
Ventas netas			48,374.00	
Costos de impresión	12,000.00			
Costo de distribución	1,200.00			
Compras Totales		13,200.00		
Compras Netas				
Gastos de operación				
Publicidad	6,000.00			
Comisiones				
		6,000.00		
Gastos de administrativos				

Sueldo a personas	10,800.00		
servicios basicos	5,184.00		
Impuestos sobre salario	2,691.60	22,275.60	
Gastos financieros			
Pagos de prestamos			
Total de gastos			41,475.60
Utilidad antes del IR			6,898.40
Utilidad neta			5,173.80

6. Punto de equilibrio.

Es el valor que se estipula como meta, donde se puedan abarcar todos los gastos de la empresa y no se tengan perdidas ni ganancias.

▶ Corto Plazo

Al año como meta se tiene que realizar ventas de hasta \$30,615.96

▶ Medio Plazo

Al año como meta se tiene que realizar ventas de hasta \$36,575.04

▶ Largo Plazo

Al año como meta se tiene que realizar ventas de hasta \$41,475.60 Supuestos utilizados en las proyecciones financieras

Capítulo VII Resumen ejecutivo

1. Contenido del resumen ejecutivo

El presente trabajo consiste en un plan de negocios realizado para la empresa Toma Corriente Design Studio. El documento consta de 6 capítulos, a continuación se presenta de manera detallada cuales son los puntos que se describen en cada capítulo.

Capítulo	Sub-tema
Naturaleza del proyecto	<ul style="list-style-type: none">• Auditoría personal.• Misión y visión.• principios y valores.• ventajas competitivas.• Que lo hace diferente.
Información de Mercado	<ul style="list-style-type: none">• Distribución de ventas.• Promoción del producto o servicio.• Fijación y políticas de precio.• Plan de introducción del mercado.• Riesgos y oportunidades del mercado.• Sistema y plan de ventas.• Encuestas.
Información acerca del sistema de Producción	<ul style="list-style-type: none">• Especificaciones del producto.• Descripción del producto.• Descripción del proceso de producción.• Diagrama flujo de procesos.• Características de la tecnología.• Equipo e instalaciones.• Materia prima.• Capacidad instalada.• Ubicación de la empresa• Mano de obra requerida.• Procedimientos de mejora continua.• Programa de producción.
Información acerca de la Organización	<ul style="list-style-type: none">• Estructura organizacional.• Manual de cargo.• Capacitación del personal.• Desarrollo del personal.• Administración de sueldos y salarios.• Evaluación de desempeño.• Relaciones de trabajo.• Marco legal de la organización
Información de contabilidad y Finanzas	<ul style="list-style-type: none">• Sistema contable de la empresa.• Catálogo de cuentas.• Flujo de efectivo.• Estados financieros proyectados.

Anexo 1

¿Quiénes somos?

Somos un grupo comunicadores que brinda soluciones gráficas de manera profesional y creativa que contribuyen al crecimiento de empresas, marcas y productos en el mercado laboral.

¿Con qué contamos?

Una serie de sistemas informáticos o software de diseño y equipo tecnológico que facilita nuestro trabajo.

¿Qué podemos ofrecer?

Fotografía
Diseño de sitio web básico
Animación
Ilustración
Branding
Diagramación
Refrescamiento de marca
Vectorización de marca
Campaña publicitaria

Los servicios que ofrecemos, permiten a nuestros clientes comunicarse con su target establecido, de forma directa, atractiva y original, mediante técnicas de diseño y software que nos permiten reflejar de forma clara el mensaje a transmitir.

¿A quiénes se lo podemos ofrecer?

Nuestros clientes potenciales será toda aquella PYMES ubicada en el departamento de Managua, específicamente en el distrito IV que necesite de nuestros servicios de diseño o asesoramiento de imagen.

¿Quién te ayuda?

Familiares y amigos

¿Qué haces?

Trabajo de oficina
Diseño y edición audio visual
Diseño de material publicitario
Compartir tiempo con la familia

¿A quién ayudas?

A los clientes de la empresa
A nuestro jefe
A nuestros familiares

¿Qué ayuda ofreces?

Ayudamos a otras personas a encontrar una manera más eficiente y creativa de mostrar a un público determinado su producto o servicio.

¿Cómo te relacionas?

Para una mejor comprensión de lo que el cliente necesite y el trabajo o idea creativa que tengamos es necesario mantener una relación cara a cara, pero si no amerita un encuentro con el cliente se puede hacer uso de email. Tenemos que crear una buena conexión con el cliente complacer su problemática gráfica y llenar todas sus expectativas para que nuestro trabajo sea recomendado y nuestra cartera de clientes crezca.

¿Cómo te conocen y qué medios utilizas?

Como mejor manera de darnos a conocer por nuestros futuros clientes es realizando bien nuestro trabajo, dejando a nuestro cliente conforme por como manejamos la situación y brindamos de la mejor manera el servicio que ofrecemos como comunicadores visuales, otra manera de darnos a conocer es dando uso a plataformas de comunicación como redes sociales.

¿Qué obtienes?

Además de obtener un capital económico y una cartera de clientes estable, disfrutaremos nuestro trabajo y poseeremos la satisfacción de ser reconocidos por la manera de controlar y resolver el trabajo solicitado por nuestros futuros clientes.

¿Qué das?

Tiempo con la familia y amigos
Dinero
Estrés
Desgaste físico

¿Qué recursos tienes? ¿Quién eres? ¿Qué tienes?

Como recurso principal tenemos nuestra creatividad, jóvenes trabajadores y emprendedores, deseo de superación, deseos de triunfar.

Anexo 2

Investigación de mercado

La investigación de mercados es la herramienta necesaria para el ejercicio del marketing. Podemos decir que este tipo de investigación parte del análisis de algunos cambios en el entorno y las acciones de los consumidores. Permite generar un diagnóstico acerca de los recursos, oportunidades, fortalezas, capacidades, debilidades y amenazas (FODA) de una organización.

Proceso

Los pasos para el desarrollo de una investigación de mercados son:

- Definir el problema a investigar
- Seleccionar y establecer el diseño de la investigación
- Recolección de datos y análisis
- Formular hallazgos
- Seguimiento y control de marketing

Pasos del proceso de investigación * Fuente Zikmund William

- Descubrimiento y definición del problema.
- Diseño de la Investigación.
- Muestra
- Recopilación de Datos.
- Análisis y Procesamiento de datos.
- Conclusiones y preparación del informe.

El Estudio de Mercado

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. El estudio de mercado consta de 2 grandes análisis importantes:

Análisis de consumidores

Estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias, etc.). Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores.

Estrategia

Concepto breve pero imprescindible que marca el rumbo de la empresa. Basándose en los objetivos, recursos y estudios del mercado y de la competencia debe definirse una estrategia que sea la más adecuada para la nueva empresa. Toda empresa deberá optar por dos estrategias posibles:

Liderazgo en costo: Consiste en mantenerse en los primeros lugares de la lista a nivel competitivo a través de aventajar a la competencia en materia de costos.

Diferenciación: Consiste en crear un valor agregado sobre el producto ofrecido para que este sea percibido en el mercado como único: diseño, imagen, atención a clientes, entrega a domicilio...

ENCUESTA

1. Posee alguna empresa o negocio?

- A) Si
- B) No, Si su respuesta es No pase a la pregunta... 7

2. Está satisfecho con sus ganancias?

- A) Si.
- B) No.

3. ¿A qué rubro pertenece su empresa o negocio?

- A) Alimento y bebidas.
- B) Vestido y calzado.
- C) Turismo.
- D) Educación.
- E) Salud. Otro.....

4. ¿Cuántos años tiene su empresa o negocio en el mercado?

- A) Menor de 1 año.
- B) De 1 a 3 años.
- C) De 3 a 5 años.
- D) De 5 a 10 años.
- E) Mayor de 10 años.

5. ¿Desea mejorar sus ventas y generar más ingresos?

- A) Si.
- B) No.

6. ¿Cree que necesita mayor publicidad?

- A) Si.
- B) No.

7. ¿Conoce los beneficios del diseño gráfico en la Publicidad?

- A) Si.
- B) No.

8. Ha contratado servicios de asesoría y/o diseño gráfico antes?

- A) Si.
- B) No Si su respuesta es No pase a la pregunta...11

9. Qué tipo de Servicios ha solicitado?

Sitio Web - Animación - Ilustración - Branding - Imagen empresarial -
Refrescamiento de Marca - Diagramación - Fotografía

10. ¿Su empresa posee publicidad? En que medio

- A) Tv.
- B) Internet.
- C) Impreso
- D) Publicidad Móvil.

11. ¿Conoce de algún Estudio de Diseño en la Ciudad de Managua?

- A) Si.
- B) No



• MANUAL EMPRESARIAL •



Toma Corriente
Design studio

Universidad Politécnica de Nicaragua
Managua-Nicaragua, 2015

INTEGRANTES:

- ❖ Eduardo Fitoria Silva
- ❖ Alvaro Ramón Toval Mediana
- ❖ Mario Antonio Cruz Rodríguez

Introducción

♦El presente manual de identidad empresarial esta diseñado bajo un conocimiento e intenso estudio de los elementos que componen a la empresa de nuestra marca Toma Corriente Design Studio, siguiendo el proceso de desarrollo del logotipo y sus variantes. En su contenido se da respuesta a los distintos dilemas que pueden surgir en el uso de la marca y de los elementos que la componen.

El manual esta compuesto por elementos de manera conjunta, con el objetivo de cumplir la función de acentuar la gráfica y la solidez de la imagen.

GENERALIDADES DE LA EMPRESA

◆Misión:

Somos un estudio de diseño gráfico que brinda las mejores soluciones en comunicación gráfica de manera eficiente, profesional, rentable, creativa, para contribuir al crecimiento de empresas, marcas y productos en el mercado laboral.

◆Visión:

Ser una marca reconocida Nacional e internacionalmente por su calidad, creatividad y originalidad en la rama del diseño.

◆Valores

Pasión
Honestidad
Liderazgo
Servicio al cliente
Trabajo en equipo

Idea gráfica

♦El logotipo de Toma Corriente fue elaborado bajo el concepto de su atributo (Energía). Se pretende reflejar por medio de la marca los servicios y el producto estrella que ofrece la marca, obteniendo como resultado el siguiente concepto visual elaborado metodológicamente así.

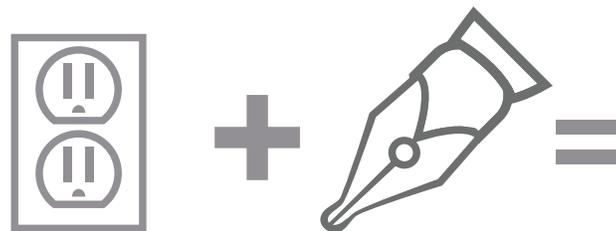


Imagen de la marca



Aplicación en Background y colores

Original



Toma Corriente
Design studio

■ C: 0 M: 29.69 Y:92.97 K:0
R:251 G:187 B:16
♦Hex:#FBBB0F

■ C: 0 M: 0 Y: 0 K:100
R:0 G:0 B:0
♦Hex:#000000

■ C: 54 M: 43 Y: 44 K:29
R:111 G:110 B:109
♦Hex:#6E6E6D



♦Hex:#FFFFFF | □



♦Hex:#303030 | ■



♦Hex:#FBBB0F | ■



♦Hex:#000000 | ■



♦Hex:#6B6B6A | ■

Reducción



◆ 9.6385 cm x 1.911 cm



◆ 7.155 cm x 1.4186 cm



◆ 5.1892 cm x 1.0288cm

Área de Protección



Uso incorrecto



⚠ No cambiar la posición de los elementos.



⚠ No alterar la proporción.



⚠ No deformar.



⚠ No utilizar fondos que sean competencia de la marca.



⚠ No cambiar los colores establecidos por el manual.



⚠ No rotar.

¿?



⚠ No invadir el área de protección de la marca.



⚠ No aplicar transparencia.



⚠ No cambiar tipografías.

⚠ Es importante mencionar que cualquier otra aplicación que no se encuentre en el manual se considerará como incorrecta

Uso correcto

♦El uso correcto del logotipo sobre una imagen esta en dependencia de los colores de ella ya que tiene que mostrar un buen contraste para que la marca no se pierda en nuestro caso podemos utilizar su variación en colores negativos.



Tipografía

◆Tipografía:

La tipografía es un componente imprescindible en la construcción de la imagen de la marca. Es por esto que en la presente guía se establece la familia tipográfica que complementa la identidad visual.

Helvetica LT Std ***Bold Oblique***

- ◆ Familia completa Helvetica LT Std

Letra

***Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz***

Numerico

0123456789

Apex New ***Medium Italic***

- ◆ Familia completa Apex New

Letra

***Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz***

Numerico

0123456789

Formas propias

♦Las formas propias pueden ser utilizadas en elementos como rotulación, papelería, publicidad y artículos promocionales. Todos estos usos los encontrará en los capítulos siguientes.



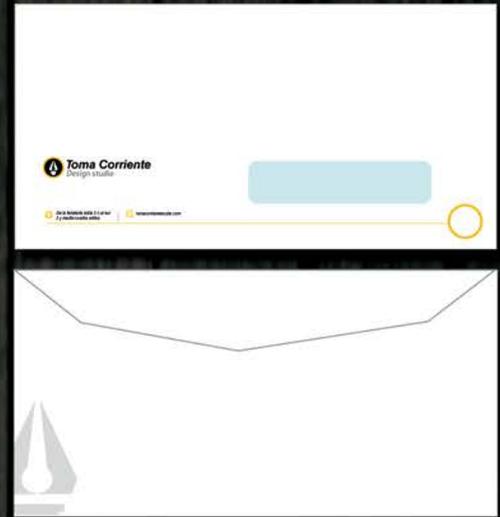
Lorem ipsum



Aplicación



Papelería



+ 50584771312

tomacorrientestudio.com

De la ferretería tobie 2 c al sur
2 y media cuadra arriba.



Toma Corriente
Design studio

Misión:
Somos un estudio de diseño gráfico que brinda las mejores soluciones en comunicación gráfica de manera eficiente, profesional, rentable, creativa, para contribuir al crecimiento de empresas, marcas y productos en el mercado laboral.

Visión:
Ser una marca reconocida Nacional e internacionalmente por su calidad, creatividad y originalidad en la rama del diseño.



PROFORMA

Toma Corriente
Design studio

Fecha: / /

Contado
 60% Anticipo
 40% Contra entrega

Cliente: _____
Dirección: _____
Teléfono: _____

E-mail: _____

Cant.	Descripción	Total

TOTAL: _____

ESTOS PRECIOS SON VALIDOS
POR: _____ DIAS

De la ferretería tobie 2 c al sur
2 y media cuadra arriba.

f Toma corriente
Design studio

Misceláneos



Uniformes

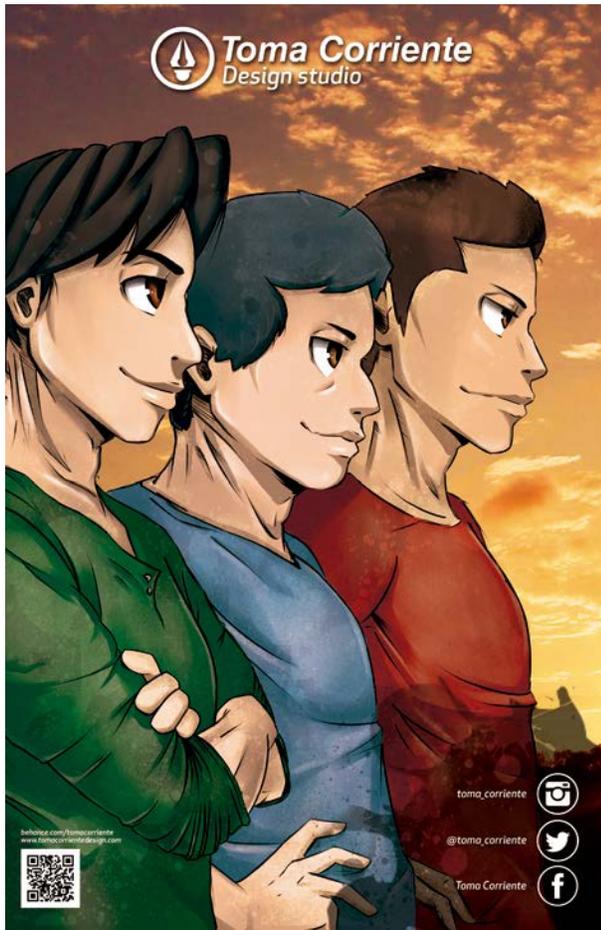
Camisetas



Polos



Campaña externa



Toma Corriente
Design studio

SERVICIOS:
Diagramación
Branding
Ilustración
Imagen Empresarial
Refrescamiento de marca
Sitio Web
Animación
Vectorización de marca
Fotografía creativa
Spot publicitario
Campaña Publicitaria

OTROS SERVICIOS:
Diagramación tamaño carta
Diagramación tamaño tabloide
Diseño Banner
Diseño de Brochure
Diseño de Diploma
Diseño de Facturas/Tablas
Diseño de Menú
Diseño de tarjetas de presentación
Diseño de Volantes
Diseño de tarjetas de invitación
Diseño de Logotipo
Rediseño de Logo
Diseño de Afiche/Carteles
Infografías Empresariales
Diseño de Boletines
Gigantografía

+505 84771312 De la ferretería tobías 2 c al sur 2 y media cuadra arriba. tomacorrentestudio@gmail.com

Soma corriente design studio

Toma Corriente
Design studio

FOTOGRAFIA ● DISEÑO WEB ● ANIMACION
ILUSTRACION ● BRANDING ● IMAGEN EMPRESARIAL
REFRESCAMIENTO DE MARCA ● DIAGRAMACION
VECTORISACION DE MARCA ● CAMPAÑA PUBLICITARIA

Campaña interna

La
Importante
NO ES
Ganar
Sino Hacer
Perder al
Otro

 Toma Corriente
Design studio





SALUD & VIDA

Salud • Nutrición • Entrenamiento Físico

Reducción

SALUD & VIDA

♦ 9.5412 cm x 1.6091 cm

SALUD & VIDA

♦ 6.3897 cm x 1.0766 cm

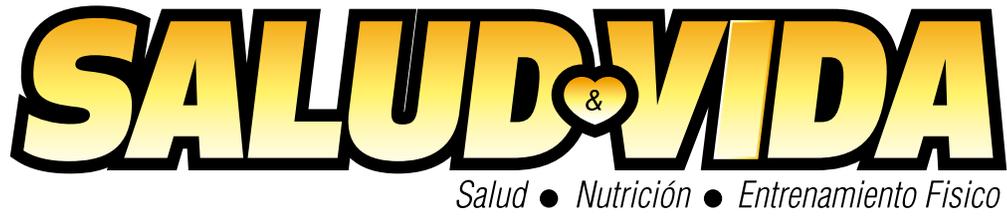
SALUD & VIDA

♦ 5.26 cm x 0.8871 cm

Área de Protección



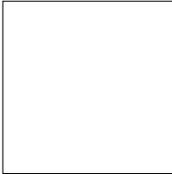
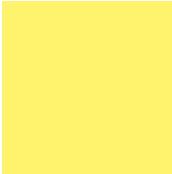
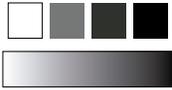
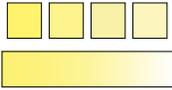
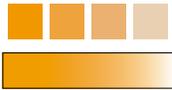
Imagen de la marca



♦Para fondos oscuros



Paleta de color

	FFFFFF C:0 M:0 Y:0 K:0		FFF26C C:0 M:0 Y:70 K:0
	R:225 G:225 B:225		R:255 G:242 B:101
	F09700 C:0 M:50 Y:100 K:0		000000 C:0 M:0 Y:0 K:100
	R:243 G:146 B:0		R:0 G:0 B:0

Aplicación



- ♦Revista de 32 páginas, tamaño carta, material portada y contraportada en satinado 120, páginas internas en papel imagen.



Iconos para la revista

♦Para establecer un orden en la distribución del contenido de la revista, se ha diseñado una serie de iconos que dividira la revista por segmentos.



Icono persona fitness



Icono segmento de salud



Icono entrenamiento físico



Icono de nutrición

Campaña externa

Toma Corriente
Design studio

Presenta:

Revista Salud&Vida 
@salud&vida 
salud&vida 

www.salud&vida.com
rssau.com/salud&vida

Lanzamiento Oficial

4
ENERO
2016

REVISTA

SALUD & VIDA

SALUD • NUTRICIÓN • ENTRENAMIENTO FÍSICO



Tipografía Logo Revista

Helvetica Lt Light Condensed Oblique

Letra

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz*

Numerico

0123456789

Apex nex Ultra Italic

Letra

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz**

Numerico

0123456789

SAV



Bibliografía

Historia del diseño gráfico

Philip B. Meggs

Behance

- ♦ <https://www.behance.net/gallery/27151021/Brand-Manual>
- ♦ <https://www.behance.net/gallery/27354677/Brand-Manual>
- ♦ <https://www.behance.net/gallery/18956193/Elite-Corporate-Design-Manual-Guide>

Abduzeedo

Case Study: Centurion Logo Design

Por: Lukasz Ruszel

- ♦ <http://abduzeedo.com/case-study-centurion-logo-design>

