

**Universidad Americana**  
**Seminario Desarrollo de Emprendedores**  
**XVII Muestra Empresarial UAM 2012**

Proyecto: “Camisetas Serigrafeadas Leo”



Integrantes:

Dylan Jafet Centeno Pichardo  
Gabriel Antonio Benavente  
María Cristiana Tercero Córdoba  
Pedro Javier Vuskovic Suarez

Carrera: Diseño y Comunicación Visual  
Catedrático: Tamara Pereira  
Managua, Mayo 2013

## CAPITULO 1. Naturaleza del proyecto

- 1.1 Introducción:
- 1.2 Proceso Creativo
  - 1.2.2 Propuestas de Idea
  - 1.2.3 Matriz de soluciones
  - 1.2.4 Descripción de las propuestas de ideas
- 1.3 Nombre de la Empresa
- 1.4 Descripción de la Empresa
  - 1.4.2 Ubicación y tamaño de la empresa
  - 1.4.3 Misión, Visión y Valores.
- 1.5 Objetivos
- 1.6 Ventajas Competitivas
- 1.7 Análisis de la Empresa/Análisis FODA
- 1.8 Productos o Servicios de la Empresa
- 1.9 Calificación para entrar al negocio
- 1.10 Links de Apoyo

## CAPITULO 2. Mercado

- 2.1 Objetivos de Mercado
- 2.2 Tamaño del mercado
  - 2.2.1 Características del mercado
- 2.3 Consumo Aparente
- 2.4 Demanda Potencial.
- 2.5 Participación de la competencia en el mercado.
- 2.6 Estudio de Mercado.
  - 2.6.1 Encuesta
  - 2.6.2 Modelo de Encuesta
  - 2.6.3 Resultados de Encuesta
  - 2.6.4 Conclusiones de Encuesta.
- 2.7 Promoción del Producto.
- 2.8 Presupuesto Annual
  - 2.8.1 Plan de introducción al mercado.
  - 2.8.2 Marca.
  - 2.8.3 Riesgos del mercado.
  - 2.8.4 Oportunidades del Mercado.
  - 2.8.5 Ejemplos de Publicidad.
- 2.9 Fijación y política de precios.
- 2.10 Sistema y plan de ventas.
  - 2.10.1 Organigrama.

## CAPITULO 3. Producción

- 3.1 Objetivos de producción
- 3.2 Diseño del producto.
- 3.3 Descripción del producto
- 3.4 Descripción del proceso productivo
  - 3.4.1 Proceso de serigrafías.
    - 3.4.1.1 Realización del diseño
    - 3.4.1.2 Separación de colores
    - 3.4.1.3 Serigrafía
    - 3.4.1.4 Control de calidad
    - 3.4.1.5 Empaque
- 3.5 Diagrama de flujo
- 3.6 Características de la tecnología
  - 3.6.1 Pulpo serigráfico
  - 3.6.2 Marcos.
  - 3.6.3 Tintas
  - 3.6.4 Emulsionante
  - 3.6.5 Racleta
  - 3.6.6 Lámpara Metálica
  - 3.6.7 Presecadora de Flash
  - 3.6.8 Paletas
- 3.7 Materia Prima
- 3.8 Herramientas
- 3.9 Proveedores
- 3.10 Capacidad Instalada
- 3.11 Inventario
- 3.12 Ubicación de empresa
- 3.13 Distribución de planta
- 3.14 Personal requerido para el proceso de producto
- 3.15 Control de Calidad
- 3.16 Programa Preoperativo

## CAPITULO 4. Organización de la Empresa

4.1 Objetivos de organización.

4.2 Organigrama

4.3 Perfil de puestos

4.3.1 Gerente General:

4.3.2 Administrador Financiero:

4.3.3 Auxiliar Contable:

4.3.4 Gerente de Ventas:

4.3.5 Supervisor de Producción:

4.3.6 Diseño:

4.3.7 Producción / Serigrafía:

4.3.8 Empaque:

4.4 Captación del personal

4.4.1 Proceso de selección

4.4.2 Reclutamiento

4.4.3 Selección

4.4.4 Proceso de inducción

4.4.5 Motivación

4.4.6 Contratación

4.5 Planilla

4.6 Marco Legal

## Capítulo 5. Finanzas

5.1 Objetivos

5.2 Sistema contable del local

5.2.1 Contabilidad de la empresa

5.3 Flujo de efectivo

5.4 Costos y gastos

5.4.1 Capital social

5.4.2 Créditos

5.4.3 Entrada

5.4.4 Salidas

5.4.5 Proyección del flujo del efectivo

5.5 Estados financieros proyectados

5.5.1 Estados de resultados

5.5.2 Balance general

5.6 Ambiente Económico

5.7 Supuestos utilizados en las proyecciones financieras

5.8 Planeación Financiera

# CAPITULO 1. Naturaleza del proyecto

## 1.3 Introducción:

“Leo” inicialmente era un proyecto de algunos de los alumnos de Diseño y Comunicación Visual que tenía como objetivo impulsar y promover al artista nicaragüense Leoncio Sáenz, y a la vez promover el diseño textil y la serigrafía como una de las muchas ramas del Diseño Gráfico.

Actualmente; como “Leo-Tops S.A” tenemos como objetivo principal reinterpretar las pinturas de este y otros artistas nicaragüenses y plasmarlas en camisetas que logren cambiar el panorama de la moda casual, tanto nacional como internacionalmente.

Somos una empresa manufacturera que forma parte de la industria textil y de la moda, especializados en el diseño y producción de camisetas serigrafeadas, con un toque único y personalizado que evoca a la cultura y el arte nicaragüense.

Actualmente, el mercado de vestimenta casual nacional se encuentra saturado de marcas comerciales, que monopolizan el sector, y no ofrecen más que productos pensados para las masas; generando la necesidad de crear un producto diferente, que se adapte a la personalidad del consumidor. Es ahí donde “Leo-Tops S.A” ofrece un producto diferente, que respeta y satisface la necesidad del consumidor de expresar su individualidad a través de su vestimenta y de hacerlo de forma única y con estilos personalizados.

En este documento les presentaremos los procesos necesarios para la producción de las camisetas, así como también un estudio exhaustivo en el cual determinamos la viabilidad del proyecto y la puesta en marcha de la empresa.

## 1.4 Proceso Creativo

Actualmente la población joven nicaragüense, se encuentra altamente influenciada por otras culturas, principalmente la cultura “pop” Americana; y esto, de la mano con el creciente acceso a las tecnologías ha causado que cada vez nos interese menos la cultura y la idiosincrasia de nuestro país.

Partiendo de esta premisa nos propusimos crear un producto que retomara elementos de nuestro país y explotarlos de manera que los jóvenes se sintieran identificados y atraídos por ellos, pero que principalmente les recordara las innumerables riquezas del país, tanto culturales como naturales.

El reto se presentó en como resumir algo tan amplio como eso en un solo producto. Para resolverlo realizamos un estudio en el cuál tratamos de identificar donde se encontraba más la falta de aprecio por lo “nica” y nos dimos cuenta que es en la vestimenta.

Existe un creciente apoyo a la música, a la comida, a los lugares turísticos más populares, pero en la indumentaria se ha perdido por completo y desde hace mucho tiempo utilizar productos que realcen nuestra nacionalidad. El mercado textil y de la moda está siendo dominado por un sinnúmero de empresas y marcas; que si bien tercerizan su producción en países como el nuestro, la ropa no demuestra ni plasma el orgullo de ser nicaragüense. Las modas son impuestas casi sin

dificultad y vemos a la juventud sobretodo utilizarlas de manera prácticamente inconsciente, sin detenerse a analizar o preguntarse si en verdad es lo que les gusta y en cuanto se identifican y los representa lo que usan.

Ahora bien, nosotros no pretendemos cambiar el panorama de la moda en Nicaragua y el mundo. Estamos claros de que los jóvenes no cambiarán las marcas y mucho menos los estilos que utilizan actualmente por un “huipil” o una “guayabera”; por eso decidimos impregnar de nuestro arte y cultura, y darle una nueva manera de presentación a lo acostumbrado en “estilos nicas” en nuestro país. Esta no consistirá en chistes y frases que solo demuestran un lado no tan respetuoso y agradable de Nicaragua, sino en la apreciación por el arte misma y sus creadores.

Es por eso que optamos por analizar y absorber el arte del maestro Leoncio Sáenz, un artista que en su obra resume con gracia y estilo lo que es ser nica desde nuestros ancestros, hasta las historias y mitos que ellos; con su técnica precolombina, nos han heredado.

Tomamos inspiración de sus pinturas y hemos creado diseños modernos, pero que nos recuerdan nuestras verdaderas raíces aplicando nuevas técnicas y conceptos.

Y así es como nace “Leo-Tops S.A” y bajo ésta, la primera línea de la empresa llamada “Leo”.

### **1.2.1 Propuestas de Ideas**

Antes de decidirnos por “Leo” y las camisetas, ideamos una serie de propuestas que seguían la misma línea. Entre una larga lista, éstas eran las más atractivas y factibles antes de decidirnos por la actual:

- Venta de ropa con temática nicaragüense por internet.
- Servicio de serigrafía..
- Ropa deportiva para la playa.
- Manufactura de ropa original y venta por tienda, internet y tienda
- Manufactura de ropa y venta por distribuidores anexos

### **1.4.4 Matriz de soluciones**

Para determinar cuál de estas propuestas era la más factible y viable, realizamos una matriz de soluciones que nos permitía; basado en una serie de criterios y puntuaciones, identificar cuál de ellas era la indicada.

A continuación el cuadro:

Tema	
Manufactura de ropa original y venta por internet	4
Manufactura de ropa original y venta por tienda y pedidos por internet	5
Servicio de serigrafía por pedido de diseño	3
Manufactura de ropa y venta en distribuidores anexos	2
Ropa deportiva para la playa	1

### 1.4.5 Descripción de las propuestas de ideas

-Venta de ropa con temática nicaragüense por internet:

Crear una página web, en donde se pueda comprar en línea camisetas con diseños y temática nicaragüense. Producción por terceros.

-Servicio de serigrafía por pedido de diseño:

Montaje de taller serigráfico, en el cuál se trabajaría por contratación. Diseños corren por parte del cliente. Solo producción.

-Ropa deportiva para la playa:

Manufactura de vestimenta, especializada en el desempeño específico de actividades deportivas acuáticas/playeras. Solo producción, distribuidor anexo.

-Manufactura de ropa original y venta por tienda e internet:

Diseño preliminar de estilos de camisetas. Producción (serigrafiado) de las camisetas. Ventas en línea y en tiendas tanto propias como anexas. Servicio integral.

- Manufactura de ropa y venta por distribuidores anexos:

Diseño preliminar de estilos de camisetas. Producción (serigrafiado) de las camisetas. Ventas en tiendas de distribuidores externos.

### Justificación

Determinamos que la propuesta número 2 (según el cuadro) es la más viable y lucrativa de entre las demás, puesto que se reducen los costos de producción si se hace un proceso integral. Es decir; que todos los pasos para tener como producto final las camisetas “Leo”, resultan menos costosos ya que es más barato producirlos dentro de la misma empresa que tercerizarla.

También son procesos fáciles y muy lucrativos, y tomando en cuenta de que todos los miembros del grupo manejamos y conocemos bien los procedimientos a seguir; desde la creación del diseño hasta la producción de la misma, resulta más objetivo asumir la producción completa y así asegurar una supervisión y un empleo de estándares de calidad más altos.



### 1.3 Nombre de la Empresa

Luego de hacer una matriz y un análisis de distintos nombres para la empresa (tienda) decidimos conservar el inicial, puesto a que cumple con los parámetros que lograrán que sea un nombre popular, fácil de recordar y que sintetice el concepto general del proyecto. Para el nombre institucional, elegimos “Leo-Tops S.A” ya que resume la naturaleza de la empresa, y establece de entrada que nos dedicamos solamente a la producción de piezas de vestir superiores.

Nombre	Leo	Volcán	Indio	Jag
Descriptivo	4	3	1	1
Original	3	2	2	3
Atractivo	3	3	1	2
Claro	5	3	2	2
Total	15	11	6	8

### 1.4 Descripción de la empresa

Camisetas Leo es un proyecto que nace con el objetivo de entrar al mercado joven de Nicaragua y posicionarnos en la mente del consumidor como un referente de calidad en el panorama de la moda casual con nuevos y atractivos diseños.

La empresa Leo tiene un giro de manufactura en el área textil con enfoque en la cultura nicaragüense. Nos encargamos de la creación completa de las camisetas, desde el diseño de cada uno de los estilos, hasta el proceso de serigrafía de cada una de las diferentes líneas.

#### 1.4.1 Ubicación y tamaño de la empresa

Nuestros servicios comienzan con un taller de serigrafía, y un diseño previo que puede darse en cualquier lugar con una computadora disponible. El taller, inicialmente tendrá solo lo básico y por lo tanto el espacio será el mínimo requerido para la producción de las camisetas. La planta, que es descrita gráficamente más adelante en este documento, estará distribuida de manera que los diferentes procesos se lleven a cabo en un espacio asignado para mantener el orden y potenciar una producción de calidad y de rápido servicio.

El taller medirá 10X10mts. aproximadamente y pretendemos que este ubicado en la ciudad de Managua debido a la accesibilidad de distribuidores en general. Las tiendas propias, a mediano plazo

tenemos la intención de ubicarlas en lugares céntricos y concurridos como pueden ser Galerías Santo Domingo, Metrocentro, Camino de oriente o lugares aledaños a estos.

### **1.10 Misión, Visión y Valores.**

#### **Misión:**

Ofrecer prendas de vestir de alta calidad con diseños originales e innovadores para el público nicaragüense que busca una opción alternativa y cómoda de vestimenta.

#### **Visión:**

Ser una empresa reconocida en el área industrial y de manufactura textil, que compite en el mercado nicaragüense con las marcas internacionales de ropa y es caracterizada por su innovación y creatividad.

#### **Valores:**

Idiosincrasia: Promover la cultura nicaragüense de una forma innovadora.

Respeto: Respeto a la diversidad cultural y étnica, así como al medio ambiente

Lealtad: Mantenernos firmes y leales a nuestra visión creativa y con nuestros clientes.

Integridad: Hacer negocios de forma justa y legal, apegada a nuestra ética.

### **1.11 Objetivos**

#### **Objetivo General:**

Crear una marca reconocida de ropa alternativa e innovadora por los consumidores en el mercado nicaragüense.

#### **Objetivos a corto plazo:**

- Ofrecer un producto distinguido en el mercado dando a conocer la cultura nicaragüense desde un punto de vista único.
- Distribuir el producto en puntos de compra estratégicos (tiendas locales y quioscos de venta).
- Desarrollar una estrategia de marketing digital para promocionar la marca.

#### **Objetivos a mediano plazo:**

- Crear de un local propio donde se distribuya el producto.
- Crear una página web para venta online del producto.
- Realizar activaciones y promociones de la marca.

### **Objetivos a largo plazo:**

- Crear subdivisiones de la marca para ampliar el mercado.
- Distribuir el producto a nivel centroamericano.
- Distribuir el producto nivel global.

### **1.12 Ventajas Competitivas**

Como empresa, nuestra mayor ventaja es representada por la fuerza creativa con la que contamos. Los diseños siempre serán únicos y muy atractivos, lo cual nos asegura una aceptación muy alta entre la clientela. A la misma vez el producto es fácil de producir y su venta es muy lucrativa, por lo tanto es muy fácil obtener ganancias significativas luego de la inversión inicial.

A la misma vez, la introducción de nuestro producto en el mercado es muy fácil ya que este es muy amplio; y al necesitar una materia prima muy estable y con poca fluctuación de precios se reducen riesgos de producción significativos.

### **1.13 Análisis de la Empresa/Análisis FODA**

#### **FODA**

##### **Fortalezas:**

- Somos una empresa con diseños únicos en el mercado.
- Nuestro proceso productivo es simple y con pocos intermediarios, en una emergencia productiva se podría tercerizar sin mayores contratiempos.
- Empresa pequeña con una organización solida
- Productos que al ser únicos crean un público cautivo fácilmente
- Materia prima estable y con poca fluctuación de precios.

##### **Oportunidades**

- Existe un mercado grande.
- Podemos ocupar nuevos métodos de mercadeo y compra directa por el internet, acortando gastos operativos y expandiendo nuestra base de clientes.
- Precio competitivo debido a que nuestra mayor fortaleza es creativa y no industrial.
- Alianzas a mediano plazo con tiendas grandes para comercialización.

##### **Debilidad:**

- No poseer un local propio
- Dependemos de los proveedores de camisetas, tintas para serigrafía y emulsionantes
- Las tintas y los emulsionantes no son vendidos en Nicaragua.
- Falta de conocimiento en los procesos.

##### **Amenazas:**

- Marcas nicaragüenses de camisetas ya existentes.
- Camisetas de marcas extranjeras.
- Otra línea de camisetas y accesorios con motivos nicaragüenses.
- Fin de negocios con los proveedores.

## **1.14 Productos o Servicios de la Empresa**

Dentro de los productos y/o servicios que ofrecerá la empresa están:

### **-Camisetas por temporada, con impresión serigráfica.**

Nosotros diseñamos, desarrollamos y producimos productos integrales. Esto nos permite tener un control de calidad en cada uno de los procesos realizados y garantizar a nuestros clientes un producto de primera.

Inicialmente ofreceremos la línea "Leo", la cual es la principal y básica de la empresa. Esta línea estará disponible permanentemente.

Paralelamente; a mediano y largo plazo introduciremos al mercado diferentes líneas de camisetas que estarán inspiradas en diversos artistas plásticos nicaragüenses.

Estas camisetas serán vendidas tanto en la tienda/taller, en línea (página web), y por terceros (otras tiendas, con góndolas de nuestro producto).

### **-Servicio de serigrafía por encargo**

Proveemos servicio de serigrafía integral para: agencias de publicidad, clientes directos, pymes, asociaciones, eventos, etc. El proceso de serigrafía cumple con altos estándares de calidad internacional. Contamos con servicios de hasta 6 colores.

## **1.15 Calificación para entrar al negocio**

Sabemos que es importante que los negocios no sean tomados a la ligera y sean manejados por personas con experiencia, pero sobre todo que conozcan el campo y materia de la industria en la que están a punto de adentrarse. A continuación enumeramos las cualidades de cada uno de los miembros del grupo, que nos hacen calificados y aptos para abrir la empresa:

- **Pedro Vuskovic**

- Estudiante de Cuarto año de la carrera Diseño y Comunicación Visual
- Participante del Encuentro Latinoamericano de diseño en la Universidad de Palermo, Argentina.
- Estudios de Arquitectura y Ciclo básico de la escuela de bellas artes
- Experiencia laboral como Creativo Publicitario en BBDO Nicaragua

- **Cristiana Tercero**

- Cursos de Protocolo en la Universidad Americana UAM.
- Estudiante de 4to año de la carrera de Diseño y Comunicación Visual.
- Manejo de 2 idiomas. Español e inglés.
- Experiencia como pasante en Toolbox Design Studio.
- Experiencia como pasante en SIMO Nicaragua.
- Experiencia laboral en el Departamento de Diseño en SIMO Nicaragua.

- **Dylan Centeno**

- Estudiante de cuarto año de la Carrera de diseño y comunicación visual en la Universidad Americana.
- Fundador de la primer microempresa de diseño en la Universidad Americana.
- Experiencia laboral como Creativo Publicitario en el departamento de medios en Agri-Corp.

- **Gabriel Benavente**

- Cursos de Adobe Photoshop e Illustrator. Centro CAD Nicaragua.
- Estudiante de 4to año de la carrera de Diseño y Comunicación Visual.
- Experiencia laboral como Creativo y Diseñador Gráfico en Crack Creativos.
- Experiencia laboral como Diseñador Gráfico en PUMA.

### **1.11 Links de Apoyo**

<http://www.mific.gob.ni/LinkClick.aspx?fileticket=NIFZvGRwqMg%3D&tabid=342&language=en-US>

<http://www.serinpren.es/>

# Capítulo 2. Mercado

## 2.1 Objetivos de Mercado

Nuestro objetivo principal de mercadeo se centra en poder introducir al mercado nuestra marca de camisetas y posicionarla con liderazgo en el mismo, pudiendo tener una relación de retroalimentación y lealtad con nuestros clientes potenciales, creando ventajas a la hora de competir en un segmento en el que la competencia es muy diversificada y en el que marcas importadas tiene la mayor parte del potencial en las ventas.

Hemos establecido diferentes plazos de tiempo para nuestros objetivos; explicados a continuación:

### **CORTO PLAZO (1 AÑO):**

- Establecer la compañía, tanto en su proceso industrial como comercial, iniciando con un mínimo de ventas de 5,289 camisetas o servicios serigráficos.
- Crear alianzas estratégicas con establecimientos comerciales de Managua para la venta de estas mismas y promocionar la marca apadrinando artistas nicaragüenses, con gran énfasis en las redes sociales.

### **MEDIANO PLAZO (3 AÑOS):**

- Aumentar la venta a 7,522 unidades de camisetas y servicios, empezar expansión bajo alianzas comerciales en Granada, León y San Juan del Sur.
- Se empezara a promocionar la marca en algunos medios tradicionales como apoyo al enfoque BTL y de promoción de redes sociales.

### **LARGO PLAZO ( 5 AÑOS):**

- Aumentar la capacidad de venta a 10,831 unidades, empezar el crecimiento bajo alianzas regionales y ventas internacionales por internet.
- Crear kioskos exclusivos de la marca en los dos principales centro comerciales de Managua, así como buscar alianzas en San Juan del Sur y otros destinos turísticos importantes del país.
- Mantenerse como referente de marca exclusiva y única en el share of mind del target.

## **2.2 Tamaño del mercado**

El mercado que nosotros escogimos para vender nuestro producto es lo que se podría llamar un mercado nicho que son personas con necesidades o deseos muy particulares, y que además, tienen su grado de complejidad y por lo cual, están dispuestas a pagar más para cumplir sus expectativas.

Bajo este concepto y segmentando a partir del objetivo de mercadeo planteado para los tres primeros años como empresa, en el mercado geográfico de Managua, comprendido por personas de ambos sexos de entre 18 y 29 años, primordialmente de clase media, estudiantes universitarios o jóvenes profesionales, interesados en la cultura y con alta participación en las redes sociales, según el último censo económico de Nicaragua podríamos llegar a aproximadamente 35000 clientes potenciales, de los cuales la mitad podrían interesarse prácticamente de forma viral.

Este mercado basado en los objetivos podría doblarse basado en las metas de largo plazo, creciendo en otras zonas del país, mayoritariamente del pacífico y pudiendo expandirse en los centros turísticos internacionales, ya que a Nicaragua ser un destino emergente para jóvenes y deportistas, perfectamente estos pueden situarse en nuestro perfil de segmentación, creando otro nicho de mercado para turistas que pueden comprar las camisetas como souvenirs.

### **2.2.1 Características del mercado**

- Los Jóvenes del segmento están buscando ropa y accesorios con los que pueden identificarse debido al reflejo de prendas con diseños únicos y de alta calidad.
- El sector abierto para la introducción de nuevas marcas. Usan redes sociales extensivamente y es fácil crear opinión en base a viralidad y lealtad de marca bajo un concepto de comunidad
- Aunque normalmente este segmento acostumbraría comprar ropa importada, debido a sus características y atributos sociales, políticos y económicos acogería rápidamente una marca nacional como símbolo de moda.
- La moda es una forma de expresión para ellos, de esta forma la compañía se beneficia, ya que ofrece piezas únicas y además serigrafía personalizada como una alternativa comercial.
- Poder adquisitivo estable y con capacidad de pagar por exclusividad.

## 2.3 Consumo Aparente

El consumo aparente es una relación planteada en la producción de bienes, en los cuales no es posible estimar la demanda de forma directa y esta se basa en cifras de producción local, las importaciones y las exportaciones

A pesar de que ésta relación se ocupa para estimar la demanda nacional, es posible aplicarla a demandas locales, considerando la producción de fuera del área de cobertura del proyecto como importaciones o exportaciones con respecto a dicho mercado y lo que se produce en dicha área.

Y aunque para hacer este análisis de mercadeo, el realizar una matriz de consumo aparente necesitan datos exhaustivos para resultados fiables, podemos mostrar algunos números del Banco Central de Nicaragua respecto a las importaciones de ropa para tener un panorama de este consumo en el país.

- 20 millones de dólares sumó la importación de ropa usada en 2006, equivalentes a 8,199.5 toneladas
- 9.04 millones de dólares alcanzó la importación de ese bien de consumo en 2008, con 10,216.6 toneladas.
- 17.94 millones de dólares fue lo que pagó el país por la ropa usada en 2010, cuando importó 13,841.9 toneladas.
- 19.38 millones de dólares sumó la compra en 2011, con 15,709.2 toneladas.
- 12.40 millones de dólares asciende la compra de ropa usada entre enero y julio del 2012, período en que se importaron 9,633.4 toneladas, casi un nueve por ciento más que en el mismo período del 2011, cuando la importación alcanzó los 11.59 millones de dólares.
- Más de el 85% de la ropa que se compra en Nicaragua es importada.

También podemos decir, según datos de la Cámara de Comercio Americana Nicaragüense (AMCHAM), que las exportaciones de ropa nicaragüense han subido un 34% impulsados por el tratado de libre comercio con Estados Unidos y que por ende esto ha creado un pequeño repunte en la creación de micro-empresas de vestimenta de alta calidad que apelan al nicho de mercado “nostalgico” y por ende no compiten bajo la misma segmentación que la de nuestra empresa.

Podemos concluir diciendo que en nuestro mercado el consumo aparente es casi exclusivo basado en ropa importada, las características del nicho podría abrirse brecha en el mismo contemplado por sus propias características con los potenciales consumidores.



## 2.4 Demanda Potencial.

Basado en nuestros clientes potenciales y el promedio de camisetas que posteriormente se presenta en los resultados de la encuesta que se hizo en forma de investigación del mercado, se podría decir que:

- A corto plazo (un año) la demanda potencial podría llegar a la 110,000 camisetas.
- A mediano plazo (tres años) la demanda podría prácticamente a doblarse a 210,000 camisetas y con un potencial de 320,000 unidades.
- A largo plazo (5 años) no variaría mucho la demanda conforme se estableció en el mediano plazo ya que el mayor objetivo es mantenerse en el mercado de forma sólida, pero podría crearse un mercado turístico y expandirse a 400,000 unidades

## 2.5 Participación de la competencia en el mercado.

Nombre	Ubicación	Ventajas Competitivas	Debilidades
La Mano Mágica	Metrocentro	-Reconocida por los consumidores -Buena segmentación de los productos - Popular en el sector para souvenirs de turistas	-Poca presencia afuera de Managua. -Mala calidad en su serigrafado.
Tricotextil	Metrocentro Galerías Santo Domingo Distribuidoras Comercializadoras externas	- Empresa reconocida y de gran trayectoria - Producen ropa de distintas calidades y para varios segmentos -Mayor capacidad de producción en el sector	-Diseños genéricos. -Marca mayormente reconocida por vender camisetas sin diseño.
Ninfus	Ventas por internet (Bello Horizonte)	-Diseños originales -Manejo de redes sociales	-Poca gente la conoce. -No tienen estabilidad comercial
Gofio	Ventas por internet (Las Palmas)	-Diseños originales -Se promocionan en eventos que interesan a su grupo nicho. -Manejo de redes sociales	-Poca gente la conoce. -No cambian diseños. -No siempre tienen camisetas en stock.

## **2.6 Estudio de Mercado.**

Un estudio de mercado es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado y por ende poder comprender mejor el proceso

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

El objetivo de nuestro estudio de mercado es principalmente determinar el mercado potencial de la empresa, conocer la opinión de la gente en cuanto a la introducción del producto al mercado y si están dispuestos a adquirirlo. Con la preferencia y demanda del consumidor hacia el producto se sabrá si éste en realidad está cumpliendo su misión de ofrecer lo esperado.

La herramienta que ocuparemos para dicho estudio sera una encuesta.

### **2.6.1 Encuesta**

La encuesta se realizó de manera personalizada, pidiendo a los encuestados que contestarán de la manera más sincera posible, a fin de obtener resultados más reales. Ésta fue aplicada a personas definidas en nuestra segmentación, para tener una idea de que tan productivo será la introducción del producto al mercado.

La plataforma de para realizarla fue por internet bajo la plataforma de e-encuestas.com y se le pregunto a 50 personas.

## 2.6.2 Modelo de Encuesta

Somos estudiantes de Comunicación Visual y nos encontramos en la elaboración de un proyecto que comercializaría camisetas de alta calidad con diseños exclusivos. Le solicitamos su opinión para mejorar nuestro producto, contestando la siguiente encuesta:

Sexo M\_\_\_\_ F\_\_\_\_ Edad\_\_\_\_

1. ¿Al comprar una camiseta como la prefiere?

Producción Nacional\_\_\_\_

Importada\_\_\_\_

2. ¿Cuando piensa en una camiseta con diseños nicaragienses en que marca piensa?

Ninfus\_\_\_\_

Tricotextil\_\_\_\_

Gofio\_\_\_\_

La Mano Mágica\_\_\_\_

Otro\_\_\_\_

3. Al comprar camisetas usted prefiere:

Que sea diferente\_\_\_\_

Que sea de calidad\_\_\_\_

Que sea accesible\_\_\_\_

Que sea de marca reconocida\_\_\_\_

4. ¿Estaría dispuesto a comprar una camiseta de alta calidad, hecha en Nicaragua y con diseños exclusivos?

Si\_\_\_\_ No\_\_\_\_

5. ¿Cual es su sitio preferido para comprar camisetas?

Almacén\_\_\_\_

Tienda pequeña\_\_\_\_

Internet\_\_\_\_

Otro\_\_\_\_

6. ¿Aproximadamente cuantas camisetas compra anualmente usted?

5 o menos\_\_\_\_

6\_\_\_\_

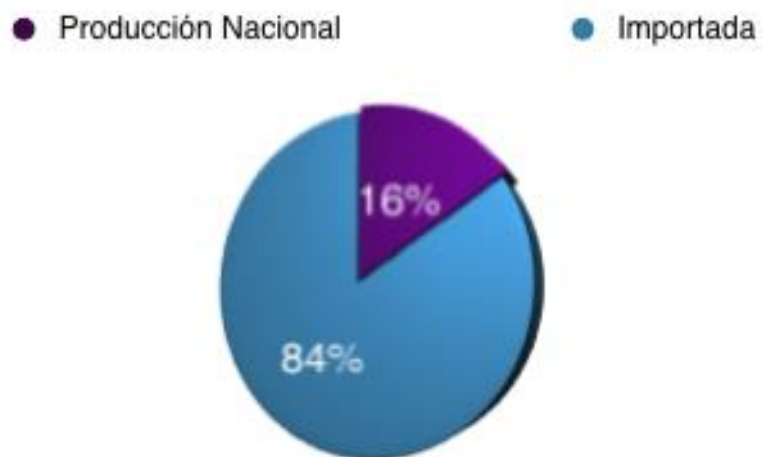
7\_\_\_\_

8 o más\_\_\_\_

## 2.6.3 Resultados de Encuesta

1. ¿Al comprar una camiseta como la prefiere?

Producción Nacional	8
Importada	42



2. ¿Cuando piensa en una camiseta con diseños nicaragüenses en que marca piensa?

Ninfus	2
Tricotextil	16
Gofio	4
Mano Mágica	24
Otros	4

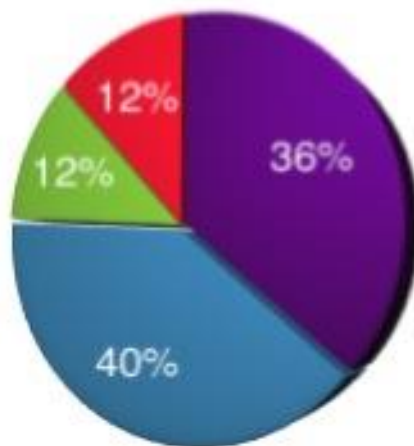
● Ninfus   
● Tricotextil   
● Gofio   
● Mano Mágica   
● Otros   
● 2012



3. Al comprar camisetas usted prefiere:

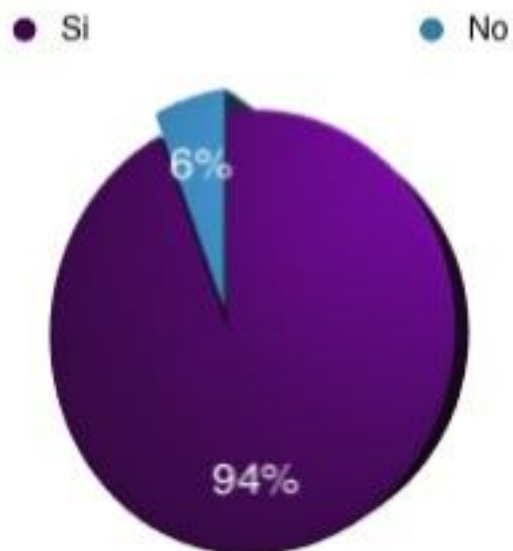
Diferente	18
Calidad	20
Accesible	6
Marca reconocida	6

● Diferente    ● Calidad    ● Accesible    ● Marca Reconocida



4. ¿Estaría dispuesto a comprar una camiseta de alta calidad, hecha en Nicaragua y con diseños exclusivos?

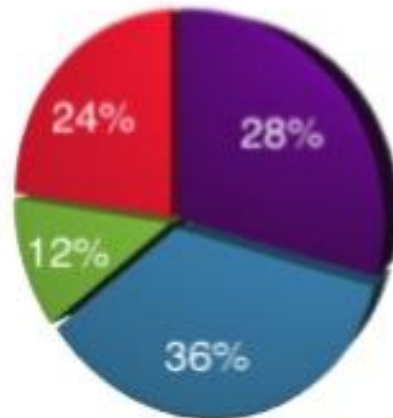
Si	47
No	3



5. ¿Cual es su sitio preferido para comprar camisetas?

Almacén	14
Tienda Pequeña	18
Internet	6
Otro	12

● Almacén     
 ● Tienda Pequeña     
 ● Internet     
 ● Otro

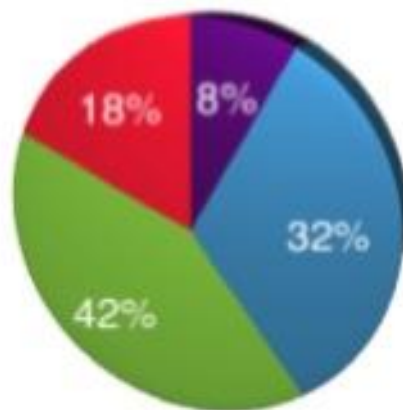


6. ¿Aproximadamente cuantas camisetas compra anualmente usted?



5 o menos	4
6	16
7	21
8 o más	9

● 5 o menos     
 ● 6     
 ● 7     
 ● 8 o más



#### 2.6.4 Conclusiones de Encuesta.

Los resultados de la encuesta dieron resultados que se esperaban, el mercado meta compra ropa importada, pero no tiene problemas en comprar ropa de fabricación local y de alta calidad que llene sus expectativas en cuanto a originalidad.

Se puede decir que las ventas por internet todavía no han alcanzado su potencial pero cada vez son mas conocidas y aunque el individuo de este nicho no necesariamente ocupa solamente camisetas como prenda primordial de vestir, en promedio compra 6.5 camisetas al año, abriendo una brecha de potencial de producción altísima.

Los competidores más parecidos en cuanto a diseño y originalidad son poco conocidos, siendo la competencia directa la empresa Mano Mágica, aunque no necesariamente tiene un nicho tan específico como nuestra empresa. Tricotextil es una empresa fuerte pero no amenaza directa por que no compartiríamos mercado competitivamente, ya que prácticamente nuestros productos terminados se puede diferenciar completamente al de ellos, ya que el de ellos es genérico.

## **2.7 Promoción del Producto.**

Nosotros al saber las necesidades del público y como este se relaciona se ocuparan dos ejes estratégicos para la motivación y recordamiento del producto.

### **Endorsement**

La marca promocionará artistas y deportistas nacionales con el objetivo de hacer visible las camisetas al público, apoyando a la cultura nacional.

### **Redes Sociales**

Ocuparemos 4 redes sociales para crear nuestra comunidad online y nuestro objetivo será crear contenido y relaciones con nuestros potenciales clientes en los que podamos intercambiar información y que se cree contenido viral que nos promocioe y cree lealtad a la marca.

**Facebook:** Se ocupara como catalogo online y página de información, se creará contenido relacione la marca con música, artistas e información que interese al target, que sirva más para compartir, que para interactuar con el público. Servirá también como eje de transición y difusión de la interacción de la empresa en las otras redes sociales.

**Twitter:** Esta red social será el eje primordial para crear la comunidad, dada su facilidad y el potencial que tiene para crear opiniones y contenido viral. A partir de esta base se crearan concursos y dinámicas en el que las regalías se llevaran a cabo. Se apoyará con contenido de Instagram y de Vine, así no de Facebook.

**Instagram:** Se compartirán fotos del proceso de producción y diseño, así como de los artistas promocionados por la marca, compatirá fotos de la comunidad, creando contenido propio.

**Vine:** Compartirá pequeños videos del proceso de producción y diseño, así como de los artistas promocionados por la marca, compatirá fotos de la comunidad, creando contenido propio.

## **2.8.1 Presupuesto Anual**

<b>Community Manager</b>	U\$ 1200
<b>Endorsing</b>	U\$ 500
<b>Regalias</b>	U\$ 400
<b>TOTAL</b>	U\$2100

### **2.8.2 Plan de introducción al mercado.**

El plan de introducción al mercado no será muy diferente al utilizado regularmente, se iniciaran con la promoción de artistas y a partir de esto promociones en las redes sociales para dar a conocer la marca y sus puntos de venta.

Al ser las redes sociales un medio que arroja sus resultados en tiempo real, se podrá ver el alcance y si se tiene que mejorar la promoción y ver si hay que hacer branding en el lugar de ventas como medida paliativa para mejorar el impulso del consumidor al tener el producto cerca.

### **2.8.3 Marca.**

Para dar a conocer la marca se creo un logotipo inspirado en Leoncio Saenz, en el que se simplificaron formas para hacer un marca sencilla y fácil de reconocer, pero al mismo tiempo muy ligada a la estética de nuestros productos.



### **2.8.4 Riesgos del mercado.**

Riesgos del Mercado	Acciones a realizar
<b><i>Uno de los principales riesgos para nuestro producto es que no sea aceptado por los consumidores y no logre desplazar en el segmento la compra de ropa importada</i></b>	Reforzar con regalías y branding online para crear un comunidad participativa que mire nuestra marca no solo como una prenda si no como una forma de vida que los represente.
<b><i>No haber obtenido suficiente información verídica y representativa de la población en las encuestas.</i></b>	Realizar una segunda ronda de encuestas y comparar los datos con los de la primera ronda; también podemos hacer uso de otros medios para obtener información como son grupos focales o entrevistas.
<b><i>Aumento de precio de la Materia Prima.</i></b>	Alianza con proveedores y fomentar la disminución de costos para reducir a lo mínimo posible el aumento de precio de venta. Búsqueda de opciones de importación directa de la materia prima

### 2.8.5 Oportunidades del Mercado.

1. Su elaboración no requiere de grandes avances tecnológicos o conocimientos técnicos.
2. Su proceso de elaboración fácilmente podría convertirse en un sistema favorable con la naturaleza ya que .
3. Tiene un precio exclusivo pero competitivo, ya que apela a un sector del segmento que busca calidad y originalidad en los diseños y puede pagar por el.
4. Producto único ya que abre brecha en un mercado de ropa importada, con la misma o mejor calidad pero con un precio levemente más bajo.

### 2.8.6 Ejemplos de Publicidad.



Colección Volcán



Colección Volcán

## 2.9 Fijación y política de precios.

El precio calculado para cada camiseta o servicio serigráfico y que cubra los gastos de producción dejando un margen de ganancia es el de 20,72 dolares con un incremento del 10% anual a partir del segundo año, para poder cubrir el punto de equilibrio ajustado a las proyecciones a futuro.

## **2.10 Sistema y plan de ventas.**

En esta sección dejaremos explícita la función que tendrá el área de venta y cómo estará dividida para dar respuesta a los distintos segmentos, en nuestro caso no será de acuerdo a la región geográfica sino a la línea de clientes.

Se le confiará a ventas, la comercialización del producto, promoción de marca y por supuesto de la elaboración de estrategias y política que contribuyan solamente a satisfacer las necesidades del mercado.

1. No se otorgarán descuentos por pagos en efectivos (pronto pagos).
2. No se pagarán comisiones por volúmenes de venta.
3. Se realizarán promociones de ventas para dinamizar la serigrafía personalizada

Nuestro horario de atención para el ingreso de un pedido es de lunes a viernes de 8:00 A.M. a 5:00 P.M. y sábados de 8:00 A.M. a 12:00 P.M. El horario de entrega de los pedidos está detallado en las condiciones de entrega o por nuestro personal de ventas

Se respetarán los precios de oferta para los artículos ofertados y el pedido será facturado con los precios vigentes el día que es entregado el mismo al cliente.

Se entregarán los pedidos a domicilio tanto en el área urbana como en los departamentos, el costo de envío dependerá del lugar de entrega, en el área urbana según nuestra guía establecida por la empresa, no cobraremos cargos por envío

Para pedidos realizados por clientes que residan tanto en el área urbana como en los departamentos, la persona que recibe la mercadería deberá mostrar un documento de identidad y firmar una guía de entrega al encargado de llevarle su pedido quien es el responsable de la calidad de los artículos y del envío.

Entregas para pedidos en Managua:

El tiempo promedio de entrega de un pedido realizado en el área urbana es de 24 horas, desde el momento en que el pedido es confirmado con el cliente mediante una llamada telefónica realizada por servicio al cliente /ventas online.

Entregas en departamentos.

En los pedidos realizados por clientes que se encuentran residiendo en los departamentos, el tiempo de entrega estará comprendido entre las 24 y 96 horas posteriores a la confirmación del pedido.

Entregas de Serigrafeado personalizada.

Estos pedidos podrían contar con un tiempo de entrega de 6 horas, ya que su proceso ocupará tiempo exclusivo dentro del proceso de producción industrial y al ser un producto único, necesita mas tiempo del normal para producirse. Este tiempo dependerá del volumen.

### 2.10.1 Organigrama.



### 3.1 Objetivos de producción

**3.1.1** La empresa tiene como objetivo producir una cantidad mensual de 890 camisetas de diversos colores con una impresión de 5 colores mensualmente.

#### 3.1.2 Corto Plazo

En el primer año se producirán 10,680 camisetas de diversos colores con 5 colores de impresión. En el segundo año se duplicara la producción siendo como objetivo en el año 21,360 camisetas.

#### 3.1.3 Mediano Plazo

En el tercer y cuarto año se producirán mensualmente 416 camisetas de diferentes colores con 6 o menos colores de impresión y en el año se producirán 30,000 camisetas.

#### 3.1.4 Largo Plazo

En el quinto año se producirán anualmente 36,000 camisetas de diversos colores con 7 o menos colores de impresión.

### 3.2 Diseño del producto.



### 3.3 Descripción del producto

Nuestro producto son camisetas y camisolitas de manga corta hechas de algodón de colores variados (negro, azul, amarillo, verde, rosa, rojo, púrpura, celeste, gris, naranja, marrón y beige) adecuadas para climas cálidos. Son camisas con diseños personalizados serigrafeados con la temática de la identidad nicaragüense y diseños traídos por los clientes.

### 3.4 Descripción del proceso productivo

**3.4.1** Proceso de serigrafías.

**3.4.1.1** Realización del diseño (1 -2 Horas )



- 1- Se crea un boceto del diseño a imprimir
- 2- Se eligen los colores del diseño
- 3- Se crea la versión final de diseño
- 4- Se crea la versión digital del diseño

# Diagrama de Flujo

## 3.4.1.2 Separación de colores ( 20 minutos )

- 1-Seleccionar los elementos del diseño colores iguales y colocarlos de manera individual en capas de manera digital.
- 2-Seleccionar los elementos de color y convertirlos a negro manteniendo siempre la individualidad por capa.
- 3- Imprimir las capas de manera individual.

## 3.4.1.3 Serigrafia ( 2 horas )

- 1-El marco se llena con el emulsionador en el cuarto oscuro
- 2-Se lleva el marco y un color impreso a las luces de quemado
- 3-El paso anterior se repite con cada color
- 5-La etiqueta es serigrafeada en el interior de la camiseta
- 6-Los marcos son limpiados con agua del excedente de emulsionante
- 7-Se instalan los marcos en el pulpo serigrafico
- 8-Se hace una prueba de color con los marcos
- 9-Los marcos son alineados en el pulpo
- 10-Se serigrafea cada color en la camiseta
- 11-La camiseta pasa al proceso de secado en la máquina de planchado

## 3.4.1.4 Control de calidad (15 minutos )

- 1-La camiseta ya serigrafea es revisada por el personal

## 3.4.1.5 Empaque

- 1-El empaque consiste en un papel impreso con formato horizontal que será colocado alrededor del producto final.

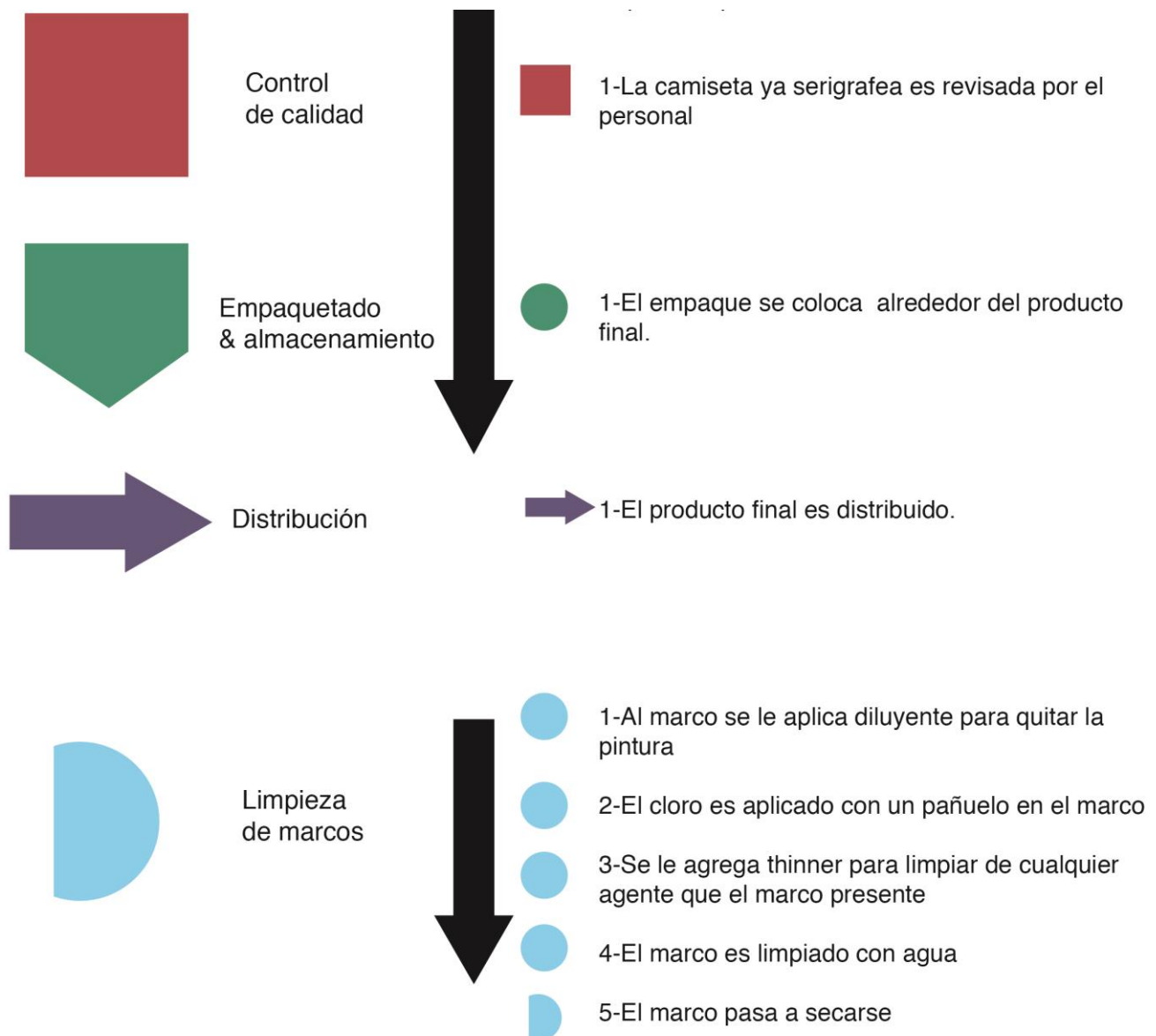
## 3.4.1.5 Serigrafía Limpieza de marcos

- 1-Al marco se le aplica diluyente para quitar la pintura
- 2-El cloro es aplicado con un paño en el marco
- 3-Se le agrega thinner para limpiar de cualquier agente que el marco presente
- 4-El marco es limpiado con agua
- 5-El marco pasa a secarse

Al terminar el proceso de serigrafeo la camiseta pasa al proceso de envase y luego a la distribución. La camiseta es doblada y se procede a colocarle la etiqueta. El producto final es colocado en cajas que tienen la dirección del lugar donde van a ser enviadas.

## 3.5 Diagrama de flujo

- 1- Se crea un boceto del diseño a imprimir
- 2- Se eligen los colores del diseño
- 3- Se crea la versión final del diseño
- 4- Se crea la versión digital del diseño
- 1- Seleccionar los elementos del diseño colores iguales y colocarlos de manera individual en capas de manera digital.
- 2- Seleccionar los elementos de color y convertirlos a negro manteniendo siempre la individualidad por capa.
- 3- Imprimir las capas de manera individual.
- 1-El marco se llena con el emulsionador en el cuarto oscuro
- 2- Se lleva el marco y un color impreso a las luces de quemado
- 3-El paso anterior se repite con cada color
- 5-La etiqueta es serigrafeada en el interior de la camiseta
- 6-Los marcos son limpiados con agua del excedente de emulsionante
- 7-Se instalan los marcos en el pulpo serigrafico
- 8- Se hace una prueba de color con los marcos
- 9-Los marcos son alineados en el pulpo
- 10-Se serigrafea cada color en la camiseta
- 11-La camiseta pasa al proceso de secado en la máquina de planchado



## **3.6 Características de la tecnología**

### **3.6.1 Pulpo serigráfico**

Es una máquina compuesta por tres partes principales: la primera es una base firme donde se apoyan la segunda y la tercera parte siendo estas un plato giratorio con 4 brazos y un brazo extra que está unido a una paleta donde se calzan los diseños y se realiza la impresión.

Realiza 3 movimientos básicos: Giro de sus brazos, Ascenso y descenso de cada marco y el giro de paletas.

Hecha de acero inoxidable

2,20 ancho X 1m de alto

### **3.6.2 Marcos.**

Son estructuras cuadradas hechas de aluminio o madera que mantienen un tejido de malla en su interior de forma tensa donde se imprime el diseño a serigrafear.

Permite tensar cualquier tipo de malla.

Tiene un peso muy reducido lo cual permite que sea reutilizable.

Resistente a la deformación y a la corrosión.

No se deforman lo cual permite que la calidad de la imagen se mantenga.

Tienen una vida útil de aproximadamente.

Son herramientas fáciles de limpiar.

La medida a utilizar es de 22 x 18 pulgadas ya que se trabajaran impresiones con un tamaño máximo de 12x18 pulgadas.

### **3.6.3 Tintas**

Esta compuesta de partículas de resina de PVC, que en un plastificante líquido se encuentran dispersas combinadas con otros componentes como pigmentos antimigradores de color, rellenos de colores para dar cuerpo y estabilizadores de colores.

La tinta al ser calentada a temperaturas entre 145 grados y 166 grados C crea una capa continua llamada elastometro que consiste en partículas de PVC absorbiendo el plastificante, hinchando y haciendo una mezcla entre ellos.

Las tintas al ser compradas deben de ser batidas para reducir su densidad, esto permite su mejor manejabilidad.

Los colores son tratados de manera separada, los colores claros tienen una capacidad mayor de adelgazar que los colores oscuros, en cambio el color negro no tiene que ser adelgazado para mantener su pureza y no crear una mezcla con los otros colores a imprimir.

Las tintas después de ser aplicadas en el textil pasan al proceso de calentarse, lo cual produce que estas se ablanden y se adhieran al material.

Nunca tapan la malla y no se secan.

Permite obtener colores cálidos y vivos en telas oscuras.

### **3.6.4 Emulsionante**

Es una gelatina fotosensible que permite recrear el diseño a serigrafear en el marco. Estos pueden ser a base de agua, de disolvente o mixtas lo cual permite la resistencia a cualquier tipo de tinta serigrafía que vaya a ser utilizada.

Esta compuesto por un sensibilizador a base de sales diazo, fotopolimero puro.

Los emulsionantes tienen una cantidad de sólido, mientras mas sea su contenido solido el producto final tendrá una consistencia mejor y una mejor adhesión a la malla, esto nos permite una mejor definición al proceso de impresión.

### 3.6.5 Racleta

Es una espátula hecha de una tira de goma dentro de una espátula de madera o metal que la asegura y cuya función distribuir de manera homogénea la tinta encima del marco. La presión aplicada a la racleta permite que la tinta pase entre la malla y se plasme en el textil.

La goma debe poseer un espesor entre 4 a 6mm y un ancho de 3 a 5cm, el largo de esta determinado por la parte que la asegura.

Las gomas hechas a base de poliuretano son las más recomendadas debido a su gran resistencia al desgaste y esto le da una vida útil muy larga a pesar de ser la herramienta más utilizada en el proceso.

### 3.6.6 Lámpara Metálica

Intensidad de 2000 a 5000 watts.

Emite rayos ultravioletas sin emitir radiación.]

### 3.6.7 Presecadora de Flash

Máquina utilizada para secar la tinta en los textiles.

Uso por pieza de 20 a 45 segundos.

Posee un cabezal que gira 360 grados.

Tamaño 46x50cm

### 3.6.8 Paletas

Estructura de madera donde se sostienen las camisas.

Ancho 35 cm, alto 50cm

## 3.7 Materia Prima

# MATERIA PRIMA

CONCEPTO	CONSUMO ANUAL	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
TINTA	125	\$11	\$1375
EMULSIONANTE	25	\$30	\$750
DILUYENTE	25	\$8	\$200
COLOR	25	\$3	\$75
THINNER	25	\$8	\$200

### 3.8 Herramientas

## HERRAMIENTAS

CONCEPTO	CONSUMO ANUAL	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
PULPO	2	\$1800	\$3600
MARCOS	10	\$20	\$200
RACLETAS	5	\$20	\$100
LÁMPARA	3	\$50	\$150
SECADORA DE MANO	1	\$50	\$50

### 3.9 Proveedores

## PROVEEDORES

PROVEEDOR	MATERIAL	PRECIO	CALIDAD
SURETKA	TINTA	\$11	EXCELENTE
SURETKA	EMULSIONANTE	\$30	EXCELENTE
FETESA	DILUYENTE	\$8	EXCELENTE
PALÍ	COLORO	\$3	MUY BUENA
FETESA	THINNER	\$8	EXCELENTE

### 3.10 Capacidad Instalada

La capacidad instalada del equipo es de 178 camisas en una semana , 890 serán producidas mensualmente cumpliendo en el año con el objetivo de producir 10680 camisas al año.

### 3.11 Inventario

Los productos son categorizados dependiendo del diseño que tengan plasmado, su segunda categoría dependerá del color que tenga la camiseta.

Las camisetas que contengan diseños de clientes serán almacenadas por la fecha que estas serán entregadas, manteniendo así un orden de prioridad de salidas. Las camisas que se encuentren demasiado tiempo en bodega serán utilizadas en promociones y descuentos en las tiendas.

### 3.12 Ubicación de empresa

## SELECCIÓN DE LOCALIZACIÓN DE PLANTA

### FACTORES DE IMPORTANCIA

FACTOR	CALIFICACIÓN
1 CERCANÍA DE CENTROS DE CONSUMO	0.25
2 DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA	0.40
3 INFRAESTRUCTURA	0.20
4 MANO DE OBRA	0.15

## SELECCIÓN DE LOCALIZACIÓN DE PLANTA

### CALIFICACIÓN PONDERADA

FACTOR	CALIFICACIÓN	LEÓN	MASAYA	MANAGUA	LEÓN	MASAYA	MANAGUA
1	0.25	5	6	10	1.25	1.5	2.5
2	0.40	5	4	10	2	1.6	4
3	0.20	8	9	9	1.6	1.8	1.8
4	0.15	8	10	8	1.2	1.5	1.2
TOTAL	1				6.05	6.4	9.5

### 3.13 Distribución de planta

## DISEÑO DE PLANTA



### 3.14 Personal requerido para el proceso de producción

## PERSONAL REQUERIDO PARA EL PROCESO DE PRODUCCIÓN

ACTIVIDAD	No DE PERSONAS	HABILIDAD
SERIGRAFIA LIMPIEZA DE MARCOS	2	CONOCIMIENTO DEL PROCESO PRODUCTIVO BUEN ESTADO FÍSICO
SUPERVISOR	1	CONOCIMIENTO DEL PROCESO PRODUCTIVO EXPERIENCIA EN CALIDAD
EMPAQUE	1	EXPERIENCIA EN CALIDAD
DISEÑO	2	DISEÑO GRÁFICO EXPERIENCIA EN CALIDAD

### 3.15 Control de Calidad

Antes de iniciar el proceso de serigrafía se analizan las camisas compradas, revisar la cantidad, los colores correctos, la cantidad de camisas y las tallas adecuadas que han sido solicitados. Los agentes como tintas, marcos, emulsionantes y otra materia prima será inspeccionada por los expertos que trabajan con estos materiales.

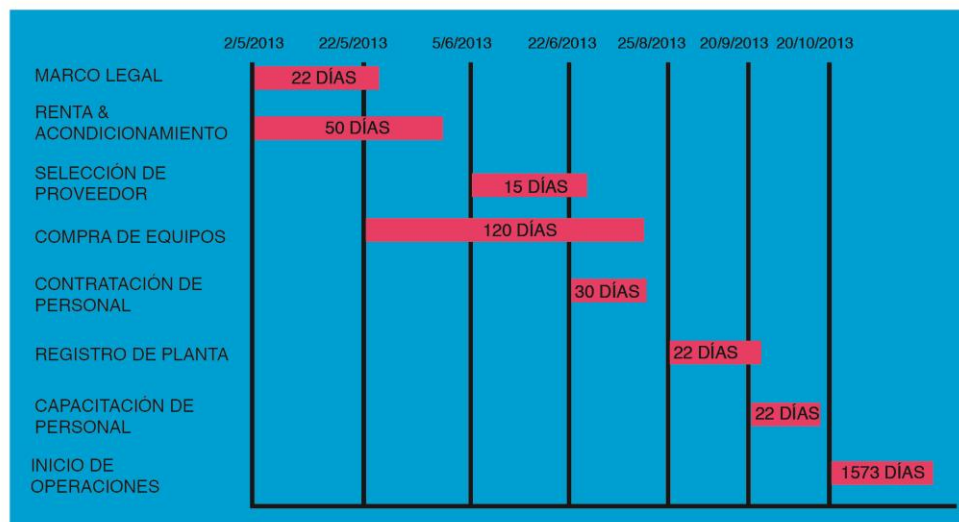
La revisión de calidad en el local consiste en examinar detenidamente el trabajo de la serigrafía: el uso de colores correctos, la calidad de la impresión, identificar la presencia de manchas y otros agentes que ensucien el producto final, la correcta colocación de las etiquetas, el correcto uso del empaque.



### 3.16 Programa Preoperativo

## PROGRAMA PREOPERATIVO

TAREA	INICIO	DURACIÓN	FINAL
MARCO LEGAL	2/5/2013	22 DÍAS	24/5/2013
RENTA & ACONDICIONAMIENTO	2/5/2013	50 DÍAS	21/6/2013
SELECCIÓN DE PROVEEDOR	5/6/2013	15 DÍAS	30/6/2013
COMPRA DE EQUIPOS	22/5/2013	120 DÍAS	21/8/2013
CONTRATACIÓN DE PERSONAL	22/6/2013	30 DÍAS	22/7/2013
REGISTRO DE PLANTA	25/8/2013	22 DÍAS	12/9/2013
CAPACITACIÓN DE PERSONAL	20/9/2013	22 DÍAS	12/10/2013
INICIO DE OPERACIONES	20/10/2013	1573 DÍAS	1/2/2018

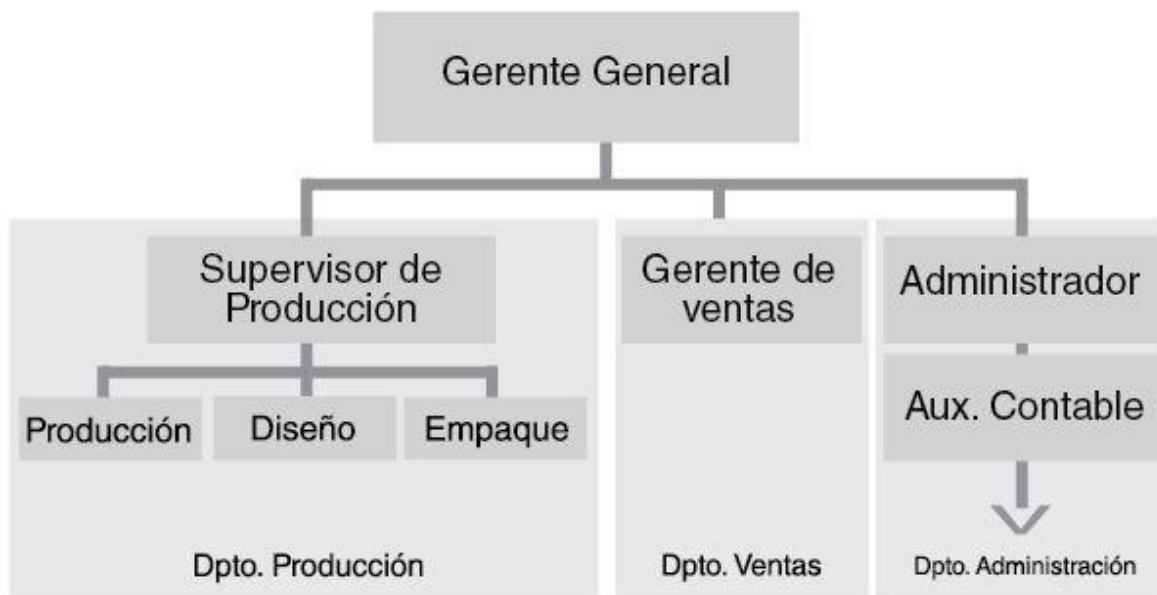


# CAPITULO 4. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

## 4.1 Objetivos de organización.

El presente capítulo tiene como objetivo el explicar el sistema organizacional con el que se desarrolla la empresa, con una lógica de jerarquía en los procesos internos y una explicación de las labores que tiene que desarrollar cada empleado y lo que la empresa espera de cada una de las piezas del personal; para tener una guía que transmita el óptimo desarrollo de los procesos y tareas que debe realizar cada empleado.

## 4.2 Organigrama



## 4.3 Perfil de puestos

### 4.3.1 Gerente General:

#### Tareas:

- ) Diseñar y dirigir los planes de desarrollo en la empresa a corto, mediano y largo plazo.
- ) Plantea las estrategias de mercadeo de la empresa junto al Gerente de Ventas.
- ) Autorizar todos los movimientos bancarios de la empresa.
- ) Negociar, Establecer y modificar los contratos y convenios de toda naturaleza incluyendo la adquisición de bienes inmuebles.
- ) Servir de mediador para resolver conflictos mayores entre empleados.

Debido a que es una empresa pequeña y necesita incurrir en planilla, la empresa perfila el presente puesto de trabajo con multifunciones, entre ellas la de asegurarse de que los empleados cumplan con sus funciones correctamente por medio de informes de desempeño, para un posterior análisis y toma de decisiones acerca de los cambios y mejoras necesarias.

**Requisitos del cargo:**

- Nivel académico: Ingeniero Industrial
- Experiencia de 3 años mínimo en empresas de manufactura.

**4.3.2 Administrador Financiero:**

**Tareas:**

- ) Coordinar el manejo de los recursos, humanos y materiales, para lograr los objetivos.
- ) Elaborar presupuestos que muestren la situación económica y financiera de la empresa.
- ) Negociar con proveedores para términos de compras.
- ) Negociar con clientes, en temas relacionas con crédito y pago.
- ) Administrar los recursos monetarios, humanos y técnicos en la empresa.
- ) Realizar análisis de inversiones, presupuestos y flujos de efectivo.
- ) Supervisar las acciones del Auxiliar Contable
- ) Control de costos con relación al valor producido, para asignar a precios competitivos y rentables a los productos.

**Requisitos del cargo:**

- Nivel académico: Lic. En Administración de empresas
- Experiencia de 1 año mínimo en empresas de manufactura.

**4.3.3 Auxiliar Contable:**

**Tareas:**

- ) Revisar planillas de pagos y flujos de efectivo.
- ) Elaborar los Estados Financieros.
- ) Elaborar informes de ejecución presupuestaria y reprogramaciones del presupuesto.
- ) Verificar y consolidar los saldos contables.
- ) Controlar y actualizar los activos fijos y calcular su respectiva depreciación.
- ) Mantener un registro contable y financiero de las diferentes transacciones.
- ) Asesoramiento financiero del Gerente, el Administrador y el Gerente de Ventas.

**Requisitos del cargo:**

- Nivel académico: Lic. En Contaduría Pública.
- Experiencia de 6 meses mínimo en empresas de manufactura.

**4.3.4 Gerente de Ventas:****Tareas:**

- ) Establecer metas y objetivos de venta.
- ) Coordinar y aumentar el porcentaje de ventas.
- ) Gestión de pedidos con el supervisor de producción.
- ) Genera pronósticos de ventas según la demanda.
- ) Analizar los problemas para aumentar la eficiencia de la operación y proponer soluciones rentables para la Empresa
- ) Análisis del volumen de venta, costos y utilidades.
- ) Impulsar la apertura a nuevos mercados y cuentas.
- ) Entrega de pedidos.
- ) Manejo de inventario de producto terminado.

**Requisitos del cargo:**

- Nivel académico: Lic. En Marketing y Publicidad.
- Experiencia de 1 año mínimo en el área de venta.

**4.3.5 Supervisor de Producción:****Tareas:**

- ) Validar las piezas producidas, según los estándares de calidad de la empresa.
- ) Cuidar del buen uso y el aprovechamiento máximo de los recursos y materiales.
- ) Aprobar los diseños a imprimirse en las camisetas, teniendo en cuenta los procesos de fabricación.
- ) Monitorear las actitudes y manejo de conflictos dentro del departamento.
- ) Realizar evaluaciones de desempeño.
- ) Desarrollar estudios de salud ocupacional periódicamente.
- ) Desarrollar métodos para mejorar la productividad de los empleados.

) Manejo de inventario de materia prima.

**Requisitos del cargo:**

-Nivel académico: Ingeniero Industrial

-Experiencia de 1 año mínimo.

**4.3.6 Diseño:**

**Tareas:**

) Creación de diseños para serigrafía y preparación para producción, lo que incluye separación de colores e impresión.

) Proporcionar todo el material gráfico publicitario necesario para la empresa.

) Diseño de material gráfico de la marca y el producto, así como empaques e identidad gráfica.

**Requisitos del cargo:**

-Nivel académico: Lic. En Diseño Gráfico

-Experiencia de 1 año mínimo.

**4.3.7 Producción / Serigrafía:**

**Tareas:**

) Producción de camisetas serigrafeadas.

) Verificar la correcta impresión en papel, revelado del marco, colocación en pulpo y demás factores a tomar en cuenta para una producción correcta.

) Mantenimiento de equipos de producción.

) Inspeccionar el producto en serigrafía para verificar calidad.

) Mantener conteos precisos de las piezas producidas.

**Requisitos del cargo:**

- Nivel académico: Bachiller

- Conocimientos técnicos del proceso de serigrafía.

- Experiencia de 1 año mínimo en el área.

### **4.3.8 Empaque:**

#### **Tareas:**

- ) Preparación final del producto (planchado y doblado)
- ) Empaque del producto, primario y terciario.
- ) Agrupamiento de producto, según pedido.
- ) Apoyo del gerente de ventas en distribución de pedidos.
- ) Ayuda en el proceso de limpieza del equipo de producción serigráfico como marcos y racletas.
- ) Se pueden asignar otros deberes y responsabilidades.

#### **Requisitos del cargo:**

- Nivel académico: Bachiller
- Licencia de conducir tipo B1.
- Experiencia de 1 año mínimo en el área de distribución de productos.

## **4.4 Captación del personal**

### **4.4.1 Proceso de selección**

Se escogerá al personal que tenga experiencia en realizar labores en industrias relacionadas a la manufactura textil.

Para tener personal calificado para desempeñarse en la empresa es vital que además de tener experiencia en su campo, que tengan conocimiento y experiencia en el manejo de los procesos de una empresa manufacturera con las especificaciones de la nuestra.

### **4.4.2 Reclutamiento**

El reclutamiento se llevará a cabo mediante a una convocatoria por medios de anuncios de prensa y redes sociales. Así mismo se harán averiguaciones por medio de proveedores, colegas u otras fuentes para encontrar personal capacitado.

### **4.4.3 Selección**

Se hará un estudio de los C.V o portafolio de trabajos (según el área) de los aspirantes al cargo para escoger a los más aptos que puedan pasar a la fase de entrevista.

En la entrevista se verá su experiencia y su visión del puesto para analizar sus cualidades, conocimientos y aptitudes.

Se analizará todo el proceso, teniendo en cuenta la recomendación (en caso de que existiese) para plantear quién es el mejor candidato para el puesto.

#### 4.4.4 Proceso de inducción //

Una vez seleccionado el personal, el Ceo dará una charla privada donde explicara la misión y visión de la compañía, su historia y su enfoque, seguido de una descripción del perfil del trabajador y lo que se espera de él. Luego se presentará el área de su trabajo para una mejor familiarización y se aclararan las dudas pertinentes.

#### 4.4.5 Motivación

La empresa se manejará con un enfoque de una empresa familiar, donde las opiniones de todos los empleados puedan ser escuchadas y tomadas en cuenta, en un ambiente tranquilo donde los empleados puedan manejar su área de trabajo de la forma en que les parezca más cómoda, para promover la efectividad en un ambiente más libre y menos formal.

#### 4.4.6 Contratación

##### CONTRATO DE TRABAJO

YO, \_\_\_\_\_, Mayor de Edad, y de domicilio \_\_\_\_\_ en el departamento de Managua, Nicaragua, con número de identificación \_\_\_\_\_, en Representación de la Empresa, "LEO TOPS" que en lo sucesivo se llamara empleador y \_\_\_\_\_, con número de identificación \_\_\_\_\_ que en adelante se llamara empleado, hemos convenido en celebrar el presente Contrato de Trabajo.

##### CLAUSULA I:

El empleado desempeñara sus funciones en el cargo de: \_\_\_\_\_, Siendo sus principales responsabilidades: \_\_\_\_\_, Funciones que desempeñara en la oficina del empleador ubicada en: \_\_\_\_\_, pudiendo desempeñar estas labores de forma temporal en el resto de oficinas del empleador, previo aviso al empleado del tiempo y lugar en que realizara esas labores temporales, comprometiéndose el empleador al pago de los viáticos respectivos por alimentación y hospedaje.

##### CLAUSULA II:

El empleador pagara un salario mensual de C\$: \_\_\_\_\_ más las prestaciones establecidas en el Código Laboral vigente en Nicaragua y demás leyes relacionadas.

##### CLAUSULA III:

El presente contrato es por un periodo de: \_\_\_\_\_ prorrogable si antes de quince días de que finalice el mismo no es avisado por escrito algunas de las partes. Este contrato puede ser rescindido por causas justificadas por cualquiera de las partes.

##### CLAUSULA IV:

El presente contrato entra vigencia a partir del día \_\_\_\_\_ y se vence el día \_\_\_\_\_.

**CLAUSULA V:**

La jornada laboral será de: \_\_\_\_\_, comprendida de lunes a sábado, respetando así la jornada semanal de 48 horas, establecida en la legislación en curso.

**CLAUSULA VI:**

Cuando el empleado incurra en falta a la disciplina laboral, deficiencia en el trabajo encomendado, cualquier falta al código laboral, falta a la ética, o realizar actos para los que no estuviese facultado o autorizado a realizar, el contrato se suspenderá inmediatamente, sin perjuicio de las responsabilidades que de tales actos se deriven.

En fe del cumplimiento de las partes; acordamos y firmamos en dos tanto del mismo tenor, en la ciudad de Managua, Nicaragua, a los \_\_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ del año Dos Mil \_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_  
Empleado Gerente General LEOSA

**4.5 Planilla**

Employee ID	Nombre del Empleado	Cargo	Salario Básico	FECHA DE INGRESO	DIA DE HOY	AÑOS LABORALES	PORCENTAJE DE ANTIGÜEDAD	Antigüedad	Retiro/Activo de antigüedad	Horas Extras	Vacaciones	Vacaciones	Reintegro a gravámenes	Ingreso Bruto	INSS Laboral	VR	Costo Patronal	Otros (Afuera)	Antigüedad de salario	Monto Incentivos Pagados
541633	Manuel Bermudez	disciplador	8,596.00	01/02/13	02/02/13 00:00	0	0	-	-	-	-	-	-	8,596.00	537.25	-	-	-	-	-
516321	Bethania Mora	disciplador	8,596.00	02/02/13	02/02/13 00:00	0	0	-	-	-	-	-	-	8,596.00	537.25	-	-	-	-	-
84162	Bayardo Gutierrez	supervisor	7,368.00	03/02/13	03/02/13 00:00	0	0	-	-	-	-	-	-	7,368.00	460.50	-	-	-	-	-
581658	Josm Espinosa	control de calidad	7,368.00	04/02/13	04/02/13 00:00	0	0	-	-	-	-	-	-	7,368.00	460.50	-	-	-	-	-
50461	Gracinda Molina	sergrafo	6,140.00	05/02/13	05/02/13 00:00	0	0	-	-	-	-	-	-	6,140.00	383.75	-	-	-	-	-
546255	Martin Martinez	sergrafo	6,140.00	06/02/13	06/02/13 00:00	0	0	-	-	-	-	-	-	6,140.00	383.75	-	-	-	-	-
504416	Veronica Peralta	gerente	11,054.00	07/02/13	07/02/13 00:00	0	0	-	-	-	-	-	-	11,054.00	690.88	1,250.00	-	-	-	-
648416	Pedro castillo	ventas	8,596.00	08/02/13	08/02/13 00:00	0	0	-	-	-	-	-	-	8,596.00	537.25	-	-	-	-	-
345678	Gabriela Lopez	administrador financiero	6,140.00	09/02/13	09/02/13 00:00	0	0	-	-	-	-	-	-	6,140.00	383.75	-	-	-	-	-
752825	Adrian Urroz	contador	8,596.00	10/02/13	10/02/13 00:00	0	0	-	-	-	-	-	-	8,596.00	537.25	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>			<b>C\$ 78,594.00</b>					<b>C\$ 0.00</b>	<b>C\$ 0.00</b>	<b>C\$ 0.00</b>	<b>C\$ 0.00</b>	<b>C\$ 0.00</b>	<b>C\$ 0.00</b>	<b>C\$ 78,594.00</b>	<b>C\$ 4,912.13</b>	<b>C\$ 1,250.00</b>	<b>C\$ 0.00</b>	<b>C\$ 0.00</b>	<b>C\$ 0.00</b>	<b>C\$ 0.00</b>

Total Deducciones	Neto a Recibir	Recibí Conforme	Vacaciones	Aguinaldo	Indemnización	INSS Patronal	INATEC	Total de Gastos	Salario Básico
537.25	8,058.75		716.33	716.33	716.33	1,375.36	171.92	3,696.28	12,292.28
537.25	8,058.75		716.33	716.33	716.33	1,375.36	171.92	3,696.28	12,292.28
460.50	6,907.50		614.00	614.00	614.00	1,178.88	147.36	3,168.24	10,536.24
460.50	6,907.50		614.00	614.00	614.00	1,178.88	147.36	3,168.24	10,536.24
383.75	5,756.25		511.67	511.67	511.67	982.40	122.80	2,640.20	8,780.20
383.75	5,756.25		511.67	511.67	511.67	982.40	122.80	2,640.20	8,780.20
1,940.88	9,113.13		921.17	921.17	921.17	1,768.64	221.08	4,753.22	15,807.22
537.25	8,058.75		716.33	716.33	716.33	1,375.36	171.92	3,696.28	12,292.28
537.25	8,058.75		716.33	716.33	716.33	1,375.36	171.92	3,696.28	12,292.28
<b>C\$ 5,778.38</b>	<b>C\$ 66,675.63</b>		<b>C\$ 6,037.83</b>	<b>C\$ 6,037.83</b>	<b>C\$ 6,037.83</b>	<b>C\$ 11,592.64</b>	<b>C\$ 1,449.08</b>	<b>C\$ 31,155.22</b>	<b>C\$ 103,609.22</b>

**4.6 Marco Legal**

La empresa será constituida legalmente en escritura pública ante el oficio de un Notario Público debidamente acreditado por la Corte Suprema de Justicia y con su Protocolo vigente.

Se utilizará la figura jurídica de Sociedad Anónima pues éste modelo contemplado en el código de Comercio es el que responde mejor a nuestros intereses económicos y empresariales, y las acciones



pueden diferenciarse entre sí por su distinto valor nominal o por los diferentes privilegios vinculados a éstas, como por ejemplo la percepción a un dividendo mínimo.

Los accionistas no responden con su patrimonio personal de las deudas de la sociedad, sino únicamente hasta la cantidad máxima del capital aportado.

La razón social de la sociedad colectiva se denominará LEO TOPS S.A., con domicilio en Managua.

Pasos legales para conformar una sociedad anónima en Nicaragua:

1. Constituirse legalmente ante el registro público mercantil y de la propiedad mediante

Escritura de constitución.

TESTIMONIO.

ESCRITURA PÚBLICA NUMERO 338

CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD

ANÓNIMA Y ESTATUTOS.

## **T E S T I M O N I O**

**ESCRITURA PÚBLICA NÚMERO QUINCE (15).-**

**CONSTITUCIÓN**

**DE SOCIEDAD ANÓNIMA Y SUS ESTATUTOS.-** En la

ciudad de Managua, a las tres de la tarde del día nueve del mes de

Mayo del año dos mil trece. Ante mí, **JUANA MARÍA LÓPEZ PÉREZ**, Abogada y

Notario Público de la República de Nicaragua, con domicilio y residencia en la ciudad

de Managua, debidamente autorizada para cartular por la Excelentísima Corte

Suprema de Justicia, durante el quinquenio que finaliza el día veintiuno del mes de

Diciembre del año dos mil dieciséis, comparecen los señores: **MARIA CRISTIANA**

**TERCERO CÓRDOBA**, mayor de edad, soltera, Diseñadora Gráfica, con domicilio en

la ciudad de Managua, quien se identifica con cédula de identidad Nicaragüense

número cero cero uno guión cero cinco cero cuatro ocho cero guión cero cero cero

dos S (001-040580-0002S) ; **GABRIEL ANTONIO BENAVENTE**, mayor de edad,

soltero, Diseñador Gráfico, con domicilio en la ciudad de Managua, quien se identifica con cédula de identidad Nicaragüense número cero cero uno guión tres cero uno cero ocho nueve guión cero cero cinco cuatro X ( 001-301079-0054X); y **DYLAN JAFET CENTENO PICHARDO**, mayor de edad, soltero, Diseñador Gráfico, con domicilio en la ciudad de Managua, quien se identifica con cedula de identidad Nicaragüense número cero cero uno cero nueve cero dos nueve cero guion cero cero dos cinco N (001-150480-0025N). Doy fe de conocer personalmente a los comparecientes, de que se han identificado debidamente y de que tienen las facultades legales suficientes para el otorgamiento de este acto. Los comparecientes actúan en su propio nombre, intereses y representación. En el carácter el que actúan los comparecientes de común acuerdo exponen y dicen: Que han convenido en constituir una Sociedad Anónima de carácter Mercantil de conformidad con las leyes mercantiles de la República de Nicaragua y que al efecto por la presente Escritura la constituyen sobre las bases y estipulaciones que se contienen en las siguientes cláusulas: **PRIMERA: (DENOMINACIÓN):** La Sociedad se denominará "**LEO-TOPS, SOCIEDAD ANÓNIMA**", pudiendo también conocerse abreviadamente como "**LEO-TOPS, S.A**", o simplemente "**LEO-TOPS**", bajo el Nombre Comercial "**LEO**" designaciones que se podrán abreviar según lo convengan los accionistas, siendo cualquiera de ellas suficiente para su identificación en cualquier giro o negocio, pudiendo además usar cualquier otro nombre comercial que los accionistas tengan a bien. **SEGUNDA: (DOMICILIO):** La Sociedad tendrá su domicilio en la ciudad de Managua, Departamento de Managua, República de Nicaragua, pudiendo establecer sucursales, agencias u oficinas en cualquier parte de la República o fuera de ella, según lo resolviera la Junta Directiva. **TERCERA: (OBJETO):** La Sociedad tendrá por

objeto el diseño, serigrafiado y venta de camisetas, con temática de pinturas de artistas y cultura nicaragüenses. Prestación de servicios de serigrafía por pedido. Para llevar a cabo sus fines, la sociedad además podrá realizar otras actividades lícitas como, vender, comprar, arrendar, subarrendar, dar en arriendo, permutar, donar, recibir en donación, y en general recibir o adquirir a cualquier título lícito bienes muebles e inmuebles, ser deudora o acreedora de otras empresas, recibir créditos de bancos nacionales o extranjeros u organismos internacionales, otorgar garantías o avales que se le requieran por sus acreedores, concertar contratos de toda clase con personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras, adquirir y emitir títulos valores de los permitidos a las sociedades anónimas por la leyes vigentes de Nicaragua o que dicten en el futuro, tales como: bonos, cédulas, vales pagarés, cédulas, letras de cambio, etc,. La sociedad podrá formar parte de otras sociedades ya sea mediante fusión o escisión o ser socia en la constitución de nuevas empresas. En fin, podrá realizar cualquier acto de comercio y de servicio, ya que las enumeraciones anteriores deben considerarse enunciativas y no limitativas del giro social de la empresa; y si por cualquier causa se llegare a pensar que alguna actividad, negocio o transacción no se encontrare comprendida en el giro ordinario de los negocios sociales, bastará un acuerdo de su Junta Directiva para que dicha actividad social se considere comprendida dentro de su objetivo social y podrá realizar cualquier actividad que sea permitida por las leyes de Nicaragua o por leyes que se dicten en el futuro. **CUARTA: (DURACIÓN DE LA SOCIEDAD):** La duración de la Sociedad será de Noventa y nueve años (99) contados a partir de la inscripción en el Registro Público Mercantil correspondiente del Testimonio que se libre de esta escritura. La Sociedad Anónima podrá renovarse todas las veces que así lo acuerden

los socios. **QUINTA: (CAPITAL SOCIAL):** El capital Social lo constituye la suma de **SESENTA Y CINCO MIL CORDOBAS NETOS (C\$ 65,000.00)**, representado por cien (100) acciones comunes nominativas con valor nominal de **SEISCIENTOS CINCUENTA CÓRDOBAS NETOS (C\$ 650.00)** cada una. Las acciones no serán convertibles al portador. **SEXTA: (DEL ENTERO DE CAPITAL SOCIAL):** El valor del cien por ciento de las acciones, se pagará al momento de suscribirlas. **SÉPTIMA: (DE LAS ACCIONES Y EL DERECHO DE SUSCRIPCIÓN PREFERENTE):** Las acciones, confieren iguales derechos e imponen iguales obligaciones a los dueños de las mismas. La propiedad de al menos una acción somete al accionista a este pacto social, a las disposiciones de los Estatutos que se emitan y a las resoluciones de la Junta General de Accionistas legalmente convocada y reunida. Cada acción confiere derecho a los accionistas a los dividendos que se decreten conforme el pacto social y en caso de liquidación de la sociedad a una parte proporcional del activo neto. El derecho de preferencia para la suscripción de acciones cuando hay aumento de capital se registrará por las siguientes reglas: **a)** Los accionistas tienen derecho preferente a suscribir las nuevas emisiones, con los mismos derechos de las acciones que poseen, y deberá respetarse la proporción que a cada accionista corresponda, y también deberá respetarse la proporcionalidad existente entre las distintas clases de acciones; **b)** Deben haberse suscrito las emisiones anteriores, **c)** El derecho de preferencia se tendrá también para la venta de acciones que deseen efectuar los accionistas de la sociedad, posteriores a la suscripción inicial de acciones. **OCTAVA: (DE LAS JUNTAS GENERALES DE ACCIONISTAS):** Las Juntas Generales de Accionistas se registrarán por las siguientes reglas: **a) (De la autoridad de la Junta General de**

**Accionistas).** La Junta General de Accionistas es la autoridad Suprema de la Sociedad; **b) (De los acuerdos).** Todo acuerdo tomado legalmente por la Junta General de Accionistas debidamente convocada y constituida será obligatorio para todos los accionistas, aún para los ausentes o disidentes, ya que se establece entre los mismos accionistas la sumisión al voto de la mayoría que corresponda. Cabe la impugnación en un plazo de treinta días contados desde la fecha de la Asamblea General, la cual será resuelta en la siguiente reunión de Asamblea General. Cabe la anulación en los casos que indica la Ley. **c) (De las reuniones).** La Junta General de Accionistas celebrará reuniones ordinarias y extraordinarias; **d) (De las reuniones ordinarias).** Las reuniones ordinarias se celebrarán una vez al año dentro de los cuatro meses siguientes al cierre del ejercicio económico de la sociedad establecido en la cláusula Décima cuarta de esta escritura y en ella se elegirá a la Junta Directiva y al Vigilante cuando corresponda; y se tomarán las decisiones que le competen a la Junta General Ordinaria; **e) (De las reuniones extraordinarias).** Las Juntas Generales Extraordinarias tendrán lugar cuando lo crea conveniente la Junta Directiva o lo pidan por escrito con expresión del objeto y motivo, un número de accionistas cuyas participaciones reunidas representen al menos el mínimo requerido por la ley para este propósito o sea la vigésima parte del Capital Social. **f) (De las convocatorias para las Juntas Ordinarias y Extraordinarias).** Para celebrar las sesiones de la Junta General, el Secretario de la Junta Directiva hará previa citación con quince (15) días de anticipación al día de la reunión, señalando entre otras cosas el lugar, día y hora en que debe celebrarse la reunión e indicación de la agenda. **g) (Del quórum).** El quórum para la reunión se formará con la asistencia de accionistas que representen el cincuenta y un por ciento (51%) del

capital social. Si en el día, hora y lugar expresado no pudiere verificarse la sesión por falta de quórum o por cualquier otra causa, deberá hacerse nueva citación por el Secretario con al menos diez (10) días de anticipación al día de la reunión, habiendo quórum en esta segunda convocatoria con cualquier número de acciones que estén representadas en la reunión. **h) (De las citaciones).** Las citaciones se harán por medio del Diario Oficial "La Gaceta", por un diario de circulación nacional o por carta, teléfono, fax o correo electrónico dirigido a cada accionista. De cualquiera de las formas que se realicen se tendrán efectivamente convocada si el accionista acusa recibo de la citación. En este caso, se dará por convocado aquel accionista que acuse recibo de la correspondencia de convocatoria, dirigiendo al secretario de la Junta Directiva una nota o carta expresando estar sabido de la convocatoria y que asistirá, en su caso, de lo contrario si no pudiere asistir podrá hacerse representar en las Juntas por carta-poder, telex, fax, correo electrónico o cualquier otro medio o instrumento expresando su voluntad de ser representado por determinada persona. El documento habilitador deberá ser dirigido al Presidente, quien dará lectura del mismo ante la Asamblea de que se trate. **i) (De las reuniones sin previo aviso).** Cualquier reunión de la Junta General de Accionistas será válida aún sin previo aviso, si la totalidad de las acciones están presentes o representadas en la Junta. **J) (Reuniones fuera de Nicaragua).** La Junta General de Accionista podrá realizar sesiones dentro y fuera de la República de Nicaragua, es decir en cualquier parte del mundo. Lo pactado para las reuniones, convocatoria, quórum y citaciones de Junta General de Accionistas es válido para reuniones dentro y fuera de Nicaragua. **NOVENA: (DE LAS RESOLUCIONES DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS):** En toda sesión de la Junta General de Accionistas será necesario para que haya

resolución o acuerdo, el voto conforme de acciones que representen por lo menos la mayoría de las acciones presentes en la respectiva reunión. De manera excepcional, se requerirá la presencia del setenta y cinco por ciento (75%) y el voto favorable de por lo menos el cincuenta por ciento (50%) de las acciones suscritas y pagadas para resolver sobre lo siguiente: **a)** Disolución anticipada de la Sociedad. **b)** Prórroga de su duración aún cuando hubiere transcurrido el término señalado en el contrato social para la duración de la sociedad; **c)** Fusión con otra sociedad y/o escisión de sociedades. **d)** Reducción del capital social; **e)** Reintegración o aumento del mismo capital sea mediante la capitalización de superávit o fondos de reserva o revalorización de nuevas acciones. Todas las resoluciones de la Junta General de Accionistas, sean estas ordinarias o extraordinarias, deberán ser incorporadas en el Libro de Actas que para ese efecto tenga la sociedad y para que tengan validez deberán estar firmadas por el Presidente y el Secretario de la Junta Directiva de la empresa y por todo aquel accionista que desee hacerlo. **DÉCIMA: (DE LA ADMINISTRACIÓN):** La administración se regirá por las siguientes normas: **a) (Del Número de Directores).** La administración, dirección y manejo de la sociedad estará a cargo de una Junta Directiva compuesta de cuatro directores como mínimo, sin perjuicio que un director ejerza más de un cargo (Presidente-Tesorero y Vicepresidente-Secretario de la Sociedad), cantidad que podrá ser ampliada o disminuida por acuerdo de la Junta General de Accionistas. **b) (Del ejercicio del cargo).** Podrán ser Directores Propietarios, además de personas naturales, las personas jurídicas, las cuales ejercerán el cargo por medio de sus representantes o por medio de apoderado especial, nombrado por carta, teléfono, fax, correo

electrónico o cualquier otro medio; **c) (Del nombramiento de los directores).** Los Directores serán nombrados por la Junta General de Accionistas por mayoría simple de votos, es decir la mitad más uno. Un accionista puede ocupar uno o varios cargos de la Junta Directiva, siempre y cuando lo apruebe la mayoría simple de las acciones que representan al capital social. Los cargos de Presidente y Secretario no pueden recaer en un mismo director. **d) (De la revocación de los directores):** En caso de cualquier revocación que hubiere de hacerse de un Director durante el mismo período, ésta se hará por la mayoría de votos de las acciones presentes en la Junta General de Accionistas legalmente constituida. Para el nombramiento del Gerente General se requiere del voto favorable del Presidente de la sociedad. **e) (Del período de los directores):** Los Directores durarán en sus funciones dos (2) años, pudiendo ser reelectos para diferentes períodos consecutivos, siendo entendido que continuarán ejerciendo sus funciones mientras no sean nombrados quienes los sustituyan. **f) (Del quórum).** El quórum para las sesiones de la Junta Directiva se formará con la presencia de todos los Directores que integran la Junta Directiva, en todo caso, siendo necesaria para que haya resolución o acuerdo el voto conforme de la mayoría de los Directores presentes en la respectiva sesión. **g) (De la Convocatoria).** Las convocatorias para reunión de Junta Directiva serán hechas por el Secretario por orden del Presidente por medio de carta, telex, fax, correo electrónico o cualquier otro medio dirigido a todos los miembros con cuatro días de anticipación, con expresión de los asuntos a tratarse en la reunión, válido para las reuniones dentro y fuera de la República de Nicaragua. **h) (De las reuniones fuera de la República de Nicaragua).** La Junta Directiva podrá celebrar reuniones en cualquier parte del mundo, siempre y cuando se observen todas las formalidades,



quórum y convocatoria antes expuestos. **i) (De los poderes de la Junta Directiva).**

La Junta Directiva, en la Administración de la Sociedad tendrá PODER GENERALISIMO y podrá instituir mandatarios generalísimos, generales o especiales, quienes tendrán las facultades que la Junta Directiva estime conveniente. **j) (De los**

**cargos en la Junta Directiva).** La Asamblea de Accionistas o la Junta Directiva nombrará de entre sus miembros a un Presidente, un Vice-presidente, un Secretario y un Tesorero de la sociedad pudiendo recaer más de un cargo en una sola persona natural o jurídica. El orden mencionado, es el que se deberá observar en el caso del inciso siguiente de esta cláusula. Los cargos de Presidente y Secretario no pueden recaer en una misma persona. **k) (De las faltas temporales de los Directores).** Las

faltas temporales de los Directores serán llenadas en orden ascendente de cargos y las faltas absolutas por la Junta General de Accionistas. Las faltas del Presidente serán llenadas por el Vice-Presidente. No se considera falta temporal cuando el Director haya delegado en otro Director su cargo. **DÉCIMA-PRIMERA: (DE LA**

**REPRESENTACIÓN):** El Presidente tendrá la representación Judicial o Extrajudicial de la Sociedad con facultades de un APODERADO GENERAL DE ADMINISTRACIÓN que puede usar, tanto dentro de la República de Nicaragua como en el extranjero. El

Vice-Presidente en ausencia del Presidente tiene las mismas facultades de Apoderado General de Administración e iguales atribuciones. La ausencia del Presidente se hará constar mediante la declaración de tal circunstancia por parte del Vice-Presidente. La Junta Directiva podrá conferir otros poderes generales, judiciales o administrativos sin perjuicio de los que correspondan al Presidente.

**DÉCIMA-SEGUNDA: (DEL GERENTE GENERAL, DE LOS GERENTES Y VICE-GERENTES):** La Junta Directiva podrá nombrar un Gerente General

y los Gerentes y Vice-Gerentes que considere necesarios. El nombramiento del Gerente General, si lo hubiere, debe contar con el voto favorable del Junta Directiva. Podrán ser nombrados en el cargo de Gerentes cualquier persona natural, sea o no accionista de la Sociedad. Puede ser nombrado en el cargo de Gerente General, cualquiera de los miembros de la Junta Directiva. Si el Gerente General fuere miembro de la Junta Directiva tendrá derecho a voz, a voto y a ser tomado en cuenta en la formación del Quórum, en su calidad de miembro de la Junta Directiva. El Gerente General que no fuere miembro de la Junta Directiva tendrá voz pero no voto, y no será tomado en cuenta para la conformación del Quórum de las sesiones de la Junta Directiva. El Gerente General, los Gerentes y Vice-Gerentes tendrán las facultades y atribuciones que le confieren los Estatutos, las resoluciones de la Junta Directiva o el poder que se le otorgue. **1) (Del veto de las resoluciones de la Junta Directiva).** Las resoluciones, acuerdos, actos, hechos, órdenes, poderes, mandatos, instrucciones que apruebe la Junta Directiva podrán ser vetado por la Junta General de Accionistas por el voto a favor de los accionistas que represente la mayoría del capital social, suscrito y pagado y se podrá dar por las siguientes causas: **a)** Motivos de forma: Si se ha omitido la convocatoria del directorio, o de algún director, o si la decisión se adoptó violando las reglas del quórum, o de mayorías u otros recaudos de funcionamiento. **b)** Motivos de fondo: Cuando la decisión es contraria a la ley, al objeto de la sociedad, a los estatutos, a las decisiones o al interés social. El derecho al veto deberá ser ejercido en el término de treinta días posteriores a la fecha de toma de la decisión y posteriormente la Junta General de Accionista tiene treinta días para resolver el veto interpuesto. En caso fuese imposible que la Junta General de Accionistas se reúna en el término indicado entonces el presidente

de la Junta Directiva lo hará constar así en una constancia extendida ante notario público, en la cual, deberá indicar la fecha en que se reunirá la Junta General de Accionistas para resolver el veto. **DÉCIMA TERCERA: (DE LA FISCALIZACIÓN):** La fiscalización y vigilancia de la Sociedad estarán regidas por los siguientes incisos: **a) (Del vigilante).** La Vigilancia de la Sociedad y fiscalización de la Administración estará a cargo de un Vigilante quien podrá ser, o no, accionista y será nombrado en la Junta General de Accionistas con el voto de los accionistas que representen por lo menos la mayoría de las acciones presentes en la misma sesión en que se nombren los Directores. **b) (De la duración en el cargo).** El Vigilante durará dos años en su cargo y continuará en él, mientras no se nombre quien lo sustituya. **c) (De las faltas temporales y absolutas).** Las faltas temporales del vigilante serán llenadas por el suplente respectivo, si éste fuere nombrado. Las faltas absolutas serán llenadas por la Junta General de Accionistas cuando lo creyere conveniente, nombrando a quien lo sustituya. **d) (De la remoción del cargo).** Podrá ser removido de su cargo en cualquier tiempo por la Junta General de Accionistas. **DÉCIMA CUARTA: (DEL EJERCICIO ECONÓMICO Y BALANCE):** El ejercicio económico y balance de la sociedad deberán ser llevados de la siguiente forma: **a) (Del ejercicio económico).** El ejercicio económico de la sociedad empezará el primero de Julio y terminará el treinta de Junio del siguiente año; pudiendo modificarse, si así interesara a la sociedad. **b) (De la variación del ejercicio económico).** La Sociedad por medio de sus representantes, podrá fijar el ejercicio económico que más les convenga, sin mayores requisitos que una resolución de Junta Directiva. La Junta Directiva podrá variar la fecha de cierre del ejercicio económico dictando las providencias que estime conveniente. **c) (De la presentación de la declaración de las rentas obtenidas).**

Cuando la ley lo permita, la Sociedad por medio de sus representantes, y con las autorizaciones necesarias que determine la ley, podrá presentar la declaración de las rentas obtenidas en los períodos señalados por la ley o que más le convenga. Además aprovechará las prórrogas de los plazos, términos, períodos, permitidos y autorizados por la ley. **d) (De la amortización).** Si la ley lo permite, la Sociedad por medio de sus representantes, podrá escoger a su conveniencia, el plazo y cuantía anual de las cuotas de amortización de gastos diferidos o de depreciación de activos fijos nuevos o adquiridos en el exterior. **e) (Del inventario y balance).** Al finalizar el ejercicio económico se practicará un inventario general de los bienes sociales y de acuerdo con el mismo y los resultados de la Contabilidad se formará el Balance General con Estado de Ganancias y Pérdidas. Los activos fijos deberán valorarse al precio de adquisición, disminuido este en cada ejercicio, según una racional depreciación. Las acciones y otros valores que formen la cartera deberán valorarse de acuerdo con una apreciación realista de la Junta Directiva después de consultar con los auditores de la Sociedad. El Balance deberá reflejar claramente la situación financiera de la sociedad y deberá incluirse en él, bien sea por el sistema de reservas complementarias del activo o por el de reducción del mismo, los castigos por obsolescencia, por depreciación, por pérdidas que correspondan conforme a una sana práctica contable. En todo caso se harán conocer junto con los informes, los criterios de valuación seguidos en la formación del balance, los cuales deberán ser constantes aunque la Junta General de Accionistas pueda variarlos en casos extraordinarios. **DÉCIMA QUINTA: (DE LAS UTILIDADES Y RESERVAS):** Se tendrá por utilidad líquida anual el saldo que resulte después de deducir de las entradas brutas los gastos generales y de administración, los costos

de adquisición, los impuestos e intereses que se causaren y los castigos por depreciación, obsolescencia o por cualquier otra causa reconocida por una sana práctica contable. Las utilidades obtenidas durante cada ejercicio económico se distribuirán en el orden y manera que a continuación se expresa: **a)** Una cantidad no menor del cinco por ciento (5%) de las utilidades será destinada a la formación de la reserva legal de la Sociedad, hasta completar una suma no menor del diez por ciento del Capital Social, cantidad que se repondrá tantas veces como fuere necesario por haber sufrido disminución. **b)** El remanente se destinará a la formación de otras reservas, a la amortización acelerada de las obligaciones, a la acumulación de utilidades no distribuidas o a la distribución de dividendos entre los accionistas, la cual deberá ser hecha a prorrata entre las acciones pagadas, todo según lo acuerde la Junta General de Accionistas. **DÉCIMA SEXTA: (DE LA DISOLUCIÓN):** Son causas de disolución todas las establecidas en el Código de Comercio vigente de Nicaragua a esta fecha. La Junta General de Accionistas, elegirá a una persona liquidadora o a una Junta liquidadora, según lo creyere conveniente, quien (es) actuará (n) de acuerdo a lo establecido en el Código de Comercio de Nicaragua sobre la liquidación de las Sociedades. Una vez cumplido el procedimiento y forma que señala el Código de Comercio de Nicaragua sobre disolución de sociedades, se procederá a la nombrar al liquidador o la Junta liquidadora quien conforme a lo establecido en la ley de la materia deberá formular la distribución del haber social entre los accionistas de conformidad con las regulaciones existentes, y esta distribución deberá ser sometida al conocimiento de la Junta General de Accionistas para su aprobación. La Liquidación y distribución que se menciona anteriormente, deberá ser hecha y terminada dentro del plazo que para tal efecto señalare la Junta

General de Accionistas. En sus funciones la Junta Liquidadora tendrá las facultades y deberes que señalen las leyes aplicables y la Junta General de Accionistas.

**DÉCIMA SÉPTIMA: (DE LA SUSCRIPCIÓN DE ACCIONES):** En este acto los comparecientes hacen constar que se suscriben y pagan las acciones representativas del cien por ciento del capital social, de la siguiente forma: **MARIA CRISTIANA TERCERO CÓDOBA, cuarenta (40)** acciones equivalentes al cuarenta por ciento (40%) del total de las acciones, **GABRIEL ANTONIO BENAVENTE, treinta (30)** acciones equivalentes al treinta por ciento (30%) del total de las acciones, y **DYLAN JAFET CENTENO PICHARDO (30)** acciones equivalentes al treinta por ciento (30%) del total de las acciones. quedando suscritas y pagadas las acciones representativas del cien por ciento (100%) del capital social. **DÉCIMA OCTAVA: (DE LOS ESTATUTOS):** Los comparecientes, como accionistas de la sociedad en este acto deciden constituirse en Junta General de Accionistas en la cual se encuentran presentes la totalidad de las acciones suscritas y pagadas de la sociedad hasta la fecha, y se somete a la consideración de la Junta General de Accionistas el proyecto de Estatutos de la misma que se discute ampliamente y se aprueba por unanimidad de votos en la siguiente forma: DISPOSICIÓN ÚNICA. Para mayor brevedad de los presentes Estatutos en el cuerpo de los mismos se entenderá: Por Directiva, la Junta Directiva; por Directores los miembros de la Junta Directiva; y por Junta General, la Junta General de Accionistas de la Sociedad. **Capítulo primero: (De la Denominación, domicilio, duración y objeto): Artículo uno: (De la Denominación, Domicilio, Duración y Objeto):** La denominación, domicilio, duración y objeto de la Sociedad serán los establecidos en las cláusulas primera, segunda, tercera y cuarta de la escritura de Constitución Social. **Capítulo Segundo:**

**(Del Capital social y entero del capital social): Artículo dos: (Del Capital y entero del capital social):** El Capital Social lo constituye como ya se dijo la suma de **SESENTA Y CINCO MIL CÓRDOBAS NETOS (C\$ 65,000.00)**, representado por cien **(100)** acciones comunes nominativas con valor nominal de **SEISCIENTOS CINCUENTA CÓRDOBAS NETOS (C\$ 650.00)** cada una. Las acciones serán convertibles al portador si así lo decide la Junta General de Accionistas. **Artículo tres: (Del Aumento del capital social):** La Junta General podrá en casos de aumento del Capital Social mediante la emisión de nuevas acciones acordar los modos y plazos en que deberá enterarse el valor de las nuevas acciones y podrá fijar directamente el precio de suscripción de las nuevas acciones o delegar esta última facultad en la Junta Directiva. **Capítulo**

**Tercero: (De las acciones y accionistas): Artículo cuatro: (De los títulos provisionales):** Mientras no se hayan emitido los Títulos definitivos o no este totalmente pagado el valor de las acciones o en los casos de aumento del capital social se otorgarán a los suscriptores títulos o resguardos provisionales que se cambiarán por los Títulos Definitivos una vez que se hubieren pagado totalmente el valor de las acciones. **Artículo cinco: (De los títulos definitivos):** Los Títulos Definitivos de las acciones serán impresos o litografiados o escritos a máquina o a mano y llevarán el nombre y apellido del dueño en la cara principal y serán sellados con el sello de la Sociedad y deberán expresar: **a)** La denominación de la Sociedad, domicilio y duración. **b)** Fecha de su constitución y de su inscripción en el Registro Mercantil. **c)** Importe del capital social y el mismo número total de acciones en que está dividido. **d)** El valor nominal y la circunstancia de estar totalmente pagado el valor. **e)** La circunstancia de ser las acciones:

nominativas e inconvertibles al portador **f)** Número de certificado. **g)** Se hará constar asimismo que la circulación de las acciones está sujeta o no a restricción. Los resguardos provisionales no necesitan de ser impresos o litografiados y contendrán los mismos requisitos que los Títulos Definitivos. **h)** Las acciones deberán acompañarlas un talonario que contendrá los requisitos de los incisos a), d), e), f), g) de este artículo. El talonario de las acciones nominativas deberán contener, el nombre de quien se extendieron y de las personas a quien se transfirieron así como con sus fechas. **Artículo seis: (De los títulos que representan una o más acciones):** Podrán emitirse Títulos que amparen una o más acciones y también podrán sustituirse en todo caso, a elección y por cuenta de los accionistas, por otros de distinto valor y que amparen distintas cantidades de acciones que representen exactamente en todo caso, el mismo número de acciones cubiertas por los Títulos Primitivos. **Artículo siete: (Del Libro de Registro de Acciones Nominativas):** Se llevará por el Secretario en el domicilio de la Sociedad un Libro de Registro de Acciones, con indicación de todos los accionistas, número de acciones que cada uno posea y su domicilio y dirección, así como la transferencia de las acciones y el nombre, apellido, domicilio y dirección de los adquirentes. Toda modificación que hubiere a este respecto, el interesado estará obligado a notificarles a la Junta Directiva. Para los efectos legales serán accionistas las personas cuyas acciones están registradas o figuren a su nombre en el Libro de Registro de Acciones. Las acciones serán convertibles al portador si así lo decide la Junta General de Accionistas, y su propiedad se hará constar según lo establecido en el código mercantil de la república. **Artículo ocho: (De las transferencias de las acciones):** Las acciones nominativas, serán transferibles por medio de endoso y mediante la



correspondiente inscripción en el Libro de Registro de Acciones de la Sociedad. Adquirida una acción nominativa de acuerdo con lo dispuesto anteriormente será registrado por el Secretario a favor del nuevo propietario a menos que hubiere duda fundada respecto a la autenticidad del endoso y transferencia. La propiedad y transferencia de acciones nominativas no producirá efectos para la sociedad, para los accionistas ni para terceros, sino desde la fecha de la respectiva inscripción en el Libro de Registro de Acciones, y este último requisito constituirá la única prueba de propiedad. Para la inscripción o registro se acompañará en todo caso la correspondiente acción o acciones. En caso de adjudicación de acciones nominativas, por causa de la muerte del accionista, el adjudicatario de dichas acciones hará inscribir su nombre en el Libro de Registro de Acciones, previa exhibición del Testamento, si lo hubiere, de la respectiva declaratoria de herederos y acta de adjudicación de todo lo cual se tomará nota en el Libro de Registro de Acciones. En el caso de las acciones al portador las transferencias se harán entregando la posesión de la acción (título) respectivo. **Artículo nueve: (De las fracciones y representación común de las acciones):** La sociedad no reconoce, ni admite fracciones de acciones y si dos o más personas tienen participación en una o más acciones, éstas podrán ser extendidas a nombre conjunto de tales personas, pero en este caso la sociedad no está obligada a registrar ni a reconocer la transmisión mientras no indicaren quién de ellas tendrá ante la Sociedad y en las Juntas, la representación de la acción o acciones en el ejercicio de sus derechos. **Artículo diez: (De la representación de los menores e incapaces):** Las acciones de los menores de edad o incapacitados serán representadas por sus respectivos representantes legales. Las personas jurídicas serán representadas por sus

respectivos representantes legales, personeros o por las personas que estos designen mediante carta, telex, fax o cualquier otro medio.

**Artículo once: (De la reposición de los títulos):** Si algún Título fuere mutilado o estuviere manchado, el Presidente y Secretario de la Junta Directiva a solicitud del dueño y con la simple presentación del documento, ordenarán que éste se cancele y se extienda uno nuevo al interesado.

**Artículo doce: (De los títulos inutilizados):** Los Títulos anulados o inutilizados llevarán estampada la palabra "ANULADO". El Título anulado se guardará por el Secretario. Cuando se haya transferido una parte de las acciones a que se refiere un título anulado, se inutilizará éste y se emitirán otros que amparen las mismas acciones. No se emitirá un nuevo título sin haberse inutilizado el anterior. Esto mismo se observará cuando por cualquier motivo hubiere canje de títulos. En lo no regulado en el Pacto Social y Estatutos Sociales para estos casos, se estará a lo dispuesto por la ley de Títulos Valores Vigente a la fecha en la República de Nicaragua. **Artículo trece: (Del derecho a la información de los accionistas):** Los accionistas tienen derecho de acuerdo al código de Comercio a conocer el movimiento administrativo de la Sociedad y el empleo de los fondos sociales con solo acreditar el carácter de accionistas. Para facilitar la administración de la sociedad y consecución del objeto social se establece la obligación de la Junta Directiva de informar a los socios el movimiento administrativo de la Sociedad y empleo de los fondos sociales así como de presentar los libros, documentos, papeles, que deberán ser sometidos al análisis de los socios en las Asambleas Generales. Toda esta documentación deberá estar a disposición de las personas que representan las acciones al momento de convocar a la Asamblea General de Accionistas. Cuando no lo hicieren podrá hacer

uso cualquier socio del derecho a la información. Si se quiere ejercer este derecho antes de la obligación de los Administradores de rendir su informe, entonces lo deberán pedir al menos un número de acciones que represente el cinco por ciento (5%) del capital social de la empresa. Por la falta de la Junta Directiva y el Gerente de cumplir su obligación de informar, la Junta General de Accionistas por mayoría simple de las acciones presentes en la Junta General de Accionistas podrá destituir a los miembros responsables de la Junta Directiva o a los Gerentes de la Sociedad.

**Capítulo Cuarto: (De las Juntas Generales): Artículo catorce: (De las Juntas**

**Generales):** La Sociedad será gobernada por la Junta General, la cual legalmente reunida, constituirá la Suprema Autoridad de ésta. Habrá Juntas Generales Ordinarias y Extraordinarias. **Artículo quince: (De las Juntas Generales**

**Ordinarias):** Las Juntas Generales Ordinarias se reunirán una vez al año dentro de los cuatro meses siguientes al cierre del ejercicio económico para conocer y recibir el informe de la Directiva y del Vigilante, examinar el balance anual respectivo y el plan de distribución de utilidades que deberá tener preparado la Junta Directiva, conocer las cuentas y actos de la administración social y resolver aprobando o no esos asuntos y los que sean consecuencia lógica o natural de los mismos. **Artículo**

**dieciséis: (De las Juntas Generales Extraordinarias):** Las Juntas Generales Extraordinarias tendrán lugar siempre que lo crea conveniente la Junta Directiva o lo pidan por escrito, con expresión del objeto y motivo, accionistas cuyas participaciones reunidas representen al menos la mitad del capital social suscrito y pagado a este efecto. **Artículo diecisiete: (De las Juntas Generales de Accionistas sin previo aviso):** Cualquier reunión de la Junta General de Accionistas será válida, aún sin previo aviso, si la totalidad de las acciones están presentes o representadas

en la Junta, en cuyo caso podrá celebrarse la reunión en cualquier parte de la República o fuera de ella. En caso la reunión se celebre en el Extranjero se levantará una acta de la sesión firmada por los accionistas asistentes, la cual será incorporada en su caso en el Libro de Actas de la Sociedad mediante asiento extendido por el Secretario cuando no se dispusiere del mismo. Las reuniones en el extranjero, serán válidas si se observaran las formalidades de convocatorias, quórum de asistencia y votación, tal se tratara de reunión dentro de la República de Nicaragua. **Artículo dieciocho: (Del resumen en la convocatoria):** En la convocatoria para las Juntas Extraordinarias se hará una lista del asunto o asuntos que se tratarán en la reunión. Se hará igual lista en la convocatoria para las Junta Ordinarias. **Artículo diecinueve: (De la validez de los acuerdos de la Junta):** Todo acuerdo tomado legalmente por la Junta debidamente constituida, será obligatorio para todos los accionistas, aún para los disidentes y los ausentes, ya que se establece entre los mismos accionistas la sumisión al voto de la mayoría que corresponda. Todo acuerdo para que sea válido deberá constar en el Acta de la sesión respectiva, que se asentará en el Libro de Actas que debidamente legalizado llevará para ese efecto la sociedad y la cual será firmada por el Presidente y el Secretario de la Junta Directiva o los que hagan sus veces en la sesión y por los concurrentes que deseen hacerlo. En el Acta se expresará el nombre y apellido de los socios que concurren personalmente, el de los que estén representados y de quien los represente, la cantidad de acciones que cada uno posee y las resoluciones que se dictaren con indicación de la fecha, hora y lugar en que se celebre la sesión. **Artículo veinte: (De la protesta de los accionistas):** Todo accionista tiene derecho de impugnar o protestar contra las deliberaciones y resoluciones tomadas en oposición

a las disposiciones de la ley, del Contrato Social y de los presentes Estatutos, el que no lo hiciere será responsable de la misma manera que los accionistas que hayan votado a favor. **Artículo veintiuno: (De la representación de los accionistas en la**

**Junta):** Si un accionista no pudiere o no quisiere concurrir personalmente a una sesión, podrá hacerse representar por medio de poder o carta extendido a favor de cualquier otra persona, bastando para ello y para legitimar la personería del Apoderado una carta-poder, telex o fax, dirigido al Presidente de la Junta Directiva. Cualquier persona o accionista puede representar cualquier número de acciones.

**Artículo veintidós: (De las atribuciones de la Junta General de Accionistas):** Son atribuciones de la Junta General: **Uno.** Elegir los miembros de la Junta Directiva y al Vigilante. **Dos.** Aprobar o desaprobar los actos de la Junta Directiva y acordar contra los Directores cualquier acción de responsabilidad, transar sobre la misma y renunciarla. **Tres.** Hacer el examen y aprobación de los balances generales, estados de la Sociedad y de los informes presentados por la Junta Directiva. **Cuatro.** Remover de sus puestos a los miembros de la Junta Directiva, excepto que para remover al Presidente antes de la culminación normal del período para el que fue electo se necesita voto favorable del ochenta por ciento (80%) de los accionistas. **Cinco.** Conocer el Plan de aplicación de utilidades, aprobarlo, modificarlo o no aprobarlo. **Seis.** Decretar el reparto de dividendos o participaciones a los accionistas. **Siete.** Aprobar o desaprobar el dictamen del Vigilante. **Ocho.** Discutir y resolver las mociones que presente la Junta Directiva o uno o más de los accionistas, así como tomar decisiones que competen a la Junta Directiva en el ámbito administrativo. **Nueve.** Disponer el aumento del monto de las utilidades destinadas a la formación de fondo de reserva legal y señalar el límite del mismo, la creación y manera de formar

las otras reservas especiales y monto de las mismas. **Diez.** Asignar los sueldos y remuneraciones por sesión de los miembros de la Junta Directiva y del Vigilante.

**Once.** Aprobar el cambio de domicilio de la sociedad. **Doce.** Cambiar las acciones nominativas al portador o viceversa. **Trece.** Todas las demás atribuciones que le señalare la ley, el contrato social y los presentes Estatutos. **Capítulo Quinto: (De la Junta Directiva): Artículo veintitrés: (De la duración en el cargo de los directores):** Los Directores y sus suplentes en su caso durarán en sus funciones dos (2) años y continuarán en sus funciones mientras no sean nombrados quienes los sustituyan. En estos casos para justificar su personería cuando fuere necesario, bastará que el Presidente, o el Secretario de la Junta Directiva o quien los supla, extienda una certificación en que se haga constar la circunstancia de que no han sido sustituidos en sus respectivas funciones, por aparecer así en el Libro de Actas de la sociedad. **Artículo veinticuatro: (De la renuncia de los directores):** Los Directores podrán renunciar de sus cargos en cualquier tiempo, dando aviso de su intención a la Junta Directiva con quince días de anticipación y tal renuncia tendrá efecto a la expiración de este término o antes si fuere aceptado. **Artículo veinticinco: (De las faltas absolutas de los directores):** Las faltas absolutas de los Directores serán llenadas por la Junta General en la forma indicada en la Cláusula Décima de esta Escritura. **Artículo veintiséis: (De las sesiones de la Junta Directiva):** La Junta Directiva celebrará sesiones cuando lo estime conveniente en el lugar y fecha que ella misma acordare, previa citación hecha por el Secretario por orden del Presidente, citación que se hará por carta o fax, correo electrónico o cualquier otro medio dirigido a todos sus miembros con cuatro días de anticipación por lo menos, con expresión de los asuntos a tratarse en la reunión. El Presidente de

la Sociedad o su delegado, o quien ejerciere sus funciones tendrán autoridad para convocar a la Junta Directiva en cualquier tiempo en que lo considere conveniente, o cuando lo pidan por escrito dos Directores bastando para ello que al efecto se haga citación de la forma antes prescrita. La certificación del Secretario de haber hecho la citación, serán prueba suficiente de que tales avisos fueron enviados. **Artículo veintisiete: (Del quórum en la Junta Directiva):** Solamente cuando estuvieren presentes la mayoría simple de los Directores o sus delegados presentes podrá la Directiva conocer y resolver de asuntos comprendidos en la citación. La Directiva podrá celebrar sesión válidamente antes de haber transcurrido el término de la citación o sin necesidad de convocatoria cuando todos los miembros o sus delegados estuvieren presentes. Asimismo, serán válidas cuando los Directores ausentes renunciaren a dicho término con anterioridad o posterioridad de la sesión, renuncia que se hará constar mediante certificación del secretario, la cual constituirá prueba suficiente de tal circunstancia. **Artículo veintiocho: (De las sesiones de la Junta Directiva fuera de la República de Nicaragua):** La Junta Directiva podrá celebrar sesiones en cualquier lugar fuera de la República de Nicaragua siempre y cuando se observen todas las formalidades para las reuniones dentro de Nicaragua. **Artículo veintinueve: (Del libro de actas de la Junta Directiva):** Se llevará un Libro de Actas de las sesiones de la Directiva, que podrá ser el mismo de la Junta General de Accionistas, en donde se asentará la relación de todo lo que sucede en cada una de las sesiones y se hará constar la asistencia de los miembros. Tales actas, para su validez serán suscritas por al menos el Presidente y el Secretario o sus delegados, teniendo derecho de consignar el voto disidente, voto razonado o la protesta firmado por el mismo Director o su delegado

que no estuviere de acuerdo con lo resuelto, a efecto de salvar su responsabilidad. Desde ya se acuerda que las Actas que en las sesiones de la Junta Directiva se debe procurar sean firmadas por todos los directivos. **Artículo treinta: (De las atribuciones de la Junta Directiva):** Son atribuciones de la Junta Directiva. **Uno.** Administrar la Sociedad y podrán instituir mandatarios generalísimos, generales o especiales quienes tendrán las facultades que se estime conveniente y designar a la persona o personas que libren cheques, giros y demás documentos de esta clase. **Dos.** Ejecutar y llevar a cabo, por medio de cualquiera de sus miembros o por cualquier otro apoderado que al efecto designare o por medio del Gerente General, todos y cualesquiera actos o negociaciones que fueren decididos y autorizados. **Tres.** Confiar en uno o más de sus miembros la parte ejecutiva o administrativa inmediata de los negocios sociales y en este caso el Director o Directores Ejecutivos tendrán los poderes y facultades que la Junta Directiva les confiera. **Cuatro.** Contratar, emitir y suscribir a nombre de la sociedad, obligaciones y documentos de cualquier clase, sea en forma de pagarés, escrituras públicas, acciones o títulos o certificados de cualquier clase, cédulas, valores, debentures o en cualquier otra forma, ya sea que tales obligaciones estén o no estén garantizados con prenda, hipoteca o garantía de cualquier clase sobre todos los bienes de la Sociedad, parte de ellos o sobre un bien determinado de la misma y en las cantidades y manera que estimare conveniente. **Cinco.** Organizar, dirigir y disponer todo lo relativo a los negocios sociales. **Seis.** Autorizar la compra de inmuebles o instalaciones de carácter duradero. **Siete.** Resolver el establecimiento o clausura de sucursales, agencias u oficinas y nombrar al jefe de las mismas, señalándoles sus sueldos o remuneraciones. **Ocho.** Organizar la Contabilidad, expedir los reglamentos de la Sociedad que tenga a bien. **Nueve.**



Autorizar y resolver el uso, colocación e inversión de las reservas. **Diez.** Nombrar al Gerente General, Gerentes y Vice-Gerentes y señalarles sus sueldos, removerlos y aceptarles sus renunciaciones cuando lo crea conveniente. **Once.** El Secretario puede ser persona natural o persona jurídica, este último actuando por medio de su representante. **Doce.** Convocar a la Junta General de Accionistas a sesiones ordinarias o extraordinarias. **Trece.** Conocer los balances y estados que prepare el Gerente o el Director Ejecutivo y en defecto de ellos prepararlos directamente y presentar los últimos en todo caso, a la Junta General para su aprobación o rechazo. **Catorce.** Preparar anualmente un informe detallado de todas las operaciones sociales, formular y proponer a la Junta General, el plan de distribución de las utilidades; ajustándose a las disposiciones de la Escritura Constitutiva. **Quince.** Conocer y aceptar las renunciaciones de sus miembros. **Dieciséis.** Ejercer todas las demás facultades de Administración que le corresponden de conformidad con la ley, la Escritura Social, los presentes Estatutos y cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General. **Artículo treinta y uno: (De las atribuciones del Presidente):** Son atribuciones del Presidente y, en su ausencia, las del Vice-Presidente: **Uno.** Ejercer la representación judicial y extrajudicial de la sociedad con facultades de un Apoderado General de Administración, de acuerdo con lo establecido en la Cláusula Décima Primera de la Escritura Constitutiva. **Dos.** Convocar a sesiones de la Junta Directiva de acuerdo con los presentes Estatutos. **Tres.** Presidir las sesiones de la Junta Directiva y de la Junta General de Accionistas. **Cuatro.** Firmar junto con el Secretario las actas de las sesiones de la Junta Directiva y de la Junta General de Accionistas. **Cinco.** Suscribir los Títulos Provisionales o Definitivos

de las acciones en conjunto con el Secretario; **Seis.** Emitir su voto favorable para el nombramiento del gerente general o director ejecutivo en su caso; **Siete.** Suscribir los contratos que a juicio de la Junta Directiva requieren de la firma del Presidente; y **Ocho.** Desempeñar todas las demás funciones que se establezcan en los Reglamentos o le señalase la Junta Directiva; Nueve. Sustituir u otorgar Poderes Generales, Judiciales, Especiales y cualquier otro que estime conveniente. **Artículo treinta y dos: (De las atribuciones del Secretario):** Son atribuciones del Secretario y su delegado. **Uno.** Ser órgano de Comunicación de la Junta Directiva y de la Junta General. **Dos.** Llevar el Libro de Actas de las sesiones de la Junta Directiva y de la Junta General, asentar las actas correspondientes, autorizarlas y extender certificaciones de las mismas. **Tres.** Llevar el Libro de Registro de Acciones de la Sociedad. **Cuatro.** Custodiar y poner en orden todos los documentos e informes que deban ser sometidos al conocimiento de la Junta Directiva y de la Junta General. **Cinco.** Informar al Presidente de las inscripciones que efectuare. **Seis.** Extender las certificaciones a que se refieren los presentes Estatutos. **Siete.** Suscribir los Títulos Provisionales o Definitivos de las acciones junto del Presidente y **Ocho.** Desempeñar toda, las demás funciones concernientes a su cargo o que se establezcan en los presentes Estatutos o les señalare la Junta Directiva o la Junta General. **Artículo treinta y tres: (De las Atribuciones del Tesorero y Vocal):** Son atribuciones del Tesorero las siguientes: **Uno.** Llevar por medio de los funcionarios que designe la Junta Directiva, la contabilidad de la Sociedad de acuerdo con la Ley y sin perjuicio de hacer constar las operaciones en los libros auxiliares que creyese necesarios. **Dos.** Mantener en toda época a la orden de la Junta Directiva los balances de la Sociedad. **Tres.** Supervisar y vigilar los recibos de todas las cantidades de dinero de la

Sociedad. **Cuatro.** Ejercer todas las funciones que le recomendase la Asamblea General de Accionistas. La Junta Directiva podrá acordar que el Tesorero use un sello que alude a la Tesorería para sellar los documentos que firme de conformidad con este artículo. El Vocal asistirá a las sesiones con voz y voto. **Artículo treinta y cuatro: (De la redacción de las actas):** El Secretario o su delegado, en la redacción de las Actas cuidará de reseñar con toda claridad los asuntos de los cuales se haya deliberado en la respectiva sesión, consignando las mociones que se hubieren hecho, las resoluciones tomadas y lo demás que conduzca al exacto conocimiento de lo acordado, debiendo cumplir también los demás requisitos prescritos en los presentes Estatutos. **Artículo treinta y cinco: (Del sello):** El Secretario usará un sello con una inscripción alrededor que contenga la razón social o su nombre abreviado; cualquiera de los cuales podrá ser usado para los documentos y oficios relativos a las disposiciones de la Junta Directiva y de la Junta General y para los certificados de acciones. Los sellos podrán contener texto adicional al del nombre que identifica a la Sociedad. **Capítulo Sexto: (De la Gerencia): Artículo treinta y seis: (Del Gerente General y de los Gerentes y Vice-Gerentes):** Para mayor expedición en el manejo y administración de los negocios sociales, la Junta Directiva podrá nombrar un Gerente General pudiendo desempeñar tal cargo cualquier persona natural, sea o no accionistas de la Sociedad, pudiendo también ser Gerente General cualquiera de los miembros de la Junta Directiva. Para el nombramiento del Gerente General se requiere del voto favorable del Presidente de la sociedad. El Gerente General una vez nombrado llevará la parte ejecutiva o administrativa de los negocios sociales y tendrá los poderes y facultades, deberes y atribuciones que le confieren la Junta Directiva y los presentes Estatutos y el Poder que se le otorgue. Dicho Gerente estará en todo

tiempo sujeto a las instrucciones, órdenes o recomendaciones que la Junta Directiva le comunicare. La Junta Directiva podrá también nombrar Gerentes, Vice-Gerentes y Agentes para el manejo de las sucursales y agencias, que se crearen y aún para el manejo más expedito de secciones particulares de los negocios sociales, los cuales tendrán las facultades, deberes y atribuciones que se le señalaren por la Junta Directiva y estarán sujetos en todo tiempo a la autoridad de Gerente General.

**Artículo treinta y siete: De las Obligaciones del Gerente General, del Gerente y**

**del Vice-Gerente):** En todo lo concerniente al manejo de los negocios sociales el Gerente General, los Gerentes y los Vice-Gerentes, harán cumplir los contratos que la sociedad celebre, la Escritura Social, los presentes Estatutos y las resoluciones, reglamentos y ordenanzas emanadas de la Junta General y de la Junta Directiva. **Capítulo séptimo: (Del vigilante):**

**Artículo treinta y ocho: (Del vigilante, de su elección, de sus períodos y de sus**

**facultades):** La Vigilancia, inspección y fiscalización de la Administración y de las cuentas y negocios de la Sociedad estarán a cargo de un Vigilante quien podrá ser o no de los accionistas de la Sociedad el cual será nombrado por la Junta General de Accionistas al mismo tiempo que los miembros de la Junta Directiva, por un período igual al de estos, pudiendo ser reelecto para diferentes períodos consecutivos. Para el cargo de Vigilante no podrá ser electo ninguno de los miembros que integren la Junta Directiva durante el período de sus cargos. Tampoco podrá ocupar el cargo de Vigilante el Gerente o demás funcionarios de la sociedad. La falta o vacante absoluta del Vigilante será llenada por la Junta General la cual será convocada para ese efecto por la Junta Directiva tan pronto tenga conocimiento de la vacante. Interinamente la vacante será llenada por el Suplente que se haya nombrado en su caso. **Artículo**

**treinta y nueve: (Del nombramiento del vigilante en una persona jurídica):** El nombramiento del Vigilante podrá recaer en una persona jurídica, la cual ejercerá sus funciones por medio de sus órganos administrativos o por representante legal designado al efecto. **Artículo cuarenta: (De las atribuciones y deberes de los vigilantes):** Son atribuciones y deberes del Vigilante: Comprobar una vez al año o cuando lo crea conveniente, la caja y valores de la Sociedad, para cerciorarse de la buena marcha de los negocios; velar por el cumplimiento de la Escritura Social, de los presentes Estatutos y de las leyes generales, en su caso, en todos los actos, negocios y operaciones llevadas a cabo por empleados de la Sociedad y relativo al giro de la Administración y manejo de los negocios y dar cuenta a la Junta Directiva de sus observaciones y de las irregularidades que constatare. **Artículo cuarenta y uno: (De los informes del vigilante):** El Vigilante dependerá directamente de la Junta General, a quien le rendirá sus informes, pero sin que les sean permitidos impedir las actividades de la Junta Directiva, del Gerente o de los demás trabajadores y funcionarios de la sociedad. **Capítulo Octavo: (De la contabilidad, ejercicio económico y balance):** **Artículo cuarenta y dos: (De la contabilidad):** La Contabilidad de la Sociedad será llevada de conformidad con el Sistema de la partida doble en los libros y con las reglas establecidas por la ley; por cualquier otro sistema que autoricen las leyes y fuere adoptado por la Junta Directiva siendo llevado por la persona o personas que designare la Junta Directiva. Pero siempre bajo la dirección y vigilancia del Gerente o de quien ejerciere sus funciones. En todo caso quedará a juicio de la Junta Directiva la forma en que se manejarán los libros auxiliares que creyere necesarios, así como los tarjeteros, para mejor marcha de los negocios de la Sociedad. **Artículo cuarenta y tres: (Del ejercicio económico):** El ejercicio

económico de la Sociedad comenzará el primero de Julio y terminará el treinta de Junio de cada año, pero la Junta General podrá variar la fecha de cierre, dictando las providencias que estime conveniente. Las cuentas de la Sociedad deberán cerrarse el último día de cada ejercicio. **Artículo cuarenta y cuatro: (Del inventario y balance):** Al finalizar el ejercicio, el Gerente General o quien haga sus funciones, practicará inventario general de los bienes sociales y de acuerdo con el mismo y los resultados de la Contabilidad formará el balance general, con un estado de ganancias y pérdidas, dando cuenta de uno u otros documentos a la Junta Directiva, para sus conocimientos, estudio y aprobación. **Artículo cuarenta y cinco: (Del pago de los dividendos o participaciones):** Los dividendos o participaciones que se decretaren por acción serán pagados mediante cheques u otra forma de pago aceptada, a favor del accionista inscrito en el Libro de Registro de Acciones o a la persona que el accionista indicare, a la fecha en que se haya reunido la Junta General que acordó el reparto de dividendos. La Sociedad no reconocerá intereses ni gastos por sumas que los accionistas no hubieren retirado oportunamente, ya provengan de dividendos o de otra causa. **Capítulo Noveno: (FINALES): Artículo cuarenta y seis: (Del nombramiento de Directores):** Por unanimidad de votos, la Junta Directiva quedará estructurada de la siguiente manera: **MARIA CRISTIANA TERCERO CÓRDOBA,** Presidente, **GABRIEL ANTONIO BENAVENTE,** Vice-presidente y **DYLAN JAFET CENTENO PICHARDO** Tesorero y Secretario. Los Directores nombrados, ante el secretario de la Junta Directiva quien a su vez es el Secretario de la sociedad y quien tendrá las atribuciones establecidas en el Pacto Social y los Estatutos Sociales, aceptan sus nombramientos y toman posesión del mismo. **Artículo Cuarenta y siete: (Otorgamiento de Poder**

**General de Representación).** La Junta Directiva en este acto acuerda facultar a los señores **MARIO FRANCISCO PEREZ SOTOMAYOR** mayor de edad, soltero, Abogado y Notario Público, con domicilio en la ciudad de Managua, quien se identifica con cédula de identidad Nicaragüense número ocho ocho ocho guión dos seis cero seis siete cuatro guión cero cero cero seis P (888-260674-0006P), para que pueda representar de forma conjunta o indistinta a la Sociedad con **PODER GENERAL DE REPRESENTACIÓN**, amplio y suficiente para todo asunto de orden civil, laboral, administrativo, tributario, fiscal, contencioso administrativo, aduanero y migratorio; estando plenamente facultados para: **A)** Otorgar cartas poderes y/o poderes especiales de representación para cualquier trámite o gestión a realizarse ante el Ministerio del Trabajo, Ministerio de Fomento, Industria y Comercio, Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales, Dirección General de Ingresos, Dirección General de Servicios Aduaneros, Ministerio de Hacienda y Crédito Público, Dirección General de Migración y Extranjería, Instituto Nicaragüense de Turismo, Banco Central de Nicaragua, Instituto Nicaragüense de Telecomunicaciones y Correos (Telcor) y ante cualquier institución pública o privada, centralizada, descentralizada o desconcentrada con la cual deba estar relacionada o deba relacionarse la Empresa por motivo de iniciar operaciones en Nicaragua. **B)** Gestionar la inscripción de la Sociedad en el Registro Público Mercantil correspondiente, así como la inscripción de la misma como comerciante, las razones correspondientes en los libros de la Sociedad, y cualquier otra gestión en el Registro Público Mercantil correspondiente; **C)** Solicitar ante la Dirección General de Ingreso (DGI): número de Registro Único de Contribuyente (RUC), Solvencias Fiscales y Constancias de Solvencias, Constancia de Responsable Retenedor de Impuesto y razón y sello de libros contables de la

Sociedad, así como delegar ésta función en terceras personas; **D)** Otorgar poderes especiales para el registro de signos distintivos; **E)** solicitar, firmar presentar documentos y formularios y gestionar cualquier trámite ante el Instituto Nicaragüense del Seguro Social (INSS), ante las Municipalidades que correspondan, ante el Centro de Tramites para las Exportaciones (CETREX) y ante el Registro de Proveedores del Estado; **F)** Solicitar, presentar, retirar y firmar cualquier tipo de documento o formulario ante el Registro Nacional de Importadores de la Dirección General de Aduana (DGA) **G)** Sustituir este poder total o parcialmente, revocar sustitutos, nombrar otros de nuevo y volver a asumir el poder cuando lo estimen conveniente. Ninguna de las facultades otorgadas a los apoderados podrá redundar en beneficio o lucro personal. Todas las facultades se otorgan por el plazo de un año contado a partir de la fecha de inscripción de esta Escritura, de la forma más amplia posible y sin perjuicio del posterior otorgamiento del PODER GENERAL DE ADMINISTRACIÓN en Escritura Pública separada; para lo cual en este acto se autoriza a la señora **MARIA CRISTIANA TERCERO CÓRDOBA**, mayor de edad, soltera, Diseñadora Gráfica, con domicilio en la ciudad de Managua, quien se identifica con cédula de identidad Nicaragüense número cero cero uno guión cero cinco cero cuatro ocho cero guión cero cero cero dos S (001-040580-0002S) para que comparezca ante Notario Público a otorgar el poder o los poderes según las facultades ya relacionadas. **Artículo Cuarenta y ocho: (De lo no previsto en la Escritura y los Estatutos):** En todo lo no previsto en la Escritura Social y los presentes Estatutos, se aplicarán las disposiciones del Código de Comercio vigente de Nicaragua y las leyes generales o especiales.- Así se expresaron los comparecientes bien instruidos por mí la Notario acerca del valor y trascendencia



legales de este acto, de su objeto, de las cláusulas especiales que contiene, de las que envuelven aceptación, renunciaciones y estipulaciones explícitas e implícitas, de las generales que aseguran su validez y de la necesidad de su inscripción en el Registro competente de todo lo cual doy fe. Y leída que fue por mí, el suscrito Notario, íntegramente toda esta Escritura a los comparecientes, la encuentran conforme, aprueban, ratifican y firman conmigo. Doy fe de todo lo relacionado.- (F) Ilegible: María Cristiana Tercero Córdoba.- (F) Ilegible: Gabriel Antonio Benavente. (F) Ilegible: Dylan Jafet Centeno Pichardo.- (F) Ilegible: Juana María Pérez López, Abogada y Notario.-----

Pasó Ante Mi, del frente del folio veinticinco (25) al reverso del folio treinta y siete (37) de mi Protocolo Número Dos (02) que llevo durante el año dos mil trece y a solicitud de la señora María Cristiana Tercero Córdoba, libro este Primer Testimonio en trece (13) hojas útil de papel sellado de Ley que firmo, rubrico y sello en la ciudad de Managua, a las ocho y treinta minutos de la mañana del día quince de Mayo del año dos mil trece.

**Juana María Pérez López**

**Abogada y Notario**

## 5.1 Objetivos

En teoría económica, el principal objetivo de un negocio es maximizar las ganancias e incrementar el valor para los accionistas. Como resultado, cada empresa crea planes y estrategias para cumplir esa meta. La base lógica detrás de ese concepto es que los accionistas, al invertir en una empresa, arriesgan su dinero y por lo tanto deben ser recompensados con retribuciones por sus inversiones. Por ejemplo, Macy's Inc., un minorista, incluye sus objetivos financieros en la visión y la filosofía de la empresa. La filosofía de la empresa es tener un negocio que se centre en el cliente. Al hacerlo, expande su participación en el mercado, lo que es bueno para la maximización de las ganancias.

## 5.2 Sistema contable del local

### 5.2.1 Contabilidad de la empresa

Bancos		Ventas		costos de venta		almacen			
5	\$ 20,542.17	\$ 100,452.00	1	\$ 100,452.00	\$ 1,800.00	8	\$ 63,120.38	2	\$ 63,120.38
3	\$ 6,714.60			\$ 98,652.00				6	\$ 57,341.30
7	\$ 78,594.00	\$ 57,341.30	6						\$ 120,461.68
	\$ 105,850.77	\$ 157,793.30							
	\$ 51,942.53								
gastos de adm		depreciaciones		articulos de oficina		IMPUESTOS SOBRE LA RENTA			
3	\$ 6,714.60			\$ 19,492.08	4	\$ 19,492.08		\$ 20,542.17	5
capital social		salarios		publicidad					
6	\$ 65,000.00			\$ 78,594.00	7	\$ 1,800.00			

Bancos		Ventas		costos de venta		almacen			
5	\$ 15,808.14	\$ 131,500.80	1	\$ 131,500.80	\$ 1,800.00	8	\$ 52,600.32	2	\$ 52,600.32
3	\$ 6,714.60			\$ 129,700.80				6	\$ 7,658.70
7	\$ 78,594.00	\$ 72,018.30	6						\$ 60,259.02
	\$ 101,116.74	\$ 203,519.10							
	\$ 102,402.36								
gastos de adm		depreciaciones		articulos de oficina		IMPUESTOS SOBRE LA RENTA			
3	\$ 6,714.60			\$ 19,492.08	4	\$ 19,492.08		\$ 15,808.14	5
capital social		salarios		publicidad					
6	\$ 79,677.00			\$ 78,594.00	7	\$ 1,800.00			

Bancos		Ventas		costos de venta		almacen			
5	\$ 20,542.17	\$ 157,800.96	1	\$ 157,800.96	\$ 1,800.00	8	\$ 63,120.38	2	\$ 63,120.38
3	\$ 6,714.60			\$ 156,000.96				6	\$ 7,658.70
7	\$ 78,594.00	\$ 99,458.50	6						\$ 70,779.08
	\$ 105,850.77	\$ 257,259.46							
	\$ 151,408.69								
gastos de adm		depreciaciones		articulos de oficina		IMPUESTOS SOBRE LA RENTA			
3	\$ 6,714.60			\$ 19,492.08	4	\$ 19,492.08		\$ 20,542.17	5
capital social		salarios		publicidad					
6	\$ 107,117.20			\$ 78,594.00	7	\$ 1,800.00			

Bancos			Ventas			costos de venta		almacen	
5	\$ 26,223.00	\$ 189,361.15	1	\$ 189,361.15	\$ 1,800.00	8	\$ 75,744.46	2	\$ 75,744.46
3	\$ 6,714.60	\$ 236,174.33		\$ 167,561.15				6	\$ 7,658.70
7	\$ 78,594.00								
	\$ 32,937.60	\$ 425,535.48							\$ 83,403.16
		\$ 392,597.88							
gastos de adm			depreciaciones			articulos de oficina		IMPUESTOS SOBRE LA RENTA	
3	\$ 6,714.60			\$ 19,492.08	4	4	\$ 19,492.08		\$ 26,223.00
capital social			salarios			publicidad			
6	\$ 243,833.03			\$ 78,594.00	7	8	\$ 1,800.00		

Bancos			Ventas			costos de venta		almacen	
5	\$ 50,445.16	\$ 227,233.38	1	\$ 227,233.38	\$ 1,800.00	8	\$ 32,876.16	2	\$ 32,876.16
3	\$ 6,714.60			\$ 225,433.38				6	\$ 7,658.70
7	\$ 78,594.00	\$ 386,765.55							\$ 40,534.86
	\$ 135,753.76	\$ 613,998.93							
		\$ 478,245.16							
gastos de adm			depreciaciones			articulos de oficina		IMPUESTOS SOBRE LA RENTA	
	\$ 6,714.60			\$ 19,492.08	4	4	\$ 19,492.08		\$ 50,445.16
capital social			salarios			publicidad			
6	\$ 394,424.25			\$ 78,594.00	7	8	\$ 1,800.00		

### 5.3 Flujo de efectivo

LEO TOPS, S.A.						
FLUJO NETO DE EFECTIVO PROYECTADO (US \$)						
CONCEPTOS/AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Saldo inicial de la cuenta en efectivo</b>		<b>\$57,341.30</b>	<b>\$72,018.30</b>	<b>\$99,458.50</b>	<b>\$236,174.33</b>	<b>\$386,765.55</b>
<b>Inversión Inicial</b>						
Inversión	\$65,000.00					
Capital Preoperativo	\$7,658.70					
	\$57,341.30					
<b>Ingresos</b>						
Ventas de Contado		\$9,132.00	\$131,500.80	\$159,082.19	\$171,327.31	\$189,782.48
<b>Total Ingresos</b>		<b>\$66,473.30</b>	<b>\$203,519.10</b>	<b>\$258,540.68</b>	<b>\$407,501.64</b>	<b>\$576,548.02</b>
<b>Total de Efectivo Disponible</b>		<b>\$66,473.30</b>	<b>\$203,519.10</b>	<b>\$258,540.68</b>	<b>\$407,501.64</b>	<b>\$576,548.02</b>
<b>Egresos</b>						
Gastos de Administración		\$6,714.60	\$6,714.60	\$6,714.60	\$6,714.60	\$6,714.60
Gastos de Ventas						
Gastos Financieros		\$822.72	\$822.72	\$7,239.24	\$5,052.16	\$2,646.37
Pago Impuesto sobre la Renta		\$10,219.36	\$15,808.14	\$8,412.52	\$8,969.34	\$9,879.67
<b>Total Egresos</b>		<b>\$17,756.68</b>	<b>\$23,345.46</b>	<b>\$22,366.36</b>	<b>\$20,736.10</b>	<b>\$19,240.63</b>
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>\$57,341.30</b>	<b>\$48,716.62</b>	<b>\$180,173.64</b>	<b>\$236,174.33</b>	<b>\$386,765.55</b>	<b>\$557,307.39</b>
<b>Saldo Final de Caja</b>		<b>\$48,716.62</b>	<b>\$180,173.64</b>	<b>\$236,174.33</b>	<b>\$386,765.55</b>	<b>\$557,307.39</b>

### 5.4 Costos y gastos -lista

#### 5.4.1 Capital social - inss

#### 5.4.2 Creditos

#### 5.4.3 Entrada

#### 5.4.4 Salidas

## 5.4.5 Proyección del flujo del efectivo

PROYECCION año 2013												
	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
SALDO DE BANCO	\$57,341.30	\$59,521.37	\$61,691.45	\$63,776.35	\$65,861.24	\$67,946.13	\$70,031.03	\$72,115.93	\$74,200.83	\$76,285.73	\$78,370.63	\$78,370.63
INGRESOS	\$59,132.00	\$59,132.00	\$59,132.00	\$59,132.00	\$59,132.00	\$59,132.00	\$59,132.00	\$59,132.00	\$59,132.00	\$59,132.00	\$59,132.00	\$59,132.00
	\$66,473.30	\$68,653.37	\$70,833.45	\$72,908.35	\$74,993.24	\$77,068.13	\$79,153.03	\$81,237.93	\$83,322.83	\$85,407.73	\$87,492.63	\$87,492.63
EGRESOS												
COMPRA DE MERCADERIA	\$420.00	\$420.00	\$420.00	\$420.00	\$420.00	\$420.00	\$420.00	\$420.00	\$420.00	\$420.00	\$420.00	\$420.00
IVA	\$943.31	\$943.31	\$1,028.48	\$1,028.48	\$1,028.48	\$1,028.48	\$1,028.48	\$1,028.48	\$1,028.48	\$1,028.48	\$1,028.48	\$1,028.48
ALQUILERES	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00
TELEFONO	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00
LUZ	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00
AGUA	\$40.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00
INTERNET	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00
PAPELERIA	\$180.00	\$180.00	\$180.00	\$180.00	\$180.00	\$180.00	\$180.00	\$180.00	\$180.00	\$180.00	\$180.00	\$180.00
SALARIOS	\$4,218.62	\$4,218.62	\$4,218.62	\$4,218.62	\$4,218.62	\$4,218.62	\$4,218.62	\$4,218.62	\$4,218.62	\$4,218.62	\$4,218.62	\$4,218.62
INSS	\$200.01	\$200.01	\$200.01	\$200.01	\$200.01	\$200.01	\$200.01	\$200.01	\$200.01	\$200.01	\$200.01	\$200.01
VACACIONES						\$2,109.31						\$2,109.31
13VO MES												\$4,218.62
TOTAL GASTOS	\$6,951.93	\$6,961.93	\$7,047.10	\$7,047.10	\$7,132.27	\$7,217.44	\$7,302.61	\$7,387.78	\$7,472.95	\$7,558.12	\$7,643.29	\$13,375.03
	\$59,521.37	\$61,691.45	\$63,776.35	\$65,861.24	\$67,946.13	\$70,031.03	\$72,115.93	\$74,200.83	\$76,285.73	\$78,370.63	\$80,455.53	\$72,018.30

proyeccion año 2014												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
SALDO DE BANCO	\$72,018.30	\$75,169.78	\$78,226.57	\$81,282.36	\$84,337.15	\$87,390.93	\$90,444.72	\$93,498.51	\$96,552.30	\$99,606.09	\$102,659.88	\$105,713.67
INGRESOS	\$10,958.40	\$10,958.40	\$10,958.40	\$10,958.40	\$10,958.40	\$10,958.40	\$10,958.40	\$10,958.40	\$10,958.40	\$10,958.40	\$10,958.40	\$10,958.40
	\$82,976.70	\$86,128.18	\$89,184.97	\$92,240.76	\$95,296.55	\$98,352.34	\$101,408.13	\$104,463.92	\$107,519.71	\$110,575.50	\$113,631.29	\$116,687.08
EGRESOS												
COMPRA DE MERCADERIA	\$478.80	\$478.80	\$478.80	\$478.80	\$478.80	\$478.80	\$478.80	\$478.80	\$478.80	\$478.80	\$478.80	\$478.80
IVA	\$1,037.64	\$1,131.33	\$1,131.33	\$1,131.33	\$1,131.33	\$1,131.33	\$1,131.33	\$1,131.33	\$1,131.33	\$1,131.33	\$1,131.33	\$1,131.33
ALQUILERES	\$660.00	\$660.00	\$660.00	\$660.00	\$660.00	\$660.00	\$660.00	\$660.00	\$660.00	\$660.00	\$660.00	\$660.00
TELEFONO	\$110.00	\$110.00	\$110.00	\$110.00	\$110.00	\$110.00	\$110.00	\$110.00	\$110.00	\$110.00	\$110.00	\$110.00
LUZ	\$220.00	\$220.00	\$220.00	\$220.00	\$220.00	\$220.00	\$220.00	\$220.00	\$220.00	\$220.00	\$220.00	\$220.00
AGUA	\$55.00	\$55.00	\$55.00	\$55.00	\$55.00	\$55.00	\$55.00	\$55.00	\$55.00	\$55.00	\$55.00	\$55.00
INTERNET	\$55.00	\$55.00	\$55.00	\$55.00	\$55.00	\$55.00	\$55.00	\$55.00	\$55.00	\$55.00	\$55.00	\$55.00
PAPELERIA	\$330.00	\$331.00	\$332.00	\$333.00	\$334.00	\$335.00	\$336.00	\$337.00	\$338.00	\$339.00	\$340.00	\$341.00
SALARIOS	\$4,640.48	\$4,640.48	\$4,640.48	\$4,640.48	\$4,640.48	\$4,640.48	\$4,640.48	\$4,640.48	\$4,640.48	\$4,640.48	\$4,640.48	\$4,640.48
INSS	\$220.01	\$220.01	\$220.01	\$220.01	\$220.01	\$220.01	\$220.01	\$220.01	\$220.01	\$220.01	\$220.01	\$220.01
VACACIONES							\$2,320.24					\$2,320.24
13VO MES												\$4,640.48
TOTAL GASTOS	\$7,806.92	\$7,901.61	\$7,902.61	\$7,903.61	\$7,904.61	\$7,905.61	\$7,906.61	\$7,907.61	\$7,908.61	\$7,909.61	\$7,910.61	\$14,872.33
	\$75,169.78	\$78,226.57	\$81,282.36	\$84,337.15	\$87,390.93	\$90,444.72	\$93,498.51	\$96,552.30	\$99,606.09	\$102,659.88	\$105,713.67	\$108,767.46

proyeccion año 2015												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
SALDO DE BANCO	\$99,458.50	\$104,030.97	\$108,480.37	\$112,939.78	\$117,399.19	\$121,858.59	\$126,318.00	\$130,777.41	\$135,236.82	\$139,696.23	\$144,155.64	\$148,615.05
INGRESOS	\$13,150.08	\$13,150.08	\$13,150.08	\$13,150.08	\$13,150.08	\$13,150.08	\$13,150.08	\$13,150.08	\$13,150.08	\$13,150.08	\$13,150.08	\$13,150.08
	\$112,608.58	\$117,171.05	\$121,630.45	\$126,089.86	\$130,549.27	\$135,008.67	\$139,468.08	\$143,927.49	\$148,386.90	\$152,846.31	\$157,305.72	\$161,765.13
EGRESOS												
COMPRA DE MERCADERIA	\$526.68	\$526.68	\$526.68	\$526.68	\$526.68	\$526.68	\$526.68	\$526.68	\$526.68	\$526.68	\$526.68	\$526.68
IVA	\$1,141.40	\$1,244.46	\$1,244.46	\$1,244.46	\$1,244.46	\$1,244.46	\$1,244.46	\$1,244.46	\$1,244.46	\$1,244.46	\$1,244.46	\$1,244.46
ALQUILERES	\$726.00	\$726.00	\$726.00	\$726.00	\$726.00	\$726.00	\$726.00	\$726.00	\$726.00	\$726.00	\$726.00	\$726.00
TELEFONO	\$121.00	\$121.00	\$121.00	\$121.00	\$121.00	\$121.00	\$121.00	\$121.00	\$121.00	\$121.00	\$121.00	\$121.00
LUZ	\$242.00	\$242.00	\$242.00	\$242.00	\$242.00	\$242.00	\$242.00	\$242.00	\$242.00	\$242.00	\$242.00	\$242.00
AGUA	\$60.50	\$60.50	\$60.50	\$60.50	\$60.50	\$60.50	\$60.50	\$60.50	\$60.50	\$60.50	\$60.50	\$60.50
INTERNET	\$60.50	\$60.50	\$60.50	\$60.50	\$60.50	\$60.50	\$60.50	\$60.50	\$60.50	\$60.50	\$60.50	\$60.50
PAPELERIA	\$363.00	\$363.00	\$363.00	\$363.00	\$363.00	\$363.00	\$363.00	\$363.00	\$363.00	\$363.00	\$363.00	\$363.00
SALARIOS	\$5,104.53	\$5,104.53	\$5,104.53	\$5,104.53	\$5,104.53	\$5,104.53	\$5,104.53	\$5,104.53	\$5,104.53	\$5,104.53	\$5,104.53	\$5,104.53
INSS	\$242.01	\$242.01	\$242.01	\$242.01	\$242.01	\$242.01	\$242.01	\$242.01	\$242.01	\$242.01	\$242.01	\$242.01
VACACIONES						\$2,552.26						\$2,552.26
13VO MES												\$5,104.53
TOTAL GASTOS	\$8,587.61	\$8,690.67	\$8,690.67	\$8,690.67	\$8,690.67	\$8,690.67	\$8,690.67	\$8,690.67	\$8,690.67	\$8,690.67	\$8,690.67	\$16,347.46
	\$104,030.97	\$108,480.37	\$112,939.78	\$117,399.19	\$121,858.59	\$126,318.00	\$130,777.41	\$135,236.82	\$139,696.23	\$144,155.64	\$148,615.05	\$153,074.46

proyeccion año 2016												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
SALDO DE BANCO	\$142,865.39	\$148,826.44	\$154,787.49	\$160,748.54	\$166,709.59	\$172,670.64	\$178,631.69	\$184,592.74	\$190,553.79	\$196,514.84	\$202,475.89	\$208,436.94
INGRESOS	\$15,780.10	\$15,780.10	\$15,780.10	\$15,780.10	\$15,780.10	\$15,780.10	\$15,780.10	\$15,780.10	\$15,780.10	\$15,780.10	\$15,780.10	\$15,780.10
	\$158,645.49	\$164,606.53	\$170,567.59	\$176,528.64	\$182,489.69	\$188,450.74	\$194,411.79	\$200,372.84	\$206,333.89	\$212,294.94	\$218,255.99	\$224,217.03
EGRESOS												
COMPRA DE MERCADERIA	\$579.35	\$579.35	\$579.35	\$579.35	\$579.35	\$579.35	\$579.35	\$579.35	\$579.35	\$579.35	\$579.35	\$579.35
IVA	\$1,255.54	\$1,368.91	\$1,368.91	\$1,368.91	\$1,368.91	\$1,368.91	\$1,368.91	\$1,368.91	\$1,368.91	\$1,368.91	\$1,368.91	\$1,368.91
ALQUILERES	\$798.60	\$798.60	\$798.60	\$798.60	\$798.60	\$798.60	\$798.60	\$798.60	\$798.60	\$798.60	\$798.60	\$798.60
TELEFONO	\$133.10	\$133.10	\$133.10	\$133.10	\$133.10	\$133.10	\$133.10	\$133.10	\$133.10	\$133.10	\$133.10	\$133.10
LUZ	\$266.20	\$266.20	\$266.20	\$266.20	\$266.20	\$266.20	\$266.20	\$266.20	\$266.20	\$266.20	\$266.20	\$266.20
AGUA	\$66.55	\$66.55	\$66.55	\$66.55	\$66.55	\$66.55	\$66.55	\$66.55	\$66.55	\$66.55	\$66.55	\$66.55
INTERNET	\$439.23	\$439.23	\$439.23	\$439.23	\$439.23	\$439.23	\$439.23	\$439.23	\$439.23	\$439.23	\$439.23	\$439.23
PAPELERIA	\$399.30	\$399.30	\$399.30	\$399.30	\$399.30	\$399.30	\$399.30	\$399.30	\$399.30	\$399.30	\$399.30	\$399.30
SALARIOS	\$5,614.98	\$5,614.98	\$5,614.98	\$5,614.98	\$5,614.98	\$5,614.98	\$5,614.98	\$5,614.98	\$5,614.98	\$5,614.98	\$5,614.98	\$5,614.98
INSS	\$266.21	\$266.21	\$266.21	\$266.21	\$266.21	\$266.21	\$266.21	\$266.21	\$266.21	\$266.21	\$266.21	\$266.21
VACACIONES						\$2,807.49						\$2,807.49
13VO MES												\$5,614.98
TOTAL GASTOS	\$9,819.05	\$9,932.42	\$9,932.42	\$9,932.42	\$9,932.42	\$9,932.42	\$9,932.42	\$9,932.42	\$9,932.42	\$9,932.42	\$9,932.42	\$18,354.89
	\$148,826.44	\$154,787.49	\$160,748.54	\$166,709.59	\$172,670.64	\$178,631.69	\$184,592.74	\$190,553.79	\$196,514.84	\$202,475.89	\$208,436.94	\$214,398.00

proyeccion año 2017												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE
<b>SALDO DE BANCO</b>	\$201,920.91	\$210,266.37	\$218,487.12	\$226,707.87	\$234,928.62	\$243,149.37	\$248,281.89	\$256,502.64	\$264,723.39	\$272,944.14	\$281,164.89	\$289,385.64
<b>INGRESOS</b>	\$18,936.12	\$18,936.12	\$18,936.12	\$18,936.12	\$18,936.12	\$18,936.12	\$18,936.12	\$18,936.12	\$18,936.12	\$18,936.12	\$18,936.12	\$18,936.12
	\$220,857.03	\$229,202.48	\$237,423.23	\$245,643.99	\$253,864.74	\$262,085.49	\$267,218.00	\$275,438.75	\$283,659.50	\$291,880.25	\$300,101.01	\$308,321.76
<b>EGRESOS</b>												
COMPRA DE MERCADERIA	\$637.28	\$637.28	\$637.28	\$637.28	\$637.28	\$637.28	\$637.28	\$637.28	\$637.28	\$637.28	\$637.28	\$637.28
IVA	\$1,381.09	\$1,505.80	\$1,505.80	\$1,505.80	\$1,505.80	\$1,505.80	\$1,505.80	\$1,505.80	\$1,505.80	\$1,505.80	\$1,505.80	\$1,505.80
ALQUILERES	\$798.60	\$798.60	\$798.60	\$798.60	\$798.60	\$798.60	\$798.60	\$798.60	\$798.60	\$798.60	\$798.60	\$798.60
TELEFONO	\$133.10	\$133.10	\$133.10	\$133.10	\$133.10	\$133.10	\$133.10	\$133.10	\$133.10	\$133.10	\$133.10	\$133.10
LUZ	\$266.20	\$266.20	\$266.20	\$266.20	\$266.20	\$266.20	\$266.20	\$266.20	\$266.20	\$266.20	\$266.20	\$266.20
AGUA	\$66.55	\$66.55	\$66.55	\$66.55	\$66.55	\$66.55	\$66.55	\$66.55	\$66.55	\$66.55	\$66.55	\$66.55
INTERNET	\$439.23	\$439.23	\$439.23	\$439.23	\$439.23	\$439.23	\$439.23	\$439.23	\$439.23	\$439.23	\$439.23	\$439.23
PAPELERIA	\$399.30	\$399.30	\$399.30	\$399.30	\$399.30	\$399.30	\$399.30	\$399.30	\$399.30	\$399.30	\$399.30	\$399.30
SALARIOS	\$6,176.48	\$6,176.48	\$6,176.48	\$6,176.48	\$6,176.48	\$6,176.48	\$6,176.48	\$6,176.48	\$6,176.48	\$6,176.48	\$6,176.48	\$6,176.48
INSS	\$292.83	\$292.83	\$292.83	\$292.83	\$292.83	\$292.83	\$292.83	\$292.83	\$292.83	\$292.83	\$292.83	\$292.83
VACACIONES						\$3,088.24						\$3,088.24
13VO MES												\$6,176.48
<b>TOTAL GASTOS</b>	\$10,590.66	\$10,715.36	\$10,715.36	\$10,715.36	\$10,715.36	\$13,803.60	\$10,715.36	\$10,715.36	\$10,715.36	\$10,715.36	\$10,715.36	\$19,980.06
	\$210,266.37	\$218,487.12	\$226,707.87	\$234,928.62	\$243,149.37	\$248,281.89	\$256,502.64	\$264,723.39	\$272,944.14	\$281,164.89	\$289,385.64	\$288,341.68

## 5.5 Estados financieros proyectados

### 5.5.1 Estados de resultados

### 5.5.2 Balance general

ESTADO DE RESULTADOS	ESTADO DE RESULTADOS	ESTADO DE RESULTADOS	ESTADO DE RESULTADOS	ESTADO DE RESULTADOS
al 31 de diciembre 2013	al 31 de diciembre 2014	al 31 de diciembre 2015	1 de enero al 31 de diciembre 2016	1 de enero al 31 de diciembre 2017
<b>INGRESOS</b>	\$100,432.00	\$131,500.80	\$157,800.96	\$189,361.15
<b>COSTOS DE VENTAS</b>	\$40,180.80	\$52,600.32	\$68,120.38	\$79,744.46
<b>GASTOS DE OPERACIONES</b>	\$60,271.20	\$78,900.48	\$89,680.58	\$113,616.69
<b>GASTOS ADJORN</b>				
SALARIOS	\$5,100.00	\$5,100.00	\$5,100.00	\$5,100.00
VAC	\$424.80	\$424.80	\$424.80	\$424.80
AGUINALDO	\$424.80	\$424.80	\$424.80	\$424.80
INSS	\$765.00	\$765.00	\$765.00	\$765.00
	\$6,714.60	\$6,714.60	\$6,714.60	\$6,714.60
<b>DEPRECIACIONES</b>	\$53,556.60	\$72,185.88	\$87,965.98	\$106,902.09
MOVILIARIOS	\$1,990.92	\$1,990.92	\$1,990.92	\$1,990.92
COMPUTACION	\$2,008.44	\$2,008.44	\$2,008.44	\$2,008.44
CAMARAS	\$450.00	\$450.00	\$450.00	\$450.00
IMI	\$822.72	\$822.72	\$822.72	\$822.72
ALQUILERES	\$7,200.00	\$7,200.00	\$7,200.00	\$7,200.00
TELEFONO	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00
ENERGIA	\$2,400.00	\$2,400.00	\$2,400.00	\$2,400.00
AGUA	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00
INTERNET	\$2,800.00	\$2,800.00	\$2,800.00	\$2,800.00
	\$19,492.08	\$19,492.08	\$19,492.08	\$19,492.08
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	\$34,064.52	\$52,699.80	\$68,473.90	\$87,410.01
IR	\$10,219.96	\$15,808.14	\$20,542.17	\$26,223.00
<b>UTILIDAD NETA</b>	\$23,844.56	\$36,891.66	\$47,931.73	\$61,187.01

## 5.6 Ambiente Económico

Varios factores externos entran en el panorama durante el proceso de lograr los objetivos financieros empresariales. Estos factores incluyen el cambio de gobierno o política, cambios económicos y avance tecnológico, por ejemplo. Esos factores son los que en ocasiones determinan si las metas establecidas se pueden lograr o no. Algunas de estas influencias externas pueden tener impacto positivo en las metas de la empresa mientras que otras no. Los objetivos a corto plazo se pueden lograr con facilidad ya que es fácil predecir cambios inminentes en la economía. Los objetivos a largo plazo, por ejemplo, pueden lograrse si hay cambios drásticos en la economía. Si hay una recesión, por ejemplo, un negocio podría no funcionar tan bien como debería; lo que podría minar los objetivos financieros a largo plazo. Sin embargo a veces hay cambios que benefician un negocio a largo plazo. Por ejemplo, la invención del Internet aumentó las ventas de muchos negocios que decidieron unirse a ese mercado. Si un negocio puede ajustar sus objetivos al comprender los factores positivos externos, los resultados normalmente superan las expectativas.



## 5.7 Supuestos utilizados en las proyecciones financieras

PARAMETROS							
Margen de Ganancia	20%						
Tasa de Inflación Anual	10%						
Impuesto sobre Renta (Tasa Anual)	30%						
Aumento Anual de Ventas	20%						
Tasa de Interés Pasiva Sistema Financiero	8%						
Tasa Mínima Aceptable de Riesgo (TMAR):	20%						
ESTOS PARAMETROS SON TOMADOS PARA REALIZAR LA PROYECCION DEL PLAN DE NEGOCIO CON UN MARGEN DE ERROR DE 5%							

## 5.8 Planeación Financiera

Para llegar a sus objetivos financieros, la administración de una empresa necesita planear e implementar una estrategia. Ese proceso implica análisis de proporción, lo que en efecto es calcular el desempeño de una empresa en comparación con sus rivales. Después, se utiliza un formato pro forma para pronosticar la rentabilidad futura. Los estados de flujo de efectivo sirven para analizar la entrada y salida del dinero. Fijar los precios de la mercancía o de los servicios también es un factor importante en la planeación financiera, ya que es de ahí de donde vendrán los ingresos. La planeación también implica observar los tipos y fuentes de capital para financiar las operaciones de la empresa.