

# UNIVERSIDAD DE TECNOLOGÍA Y COMERCIO

## PROGRAMA DE GRADUACIÓN 2020 -2021



### **Proyecto: “TIENDA INVENTIVA, S.A. (Comercialización de Prenda de Vestir).**

#### **Autores:**

1. Scarleth Edith Estrada Córdoba
2. Héctor Luis Medrano Barrios
3. Roger Santos Munguía Padilla
4. Jimmy Alex Mendoza Cordero

#### **Tutores:**

1. Msc. Noel Enrique Castellón
2. Msc. Lisseth Hernández
3. Lic. Salvador Alemán

**Managua, Marzo 2020**

Índice

.....	1
<b>UNIVERSIDAD DE TECNOLOGÍA Y COMERCIO</b> .....	1
<b>CAPÍTULO I.</b> .....	
<b>NATURALEZA DE PROYECTO.</b> .....	
<b>1. Descripción de la Idea Seleccionada</b> .....	7
<b>1.1. Misión de la empresa</b> .....	9
<b>1.2. Visión de la empresa</b> .....	9
<b>2. Propuesta de valor</b> .....	11
<b>3. Nombre de la empresa</b> .....	11
<b>4. Descripción de la empresa</b> .....	13
<b>4.1. Tipo de empresa (giro):</b> .....	13
<b>4.2. Ubicación:</b> .....	13
<b>4.3. Tamaño:</b> .....	13
<b>5. Análisis FODA</b> .....	14
<b>6. Conclusión</b> .....	15
<b>CAPÍTULO II</b> .....	
<b>MERCADEO.</b> .....	
<b>1. Análisis de la situación</b> .....	17
<b>1.1. Empresa, marca y posición</b> .....	17
<b>2. El mercado</b> .....	18
<b>2.1. Características del mercado</b> .....	19
<b>3. Necesidades del mercado</b> .....	20
<b>4. Tendencias del mercado</b> .....	20
<b>4.1 Evolución del mercado</b> .....	21
<b>5. La competencia</b> .....	22
<b>5.1. Principales competidores</b> .....	22
<b>6. Posicionamiento y situación</b> .....	24
<b>7. Producto y Marca</b> .....	25
<b>7.1. El producto</b> .....	25
<b>7.2. La marca</b> .....	26
<b>8. Factores exógenos</b> .....	27
<b>9. Objetivos del plan de Mercadeo</b> .....	29
<b>9.1. Corto plazo</b> .....	29
<b>9.2. Mediano plazo:</b> .....	30
<b>9.3. Largo plazo</b> .....	30
<b>Claves para el éxito</b> .....	30
<b>10. Estrategia de Mercado</b> .....	31
<b>Valor diferencial</b> .....	31
<b>11. Ventajas competitivas</b> .....	31
<b>11.1. Distingos competitivos</b> .....	32
<b>12. Política de promoción</b> .....	32
<b>Promoción de ventas.</b> .....	32
<b>Como haremos para estar en la mente del consumidor</b> .....	37
<b>Los Beneficios para el cliente.</b> .....	39
<b>Branding y posicionamiento. (Desarrollo de la marca)</b> .....	39

Estrategia de producto.....	40
Estrategia de clientes.....	40
Estrategias de Lanzamiento .....	41
• Genera confianza a través de la fotografía.....	41
13. Investigación mercado.....	42
Análisis de los datos encontrados en su estudio. ....	47
Resultados.....	47
1. ¿Qué cantidad de género masculino y femenino se entrevistó?.....	47
2. ¿Qué cantidad de personas casadas y solteras se entrevistó? .....	49
Limitaciones .....	55
3. Plan de marketing.....	56
Política de producto.....	56
Política de precios, descuentos y condiciones. ....	56
14.1 Estimaciones económicas.....	61
14.2 Previsión de ventas.....	61
14.3. Punto de equilibrio .....	61
Resultados previstos.....	62
15 Conclusión.....	62
CAPÍTULO III .....	
OPERACIONES.....	
1. Objetivos del área de producción .....	64
2. Especificación del producto .....	64
3. Descripción del proceso de producción.....	65
4. Equipos E Instalaciones.....	67
5. Materia prima .....	69
5.1. Identificación de proveedores y cotización .....	69
1.2. Compras.....	70
2. Capacidad instalada .....	72
3. Ubicación de la empresa.....	73
4. Distribución de la planta y oficinas.....	74
5. Mano De Obra Requerida.....	75
6. Planes de mejora continua .....	75
7. Programa de producción .....	76
8. Conclusión.....	77
CAPÍTULO IV.....	
ORGANIZACIÓN.....	
1. Objetivos del área de organización.....	79
3. Funciones específicas por puesto .....	83
4. Métodos de selección.....	84
Clausulas para elaborar nuestros formatos de contratación .....	84
5. Estructura organizacional.....	87
Desarrollo del personal.....	88
6. Administración de sueldos y salario.....	88
Evaluación del desempeño .....	88
Relaciones laborales.....	88
4.8 Relaciones de trabajo .....	89

<b>4.9 Marco legal de la organización.....</b>	<b>90</b>
CAPÍTULO V.....	
FINANZAS.....	
<b>1. Introducción .....</b>	<b>107</b>
<b>2. Objetivos de Finanzas .....</b>	<b>108</b>
<b>3. Registro de la empresa .....</b>	<b>109</b>
<b>ANTE REGISTRO MERCANTIL .....</b>	<b>109</b>
<b>ANTE DGI.....</b>	<b>109</b>
<b>ANTE ALCALDIA.....</b>	<b>111</b>
<b>Ante INSS .....</b>	<b>114</b>
Facultativo Integral .....	114
<b>4. Finanzas .....</b>	<b>115</b>
<b>Inversión Inicial.....</b>	<b>115</b>
<b>Inversiones de capital de trabajo .....</b>	<b>115</b>
<b>Inversión en propiedad Planta y equipo .....</b>	<b>116</b>
<b>5. Depreciación .....</b>	<b>118</b>
<b>6. Ingresos.....</b>	<b>119</b>
<b>7. Costos de Ventas.....</b>	<b>119</b>
<b>Costos Fijos .....</b>	<b>119</b>
<b>Costos variables .....</b>	<b>120</b>
<b>8. Gastos Operativos.....</b>	<b>123</b>
<b>Gastos de Administración .....</b>	<b>123</b>
<b>Gastos Financieros.....</b>	<b>123</b>
<b>9. Proyección del flujo de caja.....</b>	<b>124</b>
<b>10. Evaluación Financiera.....</b>	<b>125</b>
<b>Estrategias de Financiamiento .....</b>	<b>125</b>
<b>Fuentes de financiamiento.....</b>	<b>126</b>
<b>Flujo de Efectivo, TIR, PRI y VAN.....</b>	<b>126</b>
<b>Valor Actual Neto.....</b>	<b>126</b>
<b>11. Conclusiones.....</b>	<b>127</b>
<b>12. Recomendaciones.....</b>	<b>128</b>
CAPITULO VI.....	
ANEXOS .....	

# CAPÍTULO I.

## NATURALEZA DE PROYECTO

## **1. Introducción**

INVENTIVA es una empresa que comercializa ropa de marcas reconocidas internacionalmente, para todas las familias y diferentes clases sociales hechas con algodón y poliéster, a la vez comodidad para lograr un total look personal con las diferentes marcas que se ofertan en el mercado.

Adicionalmente se brindará, a los consumidores, asesoramiento de imagen gratuitamente, para una diferenciación con respecto a los otros negocios que no brindan este servicio de manera profesional, en el mismo rubro comercial, incrementando de esta manera la satisfacción del cliente de tal modo que permita atraer su atención y por ende tener un aumento en las ventas del negocio.

Se comprará directamente a los proveedores del producto ofertado por volumen de tal modo que se pueda garantizar un precio asequible a los clientes, aprovechando los descuentos y otros beneficios que se pudiesen obtener de esta transacción comercial. Este plan de negocios será semejante a una boutique (de la palabra francesa que significa "tienda") que es un establecimiento comercial pequeño especializado en artículos de moda y lujo como prendas de vestir.

Iniciando con un establecimiento en la ciudad de Managua, ubicado en carretera Masaya, posicionando los productos en este departamento obteniendo información de necesidades de vestimentas y de mercado, de tal forma que

proporcione información necesaria para ampliar la cartera de productos según la temporada y demanda de nuevos clientes potenciales.

## 1. Descripción de la Idea Seleccionada

Para el proceso creativo se realizó una lluvia de ideas que permitió obtener la idea de negocio deseada. Las ideas se filtraron a través de una tabla que contiene los parámetros de valoración como son: nivel de innovación, mercado potencial, conocimiento técnico, requerimientos de capital; así como las barreras de entrada, disposición de materia prima y el costo del producto. Los resultados de acuerdo a la valoración de cada idea y parámetro fueron los siguientes:

<b>Ideas</b> / <b>Criterios</b>	<b>Nivel de innovación</b>	<b>Mercado potencial</b>	<b>Conocimiento técnico</b>	<b>Requerimiento de capital</b>	<b>Total</b>
Comercialización de ropa con marcas reconocidas.	5	4	5	5	<b>19</b>
Confección de ropa personalizada	3	3	2	4	<b>12</b>
Elaboración de ropa de niña vestidos de boda y	4	3	4	3	<b>14</b>

de 15 años y eventos de gala					
Nota: Evaluación de 1-5, donde 5 implica que cumple más satisfactoriamente con el criterio evaluado y 1 el de menor criterio satisfactorio.					

Tabla. 1  
Fuente: Elaboración Propia

<b>Ideas / Criterios</b>	<b>Barreras de entradas</b>	<b>Disponibilidad de materia prima</b>	<b>Costo del producto</b>	<b>Total de puntaje obtenido</b>
Comercialización de ropa con marcas reconocidas.	4	5	4	<b>13</b>
Confección de ropa personalizada	2	4	4	<b>10</b>
Elaboración de ropa de niña vestidos de boda y de 15 años y eventos de gala	1	3	4	<b>9</b>

Tabla. 2  
Fuente: Elaboración Propia

**Idea seleccionada**

La idea de negocio que se seleccionó fue “Comercialización de ropa con marcas reconocidas” y se incluyó para este plan de negocios un servicio adicional de asesoramiento de imagen, de tal manera que se pueda agregar un plus de atracción para los clientes; pues este servicio adicional permitirá que la ropa que se comercialice tenga el gusto de cada consumidor, de acuerdo a su personalidad.

## **Descripción de la idea**

La idea de negocio “Comercialización de ropa con marcas reconocidas” será el proceso de comercialización en donde se realizará una compra a un proveedor ya sea nacional o extranjero, para posteriormente realizar una reventa a los clientes. Se dará como atractivo comercial el asesoramiento de imagen a cada consumidor para que el cliente tenga, de forma personalizada, sus prendas de vestir, de acuerdo al diagnóstico realizado por el asesoramiento.

### **1.1. Misión de la empresa**

Somos un equipo de trabajo integral, comprometidos con la sociedad nicaragüense, en la oferta y comercialización de prendas de vestir de marcas reconocidas a nivel internacional, para todos los miembros de la familia, garantizando estilo, gusto y moda, así como atención a las necesidades y expectativas de los clientes, adicionando un servicio de asesoramiento de imagen de forma directa con el mejoramiento continuo de la calidad, calidez y satisfacción.

### **1.2. Visión de la empresa**

Ser la empresa líder en la comercialización de prendas de vestir de marcas reconocidas a nivel internacional, siendo uno de los lugares preferidos para la adquisición de estas prendas para el buen vestir de las familias y grupos de amigos, generando valor agregado en la atención, así como una empresa innovadora que define el gusto a través del diseño personalizado de prendas y su futura confección, para la satisfacción de los clientes.

- **Valores**
  - ✓ Honestidad: garantizando los beneficios prometidos al cliente según su inversión en la comprar.

- ✓ Permanencia: es distribuir en cada tienda todos los productos necesarios para suplir la demanda de nuestros clientes.
  
- ✓ Servicio: capacitación permanente a nuestros colaboradores por lo menos dos veces al año en temas de servicio al cliente para garantizar de esta manera un servicio de calidad innovador para hacer la diferencia en la competencia.
  
- ✓ Puntualidad: garantizar un plan de ventas anuales donde se comprometa cada uno de los colaboradores de la empresa para cumplir en tiempo y forma y de manera efectiva los diferentes compromisos adquiridos con nuestros clientes.
  
- ✓ Compromiso: cumplir con todas las disposiciones legales del país así como responder a las necesidades contempladas en nuestros contratos con los colaboradores y clientes de nuestra empresa.
  
- ✓ Creatividad y crecimiento constante: adaptándonos a las temporadas y días festivos con ofertas, además con capacitaciones continuas para nuestros colaboradores.
  
- ✓ Trabajo en equipo: tener comunicación con todas las áreas para brindar un mejor servicio a nuestros clientes.
  
- ✓ Confiabilidad: cumplir con todas nuestras promociones para ganarnos la confianza de nuestros clientes.

## **Justificación de la empresa**

La empresa estará legalmente constituida como un negocio privado, por lo tanto, se pagarán los impuestos tributarios y municipales establecidos en el país como: Dirección General de Ingresos, Alcaldía, Seguridad Social, Inatec y otros.

De igual manera, Inventiva empleará directamente a cinco personas, quienes harán las funciones de venta, administración y asesoramiento para las prendas. Estas personas devengarán un salario estipulado, así como planes compensatorios, motivacionales y capacitaciones. Se aportará al INSS e INATEC los montos respectivos que la ley establece para el caso de los colaboradores, generando de esta manera fuente de empleos y dinamismo en la economía del país.

Asimismo, la creación de este negocio variado, será una nueva alternativa para los pobladores de Managua quienes demandan más calidad en sus prendas de vestir, sobre todo en estos tiempos duros de pandemia que el país está viviendo, pues con el servicio de asesoramiento de imagen, el cliente podrá incluir sus gustos, variedad y forma de guardar su seguridad personal, así como accesorios de vestir de marcas reconocidas a nivel internacional, con el estilo personalizado de cada consumidor, creando el Outfits para cada uno.

“Inventiva” al ser un negocio proveedor de bienes con servicios anexos, contará con la adquisición de insumos y productos para sus diferentes rubros, contribuyendo también al mejoramiento de la economía de sus proveedores quienes igualmente aportan la tributación correspondiente, incentivando así las importaciones, comercialización y dinamización de la economía.

Se pretende también tener la oportunidad de trabajar bajo el régimen de franquicias y tercerización en cuanto a ciertos servicios de limpieza y seguridad.

## **2. Propuesta de valor**

Como negocio principal se pretende operar con la comercialización de las prendas de vestir, sin embargo, la propuesta de valor incluida es el asesoramiento de imagen gratuitamente, de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes.

Tabla. 3

Fuente: Elaboración Propia.

## **3. Nombre de la empresa**

De la misma forma para seleccionar el negocio adecuado a los criterios que se establecieron; se hizo un cuadro comparativo para ver qué nombre es el más

idóneo para la empresa. A continuación, el cuadro con los criterios y lluvia de ideas para el nombre.

Nombre /Atributo	Descriptivo	Original	Atractivo	Claro	Significativo	Agradable	Total
INVENTIVA	5	3	3	4	4	5	24
VARIEDAS ADONAHÍ	3	2	4	2	1	2	14
GOOD STYLE	2	2	2	2	4	3	15

Tabla. 4

Fuente: Elaboración Propia

**INVENTIVA** será el nombre seleccionado, de acuerdo al puntaje establecido en cada uno de los criterios: nombre que sea descriptivo, original, atractivo, claro, significativo, agradable y que, al mismo tiempo, se puede observar que es simple y

**PROPUESTA DE VALOR DE INVENTIVA**

¿Qué se ofrece? Funcionalidades y componentes	Beneficios/ ¿Para qué?	Costes y esfuerzos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ropa de hombre</li> <li>• Ropa de mujer</li> </ul>	<p><b>RACIONALES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Amplia gama de productos</li> <li>• Calidad y precios</li> <li>• Ofertas</li> </ul> <p><b>EMOCIONALES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesoría de imagen</li> <li>• Amplia gama de marcas</li> <li>• Experiencia única en compra</li> <li>• Mantenerse a la moda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No encontrar el producto de marca requerido</li> <li>• No encontrar las tallas deseadas</li> <li>• Que el producto no sea de calidad</li> <li>• No cumplir con las expectativas de nuevos looks</li> </ul>

de fácil recordación.

El nombre “Inventiva” es fácil de recordar pues hace énfasis en el invento, creatividad, es claro, simple de buen gusto y que no implica dobles sentidos ni términos vulgares y fuera de contexto.



El logo de la empresa es un anagrama que representa la similitud en el buen vestir, diseño de modas y la escogencia de prendas de acuerdo a la personalidad de cada uno de los clientes.

La frase en inglés “Do it yourself” significa “Hazlo tú mismo”, para que se sugiera a los consumidores la idea de la personalización de las prendas de vestir, aunado con la asesoría de imagen la que acompañará al cliente en todo momento, durante la lluvia de ideas que genere su propio gusto y creatividad.

Los colores en blanco y negro evocan elegancia, satisfacción, pureza y la simplicidad de la empresa para comercializar productos de alta calidad para los clientes.

#### **4. Descripción de la empresa**

Nuestra empresa como ya lo hemos mencionado anteriormente se dedicará a la comercialización de prendas de vestir.

##### **4.1. Tipo de empresa (giro):**

Nuestra empresa será de tipo comercial ya que nos dedicaremos a la comercialización de prenda de vestir.

Al mismo tiempo, tendrá la clasificación de una empresa con Servicios, pues se ofertará a los clientes el servicio de asesoramiento en la imagen, en las diferentes tallas solicitadas, de acuerdo a la personalidad de cada uno de los clientes que visiten el establecimiento. Inventiva tiene un giro Comercial con servicios anexos.

##### **4.2. Ubicación:**

Estará Ubicada en el municipio de Managua, Km 11 Carretera Masaya, Plaza Once.

##### **4.3. Tamaño:**

Según el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC), el tamaño de las empresas se clasifican en micro, pequeña, mediana y grandes empresas en Nicaragua, basados en la cantidad de trabajadores existentes. Para ello se utiliza el siguiente criterio:

- ✧ Microempresa: entre 1 y 5 trabajadores.
- ✧ Pequeña Empresa: entre 6 y 20 trabajadores.
- ✧ Mediana Empresa: entre 21 y 100 trabajadores.
- ✧ Grandes Empresas: más de 100 trabajadores.

De acuerdo al número de trabajadores (5) que tendrá el negocio, **Inventiva** será una Microempresa, así mismo se considera el total de ventas anuales correspondientes a 165,000 dólares aproximadamente, por año. Estas variables han sido consideradas de acuerdo a la Ley No. 645: Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de la Mi pyme.

## 5. Análisis FODA

El **FODA** nos permitirá como empresa a determinar de forma objetiva las ventajas que tenemos con nuestra competencia, así mismo lo que necesitamos mejorar para poder competir.

<p><b>Oportunidades</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. personas que quieran vestir elegantemente y a la moda.</li> <li>2. Los clientes buscan sentirse cómodos con su vestuario .</li> <li>3. La necesidad de vestir es básica para todo ser humano.</li> <li>4. Excelente atención al cliente.</li> </ol>	<p><b>Amenazas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cancelación de contrato con los proveedores actuales, de manera unilateral.</li> <li>2. Fuertes competencias directas existentes en el mercado.</li> <li>3. Crisis económica en el país. Genera costes altos y altos impuestos.</li> <li>4. Podrían ingresar nuevos competidores.</li> </ol>
<p><b>Fortalezas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se oferta un producto de acuerdo al perfil del cliente.</li> <li>2. Personal capacitado para asesorar a los clientes en imagen.</li> <li>3. Proveedores de ropa con lo último en la moda y con precios asequibles que permiten trasladar distintas promociones a los clientes. .</li> <li>4. Conocimientos de la competencia.</li> </ol>	<p><b>Debilidades</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. No posee política de desarrollo de nuevos productos, solo se limita a las tendencias de las modas que los proveedores se encargan de diseñar y fabricar.</li> <li>2. Aumento en los costos fijos y variables de la tienda.</li> <li>2. Excesivo precio de los productos.</li> </ol>

5. Calidad del producto.	
--------------------------	--

Tabla. 5

Fuente: Elaboración Propia

El análisis de nuestro FODA para INVENTIVA es una herramienta de suma importancia que ofrece una manera de ver como nuestros productos en prendas de vestir se pone de pie frente a la competencia .en un sentido más amplio, nuestro FODA nos ayudó a ver y entender el mercado al que nos estamos dirigiendo y poder tener claro cuáles son nuestras debilidades, amenazas como también nuestras oportunidades y fortalezas.

## 6. Conclusión

Elegimos el nombre **Tienda INVENTIVA, S.A**, pues hace énfasis en el invento, creatividad, es claro, simple de buen gusto y que no implica dobles sentidos ni términos vulgares y fuera de contexto.

Nuestra empresa quiere dar como servicio innovador el asesoramiento gratuito a las personas que visiten nuestro local ya que cuando compramos unas prenda de vestir siempre buscamos opiniones y que mejor opinión de una persona profesional en el área de vestir.

TIENDA INVENTIVA, S.A. tiene la visión de ser una empresa líder en el mercado nacional, siendo la primera opción de compra para nuestros clientes, logrando la confianza y comodidad en el local.

# CAPÍTULO II

# MERCADEO

## **1. Análisis de la situación**

### **1.1. Empresa, marca y posición**

La Tienda INVENTIVA estará ubicada en la Ciudad de Managua, Nicaragua, en el km 11 carreteras hacia Masaya, Plaza Once. Que vendrá a satisfacer las necesidades de las personas al momento de vestir cómodo, elegante, casual con una gran variedad de Outfits para damas, caballeros y niños con precios accesibles.

INVENTIVA se consolidará como una micro empresa, con una alta capacidad de participar dentro del mercado nacional con todos sus productos que es una amplia variedad en lo que son prendas de vestir, que serán obtenidos en los almacenes de nuestra capital, exportados de Canadá, E.E.U.U., Panamá, Guatemala y Honduras con la mejor calidad en telas y los mejores diseños.

Contará con ejecutivos de ventas que a la vez harán de asesores de imagen, que, al momento de la visita, se le dará un asesoramiento de imagen gratuito para que vista acorde a su personalidad, ocasión, lugar y contextura de su cuerpo.

La marca INVENTIVA se caracterizará por su buena atención al cliente, entrega de los pedidos de forma puntual, contando con sistemas de apartados, con un local acondicionado con espejos de luces, maniquís.

El logo de la empresa fue creado con base a las necesidades visuales de la micro empresa, es una composición que muestra un mensaje claro, la sensación de modernidad acompañado por un buen look; color negro que trasmite elegancia modernidad estabilidad y firmeza, blanco que comunica paz honradez, pureza y brillo.

La marca INVENTIVA, aún no está posicionada en el mercado, pero considerando la calidad de los productos y su variedad, se posicionará utilizando las herramientas de Marketing de manera efectiva, así como la utilización de diferentes canales de distribución para hacer llegar el producto a los consumidores finales. Cabe mencionar que la empresa pretende incursionar en un segmento de mercado nicaragüense y a su vez en un periodo a largo plazo, captar otro segmento, colocando puntos distribuidores en cada departamento del país en un periodo de cinco años.

## **2. El mercado**

INVENTIVA es una empresa que comercializa ropa de marcas reconocidas internacionalmente. Las prendas que se ofrecen son elaboradas con algodón, poliéster, cuero con distintos acabados. El segmento que se estará atendiendo son aquellas personas que vistan ropa casual, deportiva y formal.

Los productos están dirigidos a toda la familia de la población nicaragüense de clase media y alta, cuales tienen definido completamente sus temporadas de compras y mencionan que ellos comprarían estos productos en temporadas tales como: navidad, cumpleaños y eventos, así como celebración en otras fechas. Estos invierten en ropa entre C\$1500 a C\$2,000 córdobas mensuales; el género que compra, es el femenino.

Iniciando con un establecimiento en la ciudad de Managua, posicionando los productos, que inclusive se encuentran en la memoria colectiva de los consumidores por ser productos de marcas ya reconocidas en el mercado internacional.

El segmento de mercado de INVENTIVA se clasifica en hombres y mujeres, predominando el sexo femenino con un rango de edad de 20 a 50 años. Las mujeres son las que comprarían más principalmente, de clase media-baja y media alta, que tengan como ocupación dependiente, o independientes laboralmente o trabajadoras, estudiantes, amas de casa o adolescentes.

Las blusas y el Jean son las prendas más demandadas, debido que tienen amplia aceptación y preferencia en las potenciales compradoras.

El pago preferido por el sector femenino es el efectivo o tarjetas de crédito, pero se piensa brindar más alternativas como transferencias bancarias o crédito directo.

Los clientes adquirirán las prendas de vestir con base a la calidad de los materiales y los diseños preferentemente, así también las mujeres comprarían la ropa para estar a la moda y lucir bien. El segmento femenino destina por cada compra menos de C\$400 a C\$1000. La demanda de ropa aumenta generalmente en fechas especiales como el Día de la madre, San Valentín, Navidad, Fin de año, Cumpleaños, festividades y otros.

## **2.1. Características del mercado.**

### **a. Características Demográficas**

Perfiles Pictográficos. Los consumidores se caracterizan por ser un perfil de jóvenes y adultos, que consumen productos de prendas de vestir ropa y calzado cada mes de C\$1,500 a C\$ 2,000 prefieren en su gran mayoría ropa casual, formal y deportiva su decisión de compra se basa principalmente en la calidad del producto.

Perfiles Demográficos Se caracteriza por personas de entre a 20 y 55 años, mayormente género femenino, es decir nuestro perfil demográfico se basa en la edad, género y procedencia.

Perfiles de Comportamientos El análisis de la información, arroja que el género femenino compra más producto que el género masculino sobre todo la ropa casual y deportiva, ofrecer marcas de ropas tales como: Live, Adidas, MOST WANT, TOMMI, LULUMARY Y REDOX. El cliente se interesa en precio y calidad cuidando de esta manera su apariencia.

Los clientes potenciales invierten en ropa entre C\$1,500 y C\$2,000 córdobas mensuales visitando centros comerciales y mercado, mencionan que también les gustaría encontrar en el establecimiento comercial zapatos y carteras. El medio que ven más adecuado para conocer la información de las promociones es página web y Facebook, mientras que las temporadas en que compran ropa es para sus cumpleaños, navidad y eventos especiales.

#### **b. Características Geográficas**

Perfiles geográficos. Para la introducción de INVENTIVA la segmentación geográfica estará ubicada en el distrito V carretera Masaya, plaza once se caracteriza por un clima cálido con población de 213,845 habitantes con densidad de 4674, H/km<sup>2</sup> y núcleos familiares de dos a cuatro personas.

### **3. Necesidades del mercado**

A través del estudio de mercado, se recopiló información sobre la necesidad que tienen los consumidores de adquirir un producto de calidad, de estilo formal, deportivo y casual, con variedades de estilos y con sus marcas preferidas que son Levi's, most wantd y Adidas. Compran más ropas en épocas festivas como navidad, cumpleaños, efemérides, eventos; estos datos obtenidos permiten identificar alguna necesidad de comprar el producto INVENTIVA y que tendrá aceptación en el mercado.

### **4. Tendencias del mercado**

- **Tendencia Actual:**

Actualmente en nuestro país a pesar de la crisis económica y política en la que se vive, el vestir es una necesidad de la cuales todas las personas buscan donde le ofrezcan mejores ofertas, por lo tanto no ha caído al contrario sigue en aumento, las personas siempre buscan verse bien en cuanto a vestir.

- **Tendencia Futura:**

El negocio de ventas de prendas de vestir y accesorios es prometedor porque es una necesidad básica y permite ingresar una oportunidad al campo de los negocios. Aunque pasen los años siempre habrá necesidad de vestir, lo único que cada día salen nuevas tendencias en moda.

#### **4.1 Evolución del mercado**

En INVENTIVA se cuidará la calidad y ciclo de vida de los productos, en prendas de vestir desde el primer día de lanzamiento al mercado, a través de un seguimiento adecuado del cumplimiento de los estándares de calidad y servicios, cumpliendo con los planes de acción para mejorar las debilidades que como empresa resultaren.

Una vez posicionado el producto en el mercado, se realizarán campañas intensas de publicidad digital para mejorar la competitividad y llegar hasta los lugares más lejanos del país.

Se tiene la oportunidad de presentar el producto en diferentes ferias donde se hacen lanzamientos de moda y de otros emprendimientos de alto nivel como las de Nicaragua diseña, que no se incurra en costos adicionales; organizadas por el estado nicaragüense, donde habrá una buena participación de la población. Este tipo de ferias permite el posicionamiento del producto y el mejoramiento de la marca Inventiva en todo el territorio nacional.

Nos anticiparemos como estrategia ante cualquier baja en las ventas, el trabajo en equipo es indispensable generando ideas, opciones de innovación, cambios positivos que generen una imagen más atractiva del producto para lograr mantenernos estables.

## **5. La competencia**

La competencia de ventas de prendas de vestir y accesorios en Nicaragua es amplia y diversa porque existen grandes mercados, centros comerciales, tiendas segregadas en toda la ciudad vendiendo los mismos productos en todos sus establecimientos, redes sociales páginas web por delivery y diferentes canales de distribución de manera que este segmento de mercado ha ido creciendo paulatinamente por escases de trabajos laboral, el que puede optar por una tienda de venta de ropa como un medio de sobrevivencia y/o presentación.

### **5.1. Principales competidores**

<b>Nombre del competidor</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Principal ventaja</b>	<b>Acciones para posicionarse</b>
------------------------------	------------------	--------------------------	-----------------------------------

<b>SIMAN</b>	C.C. Galerías Sto. Domingo Km7 Carretera Masaya	No dan asesoramiento de imagen gratuito	Participar en Ferias y concursos internacionales
<b>ZARA</b>	Plaza Once, Managua, Managua. 3.8K	No dan asesoramiento de imagen gratuito	Mejorar la presentación del producto con un empaque exclusivo, innovación, valor agregado. Venta en delibera
<b>CARRION</b>	Centro Comercial Plaza Inter P 2 Managua - Managua	No dan asesoramiento de imagen gratuito	Dar un toque gourmet y participar de manera continua en redes sociales

Tabla 6.

Fuente: Elaboración Propia.

Nombre Del Competidor	Debilidades	Amenazas	Fortaleza	Oportunidades
<b>SIMAN</b>	No brindan asesoramiento de imagen No hay delivery	Entrada de nuevo competidor inventiva con agregado de asesoramiento de imagen	Excelente imagen Buena calidad Productos internacionales	Variedades de estilos y marcas Marcas reconocidas
<b>ZARA</b>	No brindan asesoramiento de imagen	Entrada de nuevos competidores Venden solo en dólares	Calidad en sus productos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pagos con tarjetas</li> <li>• Marcas reconocida internacionales</li> </ul>

<b>CARRION</b>	No brindan asesoramiento o de imagen  No hay delivery	Precios muy elevados  No hay delivery	Buena calidad  Buena presentación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconocimiento internacional</li> <li>• Pagos con tarjetas</li> </ul>
----------------	---	---	---	--

Tabla 7.

Fuente: Elaboración Propia.

## 6. Posicionamiento y situación

Al ser una empresa nueva se está buscando como posicionar en el mercado actual, y al analizar el mercado se pretende abarcar: consumo aparente del producto.

•Clientes potenciales: 192,460.

Esto se estima basado en la población aproximada del distrito V de Managua que es de 213,845 habitantes, tomando en cuenta nuestro estudio de mercado en el cual el 90 % de nuestra muestra le gustaría adquirir nuestros productos de prendas de vestir y accesorios, siendo nuestros clientes potenciales 192,460.

•Consumo unitario aparente por cliente:

- ✓ 125,099 comprarán el producto mensual.
- ✓ 46,190 comprarán el producto semestral.
- ✓ 21,171 comprarán el producto anual

INVENTIVA será introducida en un mercado competitivo donde ya existen variedad de tiendas de prendas de vestir, pero ninguna hasta el momento con el agregado de un asesoramiento de moda gratuito. INVENTIVA es la representación de un nuevo concepto en la moda especializada en las mejores prendas de vestir de alta calidad. Como resultado, una excelente calidad y servicio en la promoción y venta de prendas de vestir y accesorios, con un atractivo ambiente en el local con precios módicos y calidad del producto.

## 7. Producto y Marca

### 7.1. El producto

INVENTIVA ofrecerá diversas prendas de vestir proveniente de Canadá, Panamá, EEUU, Honduras y Nicaragua, en estilo casual, deportivo y formal. Abordando outfit de moda de distintos países, que serán creados por nuestro asesor de moda. A continuación, la línea de productos que se ofertará:

LINEA DEPORTIVA	LINEA FORMAL	LINEA CASUAL
<b>CAMISETA VARON / MUJER</b>	<b>CAMISA VARON / MUJER</b>	<b>CAMISA VARON / MUJER</b>
Adidas	Docker	Docker
Nike	GAP	GAP
<b>SHORT VARON / MUJER</b>	Tommy	Tommy
Adidas	Levis	Levis
Nike	<b>PANTALON VARON / MUJER</b>	<b>PANTALON VARON / MUJER</b>
<b>BUZO VARON / MUJER</b>	Docker	Docker
Adidas	GAP	GAP
Nike	Tommy	Tommy
	Levis	Levis

**A medida que la empresa crezca se incluirán nuevas líneas de productos como:**

- Línea de maquillajes
- Billeteras y cinturones.
- Productos de belleza para la piel y cabello

### **Demanda potencial del producto**

**A corto plazo:** Se espera vender para que la micro empresa se mantenga en el punto de equilibrio el primer año 86% es decir 88834.56 córdobas en ventas; mientras en el año 2 en adelante pensamos vender el 88% de nuestras ventas esto equivale a 90,900.48 córdobas mensuales a través del uso adecuado del sistema de distribución, trabajo en equipo y experiencia en el mercado.

**A mediano plazo (2 años):** Se espera un crecimiento del 25% al introducir nuevas líneas en calzado lencería, joyas y cosméticos es decir ventas de 113,625.60 C\$ córdobas al mes.

**Largo plazo (5 años):** Se espera un crecimiento del 125% al introducir nuestro producto en una nueva filial de INVENTIVA en un departamento del país, logrando así una venta de 204,526.08 Córdobas al mes.

INVENTIVA como marca será posicionada con base a sus beneficios:

- ✓ en precio y calidad.
- ✓ Materiales con los que fueron elaboradas las prendas de vestir.
- ✓ Las prendas de vestir que se van a ofrecer están hechas con: tela, cuero, algodón, poliéster, microfibra.
- ✓ Satisface las necesidades de vestir del mercado meta seleccionado. La idea es suplir la necesidad de la familia en el buen vestir en un solo lugar con seguridad y mejores beneficios que la competencia.

## 7.2. La marca



La marca ha sido creada, pensando en las necesidades de todas aquellas personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos.

#### B.01 Versiones correctas



Variante sobre colores pasteles



Los colores pasteles únicamente se usarán en etiquetas que contengan estas tonalidades

Los colores de etiquetas utilizados caracterizan lo siguiente:

- Color amarillo:** se usará para el segmento de ropa dama
- Color azul:** se usará para segmento de ropa de caballero.

## 8. Factores exógenos

Factores políticos:

Nivel de Estabilidad del entorno político.

Existe riesgo de cambio del sistema político actual de Nicaragua, por la situación socio político que enfrenta el país. Esto puede provocar inestabilidad para el abastecimiento y las ventas del producto.

Legislación y regulaciones sociales.

Actualmente el sistema de gobierno permite la inversión y cumple con las legislaciones y regulaciones necesarias para implementar negocios comerciales favoreciendo a los nuevos emprendimientos. Sin embargo, algunos acontecimientos generan inseguridad en el marco legal de respeto a la propiedad privada que genera incertidumbre en la inversión.

Aspectos legales:

INVENTIVA aplica leyes laborales, implicación tributaria, por consiguiente, está constituida legalmente en el país.

Factores económicos:

**Crisis económicas:**

La situación económica actualmente en el país no es la mejor porque existe una gran demanda de trabajo el cual no se ha podido resolver. Primeramente, por los problemas políticos del 2018 y luego la pandemia COVID-19 trayendo como consecuencia muchas empresas cerradas entrando en recesión la economía del país.

Nivel general de la actividad económica

Las actividades económicas de nuestro país han venido perfilando en trabajos informales dando como resultado la creación de nuevos emprendimientos que han dinamizado la economía y que además generan empleos.

**Factores sociales:**

Entorno social.

INVENTIVA está dirigido al nivel socio económico general, contando con personal altamente capacitado para realizar las diferentes actividades necesarias y lograr cumplir con la misión y visión contemplada.

La seguridad social.

En nuestro país se ha venido estimulando la atención médica a través de la construcción de diferentes partes en diferentes departamentos y ciudades de nuestro país si como la contratación de suficiente personal para la atención también existen diferentes asociaciones de economía popular que le permiten a la población mejorar en su calidad de vida

Cambios sociales en la cultura de la población.

En Nicaragua la disposición de hábitos culturales tales como; compra de ropa o accesorios en cada cumpleaños, festividades, eventos especiales, temporadas navideñas, día de madres, padres, niño, esto permite que nuestras ventas puedan incrementar.

### **Factores tecnológicos:**

Nivel científico.

En el caso de Nicaragua se ha ido desarrollando carreras profesionales, técnicas, que permiten que la población pueda mejorar su calidad de vida a conseguir un mejor trabajo o emprender un negocio a partir de los conocimientos adquiridos.

Actualización de tecnología.

Cada año las empresas que fabrican productos tecnológicos están lanzando nuevos productos que vienen a dejar desfasado los anteriores es por eso que el empresario tiene que actualizarse porque estamos en una era tecnológica donde el que no se actualiza ya no es competitivo.

## **9. Objetivos del plan de Mercadeo**

### **9.1. Corto plazo:**

- En un periodo de un año poder lograr Penetrar en el mercado meta a través de descuentos y promociones especiales para promover la motivación de compras de nuestros clientes metas y con ello las intenciones de ventas proyectadas por nuestra empresa.
- Determinar canales de distribución específicos para la promoción y distribución de nuestras prendas, con la consecución objetiva de conquistar la mente de los consumidores de nuestro mercado meta a través de ventajas competitivas.

### 9.2. Mediano plazo:

- Lograr el posicionamiento adecuado de “Inventiva”, durante su fase de introducción y crecimiento, de acuerdo a las características del mercado meta seleccionado, con el servicio anexo de asesoramiento gratuito de imagen.
- Valorar la capacidad de producción y comercialización para “Inventiva”, en cuanto a la importación de las diferentes prendas, según el proveedor seleccionado en el extranjero, así como la capacidad del personal para el asesoramiento de imagen de los clientes.

### 9.3. Largo plazo

- Ampliar el volumen de ventas en un porcentaje medible, a través de la innovación de nuevas prendas, rejuveneciendo la línea tradicional, nuevos estilos, empaques llamativos, todas las tallas con la respectiva diferenciación de precios, restableciendo de forma paralela la ventaja competitiva, manteniendo y expandiendo la cuota de mercado frente a la competencia.
- Mejorar la eficiencia y eficacia de la comercialización en “Inventiva” que coadyuve al incremento de los ingresos y la satisfacción plena de los clientes que adquieran sus bienes y servicios.

### **Claves para el éxito**

- ✓ Calidad de nuestros productos.

- ✓ Atención a nuestro personal de manera eficiente y profesional.
- ✓ Satisfacer las necesidades de nuestros consumidores en cuento a la moda.
- ✓ Precios accesibles.
- ✓ Incentivo a los emprendedores.
- ✓ Facilidad de comercialización en redes sociales.
- ✓ Incremento en las importaciones en el rubro textil vestuario.
- ✓ Capacitación constante del personal en el diseño de modas, para brindar asesoría de imagen a cada cliente de acuerdo a su personalidad.

## **10. Estrategia de Mercado**

### **Grandes líneas estratégicas**

#### **Valor diferencial**

Las claves que nos hemos determinado para posesionar nuestros productos a nuevos posibles clientes son diferentes ferias populares, lanzamientos de nuevas marcas a través de nuestra página web donde el cliente tenga la oportunidad de conocer nuestros productos e interactuar con nosotros aquí mismo mostraremos nuestras promociones y descuentos asegurando una satisfacción al cliente antes de adquirir el producto.

Tenemos producto 100% de calidad, con las mejores marcas y las mejores colecciones de lo último en moda y atención de muy buena calidad con nuestros asesores de moda a disposición de nuestros clientes para sus consultas al adquirir nuestros productos.

## **11. Ventajas competitivas**

Nuestros productos cuentan con las siguientes ventajas.

- ✓ Asesoramiento de imagen gratuito.
- ✓ Precios accesibles.
- ✓ Productos de buena calidad.
- ✓ Sistemas de apartados.
- ✓ Variedad de productos en estilos.

- ✓ Elegancia y comodidad y estilo a nuestra clientela.

### **11.1. Distingos competitivos**

Inventiva, se basará directamente en una estrategia de **diferenciación**, puesto que se creará valor agregado para los clientes mediante las siguientes premisas:

- ✓ Diferenciación de los servicios: infraestructura de excelente calidad, acondicionada, con atención rápida, esmerada, personalizada y confiable, con asesoría en cuanto a diseño de modas, confección y tendencias. La diferenciación de este servicio con respecto a la competencia dependerá directamente del asesoramiento de imagen que brinden los colaboradores al cliente, su trato esmerado, espacios llenos de confort, plataforma de pasarela y otros elementos que permitan mostrar los nuevos modelos y productos de última adquisición para su comercialización.
- ✓ Diferenciación del personal: Reclutar, seleccionar, contratar y capacitar al personal que va a tratar directamente con el cliente, para que brinde asesoría tanto en la selección de las prendas que se ofertarán como en el diseño que más se ajuste a la personalidad de cada cliente. El servicio de asesoría de moda para mejorar la imagen y autoestima de los clientes será un plus para la comercialización de los bienes y servicios de la empresa.
- ✓ Diferenciación de la imagen: se creará una imagen única que distinga el servicio de los productos sustitutos y competencia. Cabe mencionar que, aunque se tengan prendas que, comúnmente también comercializa la competencia, se incentivará a los clientes con la asesoría de imagen y modas; ajustado a las tendencias modernas actuales. Para ello se instalará una pasarela con espejos en cada ángulo para que el mismo cliente valore sus gustos en las prendas, generando un sugestivo de “estrella de Hollywood”, aunado a ello la asesoría directa del asesor.

## **12. Política de promoción**

### **Promoción de ventas.**

- Mensajes publicitarios

- Promociones y descuentos
- Dinámicas
- Volantes

***Diseño de volante publicitario***



Ilustración 1



Ilustración 2



Ilustración 3

***Envase y descripción del material***

Nuestra mercadería será entregada a nuestra clientela en bolsas de cartón hechas en INVENTIVAS para apoyar al medio ambiente. Ante la contaminación.



Ilustración 4

**Etiqueta del producto**

B.01 Versiones correctas



Variante sobre colores pasteles



Los colores pasteles unicamente se usaran en etiquetas que contengan estas tonalidades

Ilustración 5

**Afiche Publicitario**



Ilustración 6

## Como haremos para estar en la mente del consumidor

**Atributo:** de los productos en prendas de vestir serán:

- ✓ La calidad de los materiales que se emplearan en la elaboración del producto.
- ✓ El diseño actualizados-modernos
- ✓ El confort, el calce (fitting). Por su parte, el diseño se vincula principalmente a los detalles que posea la prenda en su atractivo.
- ✓ El envase que utilizaremos serán bolsas dadas hacer de cartón para no contaminar el medio ambiente.

## Calidad –Precio:

Basamos esta estrategia en relación calidad –precio. La empresa INVENTIVA se posicionará con la mejor relación de precio /calidad los atributos que les ofrecemos en nuestras prendas la seguridad y comodidad y la más amplia garantía a un precio razonable siendo de fácil adquisición

**Beneficio:** Aunque no sea un producto nuevo en el mercado pero con nuestra innovación como proyecto de asesoramiento de moda, seremos excelente opción para satisfacer las necesidades de las personas al momento de vestir bien de acuerdo a ocasión y personalidad asiéndoles sentir más cómodos bellos y elegantes.

Confiabledad. Esto significa que ya no tendrá que andar con las preocupaciones de que si te va durar mucho la prenda o que si son de buena calidad, etc. ya que al tener una buena reputación tú la compras sin tener ya ese miedo.

Los muchos beneficios de nuestro agregado de asesor de moda e imagen ayudará a la salud mental de las personas al sentirse bien y seguras de sí mismas de sus cuerpos y manera de vestir.

- **Elevar el status social** ya que al poseer cosas de marcas y de calidad pertenecerás al grupo de personas con posibilidades de adquirir cosas de alto valor y pertenecer a la alta sociedad.
- **Aprenderás a potenciar lo mejor de ti:** la mayoría de veces, solemos esconder aquellas partes de nuestro cuerpo que no nos gustan y creemos que no tenemos estilo.
- **Un asesor de imagen te enseña** a hacer el ejercicio a la inversa: potenciar las partes que sí te gustan y resaltar tu propio estilo personal. Verás como el resultado es mucho más satisfactorio y exitoso.
- **Aumentarás tu autoestima:** Si aprendes a mostrar lo mejor de ti, te gustarás más, te sentirás más a gusto y eso te dará alicientes para salir a la calle ¡con la cabeza bien alta!
- **Incrementarás la confianza en ti:** Evidentemente, verte mejor hará que confíes más en ti y seas capaz de afrontar tú día a día tanto profesional como personal con más seguridad.
- **Ahorrarás tiempo y dinero:** Un asesor de imagen te ayudará a elegir aquellas prendas que realmente necesitas, las que más te favorecen y te enseñará a crear distintos looks con las mismas prendas para que les saques el máximo partido.
- **Mejorarás tus relaciones personales y profesionales:** Es una consecuencia de todo lo demás como te sentirás mejor contigo mismo, te sentirás mejor con los demás y, por tanto, proyectarás positivismo, seguridad, además de que te desenvolverás con mucha más naturalidad, no solo en tu vida personal, sino que también a nivel profesional.

**Competidor:** En cambio de comparación con nuestros competidores, estamos presentando un servicio agregado de asesoramiento de imagen y belleza es nuestra principal ventaja, manteniendo siempre la calidad con aspiraciones a seguirnos desarrollando para ser una empresa líder en el mercado.

**Uso y aplicación:** se trata de posicionarnos como una de las mejores tienda comercializadoras de prendas de vestir y accesorios en base a aplicaciones que nos abrirán un nuevo segmento de mercado, ya que la ropa y accesorios formal, casual y deportivo para toda la familia que comercializaremos tiene variabilidad de usos ya que en nuestra vida diaria es utilizada como una necesidad por ello cuando hablamos de la ropa que está de moda y comprendemos que se trata de un bien común.

### **Los Beneficios para el cliente.**

Variable	Descripción
Oportunidad de conocimiento	Oportunidad para los clientes de aprender con nuestro asesor de moda e imagen como vestir bien y sentirse bien.
Formas de pago	Efectivo Tarjetas Depósitos bancarios Sistema de apartados
infraestructura	De calidad, con las mejores estrategias de visualización y la mejor comodidad de infraestructura del local con tecnología de punta.

Tabla 8.

Fuente: Elaboración Propia.

### **Branding y posicionamiento. (Desarrollo de la marca)**

INVENTIVA surge como una idea de marca para ofrecer prendas de vestir que estaremos comercializando, esto con la posibilidad de adquisición, ya que su precio es accesible.

Son productos elaborados de la mejor calidad importados del extranjero con las mejores marcas con esto pretendemos fidelizar a nuestros clientes con los beneficios propiciados por nuestros productos y servicio agregado de asesoramiento

Somos emprendedores y actualmente los pequeños empresarios están sobresaliendo, ya que somos nuevos nuestra tienda INVENTIVA apenas va a establecerse en el mercado competitivo, por tal razón nuestro posicionamiento no

es tan alto, pero las expectativas, estrategias y con el trabajo en equipo lograremos establecernos y podremos estar a la altura de nuestra competencia.

### **Estrategia de producto.**

Como estrategia de producto INVENTIVA espera motivar la curiosidad de los clientes potenciales para que puedan ser atraídos por los beneficios que ofrecemos al obtener nuestros productos ya que el éxito de nuestro proyecto depende de la aceptación de nuestros productos en el mercado para garantizar cliente fiel a nuestro negocio manteniendo clientes actuales y obteniendo nuevos clientes.

### **Estrategia de clientes**

Trabajaremos fuertemente en el uso estratégico de herramientas de publicidad ya que somos nuevos en el mercado la publicidad nos permitirá darnos a conocer como empresa de ventas de ropa para que el público potencial pueda conocer nuestros productos y obtener de esta manera posibles clientes directos que adquieran los descuentos y promociones que estaremos brindando como lanzamiento de nuestras empresas y así competir en el mercado nacional.

- Estar disponible a cualquier crítica o comentario para mejorar la situación en cuestión.
- Conocer mejor a los clientes, si son activos en las redes sociales y que funcionalidad utilizan más a menudo.
- Tener un buen servicio al cliente y si ha ocurrido un problema darle solución de manera inmediata para tener un cliente satisfecho.
- Utilizaremos las redes sociales para saber la opinión de las personas sobre nuestro producto y descubrir cuál es la percepción que los usuarios tienen sobre la marca y esto contribuye a mejorar la atención
- Realizar de vez en cuando una actividad con nuestros clientes que logre sacarnos de la rutina, obteniendo emociones intensas y duraderas siendo eficaz para lograr fidelidad y lealtad a la marca.

## Estrategias de Lanzamiento

INVENTIVA creara programas de lanzamientos de nuestros productos en prendas de vestir y accesorios que impacten al ser visualizadas a través de página web spot publicitarios, participando en ferias populares para darnos a conocer al público meta con el objetivo de que nos visualicen como una empresa de primera opción capaz de suplir las necesidades en el buen vestir con precios módicos y accesibles al cliente sin descuidar la calidad.

- **Genera confianza a través de la fotografía.**
- Página web, Facebook.
- Dar a conocer las promociones y descuentos a través de Volantes.
- tarjetas de presentación.

### A Continuación el calendario de las actividades a realizar

Mes de Enero 2021 / Semanas					
Semanas	1	2	3	4	5
Actividades a realizar					
Sesión de foto.					
Redes sociales(Página Web Facebook)					
Distribución de volantes publicitarios					

Tabla 9.

Fuente: Elaboración Propia.

## 13. Investigación mercado

### Objetivos de la investigación

#### Objetivo General:

- Realizar una investigación de mercado a través de un instrumento de consulta para conocer la demanda de prendas de vestir y los procesos eficaces para acercarse al cliente potencial.

#### Objetivos Específicos:

- Realizar un diagnóstico con las perspectivas del cliente acerca de la demanda de prendas de vestir.
- Identificar los factores que influyen en la decisión de compra.

### Planteamiento del problema

La tienda de ropa INVENTIVA ubicada en carretera Masaya plaza 11 no cuenta con una investigación de mercado de sus productos esto puede influir negativamente al momento de la selección de los productos a ofrecer a los clientes haciendo que cada vez le llame menos la atención al entrar a comprar nuestros productos, es por ello que se decidió hacer una investigación para identificar los factores que influyen en la decisión de compra de los consumidores.

### Tipo de Investigación

Nuestro proyecto INVENTIVA de investigación al inicio fue exploratoria, ya que nuestro objetivo principal era conocer el nivel de aceptación nuestros productos en prendas de vestir y accesorios con el agregado de asesoramiento de imagen a través de una encuesta, con el objetivo de recopilar la información deseada de los posibles clientes potenciales.

Logrando obtener una investigación concluyente, ya que con la información obtenida se tiene una percepción de la aceptación de los productos en estilo y moda

en el mercado e información sobre los gustos y preferencias de los posibles clientes en prendas de vestir por la calidad, y presentación.

El tipo de investigación que desarrollamos en nuestro estudio de mercado será exploratoria, ya que nos permitirá tener un acercamiento y familiarizarnos a la información que queremos obtener, ya que con ella conoceremos las opiniones de los consumidores y es a donde queremos llegar para nuestro producto tenga éxito.

### **Necesidad de Información:**

Como primer punto en este proceso tenemos la necesidad de información, obteniendo información acerca de los clientes, a modo que nos permita llegar a aquellos puntos realmente importantes para nuestro proyecto lo cual sería lo siguiente.

- ✚ Conocer el número de personas que viven en Managua, cada cuanto tiempo compran ropa, y si estarían dispuestos a comprar en una nueva tienda.

### **Fuentes de Información:**

En este proyecto tenemos dos fuentes de información primaria y secundaria.

Las fuentes primarias son con el propósito específico de conocer gustos y preferencias de los clientes.

- ✚ Encuestas aplicadas a compradores de nuestras prendas.

Fuentes secundarias que tenemos para nuestro proyecto, son aquellas que se han ido recolectando con fines distintos al nuestro pero que nos ayudaran a conocer con que regularidad compran ropa nuestros clientes, tiene trascendencia en la población.

### **Técnicas de escala que se usarán y por qué.**

Se elaboró una encuesta con el objetivo principal de conocer los gustos y preferencias de los clientes, para ello utilizaremos escala de razón o relación porque nos posibilitara identificar, clasificar y comparar las respuestas de los encuestados.

### **Instrumento para recopilar la información**

Nos ayudara a recoger información necesaria para dar respuesta a nuestro objeto de estudio para ello hemos realizado una encuesta.

**Diseño de la encuesta:**

En esta investigación se dispone de instrumentos para medir las variables de interés utilizando técnicas de recolección de los datos. Estamos realizando una investigación sobre el lanzamiento de una nueva tienda de ropa nos gustaría saber qué tipo de tiendas visitas con mayor frecuencia, y que tipo de ropa te gustaría vestir. Solo te tomara 5 minutos y tus respuestas serán anónimas.

**Datos generales**

**EDAD:** -----  
---

**DEPARTAMENTO** -----

**SEXO;** -----  
-----

**LUGAR DE UBICACIÓN:** -----

**CUESTIONARIO**

1. ¿usted visita tiendas de ropa?  
Si  no
2. ¿Qué estilo de ropa prefieres?  
Casual  (camisas, pantalones de tela, vestidos de noche)  
Deportiva  (Jean, deportivos, sudaderas, camisetas, shorts, etc.)  
Formal  (ropa de coctel, vestidos casuales faldas, blusas de algodón)
3. ¿Qué marcas compra?  
Levy   
Corduroy   
Adidas   
Tommy   
Most watt   
Lulumary   
Redox   
Otras

4. ¿Al momento de comprar la prenda de vestir que tomas en cuenta?

- Calidad
- Promoción
- Estilo
- Precio
- Ubicación

5. ¿Cuáles de estos lugares visitas para comprar prenda de vestir?

- Centro comercial
- Mercado
- Tienda virtual
- Tienda exclusiva

6. ¿con que frecuencia compras?

- Mensual
- Semestral
- Anual

7. ¿Cuántos sueles gastar al momento de comprar prendas de vestir?

- 200
- 200-400 C\$
- 400-600 C\$
- 600-800 C\$
- 800-1000 C\$

8. ¿Aparte de ropa, que le gustaría encontrar en nuestra tienda?

- Zapatos
- Carteras
- Accesorio (joyerías, bisutería, fajas billetera,)
- Otro

9. ¿Qué piezas de ropa compras con más frecuencias?

- Top blusas  ropa de niño@
- Vestidos
-

Faldas Jean

Camisetas

Shorts

10. ¿Dónde te gustaría que informáramos acerca de la tienda de nuestras promociones?

Redes Sociales

Whatsapp

Facebook

Instagram

Radio

11. ¿En qué época del año realizas tus compras?

Cumpleaños

navidad

Eventos

semana santa

Días festivos

Muchas gracias por su aporte estaremos tomando en cuenta su opinión, será de mucha ayuda para la tienda inventiva gracias los esperamos pronto en nuestro negocio será bienvenido y atendidos como se merece.

Datos de control

Nombre del encuestador \_\_\_\_\_

Lugar: \_\_\_\_\_

Hora: \_\_\_\_\_

**Hemos Finalizado la encuesta**

**Muchas gracias por su participación en nuestra encuesta y enviarnos sus valiosas opiniones.**

**Análisis de los datos encontrados en su estudio.**

**Resultados**

**1. ¿Qué cantidad de género masculino y femenino se entrevistó?**

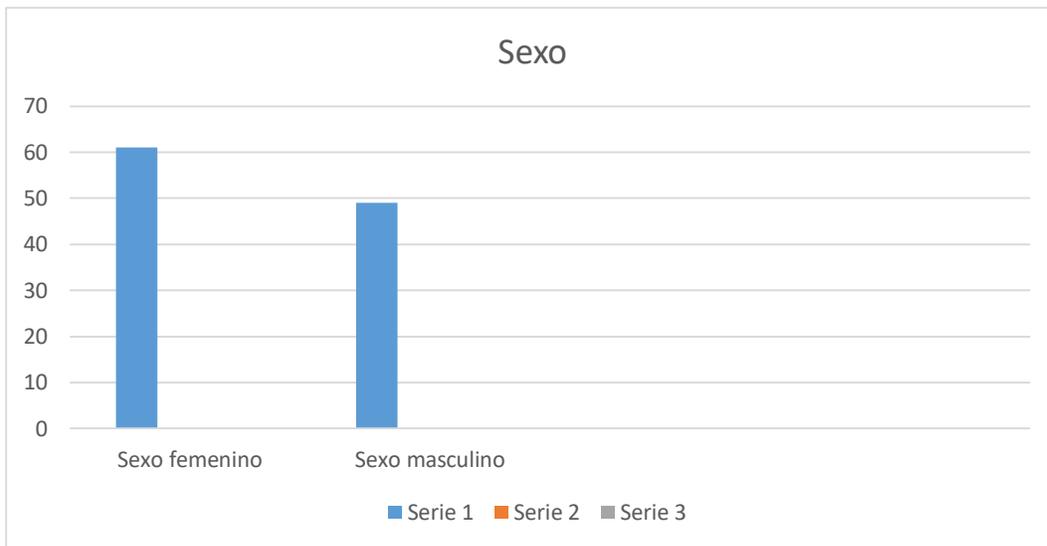


Gráfico 1

Femenino =266 (59%)  
Masculino = 157 (41%)

En esta grafica podemos observar que el género femenino en un porcentaje del 59% es el más alto al hacer compras de prendas de vestir.

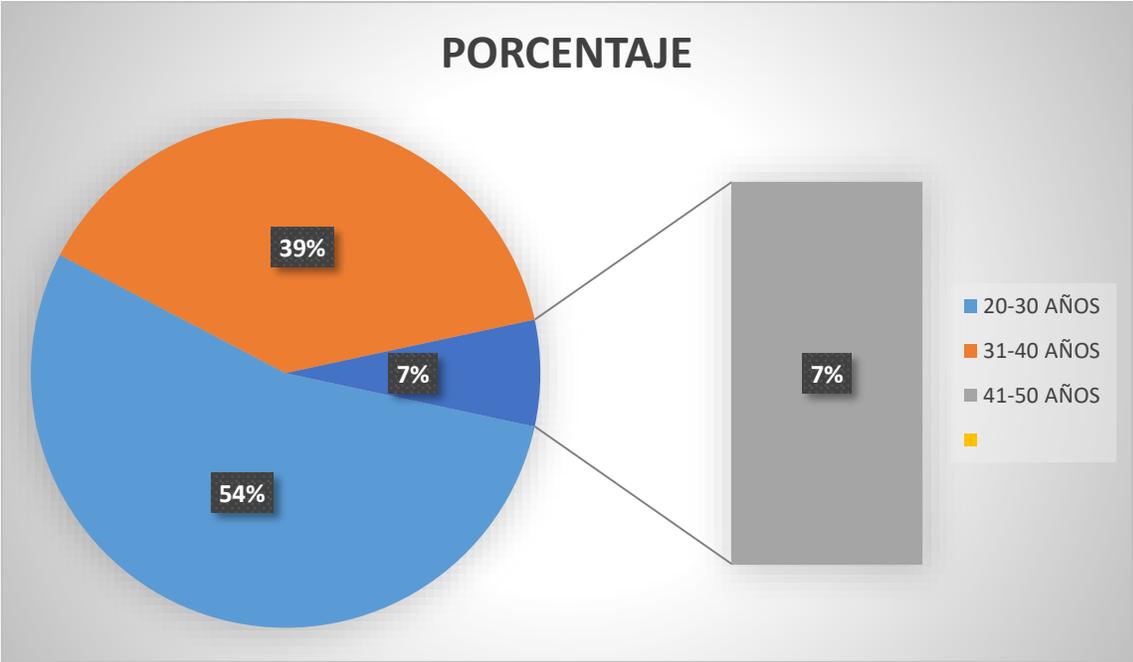


Grafico 2

Las encuestas realizadas en nuestro estudio de mercado, fueron aplicadas a personas mayores de 20 años de edad. El 54% de nuestra muestra encuestada están entre las edades de 20 a 30 años, el 39% son de un rango de edad de 31 a 40 años encuestados y el 7 % de las edades de 41 a 50 años.

2. ¿Qué cantidad de personas casadas y solteras se entrevistó?

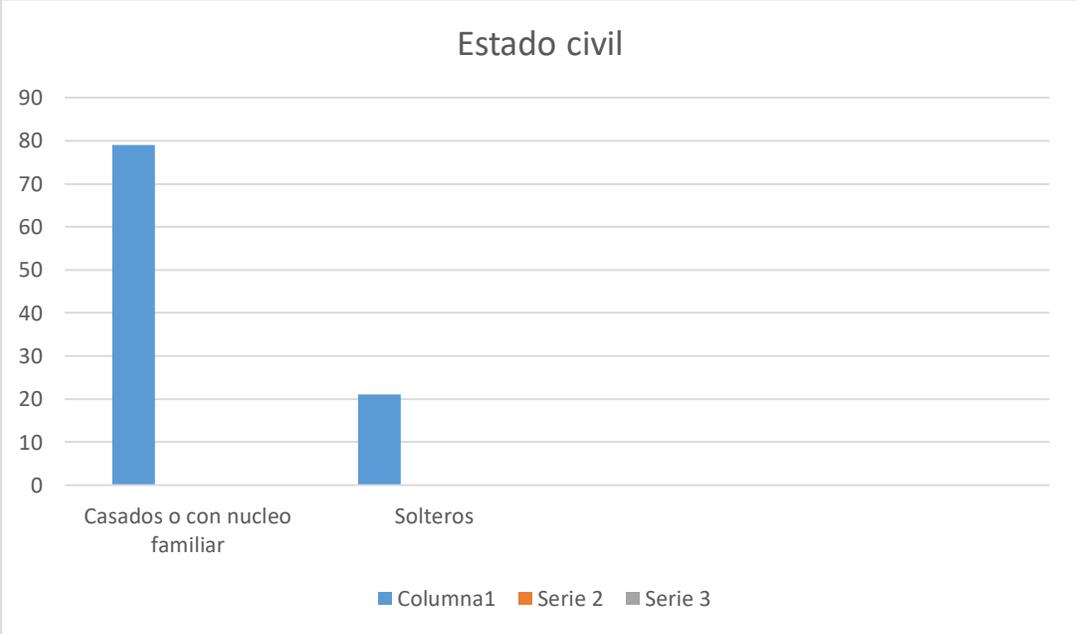


Gráfico 3

El 79% de las personas de los alrededores de este sector son casadas razón por la cual nos favorece ya que nuestros productos son para toda la familia.

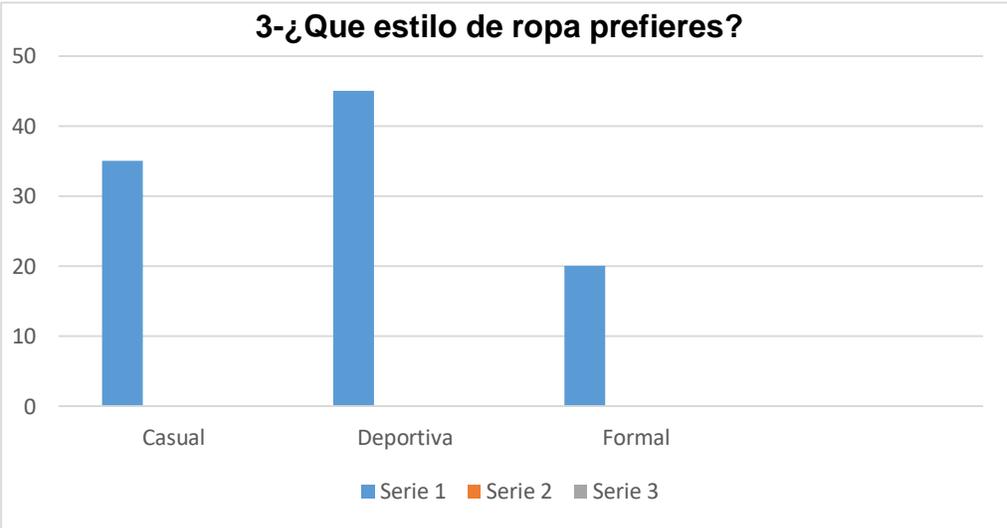


Grafico 4

En un 45% las personas que encuestamos prefieren ropa casual porque es la más usada para más ocasiones.

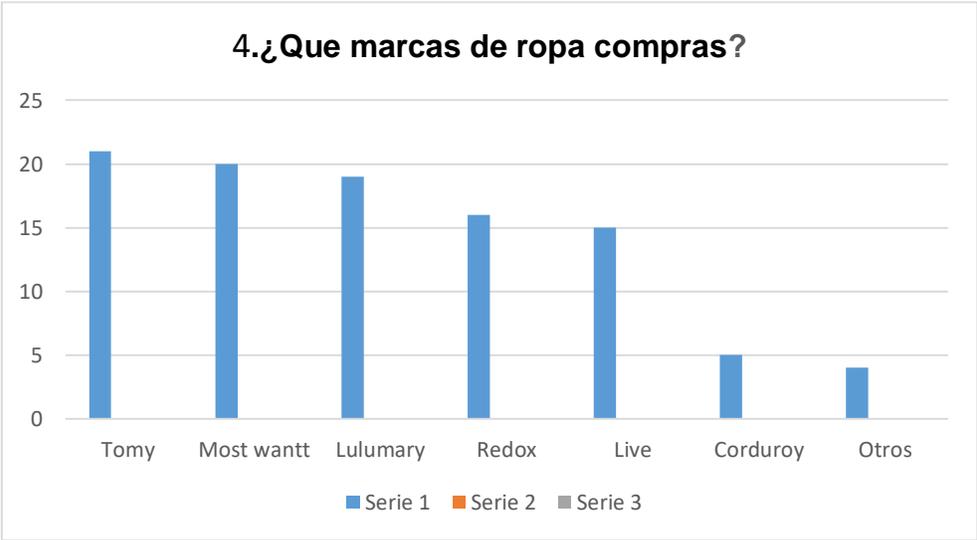


Grafico 5.

La marca tomy un 25%, es la que tiene más demanda en el mercado por su contextura ya que dicen que es gruesa y es más duradera. La marca most want 20% porque sus características son similares a la marca tomy y es su precio es más accesible.

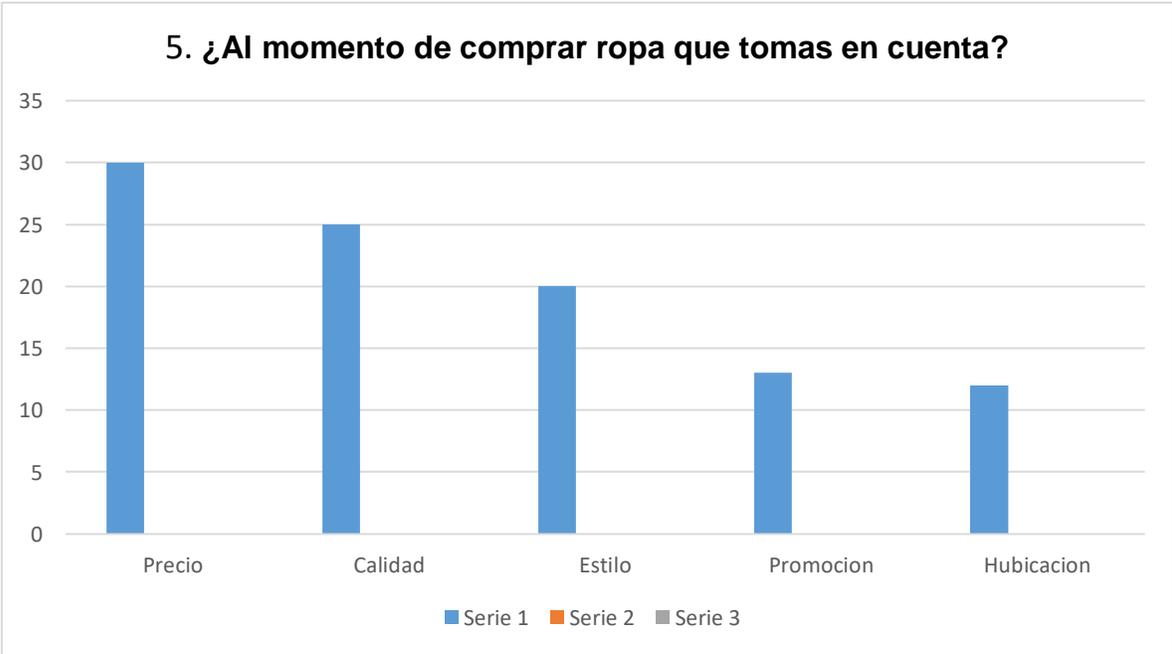


Gráfico 6

Nuestros clientes potenciales en un porcentaje del 30% toman en cuenta el precio y en un 25% la calidad el estilo en un 20% la promoción en un 14 %y la ubicación en un 9% arrojo nuestras encuestas

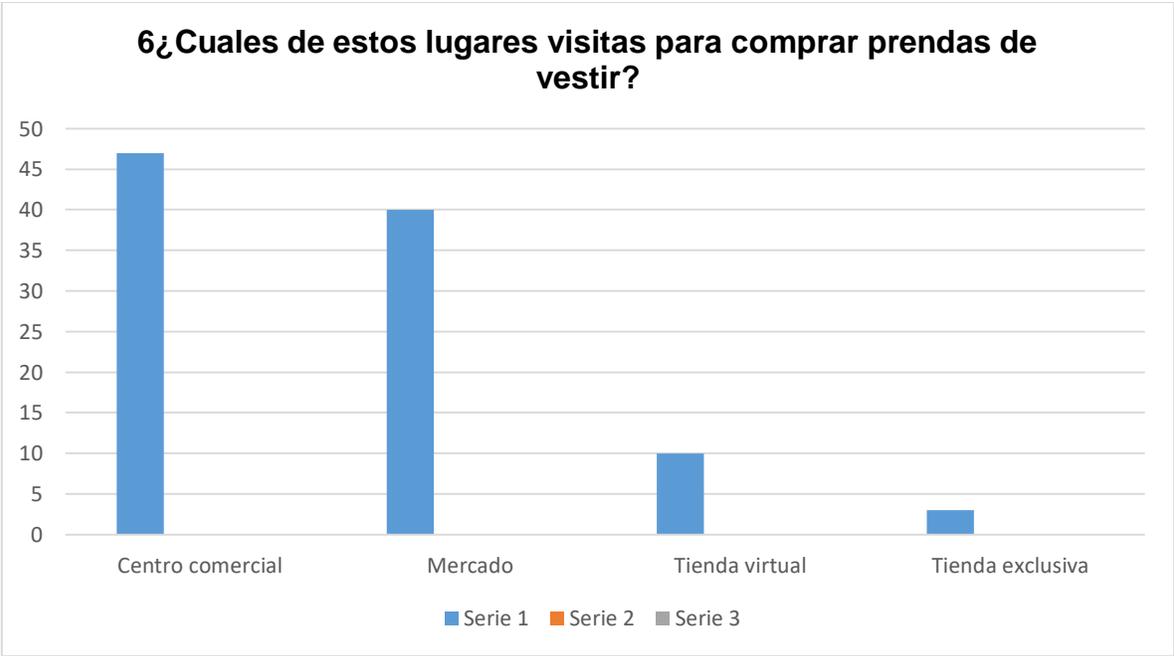


Grafico 7

Los lugares más visitados son centros comerciales con un 49% porque dicen que ahí encuentran todo en un solo lugar y aunque su precio sea un poco más alto, pero existe mayor comodidad y seguridad.

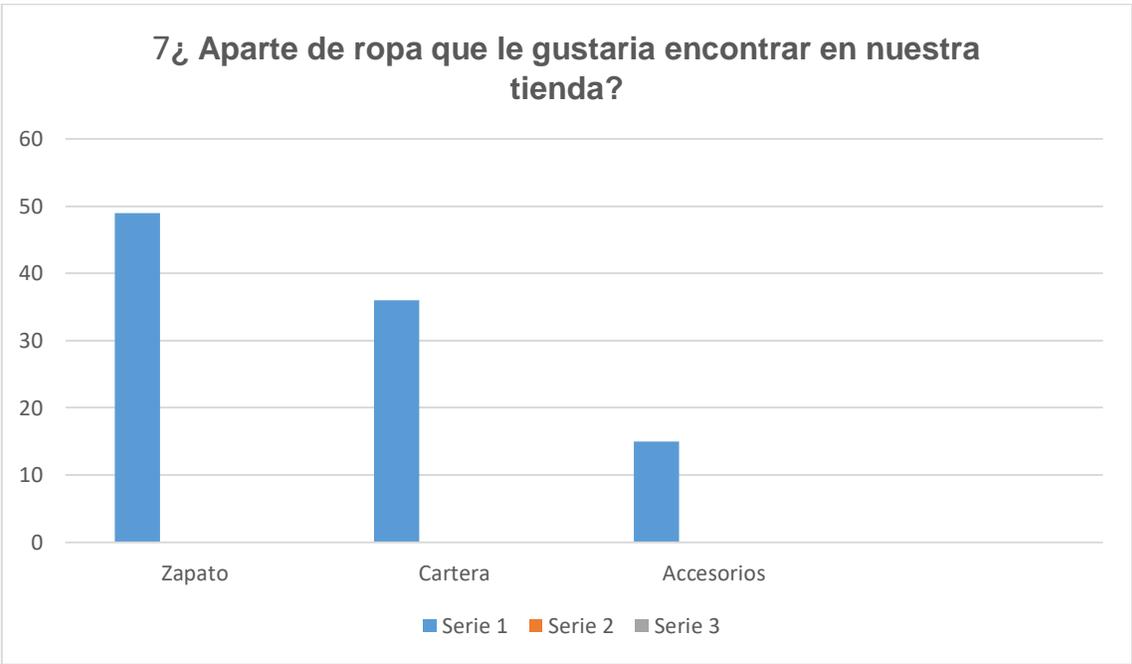


Gráfico 8  
En un 49% las personas nos indicaron que les gustaría encontrar también lo que es calzado y en un 37 % carteras.

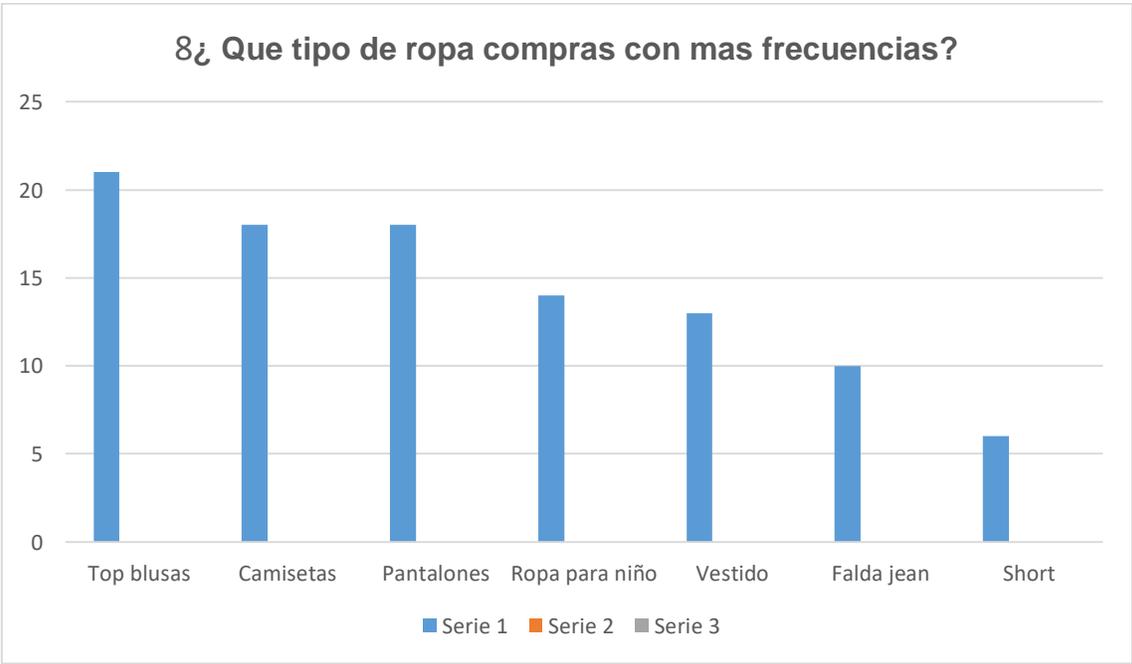


Grafico 9  
Nuestros futuros clientes compran más lo que son blusas 25% camisetas 18% y pantalones 20% según ellos es lo más usan.



Grafico 10

Según la encuesta dicen las personas que por medio de una página web en un 40% prefieren ver nuestras promociones, publicidad y descuentos.

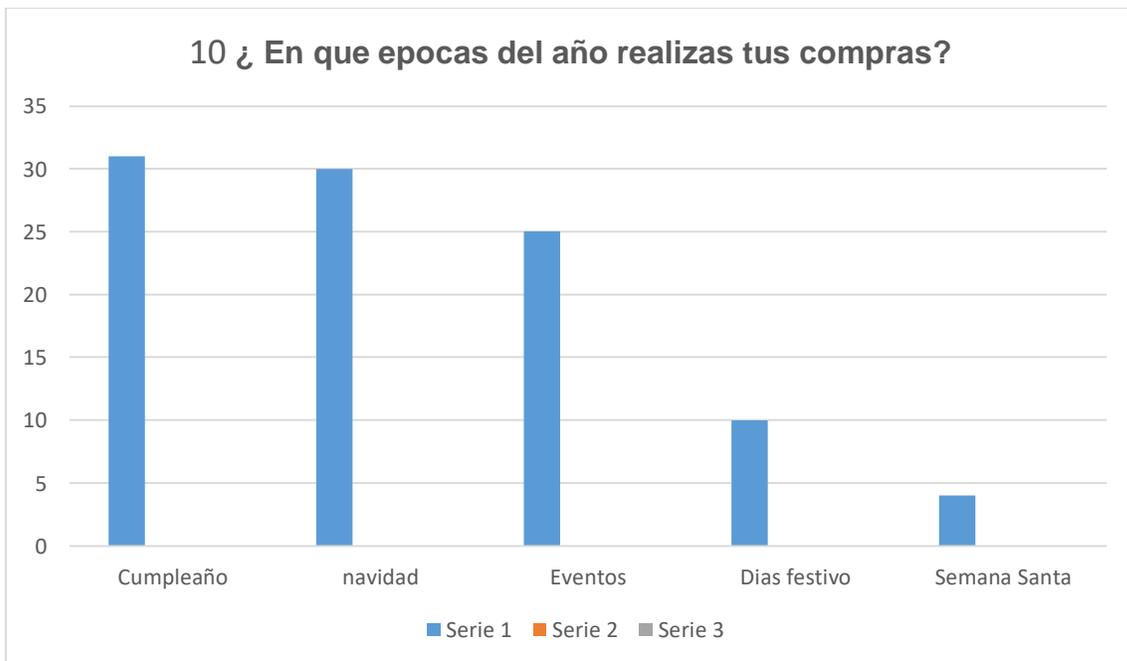


Grafico 11

El 33% de los encuestados mencionan que ellos compran sus prendas de vestir en cumpleaños mientras que el 30% realiza sus compras en época navideña.

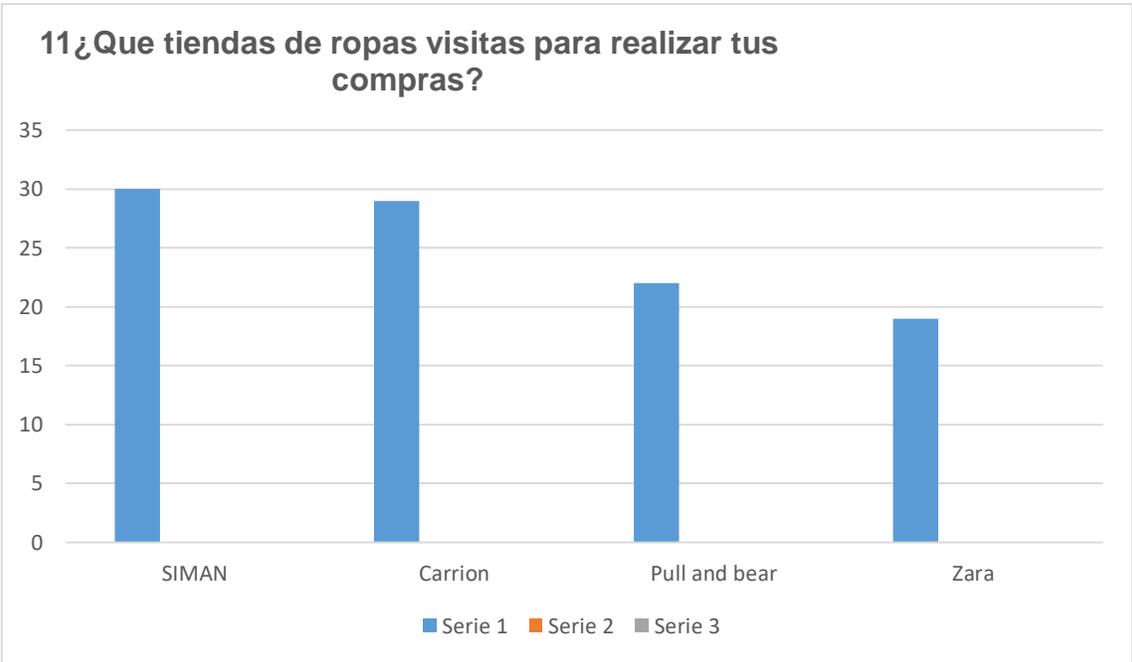


Grafico 12

El 30% de los encuestados compran en SIMAN y 28% en Carrión.

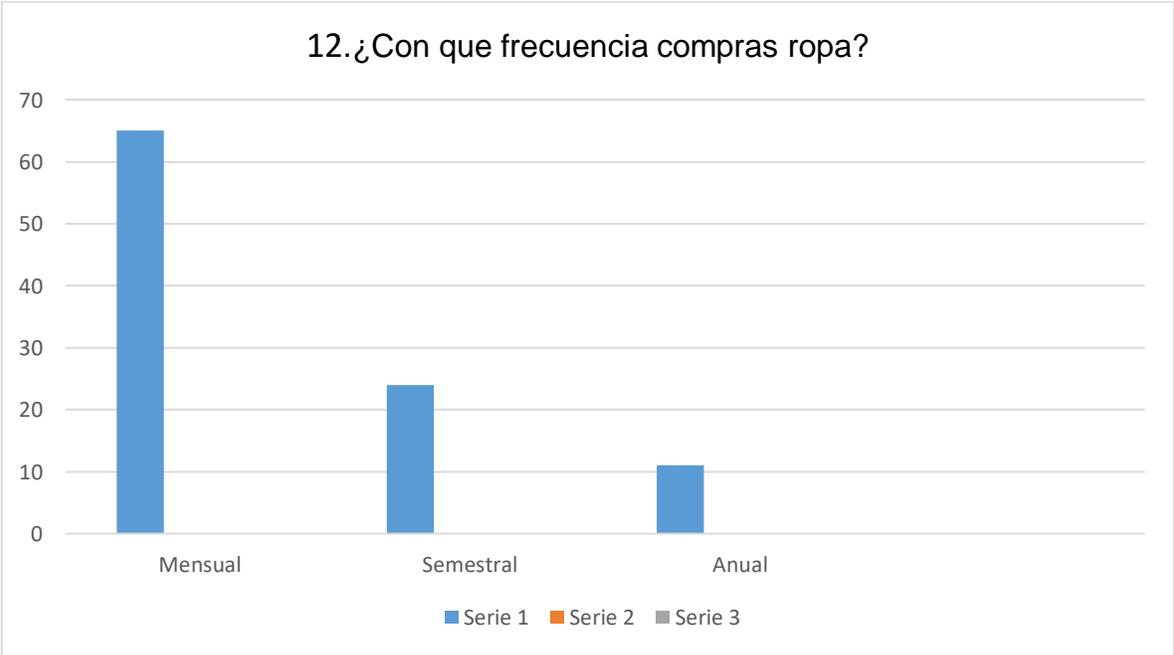


Grafico 13

El 69% de nuestros futuros clientes potenciales compran mensualmente.

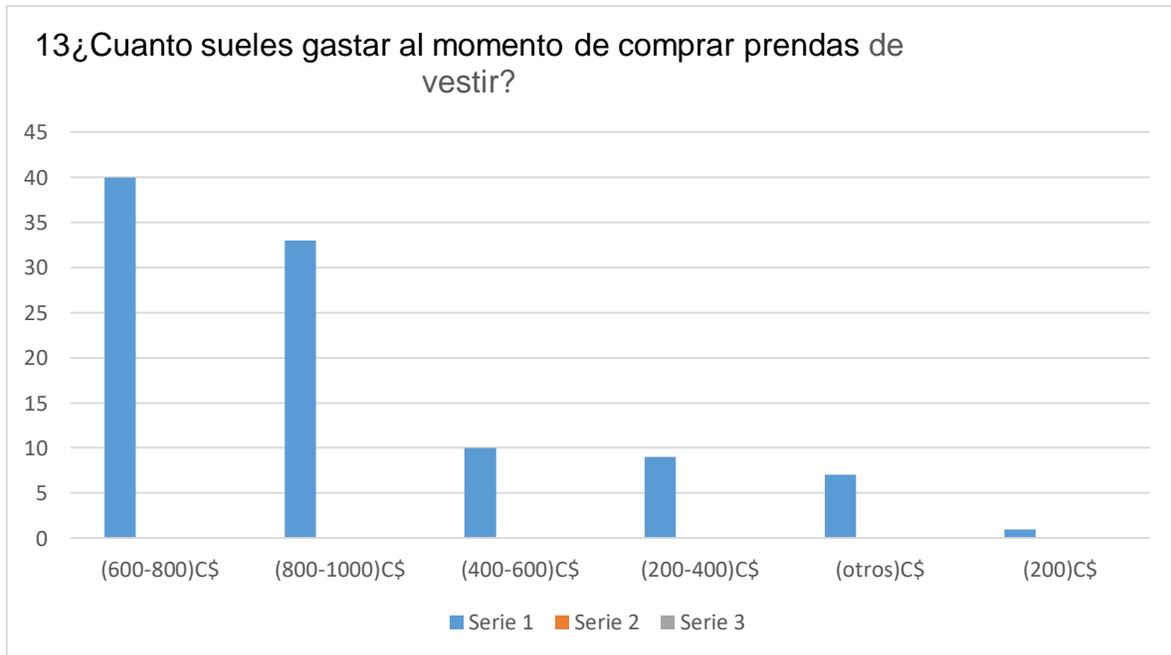


Grafico 14

Nuestros futuros clientes potenciales suelen gastar entre 600 a 1000 córdobas como mínimo mensualmente eso nos beneficia a nosotros como tienda.

### Limitaciones

- Falta de datos disponibles y/o confiables.
- Implementación del método de recolección de datos.

### **3. Plan de marketing**

Al ser una nueva empresa en el mercado en la industria de la moda, se establecerán políticas de introducción del producto con el objetivo de analizar el comportamiento del mercado y de los consumidores, para generar acciones que nos ayuden a retener y fidelizar a los clientes mediante la satisfacción de sus necesidades en el buen vestir de las personas.

#### **Política de producto.**

Los productos de la empresa INVENTIVA se basan en prendas elaboradas en los extranjeros empleando en su elaboración telas, cuero, poliéster, algodón, seda, satinada, otros obteniendo de esta manera productos de calidad y confort que garantizaran ahorros en la economía del cliente porque son de calidad de una duración razonable precio-calidad.

#### **Política de precios, descuentos y condiciones.**

- No se pagará bonificación al personal del trabajo solo su cuota acordada.
- Nuestros precios por prendas serán similares a los de la competencia con la diferencia que brindaremos asesoramiento de imagen gratis.
- El precio que ofreceremos será el siguiente (de 400 a 1,100 C\$ )
- Tendremos sistemas de apartados.
- No hay devolución de mercancía después de dos días de entregado.

**Costos Variables**

<b>costos variables acondicionar INVENTIVA</b>			
Artículos	Cantidad	Costo unitario	TOTAL
Silueta 6	6	C\$ 90	C\$540
Percha.5 doc.	60	C\$ 10	C\$600
Vitrinas 1	1	C\$6,650	C\$6,650
Maniquí 3	3	C\$1,000	C\$3,000
Perchero 2	2	C\$1000	C\$2,000
Espejos para pared 1	1	C\$410	C\$ 410
Mueble para caja	1	C\$2,800	C\$2,800
Gran total			C\$16,000

Tabla 10.

Fuente: Elaboración propia

**Costos Fijos:**

<b>Costos fijos</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Costos en córdobas.</b>
Renta local	2000.00
Energía	300.00
Agua	200.00
Publicidad ( Pagina web)	175.00
Internet	900.00
Teléfono	500.00
Salario(4x3000.00)	12,000.00
INSS laboral 7%	840
INSS Patronal 21.5%	2,580.00
Inatec 2%	240.00
Indemnización 8.34%	1000.80
Vacaciones 8.34%	1000.80
Treceavo mes 8.34	1000.80
<b>Costos fijos total</b>	<b>22,737.40</b>

Tabla 11.

Fuente: Elaboración Propia.

**Política de distribución.**

- No se aceptan devoluciones solo cambio en tiempo máximo de dos días después de haber sido entregado el producto.
- Aceptamos pagos en efectivo (córdobas y dólares) tarjetas de créditos.
- Ofrecemos servicio de sistema de apartado.
- Daremos descuentos a compras mayores de 2 piezas.
- Envíos por delivery tendrá un costo adicional de 60 córdobas de 1 a más prendas.

**Sistema de distribución.**

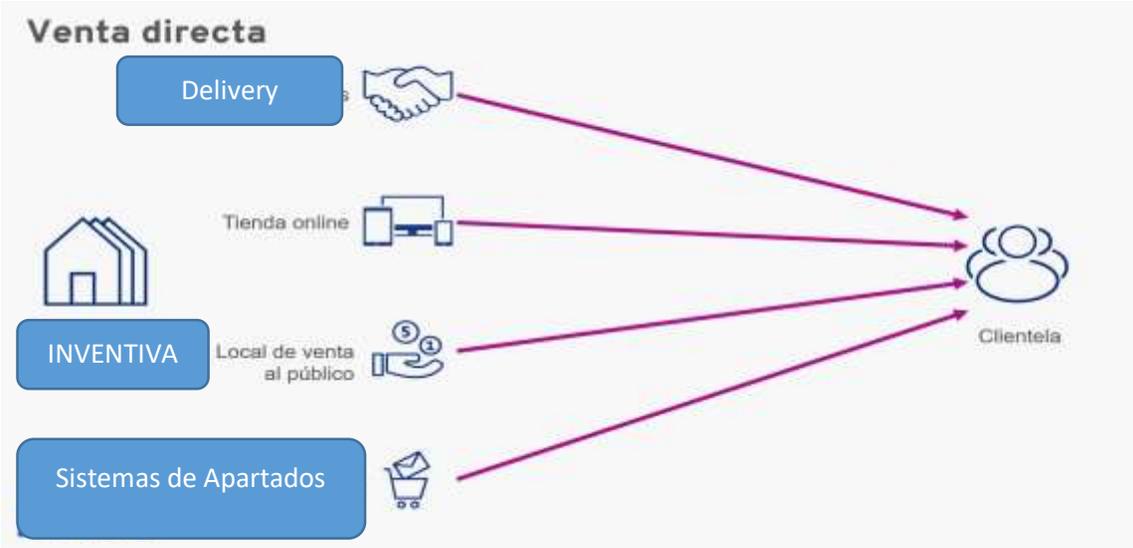
Nuestra tienda INVENTIVA estará ofreciendo nuestros productos a clientes al detalle consumidor.

Utilizaremos el sistema de distribución corto al consumidor final desde nuestro establecimiento y por medio de nuestra página web, Facebook, instagram y whatsapp.

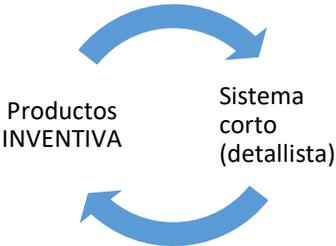
**¿Por qué seleccionó este sistema?**

Hemos seleccionado este sistema considerando que es la manera más fácil de vender nuestro producto y relacionarnos directamente con los clientes para conocer las diferentes inquietudes que tengan entorno a los productos que les estamos ofreciendo.

**Diseño de distribución**



**Para clientes directos sistema cortó.**



**Responsable de cada paso de la cadena de distribución**

- ✚ Responsable de compra: gerente
- ✚ Coordinador: asesor de imagen
- ✚ Ventas al detalle. (Asistente de mercadeo 1 y 2)

**ANALISIS DE VENTAJAS Y DESVENTAJAS**

Estrategias	Ventajas	Desventajas
Fijación de precios promocionales	Reducir los precios temporales para incrementar las ventas (descuentos)	Esto crearía una batalla con nuestros competidores corriendo el riesgo de que los consumidores solo nos compren cuando haya promociones.
Fijación de precios para penetrar al mercado	Fijaremos un precio bajo al de los competidores con el fin de atraer la mayor cantidad de compradores.	no podremos ver una cantidad de utilidad importante y esta puede afectar la imagen de INVENTIVA
Fijación de precio para calcular el nivel más alto del mercado	Logramos identificar que hay una gran cantidad de clientes que pueden adquirir el producto a un precio alto	Esta estrategia nos genera una venta menor del producto.
Fijación de precio basada en el costo	Establecemos esta fijación para así lograr un precio estimado que no sea favorable en cuanto a tener un grado de ganancia.	Fijar precio muy baja que no cubra con el costo realizado de esta manera se obtendría perdida en vez de ganancia

Tabla 12.

Fuente: Elaboración propia

## 14.1 Estimaciones económicas

### 14.2 Previsión de ventas.

La micro empresa INVENTIVA S.A. las tareas del departamento de ventas serán llevadas a cabo por los responsables de marketing.

Consideraciones para las ventas:

1-No se pagarán comisiones a los vendedores, ya que son los mismos dueños de la empresa los que se encargarán de esta función.

2-No se ha previsto ninguna bonificación para el vendedor por volúmenes de ventas.

3-La estimación de venta obedece al punto de equilibrio siendo este el objetivo a alcanzar durante cada mes del primer trimestre mientras se invierte en el posicionamiento y reconocimiento de la marca. Cuando se determine de forma más precisa los niveles de ventas y se elabore la evaluación financiera se determinará el volumen real de las ventas.

### 14.3. Punto de equilibrio

- El precio para obtener mis productos es de 569,655.00 Córdobas mensual
- El porcentaje de ganancias en INVENTIVA será del 40% para mayoristas estas serán las personas que nos compren ropa por docenas mientras que para minoristas; los que compran al detalle por ejemplo 1 o 2 prendas será del 70%.
- El precio de venta será de 797,517.273 Córdobas en el mes.
- El punto de equilibrio es del 68% esto significa que del total de mercancía de la empresa mensualmente tengo que vender esta cantidad.
- El precio de venta del consumidor final es de 1, 036,772.4549 esto equivale al 70% más del costo total de la obtención del producto en nuestra empresa, ya que nosotros como empresa tendremos ganancias del 40%; mientras que el vendedor minorista tendrá una ganancia del 30%.

## Resultados previstos

Se llega a la conclusión que se necesita vender al menos 86% de la mercadería total mensual para poder cubrir el total de los costos fijos y variables del proyecto, es decir, que en este punto no hay pérdida ni ganancia alguna, esto es parte de las estrategias de introducción y posicionamiento en el mercado que han sido establecidas para nuestra empresa.

## 15 Conclusión

Las estrategias a utilizar en el área de Mercado serán diferenciadas combinadas con Marketing Mix para cada uno de los objetivos destacados, ofertando un servicio que satisfaga las necesidades de cada segmento.

Nos daremos a conocer a través de las redes sociales utilizando también las diferentes ferias organizada en centros de conveniencia, etc.

Se busca penetrar al mercado utilizando varias estrategias como los descuentos a partir de tres piezas y sistemas de apartados, motivando así a nuestros clientes para nuevas compras.

# CAPÍTULO III

# OPERACIONES

## 1. Objetivos del área de producción

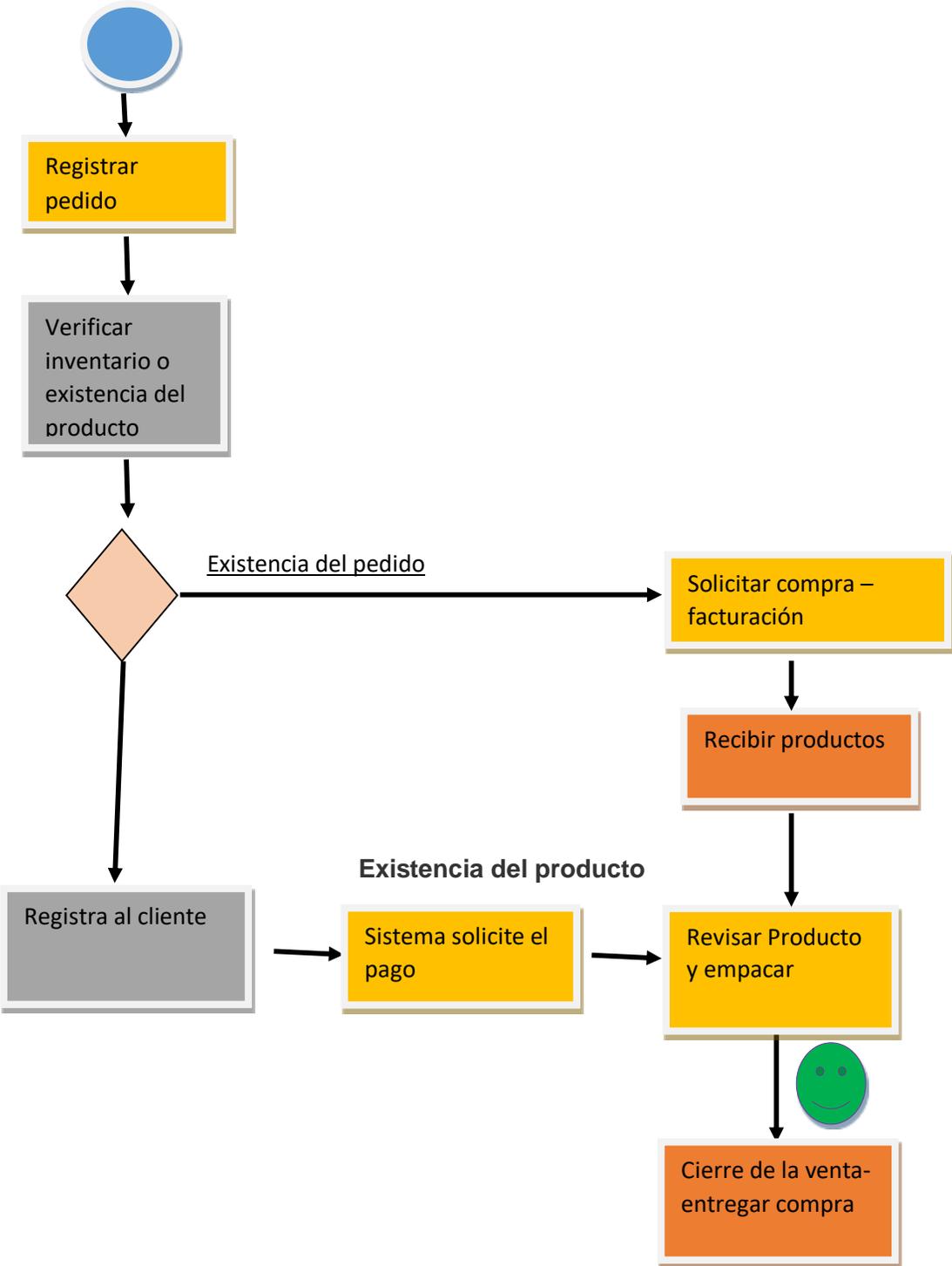
- **Objetivo a corto plazo:** Comercializar ropa de dama, caballeros y niños con un volumen de 1,800 unidades en total, por mes.
  
- **Objetivo a mediano plazo:** Incrementar los niveles de comercialización en 1836 de prendas de vestir mensuales, equivalente a un crecimiento del 2%.
  
- **Objetivo a largo plazo:** Incrementar los niveles de comercialización en 1946 unidades de prendas de vestir mensuales, equivalente a un crecimiento del 6%.

## 2. Especificación del producto

Nuestro prendas se adecuaran a las temporadas y días fechas festivas en el país, se empacaran en bolsas de cartón para aportar un poco al medio ambiente, las cuales llevaran etiquetas que contenga el nombre de la tienda para darle un publicidad.

### 3. Descripción del proceso de producción

Diagrama de actividades



#### 4. Diagrama de Flujo de Proceso

El diagrama de procesos se elaboró con la intención de establecer la secuencia de actividades que pertenecen al proceso de ventas delivery, desde la selección de las prendas y toda la logística relacionada con el recibimiento de los pedidos de los clientes hasta la entrega final.

No	Descripción	Tiempo (min)	○	⇒	⊔	▭	▽	Observaciones
1	Publicar oferta de prendas en redes sociales.	30	○					Se publicaran en Facebook.
2	Atender pedidos de productos.	5	○					
3	Alistar productos a entregar.	10	○					
4	Establecer acuerdo de entrega	5	○					El acuerdo depende de cómo quiera el cliente recibir su producto, ya sea visitando la tienda o por entrega.
5	Trasporte de pedido.	40		⇒				
6	Verificar entrega de pedido.	5	○					
	<b>Total</b>		<b>1.35 horas</b>					

Tabla 13.

Fuente: Elaboración propia

El proceso comienza con la publicación de las prendas en la red social Facebook, se continúa con la revisión de los pedidos tratando de tener un trato amable con nuestros clientes con el objetivo que se sientan a gusto con nuestro servicio.

El diagrama completo toma 1.35 horas en completarse y se espera reducir los diferentes tiempos de las actividades a un mínimo que optimice el tiempo y recursos mejorando la eficiencia y en especial los tiempos de respuesta ante los clientes.

#### **4. Equipos E Instalaciones**

La empresa Inventiva contara de una Tienda en donde se van a almacenar y vender los diferentes productos y para que los clientes que quieran visitarla tengan la oportunidad de ver la oferta de productos presencialmente y puedan probar los productos que deseen.

<b>Equipo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>marca</b>
Computadora portátil	1	DELL
Internet	10 mb	IBW
Teléfonos	1	Huawei
<b>Oficina</b>		
Escritorios	1	
Impresora	1	HP
sillas	3	

Tabla 14. 35,7000 córdobas

Fuente: Elaboración propia.

Para brindar y atender a nuestros clientes en línea, inventiva contara con las herramientas y equipos tales como: computadora portátil, internet y teléfonos (estos últimos a pagos mensuales) y energía eléctrica con pagos mensuales también.

Todos los equipos y herramienta serán inspeccionados para dar su debido mantenimiento, cada mes o dos para evitar su deterioro.

Inventiva contara con tecnología de punta para la seguridad de la empresa en sus registros contables y también para la seguridad y confianza de nuestros proveedores y clientes.

Empleara un **sistema de punto de venta para facturación e inventario** es un software que permite facturar y llevar el control del inventario desde los pedidos a los proveedores y además maneja los costos para cada artículo. El sistema también facturara electrónicamente.

Los clientes verán el nombre del negocio, la dirección y número de teléfono, todas las compras y la política de devoluciones. El software de punto de venta (POS por sus siglas en inglés) cubre estas necesidades, además de mantener un registro de inventario, impuestos y otras necesidades de la contabilidad.

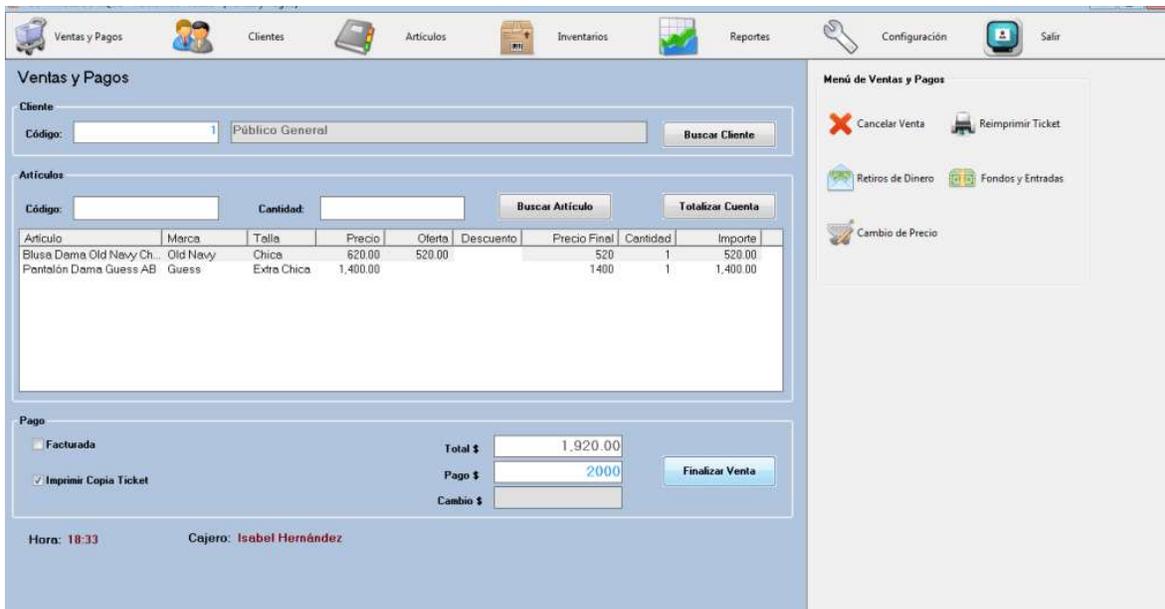


Ilustración 7.

## **5. Materia prima**

En este caso de INVENTIVA el abastecimiento será por medio de la compra directa del producto terminado verificando la calidad con la cual está elaborado, por consiguiente, la materia prima e insumos básicos son todas las prendas de vestir que se van a comercializar en la misma.

Donde existen varios proveedores que son importadores directos de mercadería, algunos de ellos importan directamente desde Canadá, EEUU, Honduras y Panamá, de donde se puede adquirir toda la mercadería necesaria para satisfacer la demanda de la tienda INVENTIVA.

### **Necesidades de materia prima**

Inventiva es una tienda de ropa que presta un servicio de venta tanto presencial, como en línea en las distintas redes sociales.

A continuación, describiremos brevemente los insumos necesarios que usa inventiva para brindar su servicio en ambas líneas.

- Herramientas y equipos descritos anteriormente
- Insumos como la mercancía en inventario:

#### **5.1. Identificación de proveedores y cotización**

Los proveedores son un factor clave para el ejercicio de la empresa. Es por esto que se analizaron una serie de factores para la elección de los proveedores, dichos factores se muestran a continuación:

- ✓ Tiempo de experiencia en el mercado.
- ✓ Calidad en las prendas de vestir.
- ✓ Puntualidad en la entrega de las prendas.
- ✓ Facilidad de negociación.
- ✓ Precio.

- ✓ Ubicación en la ciudad de Managua.

A continuación, se hace una descripción de cada uno de los proveedores:

**Boutique Bella Moda:** Se dedicará a la distribución de ropa para damas y caballeros, ofreciendo buenos precios al por mayor y outfits de moda.

**Gema Moda:** Venta de ropa al por mayor, importadores directos de marcas posicionadas en el mercado.

**Variedades Aaron:** Ofrecen Variedad de Ropa de Dama, niños y Caballeros, al por mayor.

## 1.2. Compras

La empresa INVENTIVA tiene como productos prendas de vestir para damas, caballeros y niños con diseño casuales y formales para las distintas actividades. El proceso completo que se ofrece es la selección del producto, seguido de la compra, la venta, el pago, el acuerdo de entrega y la entrega final del producto. Para tener un control adecuado de las prendas que se venden se evaluarán una serie de especificaciones técnicas para ordenar y llevar un registro adecuado de los inventarios. A continuación, se muestran las fichas técnicas de los productos:

### Fichas técnicas pantalón de dama.

Nombre del Producto	Código del producto	Tallas	Funciones del producto	Color
Pantalón	Pantalón (dama)	Pequeño (3/4,5/6)  Mediano (7/8,9/10)	Calidad de tela y marca	Azul Negro Celeste Beige

		Grande (13/14,15/16)		Blanco
--	--	-------------------------	--	--------

Tabla 15.  
Fuente: Elaboración propia.

**Fichas técnica pantalón hombre.**

Nombre del Producto	Código del producto	Tallas	Funciones del producto	Color
Pantalón	Pantalón (hombre)	30,32,34,36,38	Estas prendas son reconocidas por su comodidad y resistencia.	Azul Negro Celeste Crema

Tabla 16.  
Fuente: Elaboración propia.

**Fichas técnica de camisas de hombre**

Nombre del Producto	Código del producto	Tallas	Funciones del producto	Color
camisas	Manga larga Corta Sport camiseta sudaderas	Pequeño (S) Mediano (M) Grande (L) Extra grande (XL)	Esta prenda brinda elegancia y seguridad	Blanco Verde Azul Café Amarrillo Celeste Roja Crema Rosada

Tabla 17.

Fuente: Elaboración propia.

## **2. Capacidad instalada**

Respecto a la capacidad instalada de inventiva, siendo una tienda que trabaja 8 horas diarias en la empresa y más de ocho horas ventas virtuales, y teniendo alcance a cientos de personas en las redes y variando en las temporadas en las que hay más demandas (verano, festividades), que en días normales.

Tomando en cuenta también que contara con un personal de 5 personas que atenderán a los pedidos en línea y compras presencial a la tienda

Se espera tener una capacidad instalada de productividad o comercialización de venta de 50 prendas de mujer, 20 prendas para caballero y 50 unidades de niño diariamente, siendo a la semana 960 unidades de prendas de vestir y 3600 al mes; que es factible de distribuir por nuestro equipo, aunque al principio sólo vamos a utilizar un porcentaje menor de crecimiento del 2%, de prendas en el primer mes y se va a tener un crecimiento mensual gradual, hasta alcanzar una comercialización de 5000 (en el largo plazo).

### 3. Ubicación de la empresa

La metodología empleada para la selección de la ubicación de la empresa que se desarrollará en el proyecto, se inició con una recopilación de cotizaciones de lugares factibles. De estas surgieron alternativas las cuales posteriormente fueron valoradas en función de los siguientes factores:

1. Espacio.
2. Afluencias de personas.
3. Céntrico.
4. Costos.

Será en carretera Masaya en el centro comercial Plaza Once, kilómetro 11.

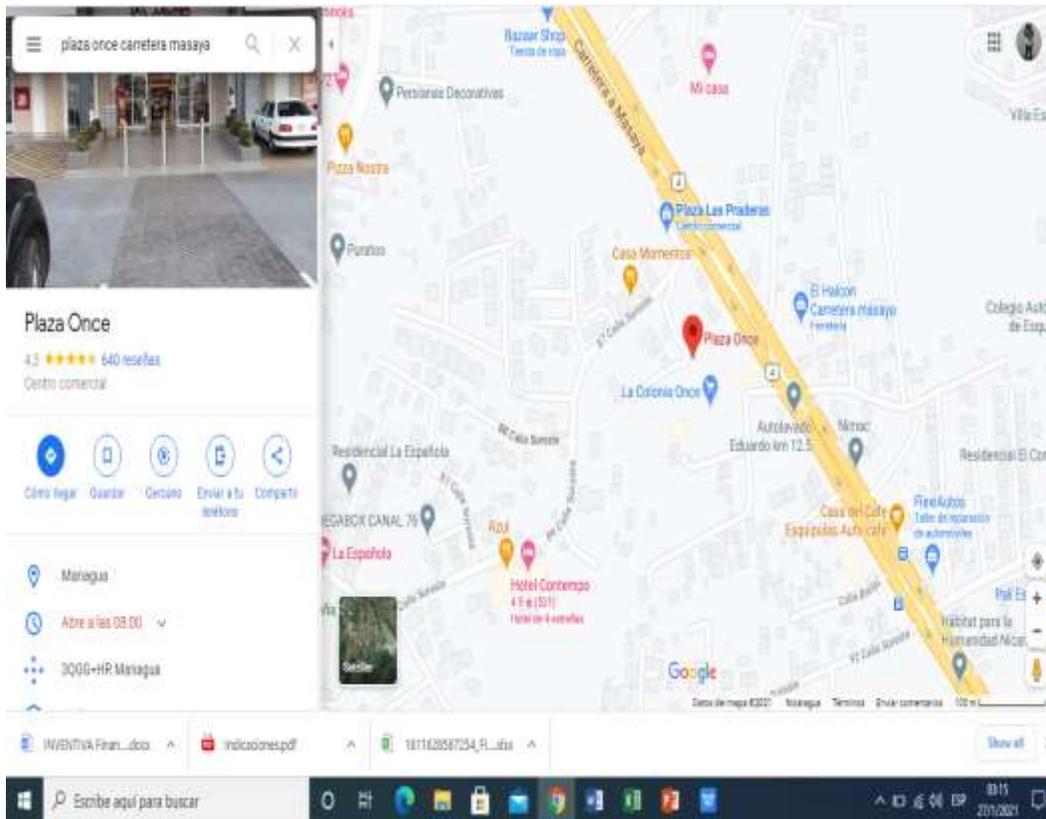
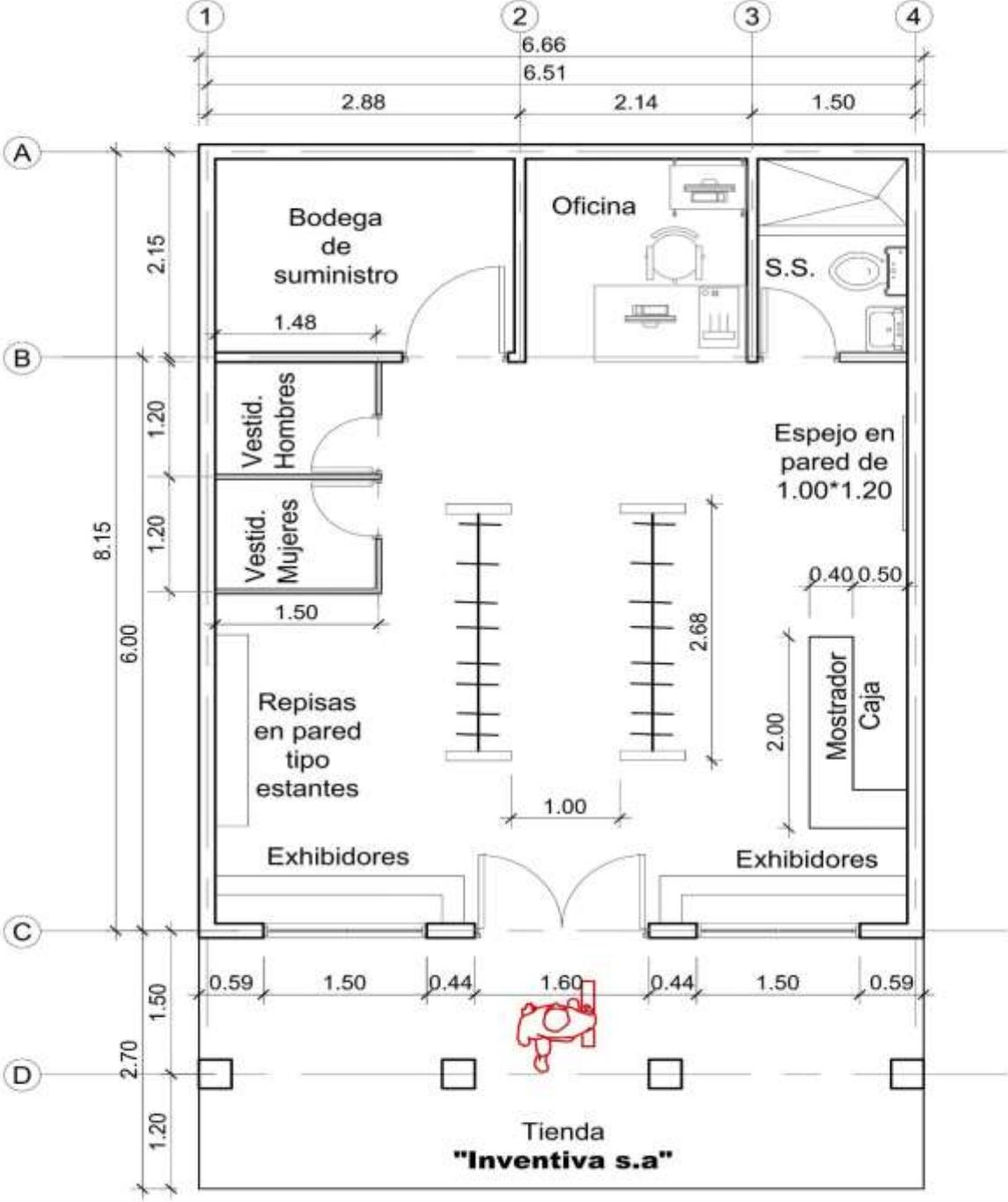


Ilustración 8

4. Distribución de la planta y oficinas



## **5. Mano De Obra Requerida**

Para el funcionamiento inicial de la empresa se debe contar con personal calificado y con un grado de experiencia en comercio, se necesita de dos personas que le pueda dar un seguimiento adecuado a cada uno de los canales de atención y pueda determinar estrategias de mejora a partir de la experiencia en la interacción con los clientes. Estas personas tendrán el cargo de Asesor de ventas y se le pagará un salario mínimo mensual vigente y se le otorgaran todas las prestaciones establecidas por la ley. Además, es necesario contar con alguien que se encargue de los procesos logísticos en cuanto a relación con los proveedores, transportes, manejo de inventarios y pedidos entre otros. Finalmente, el gerente general se encargará de tomar las decisiones estratégicas que permitirán el crecimiento continuo de la empresa y garantizar la supervivencia de la misma en el mercado.

<b>CARGO</b>	<b>NUMERO DE PERSONA</b>
Asesor de ventas	2
Bodeguero	1
Gerente general	1
Cajero	1
TOTAL	5

Tabla 18.

Fuente: Elaboración propia.

## **6. Planes de mejora continua**

En aspiraremos a alcanzar un nivel de excelencia en sus procesos internos y en los modelos de diseño, distribución y comercialización de nuestros productos.

- Mantener estrechas relaciones mas no dependencias con los proveedores. Estos serán la clave para mantener siempre a disposición las mercancías y estén a tiempo.

- Mantener y fortalecer la agilidad y optimización del servicio a la hora de las entregas de los pedidos.
- Mantener a toda la organización actualizada de las tendencias de la moda y en constante preparación
- INVENTIVA, mantendrá el compromiso de preparar a su personal para mantener una buena relación y logre fidelizar a sus clientes.
- Mantener la búsqueda de mejores productos y de calidad para la satisfacción de los clientes.
- Invertir en el local, mejoras y en pro de la ampliación de las misma.

## **7. Programa de producción**

1. Se rentará el local en centro comercial Plaza Once, kilómetro 11 y se realizaran las remodelaciones correspondientes según el plano mostrado en el inciso 3.13
2. Realizar instalación de los estantes y espejos, más los mostradores y vestidores.
3. Adaptación de bodega y oficina
4. contratación adicional temporal, para la adaptación e instalación de iluminación en los estantes, sistemas de inventario y facturación
5. Seleccionar a los proveedores de acuerdo a la calidad del producto, precio, entrega a tiempo al local.
6. Conseguir financiamiento para fortalecer y asegurar la apertura de la empresa
7. Comenzar a trabajar siguiendo el diagrama de flujo de proceso.

Número total de días anteriores a la fecha de arranque		
Fecha de arranque 4 de febrero 2021		
<b>actividad</b>	<b>Personal encargado</b>	<b>Periodo</b>
1	Scarleth Estrada	04-7 de enero-21
2	Roger Munguia	07-15 de enero-21
3	Hector Medrano	15 -17 de enero-21
4	Scarleth Estrada	17-19 de enero-2021
5	Jimmy Mendoza	19-23 de enero-21

6	Scarleth Estrada	23-31 de enero-21
---	------------------	-------------------

Tabla 19. Fuente: Elaboración propia.

## **8. Conclusión.**

Tienda INVENTIVA, S.A. por ser una empresa nueva tendrá una capacidad instalada de 5 mil unidades para poder alcanzar nuestras metas establecidas y darnos a conocer a nivel nacional, utilizando las herramientas necesarias. La empresa contará con personal calificado para comercialización de dichas prendas.

# CAPÍTULO IV. ORGANIZACIÓN

## **1. Objetivos del área de organización**

### ***Objetivos A Corto Plazo***

- ❖ En el transcurso de un año Instaurar una organización con principios éticos empresariales con el propósito de crear un clima organizacional, motivado por el empoderamiento de sus trabajadores, orientado hacia los resultados, pertenencia y compromiso, a través de la comunicación, crecimiento y desarrollo y estilos de liderazgo.

### ***Objetivos A Mediano Plazo***

- ❖ En el transcurso de año y medio Instruir al personal de la organización en cada una de las áreas involucradas en el proceso organizacional para el desarrollo y la mejora de los conocimientos, habilidades, conductas y actitudes del mismo en pro de una organización más competente y mejor desempeño de los trabajadores, para adaptarlos a las exigencias del entorno cambiante.

### ***Objetivos A Largo Plazo***

- ❖ En el año dos se pretende Coordinar los recursos humanos logrando de esta manera una mayor eficiencia, alcanzando una mayor productividad dentro de un periodo específico, lo cual implica eficacia y eficiencia en el desempeño individual y organizacional.

## 2. Objetivos por área funcional

#	Funciones de la GERENCIA	
1	Organizar, dirigir y controlar todas las actividades de la empresa.	
2	Realizar planes de mejoras de acuerdo a las necesidades de la organización.	
3	Llamar a reuniones con el personal para valorar los avances obtenidos.	
4	Administrar desempeño y los salarios de los colaboradores.	
5	Realizar compras mensuales.	
6	Analizar los reportes financieros proporcionados por el contador.	
7	Firmar ck bancarios para el desarrollo de las actividades planeadas.	
8	Cotizar precios de las compras que se realizaran	
	Indicador del puesto de gerencia	Promueve la organización y el buen desarrollo de los procesos establecidos en la empresa.
	Resultados esperados	Cumplimiento de metas satisfactoria en el tiempo estimado.

Tabla 20.

Fuente: Elaboración propia.

#	Funciones del ASESOR DE IMAGEN	
1	Evaluar la imagen de las personas	
2	Identificar el estilo a considerar	
3	Planificar y crear el fondo de armario	
4	Acompañar al cliente a la pasarela para brindarle las recomendaciones pertinentes.	
5	Es el encargado de armar los Outfiss.	
6	Organización en presentación de colección.	

7	Es el encargado de estar en la puerta de salida para checar los últimos detalles de cada modelo, al mismo supervisar el trabajo del personal de la música y luces.	
Indicador del puesto asesor de imagen	Garantiza el buen asesoramiento a los clientes	
	Garantiza el funcionamiento adecuado de la pasarela y las modelos.	
Resultados esperados	Clientes satisfechos con el asesoramiento de imagen.	
	Clientes satisfechos al observar los diferentes modelos en las colecciones de vestimentas.	

Tabla 21.

Fuente: Elaboración propia.

#	Funciones del CAJERO	
1	Registra directamente operando en un equipo de computadora las entradas y salidas de dinero.	
2	Realiza arqueo de caja	
3	Recibe ck y dinero en efectivo depósitos bancarios y documentos de valor	
4	Suministra a su superior los movimientos de dineros diario	
5	Custodia el efectivo y documentos de valor	
6	Responsable de cualquier anomalía en su área	
Indicador del cajero	Registra información financiera en orden, de manera efectiva y cumple todos los procesos establecidos.	
Resultados esperados	Fondos de caja ejecutados con forme normativas establecidas.	

Tabla 22.

Fuente: Elaboración propia

#	Funciones del BODEGUERO	
1	Registro y control de inventario en bodega de la empresa	
2	Manejo y control de producto.	
3	Velar por la aplicación efectiva de los procedimientos en la ejecución de las actividades de: clasificación, entradas, salidas y traslados de productos en bodega	
4	Elaborar plan mensual de inventario de productos para fin de abastecimiento	
5	Analizar y comparar información del inventario con la reflejada en el sistema para fines de ajustes en el inventario.	
6	Elaborar informe anual del estado y situación actual de inventario	
7	Controlar y supervisar la actualización en archivo y físico de las salidas y entradas de productos.	
8	Recibir embarques de productos	
9	Ubicar productos en estantes	
10	Registrar entrada y salida de productos	
11	Manejar localización de productos	
12	Limpieza del área.	
	Indicador responsable de bodega	Garantiza el cumplimiento de los procedimientos y manejo efectivo de los productos en bodega.
		Manejo efectivo de la existencia de producto de acuerdo a los procedimientos establecidos.
	Resultados esperados	Inventario en físico y en sistema actualizado de manera efectiva

Tabla 23.

Fuente: Elaboración propia

### 3. Funciones específicas por puesto

#### Gerencia General

Nombre del puesto	Requisitos del puesto	Actividades
<b>Gerencia</b>	1-Organización de trabajo 2-Liderazgo 3-Comunicación afectiva 4-Capacidad para resolver problemas 5-Confiabilidad 6-Experiencia mínima 3 años en trabajos similares.	1-Supervisar el cumplimiento de los procedimientos y tareas asignadas a los diferentes departamentos de la empresa.  2-Realizar actividades de control y seguimiento del personal.
<b>Asesor de imagen</b>	1-Conocimiento amplio e interés por la moda. 2-Iniciativa 3-Ser creativo 4-Experiencia mínima 4 años en su profesión. 5- Vendedor capacitado en prendas de vestir. 6-Capacidad para relacionarse con las personas, 7-Experiencia mínima 2 años.	1-Evaluar la imagen de la persona y analizar su morfología facial y corporal para sugerir las prendas de vestir adecuadas.  2-Identificar el estilo y preferencias personales del cliente.  3- Manejo del uso de la pasarela.  4- Ser ejecutivo de ventas para las diferentes prendas de vestir de la empresa.
<b>Bodeguero</b>	1-Conocimientos en el área de administración e inventario. 2-Microsoft office (word, Excel, power point) 3-Experiencia mínima 3 años de experiencia. 4-Organización y cuidado en el trabajo. 5-Sentido de responsabilidad. 6-Dedicacion de tiempo.	1-Garantizar el cumplimiento de los procedimientos y normativas para el manejo efectivo de la bodega.  2- Manejo de la mercadería en bodega.

	7-Adaptación a los sistemas de archivos de la empresa.	
<b>Cajero</b>	1-Tener conocimientos contables. 2-Trabajo en equipo. 3-Ser amable con los clientes 4-Tener buena presentación 5-Ser organizado.	1-Recepcionar, registrar, custodiar y entregar dinero en efectivo, ck y documentos de valor de manera organizada y efectiva. 2- Garantizar el pago, ya sea en efectivo o tarjeta de crédito del cliente en la empresa.

Tabla 24.

Fuente: Elaboración propia.

#### **4. Métodos de selección**

##### **Clausulas para elaborar nuestros formatos de contratación**

- Las dos partes bien identificadas. Los datos de la persona empleada y los de la empresa y persona física que la representa deben ser correctos y suficientes. Repasa y comprueba que esto sea así.
- Fecha de inicio del contrato. Es importante revisarla bien y que coincida con el tiempo en que se empezó a trabajar. Además, se hará referencia a la duración del periodo de prueba.
- Plazo del contrato. Es decir, qué tipo de contrato se está firmando, si indefinido, temporal, para la formación y el aprendizaje o en prácticas. Si es temporal, se indicará el motivo o la fecha de fin de contrato.
- Labor del empleado. Debe estar especificada la categoría profesional a la que se pertenece y el puesto.
- Cuantía de la remuneración o sueldo. Puede aparecer la cantidad anual o mensual. En este último caso, se indicará si la paga está prorrateada. A veces, se remite a lo estipulado por convenio colectivo. También se especificará la periodicidad del pago.
- Lugar donde se llevará a cabo el trabajo. Es importante especificar el centro de trabajo para saber a qué sede se pertenece, si se hace algún traslado o si se ha reflejado en contrato que la jornada se completa en el domicilio del empleado, por ejemplo.

- Jornada de trabajo. Se especifica si la jornada es parcial o a tiempo completo. En caso de que sea parcial, se fijan la cantidad de horas semanales y el porcentaje que supone de la completa. También se reflejan los días de la semana. Además, puede venir indicado si el trabajo es por turnos.
- Periodo de vacaciones. Se indicará el número de días de descanso remunerado de los que se dispone.
- Firma del contrato. Debe firmarse tanto por parte de la persona contratada como por el representante legal de la empresa.

Persona que se encargará de realizarla	Responsable del área en cuestión
Material de apoyo que se utilizará en el proceso	Manual de trabajo del puesto, Reglamento interno de la empresa, reproductor, cuaderno y lápiz.
Momento en que se llevará a cabo	En el primer mes de haber sido contratado el nuevo colaborador
<b>Costos involucrados</b>	<b>300.00 Córdobas</b>

Tabla 27.

Fuente: Elaboración Propia.

- El proceso de reclutamiento a seguir por su empresa es:

Es un hecho que los trabajadores son uno de los pilares fundamentales de una empresa, la forma de buscar o convocar postulantes será a través de la publicación de anuncios o avisos, ya sea en diarios, Internet, carteles, paredes o ventanas de nuestro local, etc. La ventaja de este método es que podemos llegar a una gran cantidad de personas, mientras que la desventaja es que implica un mayor tiempo y costo; para ello al momento de redactar los anuncios, seremos lo más precisos y específicos posibles en cuanto a los requisitos.

#### 4.4.1. Selección

La forma más común de hacer esta selección es basándose en los currículum vitae de los candidatos. En esta función deben descartarse a los candidatos que no cuenten con la formación adecuada necesaria para el puesto de trabajo o cuya experiencia profesional no sea suficiente. La selección es difícil y ha de asumirse el riesgo de descartar a candidatos que podrían encajar bien en nuestra oferta de trabajo.

Nuestra empresa seguirá el siguiente proceso:

- Seleccionar los currículos
  - Aplicar pruebas de conocimientos específicos
  - Hacer pruebas psicológicas (para conocer el comportamiento y las actitudes de los candidatos).
  - Entrevistas personales
  - Selección final de los candidatos
- Método que utilizará (quién aplicará el examen, quién realizará la entrevista, etc.) y los costos Relacionados:

#### 4.4.2 Contratación

Una Vez que hayamos elegido al candidato más idóneo, pasamos a contratarlo, es decir, a firmar junto con él un contrato en donde señalemos el cargo a desempeñar, las funciones que realizará, la remuneración que recibirá, el tiempo que trabajará con nosotros, y otros aspectos que podrían ser necesario acordar.

- Defina el tipo de contrato que utilizará en la empresa, así como los aspectos laborales que debe considerar.

##### *Tipo de contrato:*

El contrato de trabajo será dependiendo de las circunstancias o necesidad, en la que se vaya a incurrir, si de manera indefinida o por un tiempo determinado, sobre todo en las temporadas (verano, navidad, etc) , donde tendremos mayor demandas y haya la necesidad de incluir más personal.

##### Aspectos laborales a considerar:

- Su pago se realizará de manera quincenal de acuerdo al código laboral vigente en nuestro país.
- Sus prestaciones sociales (vacaciones, aguinaldo, indemnización, antigüedad).
- Pago de seguro laboral (INSS)
- Tendrá permiso de salida siempre y cuando sea por fuerza mayor o citas médicas.

#### 4.4.3 Inducción

- En relación con el proceso de inducción de su empresa defina:

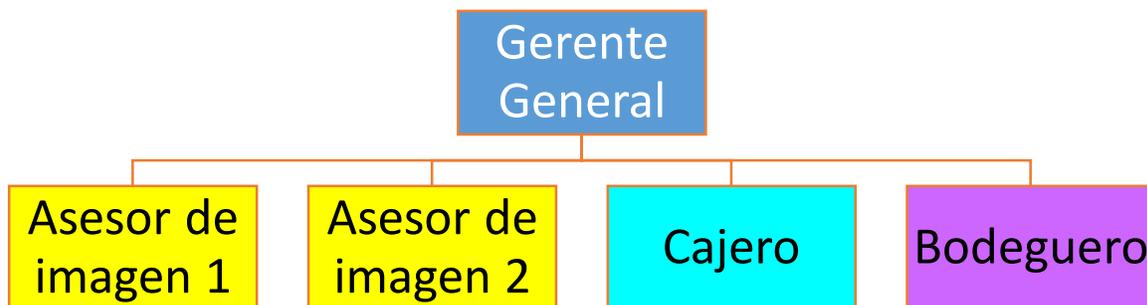
Persona que realizará la inducción:

- La inducción al personal la realizaremos nosotros mismo.

Proceso de inducción que se seguirá

- Primero la bienvenida a nuestra empresa, recorrido por la Tienda, proceder a orientarle, ubicación, y supervisión durante el período de desempeño inicial, objetivos, estrategias, metas, indicaciones sobre disciplinas dentro de la empresa.

### 5. Estructura organizacional



## Desarrollo del personal

Defina el programa de entrenamiento y capacitación de la empresa.

Consideramos a los empleados como el recurso más valioso de la organización e invertir en ellos, proporcionándoles continuamente oportunidades para mejorar sus habilidades e incluir aquellas actividades designadas a capacitar y motivar al empleado para ampliar sus responsabilidades dentro de la organización. Desarrollar las capacidades del trabajador, aumentando sus habilidades y cualidades beneficia a la empresa. La capacitación hará que el trabajador sea más competente y hábil. Generalmente, es más costoso contratar y capacitar nuevo personal, aun cuando éste tenga los requisitos para la nueva posición, que desarrollar las habilidades del personal existente. Además, al utilizar y desarrollar las habilidades del trabajador, la organización entera se vuelve más fuerte, productiva y rentable.

## 6. Administración de sueldos y salario

Tabla 28.

Fuente: Elaboración Propia

ITEMS	CARGO	No. Personas	SALARIO MENSUAL	DEDUCCIONES		Total neto a pagar
				INSS LABORAL (7%)	IR	
1	Gerente General	1	C\$10,000.00	C\$700.00	C\$250.00	<b>C\$9,050.00</b>
2	Asesor de Imagen	1	C\$8,000.00	C\$560.00	-C\$50.00	<b>C\$7,490.00</b>
3	Asesor de Imagen	1	C\$8,000.00	C\$560.00	-C\$50.00	<b>C\$7,490.00</b>
4	Cajero	1	C\$7,500.00	C\$525.00	-C\$275.00	<b>C\$8,300.00</b>
5	Bodeguero	1	C\$7,500.00	C\$525.00	-C\$275.00	<b>C\$8,300.00</b>
<b>TOTALES</b>		<b>5</b>	<b>C\$41,000.00</b>	<b>C\$2,870.00</b>	<b>-C\$400.00</b>	<b>C\$36,670.00</b>

### Evaluación del desempeño

#### Relaciones laborales

1. El gerente de la empresa será el encargado de garantizar el trámite y seguimiento de los beneficios sociales, de forma oportuna.
2. Llevarán el registro y el control de todos los datos que intervienen en el mantenimiento y consistencia de la relación laboral con los empleados.

3. Reconocer a los trabajadores que se desempeñen eficientemente y cumplan con las metas establecidas, con entrega de incentivos monetarios y no monetarios.
4. Fomentar la aplicación de los principios de mérito, equidad, igualdad e integralidad, en los procesos de contratación, ascenso, promoción y demás procesos de la relación laboral, asegurando la equidad de género, la no discriminación, por credo, política, raza, religión.
5. Promover y fomentar con base a las leyes laborales, la continuidad, retención y egreso meritorio de los empleados.
6. Asegurar a todos los trabajadores, los trámites relacionados al régimen de seguridad social.
7. Asegurar el cumplimiento de la jornada laboral establecida para los trabajadores, la que podrá realizarse en turnos variables, de acuerdo a las características y necesidades de la empresa.
8. Aplicar el régimen disciplinario establecido en la ley.
9. Garantizar ambientes saludables de trabajo en condiciones de seguridad, que puedan prevenir los accidentes laborales.
10. La empresa asume, controla y actividades de higiene, seguridad y salud ocupacional, de acuerdo a la legislación vigente.
11. Asegurar la participación de los trabajadores.
12. Agilizar los trámites de peticiones individuales o colectivas.
13. El gerente de la empresa dará trámite a las distintas causales de terminación de la relación laboral, de conformidad con la legislación laboral vigente.

#### **4.8 Relaciones de trabajo**

Las relaciones laborales son de gran importancia dentro de la empresa, ya que ello puede percutir no solo a la satisfacción personal del trabajador sino también a la productividad de la empresa por lo que debemos crear un vínculo con nuestros compañeros de trabajo consiguiendo así un ambiente laboral confortable.

Para mantener las relaciones de trabajo fluido y sano se implementará en nuestra jornada laboral el compañerismo, el trabajo en equipo, el respeto, la puntualidad, la asistencia, la honestidad y la buena comunicación.

La comunicación será ascendente es aquella que discurre hacia arriba en la estructura jerárquica de la empresa, permitiendo a los mandos superiores conocer los problemas del personal, facilitando la integración y participación de los trabajadores e influyendo en la adecuada toma de decisiones promoviendo la mejora de la calidad.

Los salarios se darán de manera puntual porque queremos ser responsables con nuestros trabajadores ya que son el sostén de sus familias.

#### **4.9 Marco legal de la organización**

La constitución de la empresa va a ser como sociedad anónima, ya que está constituida por cuatro socios que aportarán una cantidad igual de capital inicial y se van a repartir las utilidades en partes iguales.

Una vez constituidos, esta debemos ser inscribimos ante las siguientes entidades públicas:

- Ante el Registro Público Mercantil como sociedad y como comerciante;
- Ante la Dirección General de Ingresos (DGI) como contribuyente, en donde obtendrá su Número de Registro Único del Contribuyente (RUC) y Documento Único de Registro (DUR);
- Ante la Alcaldía Municipal para gestionar su Matrícula Municipal.

A continuación mostramos Escritura,

## **TESTIMONIO**

**ESCRITURA PÚBLICA NÚMERO VEINTE Y SIETE (27) CONSTITUCION DE SOCIEDAD ANONIMA Y ESTATUTOS.-**

En la ciudad de Managua, departamento de Managua, lugar de mi domicilio y residencia a las Diez y cincuenta de la mañana del día lunes veinte y seis de Agosto del dos mil diecinueve ; Ante mí, **Lic. Carlos López**, Abogado y Notario de la República Nicaragua, debidamente autorizado por la Corte Suprema de Justicia, comparecen los señores: **Scarleth Edith Estrada Córdoba**, quien es mayor de edad, soltera , contadora y de este domicilio, quien se identifica con cedula de identidad ciudadana número XXX-XXXXXX-XXXXX; **Héctor Luis Medrano Barrios**, quien es mayor de edad, casado, Administrador y de este domicilio, quien se identifica con cedula de identidad ciudadana número XXX-XXXXXX-XXXXX, **ng Jimmy Alex Mendoza Cordero**, quien es mayor de edad, unión de hecho estable, Ingeniero Industrial y de este domicilio, quien se identifica con cedula de identidad ciudadana número XXX-XXXXXX-XXXXX, **Roger santos Munguía padilla**, quien es mayor de edad , casado, Contador y de este domicilio, quien se identifica con cedula de identidad ciudadana número XXX-XXXXXX-XXXXX ; Quienes se acreditan con la cédula de identidad correspondiente y yo la Notario doy fe de haber tenido a la vista y de que tienen a mi juicio, la capacidad legal necesaria para contratar y obligarse especialmente para el otorgamiento de este acto, en el que proceden en su propio nombre e interés. Exponen los comparecientes en su referido carácter y dicen **PRIMERA: (DENOMINACION Y DOMICILIO DE LA SOCIEDAD).**- La Sociedad se denominará “ **TIENDA INVENTIVA, S.A SOCIEDAD ANONIMA**”

pudiendo usarse la expresión "SOCIEDAD ANONIMA", en forma abreviada "S.A.", conocida socialmente como **TIENDA INVENTIVA** .- Escrita en cualquier tipo de letra y presentada en cualquier estilo o forma, la que tendrá derecho de registrarse en el registro de marcas, si la Junta General de Accionistas lo decidiere.- Tendrá su domicilio legal en esta ciudad de Managua, pero podrá establecer sucursales, agencias y oficinas en cualquier otra parte de la República de Nicaragua o fuera de ella.- Podrá cambiar su domicilio por decisión de la Junta General de Accionistas y de acuerdo con las leyes de la materia.- **SEGUNDA: (DURACION)**: La duración de la Sociedad será de noventa y nueve (99) años, contados a partir de la fecha de la presente Escritura Pública y podrá ser renovada con el acuerdo total de los socios.- **TERCERA: (OBJETO)**: La Sociedad tendrá por objeto: 1.- comercializar prendas de vestir, y presentar al mercado y al público en general, el cual contara con todo los estándares de calidad e higiene necesarios para su comercialización en pequeñas o grandes empresas, - **QUINTA: (JUNTAGENERAL DE ACCIONISTAS)**: La más alta autoridad de la Sociedad es la Junta General de Accionistas, cuyos acuerdos y resoluciones serán obligatorios para todos los socios, siempre que se hubiere dictado en la forma establecida por esta Escritura y en los Estatutos que se emitirán.- Las Juntas Generales serán Ordinarias o Extraordinarias celebrándose las primeras una vez al año, en la época en que señalen los Estatutos y las segundas, cuando lo acuerde la Junta de Directores, o cuando lo pidan por escrito cualquiera de los socios con expresión de objeto y causa, accionistas cuyas participaciones reunidas representen por lo menos un sesenta por ciento (60%) del capital social.- Las Juntas Generales podrán

celebrarse en Nicaragua o fuera del país.- Las convocatorias para unas y otras se harán con quince días de anticipación por lo menos, por medio de avisos publicados en cualquier diario de circulación nacional, o citaciones individuales enviadas por carta certificada, fax, telegrama, correo electrónico o cualquier otro medio escrito, siendo obligación de la Junta de Directores enviar las convocatorias por carta aérea certificada o correo electrónico a los accionistas no residentes en Nicaragua.- Las convocatorias para las Juntas Generales Extraordinarias especificarán el objeto de la Junta respectiva y no podrán válidamente tomarse resoluciones sobre asuntos no especificados en ellas.- Para que las Juntas Generales Ordinarias o Extraordinarias puedan constituirse, es preciso que concurren a ella, por lo menos el sesenta por ciento (60%) de las acciones que integran el capital social.- Si por falta de quórum no pudiere constituirse la Junta en la fecha señalada en la primera citación, se hará una segunda convocatoria con las mismas formalidades dichas y habrá quórum con la presencia de cualquier número de accionistas que se hagan presentes.- Los socios que por cualquier motivo no puedan concurrir a una sesión de la Junta General de Accionistas, podrán hacerse representar mediante Apoderado en Escritura Pública, por carta, telegrama, o fax.- No obstante los requisitos expresados en esta cláusula para la debida convocatoria de las Juntas Generales de Accionistas, éstas serán válidas cuando se celebren con la asistencia o representación de todos los socios que sean dueños del total de las acciones, aunque no se hubieren llenado las formalidades dichas.- **SEXTA: (JUNTA DE DIRECTORES)**: La Junta de Directores tendrá el manejo, dirección y administración de los negocios sociales con facultades de un apoderado generalísimo, y en

consecuencia podrá ejecutar y llevar a cabo por medio del Presidente de la misma, de cualesquiera de sus miembros designados al efecto, o de cualquier otro apoderado designado con ese propósito, cualquier acto o negociación que fuere decidido y aprobado por ella, salvo aquellos que de conformidad con las leyes vigentes, esta Escritura o los Estatutos, estén reservados a la Junta General de Accionistas.- La Junta de Directores se compondrá de cuatros miembros, quienes desempeñarán las funciones de Presidente, vicepresidente , Secretario, y Tesorero, respectivamente.- La Junta General de Accionistas, podrá ampliar el número de miembros que integrarán la Junta de Directores, debiendo acordarlo, antes de proceder a su elección, debiendo además, señalar los cargos que desempeñarán los nuevos Directores así electos.- Serán electos los Directores, de entre los socios de la Sociedad, por la Junta General de Accionistas en la sesión correspondiente, con indicación de cargo.- Para tales efectos, se tendrá como accionista para ser electo Presidente, vicepresidente , Secretario y Tesorero a cualquiera de los socios que tuviere acciones registradas en la Sociedad.- El Presidente, vicepresidente , Secretario y Tesorero electo ejercerá sus funciones por un período de dos (2) años.- Los miembros de la Junta de Directores podrán ser reelectos una o más veces.- Caso de que no se eligieren oportunamente a los nuevos miembros de la Junta de Directores, continuarán en sus funciones los que estuvieren en ejercicio, hasta que se verifique la nueva elección y tomen posesión de sus cargos los nuevos miembros electos.- En caso de vacante por revocación del nombramiento, renuncia, muerte o incapacidad civil, la Junta General de Accionistas elegirá a la persona que habrá de sustituir al que cause la vacante para completar el período para que éste fue

electo.- Las sesiones de la Junta de Directores se celebrarán cuando sean convocadas por el Presidente o el que haga sus veces, con quince (15) días de anticipación.- Los miembros de la Junta de Directores podrán hacerse representar por poder cuando no puedan asistir a las sesiones en persona, por medio de otro Director.- Dichas sesiones podrán celebrarse dentro o fuera de la República de Nicaragua.- El quórum en la Junta de Directores se formará con la presencia del total de sus miembros.- En el caso que se aumentare el número de Directores, el quórum se constituirá con la mayoría simple del número de miembros que la compongan.- **SEPTIMA: (CONCURRENCIA MEDIANTE PODER)**: El poder mediante el cual se pueden hacer representar los socios en la Junta General de Accionistas y los Directores en las sesiones de la Junta de Directores, puede ser abierto a todas las Juntas Generales de Accionistas y sesiones de la Junta de Directores o referido a una determinada Junta General de Accionistas o sesión de la Junta de Directores y en este último caso, el poderdante podrá dar al apoderado instrucciones precisas y concretas de cómo votar en relación a los asuntos a tratar, tanto en las Juntas Generales de Accionistas, como en las sesiones de la Junta de Directores.- **OCTAVA: (VIGILANCIA)**: La vigilancia de la Administración Social estará confiada a un vigilante.- Dicho vigilante podrá ser accionista o no y será electo por la Junta General de Accionistas en su primera convocatoria después de constituida la sociedad con las formalidades establecidas para los miembros de la Junta de Directores y para un período similar, el que podrá ser reelecto o nombrar un nuevo vigilante.- **NOVENA: (ADMINISTRADOR)**: La Junta de Directores podrá designar un Administrador, quien ejercerá la administración inmediata de los

negocios y operaciones de la Sociedad, sujeto a las instrucciones que reciba de dicha Junta y bajo su dirección, siendo sus atribuciones y deberes los que establezcan los Estatutos.- **DECIMA: (SOCIOS FUNDADORES)**: Los socios fundadores declaran expresamente que no se reservan ninguna ventaja, privilegios ni derechos particulares.- No hay acciones remuneratorias.- **DECIMA-PRIMERA: (CONTABILIDAD, BALANCES Y DIVIDENDOS)**: La Sociedad llevará todos los libros necesarios, habida consideración de la naturaleza de los negocios a que se dedicará y de acuerdo a lo preceptuado por la ley.- El ejercicio económico de la Sociedad será el que establezca la ley.- Los Balances se formarán anualmente junto con los Estados Anuales de Ganancias y Pérdidas y serán presentados para su examen, modificación y aprobación de la Junta General de Accionistas en su primera sesión ordinaria de cada año posterior al cierre del ejercicio fiscal.- La Junta General decretará, si lo cree conveniente, los dividendos a pagar y la forma en que éstos deberán ser pagados, pudiendo delegar esta última decisión en la Junta de Directores.- **DECIMA - SEGUNDA: (RESOLUCIONES)**: Los acuerdos de las Juntas Generales de Accionistas, deberán ser tomados en reuniones de primera convocatoria con un mínimo de un sesenta por ciento (60%) de votos favorables; en reuniones de segunda convocatoria con un mínimo de un cincuenta y uno por ciento (51%) de votos favorables.- Los acuerdos de la Junta de Directores deberán ser tomados por la mayoría de votos presentes y en caso de empate el Presidente decidirá con doble voto.- Se requiere la presencia personal o por medio de apoderado de propietario de acciones que representen las tres cuartas partes del capital social y el voto favorable por lo menos del sesenta por ciento (60%) del

capital social, para resolver lo siguiente: a) Disolución anticipada de la Sociedad; b) Prórroga de su duración; c) Fusión con otra sociedad; d) Reducción del capital social; e) Reintegro o aumento del mismo; f) Cambio del objeto de la Sociedad; y g) Cualesquiera otra modificación al presente acto constitutivo.- **DECIMA-TERCERA:**

**(FONDO DE RESERVA)**: Se destinará a la constitución de un Fondo de Reserva una cantidad no inferior a la vigésima parte de las ganancias líquidas anuales de la Sociedad hasta que dicho Fondo represente, por lo menos, la décima parte del capital social.- El Fondo de Reserva habrá de reintegrarse cuantas veces se hallare reducido por cualquier causa.- La Junta de Directores podrá crear otras reservas que crea convenientes además de las aquí estipuladas.- **DECIMA-CUARTA:**

**(REPRESENTACION)**: Sin perjuicio de los poderes que la Junta de Directores confiera, tendrá la representación de la Sociedad el Presidente de dicha Junta quien tendrá las facultades de un apoderado generalísimo, para todos los asuntos o negocios, ya sean judiciales o extrajudiciales, administrativos, contenciosos administrativos, de comercio, criminales, de policía o de cualquier otro orden, pudiendo otorgar cualquier tipo de poder a terceros.- Necesitará del acuerdo de la Junta de Directores para vender, hipotecar y de cualquier manera enajenar los bienes inmuebles de la Sociedad y dar en prenda los bienes muebles de la misma.- En caso de ausencia temporal o definitiva del Presidente, la representación con todas sus atribuciones, corresponderá al Vice presidente, para mientras se elige el nuevo Presidente, en la última circunstancia señalada.- **DECIMA-QUINTA:**

**(DISOLUCION Y LIQUIDACION)**: La Sociedad terminará en cualquiera de los casos previstos en las leyes mercantiles de la República, con las modificaciones

que se establezcan en los Estatutos.- Disuelta la Sociedad se procederá acto seguido a la liquidación, sujetándose a las disposiciones legales pertinentes y a las regulaciones que establezcan los Estatutos.- Los liquidadores tendrán las facultades que las leyes les confieren y la que los Estatutos o la Junta General de Accionistas les atribuyan.- **DECIMA-SEXTA: (CLAUSULA ARBITRAL)**: Los litigios que pudieran surgir entre los accionistas entre sí o entre los accionistas y los órganos administradores de la Sociedad en relación con la administración social, con los derechos de los socios o con la interpretación de la presente Escritura y de los Estatutos, serán necesariamente decididos por arbitramento de amigables componedores, nombrados por las partes en disputa y de acuerdo con lo que se establezca en los Estatutos, el idioma será el español y la legislación la vigente en nuestro sistema jurídico Nicaragüense, de conformidad a la Ley de Mediación y Arbitraje, Ley número Quinientos cuarentas (540) y sus reformas vigentes al momento que se suscite el conflicto social.- **DECIMA-OCTAVA: (ESTATUTOS)**: Siendo los exponentes los únicos socios con acciones suscritas y pagadas, se constituyen en Junta General de Accionistas y emiten los siguientes Estatutos por los que también se regirá la Sociedad, dando todos y cada uno de ellos su expresa aprobación de la siguiente manera: Estatutos de: **“TIENDA INVENTIVA, S.A, SOCIEDAD ANONIMA”**: Capítulo Primero: Cambio de Domicilio.- Artículo Uno: En caso de cambio del domicilio legal se dará aviso al público con quince (15) días de anticipación y se practicará la inscripción en el Registro correspondiente del nuevo domicilio.- Esta disposición regirá para el cambio de las sucursales que se abrieran.- Capítulo Segundo: De las Acciones y sus Transferencias.- Artículo Dos: Las acciones

serán nominativas y convertibles al portador.- No habrán acciones remuneratorias.-

Artículo Tres: Las acciones se firmarán por el Presidente y el Secretario de la Sociedad, debiendo contener su texto lo siguiente: Denominación de la Sociedad; lugar de su domicilio; la fecha de su constitución e inscripción en el Registro Mercantil; el importe del capital social y el número de acciones en que está dividido; el valor nominal del título; el nombre de la persona a quien se expide; el hecho de estar totalmente pagadas, la fecha de expedición y firmas.- En caso de emitir certificados que congloben a su vez varias acciones estos certificados deberán tener siempre las denominaciones requeridas y además el número de acciones que acreditan.- Artículo

Cuatro: Mientras no se extiendan los títulos definitivos podrán librarse Resguardos o Certificados Provisionales que acrediten el derecho de los accionistas.- Artículo

Cinco: Cuando un Resguardo o Certificado Provisional o una Acción o Certificado de Acciones se perdiere, estuviere sustancialmente mutilado, inutilizado o destruido, se publicará en cualquier diario de circulación nacional, la solicitud de reposición que el interesado hubiere hecho ante la Secretaría a fin de que quien se considere con derecho ocurra dentro de los treinta (30) días a hacerlo valer ante la Junta de Directores.- Este organismo decidirá sin recurso de ninguna clase y sin que haya lugar a reclamo judicial sobre el particular y procederá a la restitución del título extendiendo uno nuevo en el que se explicará ser duplicado, previa fianza del interesado para responder por cualquier cuestión relativa a la nueva expedición.- Al hacerse el registro del nuevo título se hará explicación en el libro respectivo quedando de hecho cancelado el original.- Capítulo Tercero: Junta General de Accionistas, sus

Atribuciones.- Artículo Seis: Las Juntas Generales de Accionistas serán Ordinarias y

Extraordinarias y se llevarán a cabo conforme lo previsto en la Escritura Social.- La Ordinaria, se convocará dentro de los primeros treinta días del año.- Artículo Siete: Todo acuerdo de la Junta General de Accionistas, así como las resoluciones que emita, para que sean válidas deberán hacerse constar en el Libro de Actas de la Sociedad, las que deberán ser firmadas por lo menos por el Presidente y el Secretario o el Tesorero.- Artículo Ocho: La Junta General de Accionistas tendrá las siguientes atribuciones: a) Elegir a los miembros de la Junta de Directores, pudiendo aumentar el número de los miembros que la integrarán; b) Aprobar, reformar o improbar los actos y resoluciones de la Junta de Directores; c) Examinar, aprobar o improbar los Balances y Estados Financieros de la Sociedad; d) Tomar las medidas necesarias para aumentar el porcentaje a fin de reintegrar con mayor rapidez el Fondo de Reserva, cuando éste fuere disminuido; e) Emitir resoluciones sobre el informe del vigilante; f) La adquisición de acciones de la misma Sociedad, de acuerdo a lo dispuesto en el Código de Comercio vigente; g) Resolver sobre la fusión o absorción de la Sociedad por otra persona jurídica y la participación de la misma, en otra sociedad, con idénticos o distintos fines a los de ella; h) Resolver sobre la disolución anticipada de la Sociedad; prórroga de su duración; reducción o aumento del capital social; cambio del objeto de la Sociedad, y cualesquiera otra modificación a los documentos constitutivos; e i) Ejercer las demás funciones que la ley, la Escritura Social y estos Estatutos le atribuyan.- Los puntos acordados en los incisos g) y h) que anteceden, solo podrán ser tratados y resueltos en Juntas Generales Extraordinarias de Accionistas convocadas para tal efecto.- Capítulo Cuarto: De la Junta de Directores.- Artículo Nueve: La administración, dirección y manejo de los negocios sociales, estarán a

cargo de la Junta de Directores.- Artículo Diez: El Presidente representará a la Sociedad, judicial y extrajudicialmente, con facultades de Apoderados General de Administración, con las limitaciones establecidas en la Escritura Social.- Artículo Once: En ausencia temporal del Presidente, ejercerá sus funciones con los mismos poderes y facultades el tesorero .- Artículo Doce: El Presidente ejercerá la vigilancia de todos los negocios sociales e inspeccionará cuando lo tenga a bien, los trabajos de la Sociedad.- Convocará a sesiones de la Junta de Directores y de la Junta General de Accionistas, de acuerdo a la Escritura Social y estos Estatutos; firmará conjuntamente con el Tesorero las Actas de las sesiones de la Junta de Directores y de la Junta General de Accionistas; podrá abrir cuentas corrientes en cualquier institución bancaria del país y del extranjero y librar cheques contra las mismas, y desempeñará todas las demás funciones que la ley, la Escritura Social, estos Estatutos y los reglamentos y resoluciones sociales contemplen.- Artículo Trece: El Secretario será el órgano de comunicación de la Sociedad, de la Junta de Directores y de la Junta General de Accionistas; asentará las respectivas actas en el libro correspondiente y librárá toda clase de certificaciones de las mismas, las cuales pueden también ser libradas por Notario Público y conservará en su poder el Libro de Actas.- Suscribirá y publicará todos los avisos convocatorios; firmará y remitirá las citaciones a los socios para las sesiones correspondientes, lo mismo que a los miembros de la Junta de Directores, sustituirá al Tesorero en caso de ausencia temporal y en caso de ausencia definitiva, en este último caso, para mientras la Junta General de Accionistas elige un nuevo Tesorero y desempeñará todas las demás funciones que la ley, la Escritura Social, estos Estatutos y los reglamentos y

resoluciones sociales contemplen.- Artículo Catorce: El Tesorero deberá cuidar de que la contabilidad de la Sociedad se lleve al día; firmará con el Presidente, los Resguardos Provisionales y los Certificados Definitivos, que se emitan en relación a las acciones sociales, y conservará en su poder el Libro de Registro de Acciones y los talonarios de los certificados de acciones, sustituirá al Presidente en caso de ausencia temporal y en caso de ausencia definitiva, en este último caso, para mientras la Junta General de Accionistas elige un nuevo Presidente y desempeñará todas las demás funciones que la ley, la Escritura Social, estos Estatutos y los reglamentos y resoluciones sociales contemplen.- Artículo Quince: Son atribuciones de la Junta de Directores: Convocar por Secretaría a Junta General de Accionistas y a las sesiones de la misma; emitir los Resguardos Provisionales o los Certificados Definitivos de acciones o cualquier repuesto de los mismos; supervisar la marcha de los negocios sociales; cumplir y hacer cumplir los contratos legalmente celebrados y las disposiciones, acuerdos y resoluciones de la Junta General de Accionistas de todo cuanto actuare; pasar oportunamente el Balance General al vigilante antes de someterlo a la Junta General de Accionistas y designar un Gerente General que bien puede ser uno de los accionistas si así lo creyere conveniente; nombrar apoderados generalísimos, generales, judiciales o especiales de la Sociedad, y en general, llevar a cabo todos los actos necesarios en el curso normal de los negocios.- Para todo acto fuera del curso normal de los negocios se requerirá la aprobación de la Junta General de Accionistas.- Artículo Dieciséis: El Administrador, quien no será accionista, de acuerdo con la Escritura Social y estos Estatutos, tendrá las siguientes obligaciones: Administrar los negocios sociales según lo ordenado previamente por la Junta de directores; nombrar

los empleados inferiores; vigilar que la contabilidad se lleve de acuerdo con la ley y la Escritura Social; celebrar los contratos que ordene la Junta de Directores; formular y someter a la Junta de Directores los Balances periódicos, rindiendo todo informe que le solicite aquel organismo; efectuar las compras necesarias para los negocios sociales y vender los artículos de la Sociedad si ha sido ordenado por la Junta de Directores; rendir los informes y hacer las sugerencias que se consideren oportunas.-

Capítulo Quinto: Reducción y Aumento de Capital; Modificación y Disolución de la

Sociedad.- Artículo Diecisiete: Para decretar reducción o aumento del capital social y para la modificación o disolución de la Sociedad, se requerirá la mayoría prevista en la ley y en la Escritura Social, debiendo librarse certificación literal del acta de la Junta General de Accionistas, por Secretaría o por Notario Público, para su inscripción en los Registros respectivos, sin necesidad de otorgar instrumento público, salvo para el caso de disolución de la Sociedad, en la cual deberá otorgarse la correspondiente escritura pública.- La disolución y liquidación de la Sociedad se hará de conformidad,

con lo establecido en la ley de la materia.- Capítulo Sexto: Arbitramento.- Artículo

Dieciocho: Los litigios o desavenencias que pudieren surgir entre los socios o entre éstos y los organismos sociales, en relación con la administración social, con los derechos de los socios o con la interpretación del pacto social, serán necesariamente dirimidos por arbitramento de amigables componedores, nombrados por las partes en discordia de conformidad a la Ley de Mediación y Arbitraje vigente.-

Artículo Diecinueve: Las partes en discordia una vez planteado el diferendo, deberán nombrar dentro del plazo de diez (10) días, un árbitro cada una.-

Dichos árbitros antes de entrar a conocer del asunto objeto del arbitramento y dentro

de los diez (10) días siguientes de haber tomado posesión de sus cargos, nombrarán un tercer arbitrador para que dirima la discordia que pudiere surgir entre ellos.- Los dos árbitros o el tercero en su caso, deberán dictar su laudo sobre el asunto discutido, dentro del plazo de treinta (30) días contados de la toma de posesión de cada uno.- Si los árbitros no designaren el tercer árbitro, dentro del plazo estipulado con anterioridad, cualquiera de las partes podrá solicitar su designación, a uno de los Jueces del Distrito para lo Civil de Managua, siendo competente para ello, el primero ante quien se hubiere formulado solicitud en tal sentido.- Del fallo final que se dicte en el procedimiento arbitral, no habrá recurso alguno, pues todos se entienden renunciados.- Si sólo una de las partes nombrare el árbitro, éste será competente para dirimir la discordia.- En esta forma quedan aprobados los Estatutos de **“TIENDA INVENTIVA, SOCIEDAD ANONIMA”**.-

**DECIMA-NOVENA: (DISPOSICION TRANSITORIA):** En este mismo acto, los accionistas de la Sociedad **“TIENDA INVENTIVA, SOCIEDAD ANONIMA”**, después de haber constituido los Estatutos proceden en forma unánime a elegir la Junta de Directores que regirá los destinos de la Sociedad durante el primer período de dos (2) años, nombrándose en este acto al Presidente, vicepresidente, secretario y Tesorero , eligiéndose por la Junta General de Accionistas verificada en este acto, .- Así se expresaron los comparecientes, bien instruidos por mí la Notario, acerca del objeto, valor y trascendencia legales de este acto; del de las cláusulas generales, que aseguran la validez de este instrumento; del de las renunciaciones, que en concreto han hecho, y del de las cláusulas especiales, que envuelven renunciaciones y estipulaciones implícitas y explícitas y de lo relativo a su inscripción en el Registro

competente.- Leído que fue por mí la Notario, todo lo escrito íntegramente a los comparecientes, aquellos expresaron su conformidad, ratificando su contenido, sin hacerle alteración, ni modificación alguna.- Firman todos junto conmigo.- Doy fe de todo lo relacionado.- (F) ILEGIBLE.- (F) ILEGIBLE.- (F) ILEGIBLE.- (COMPARECIENTES).- (F).- ILEGIBLE.-. PASO ANTE MI: DEL FRENTE DEL FOLIO NUMERO CIENTO SEIS AL FRENTE DEL FOLIO NUMERO CIENTO DOCE CON SERIE "G" NUMERO 8760740, 8218521, 8218522 Y 8880600 DE ESTE MI PROTOCOLO NUMERO QUINCE QUE LLEVO EN EL PRESENTE AÑO (Coordinador) EXTIENDO ESTE PRIMER TESTIMONIO EN SIETE HOJAS UTILES DE PAPEL DE LEY SERIE "O" NUMERO 7105349, 7097070, 7097071, 7097803, 7097073, 7105350 Y 7097815, LAS QUE FIRMO RUBRICO Y SELLO EN LA CIUDAD DE MANAGUA A LAS DIEZ Y CINCUENTA DE LA MAÑANA DEL DIA MARTES VEINTE Y NUEVE DE SEPTIEMBRE DEL AÑO DOS MIL VEINTE Y UNO.-

Lic. Carlos López  
NOTARIO PÚBLICO

# CAPÍTULO V. FINANZAS

## 1. Introducción

En el presente capítulo se presentará la información financiera que el plan de negocios Tienda INVENTIVA, S.A. deberá considerar y evaluar para la toma de decisiones en el periodo 2020-2025, constituyendo el marco legal y normativo, determinando la inversión inicial, costos y gastos incurridos en el proyecto.

Una vez conociendo las proyecciones realizadas en el flujo de efectivo, se procedió a realizar el análisis del mismo, haciendo uso de los indicadores financieros tales como: Costo de capital promedio ponderado o en su siglas en inglés WAAC, con esto se determinó la tasa de descuento, se realizó el cálculo del Valor actual Neto (VAN), para conocer su valor presente proyectado en período de cinco años, efectuar así mismo el cálculo de la Tasa Interna de Retorno, el tiempo de recuperación de la inversión.

Se concluyó que al realizar los indicadores financieros mencionados en el párrafo anterior, el plan de negocio Tienda INVENTIVA, S.A. es rentable, y que la inversión inicial se recuperara en un período de 3 años.

## 2. Objetivos de Finanzas

### Objetivo General:

- ✓ Evaluar financieramente el plan de Negocios “**Tienda INVENTIVA, S.A.**” comprendido del período 2020-2025.

### Objetivos Específicos:

- ✓ Identificar el marco legal y normativo para la constitución de plan de Negocio “**Tienda INVENTIVA, S.A.**”
- ✓ Determinar la inversión inicial, costos y gastos para proyectar los flujos del plan de negocio “**Tienda INVENTIVA, S.A.**”
- ✓ Evaluar los indicadores financieros del plan de negocios **Tienda INVENTIVA, S.A.**, para la toma de decisiones.

### 3. Registro de la empresa

#### **Registro del Negocio en las diferentes instituciones del estado y/o organizaciones correspondientes.**

La empresa **Tienda INVENTIVA, S.A.** se constituirá como sociedad Anónima conformada por cuatro Socios, de los cuales cada uno aportará \$ 7,000.00 Dólares, sumando un capital entre todos los accionistas de \$28,000.00.

Para que la empresa pueda estar conformada deberá realizar los siguientes trámites ante los entes del estado de los cuales son los siguientes.

#### **ANTE REGISTRO MERCANTIL**

- Escritura de Constitución de Sociedad, en original.
- Solicitud de Inscripción como Comerciante original en papel sellado, firmada por el presidente. (Si la solicitud es firmada por un apoderado especial, se debe relacionar el poder que lo acredita y adjuntar original).
  
- Fotocopia de la cedula de identidad o pasaporte de la persona que firma la solicitud de comerciante.
- Libros contables de la empresa:
  - S.A. (Diario, Mayor, Actas y Acciones)
  - Cía. Ltda. (Diario, Mayor y Actas)
- Poder General de Administración, en papel sellado con C\$ 70 de timbres fiscales.

#### **ANTE DGI**

Toda Persona Jurídica para efectos de su inscripción debe acudir a la Administración de Renta más cercana al domicilio donde realizara su actividad económica, presentar carta de solicitud de inscripción dirigida al Administrador de Renta y completar el formulario de inscripción proporcionado gratuitamente, adjuntándole los siguientes requisitos:

1. Fotocopia certificada de acta constitutiva y estatutos debidamente inscritos en el Registro mercantil.
  
2. Documentos de identificación del Representante Legal de la persona jurídica que se inscribe, considerando lo siguiente:
  - a. Nacionales: Cédula de Identidad Ciudadana, de acuerdo a lo establecido en el literal f) del artículo 4, de la Ley N° 152 Ley de Identificación Ciudadana.

3. Documento que hace constar el domicilio fiscal del Representante Legal y de la Empresa que se inscribe pudiendo ser al menos una de las siguientes facturas de servicios básicos: agua, luz, teléfono o bien el contrato de arriendo del inmueble.

En caso de que las facturas mencionadas no estén a nombre del solicitante, debe presentar "Declaración Notarial", indicando las generales de ley (nombre, estado civil, oficio, dirección domiciliar, dirección del negocio o empresa y la dirección para oír notificaciones). Sobre manera

4. Fotocopia de Cedula de Identidad de los Miembros de la Junta Directiva (si éstos fueran extranjeros presentar fotocopia de pasaporte y Cedula de Residencia categoría 1 emitida por Migración y Extranjería).

5. Cuando la inscripción es en el Dpto. de Managua, pagar un arancel de:

- a) C\$ 505.00 córdobas cuando el monto del capital social sea menor a los cincuenta mil córdobas CS50, 000.00
- b) El 1% sobre el capital social mayor a los cincuenta mil córdobas netos.

6. Cuando la inscripción es en el resto de Dpto. Pagar un arancel de:

- c) C\$ 500.00 córdobas cuando el monto del capital social sea menor a los cincuenta mil córdobas CS50, 000.00
- d) El 1% sobre el capital social mayor a los cincuenta mil córdobas netos.

7. Si la inscripción la realiza una tercera persona, deberá presentar original y copia de Poder Especial y fotocopia de Cedula de Identidad.

**ANTE ALCALDIA  
REQUISITOS PARA APERTURA DE MATRICULA DE NEGOCIOS POR  
REGISTROS CONTABLES EN LA ALCALDIA**

**PERSONA NATURAL / PERSONA JURIDICA**

- 1) Fotocopia de Cédula Ruc y/o Cedula de Identidad del Contribuyente.
- 2) Carta Poder (si actúa en representación del Contribuyente).
- 3) Fotocopias de Cédulas de identidad del Representante Legal o de la persona autorizada para realizar el trámite.
- 4) Fotocopia de la primer página de la Inscripción de los Libros Diarios y Mayor.
- 5) Permiso y/o Constancia de la Policía Nacional y de la Dirección General de Medio Ambiente y Urbanismo, cuando el caso lo amerite.
- 6) Copia de las primeras páginas de los Libros Contables Diario y Mayor debidamente inscritos ante el Registro Mercantil del departamento de Managua. Si la contabilidad fuese automatizada deberá presentar la autorización de dicho programa por parte de la DGI.
- 7) Anticipo de Matrícula (posteriormente será acreditado al efectuarse la matrícula definitiva).
- 8) Copia de la última página del Acta de Constituyente de la sociedad (todo el documento) debidamente inscrita en el Registro Mercantil de Managua.

**Costos de trámites con modalidad registros contables:**

- Formularios de apertura de matrícula C\$17.00
- Las personas Naturales que poseen negocio deberán pagar un anticipo de Matrícula de C\$270.00, al realizar la confirmación de su matrícula dentro de los dos meses subsiguientes a su apertura, se establecerá el valor que debe complementar.
- El valor de la matrícula de negocio para las personas jurídicas equivale al 1% de su capital social o individual.

**Requisitos para inscribirse [ante la MIFIC](#) (Ministerio fomento, industria y comercio)**

La solicitud de Registro de una Marca, Nombre Comercial, Emblema o Señal de Propaganda y cualquier otra solicitud, se presenta ante la Secretaría del Registro

de la Propiedad Intelectual, en el Formulario correspondiente, todo de conformidad con el Artículo 9 de la Ley 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos:

Este formulario debe incluir:

1. Nombre y dirección del solicitante
2. Lugar de Constitución de domicilio del solicitante, cuando fuese una persona jurídica.
3. Nombre del representante legal cuando fuese el caso.
4. Nombre y dirección del Apoderado en el país, cuando se hubiera designado.
5. Denominación de la Marca o Nombre Comercial, cuyo registro se solicita, si fuese denominativa sin grafía, forma ni color especial.
6. Etiquetas con la reproducción de la marca, emblema o Señal de Publicidad, cuando tuviera grafía, forma o colores especiales, o fuese figurativa, mixta o tridimensional con o sin color.
7. Señalar si el interesado reivindica derecho de prioridad.
8. Una lista de productos o servicios para los cuales se desea registrar la marca, agrupados por clases conforme a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios.

En caso de ser Nombre Comercial o Emblema el giro de actividades de la Empresa o Establecimiento Comercial.

- La firma del solicitante o de su apoderado.
- Adjunto al Formulario correspondiente se debe presentar:
- El poder para registro de propiedad intelectual, que acredite la representación, cuando el interesado lo hiciere a través de apoderado.

En caso de aceptar la solicitud de Registro de Marca, Nombre Comercial, Emblema o Señal de Publicidad, el Registro de la Propiedad Intelectual expedirá un Certificado.

**Emisión de certificado:** En este certificado se hace contar la titularidad y vigencia de la marca registrada, el que se publicará en la Gaceta Diario Oficial o en el medio de publicación oficial del Registro de la Propiedad Intelectual, el Certificado debe contener, entre otros, lo siguiente:

- El número de Registro de la Marca, Nombre Comercial, Emblema o Señal de Publicidad.
- La fecha de la Resolución por la cual se concedió el Registro.

- La fecha de Vencimiento del Registro de la Marca, que se determinará a partir de la fecha de resolución por la cual se concedió el Registro de Marca.
- El nombre y la dirección del titular
- El lugar de constitución y domicilio del titular, cuando fuese una persona jurídica, así como el nombre del apoderado en el país, cuando lo hubiera.
- El número y la fecha de la solicitud de Registro de Marca, Nombre Comercial, Emblema o Señal de Publicidad.
- La marca registrada cuando fuese denominativa, sin grafía, forma ni colores especiales.
- Reproducción de la marca registrada cuando fuese denominativa con grafía, forma, colores especiales, figurativa, mixta, tridimensional, con o sin color.
- La lista de los productos y servicios para los cuales se usa o se usara la marca, agrupados por clases conforme a la Clasificación internacional de Productos y Servicios, con indicación del número de cada clase.
- La fecha de inscripción de la marca en el Registro respectivo y la firma autógrafa del Registrador o del Registrador Suplente en su caso, del Secretario, el sello del Registro y Timbres de Ley.

## **Ante INSS**

### Facultativo Integral

En este régimen las prestaciones que el INSS otorga a asegurados son integrales de corto mediano y largo plazo, incluyéndose prestaciones por atención médica, exceptuando aquellas derivadas de accidentes laborales, por no calificar en este régimen. El porcentaje a cotizar es de 22.25 % del ingreso declarado por el asegurado (salario mínimo establecido)

En este régimen el INSS otorga prestaciones integrales de corto, mediano y largo plazo, se incluyen prestaciones por asistencia médica, así como subsidios otorgados a asegurados por diferentes causas.

### Menos de 50 trabajadores

Porcentaje patronal: 21.50%

Porcentaje laboral: 7%

### Más de 50 trabajadores

Porcentaje patronal: 22.50%

Porcentaje laboral: 7%

Para Inatec una vez realizada en el INSS, automáticamente queda registro en Inatec.

## **4. Finanzas**

### **Inversión Inicial**

Dentro de nuestro estudio financiero elaboramos un plan de inversión en el que se refleja la inversión inicial para que inicie operaciones nuestra empresa, de los cuales el 2% será aportado por todos los socios de la organización equivalente a \$ 28,000.00 y el restante 98% equivalente a \$ 120,000.00 será por medio de un préstamo adquirido en Banco LAFISE BANCENTRO. El monto total de la inversión se determina por la inversión fija, la inversión diferida y la inversión en el capital de trabajo para poner en curso nuestra empresa, expresando que el costo total de nuestro proyecto es de C\$ 148, 000.00

### **Inversión fija**

Las inversiones fijas son aquellas en las cuales como empresa esperamos recuperar en un futuro, como por ejemplo en nuestra empresa serian mobiliario y equipo computo, es decir todo lo necesario para poder iniciar operaciones en nuestra empresa.

### **Inversión diferida**

Son aquellas que se llevará a cabo para la inscripción de nuestra empresa y otros trámites.

### **Inversiones de capital de trabajo**

El capital de trabajo está integrado por las necesidades de compra de inventario y el dinero en efectivo que se requieren para cubrir los gastos mientras la empresa tiene la fortaleza para cubrir por su cuenta todos los egresos que presente el proyecto la empresa, necesitará efectivo para cubrir la planilla de pago de todos sus colaboradores, por los tanto el dinero en efectivo se distribuirá de la siguiente manera.

Gastos de salarios: suman un total de: \$ 1,122.86 Dólares mensuales entre los 5 colaboradores de la empresa Tienda INVENTIVA, S.A, en el cual anualmente tendremos una suma total de \$ 13,474.29 destinado en salarios.

Inversión en publicidad en la etapa de lanzamientos de la Tienda Inventiva, la cual tendrá una inversión de \$ 631.00.

## Inversión en propiedad Planta y equipo

ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	ALQUILER DEL LOCAL	1	\$500.00	\$500.00
2	DEPOSITO POR ALQUILER DEL LOCAL	1	\$500.00	\$500.00
3	ESTANTES METALICOS	7	\$57.00	\$399.00
4	MUEBLE PARA CAJA	1	\$85.00	\$85.00
5	SILLAS DE ESPERA	4	\$26.00	\$104.00
6	COMPUTADORA	1	\$300.00	\$300.00
7	IMPRESORA	1	\$57.00	\$57.00
8	IMPRESORA DE RECIBO	1	\$300.00	\$300.00
9	MESA PLASTICA PLEGABLE	2	\$20.00	\$40.00
10	MANIQUIES	6	\$22.00	\$132.00
11	PERCHEROS	9	\$26.00	\$234.00
12	PERCHAS POR DOCENA	3	\$3.00	\$9.00
13	EMPAQUE DE PRODUCTOS (BOLSAS DE CARTON)	300	\$1.00	\$300.00
14	ESCRITORIO	1	\$72.00	\$72.00
15	TELEFONO	1	\$32.00	\$32.00
16	TV LED 32"	1	\$200.00	\$200.00
17	EQUIPO DE SONIDO	1	\$390.00	\$390.00
18	SILLAS DE OFICINA	1	\$26.00	\$26.00
19	CIRCUITO CERRADO (CAMARAS DE SEGURIDAD)	1	\$55.00	\$55.00
20	MATERIAL DE OFICINA	1	\$100.00	\$100.00
21	MATERIAL DE LIMPIEZA	1	\$100.00	\$100.00
22	ESPEJOS	3	\$70.00	\$210.00
23	INSCRIPCION DE LA EMPRESA	1	\$2,800.00	\$2,800.00
24	OASIS DE AGUA	1	\$200.00	\$200.00
25	PUBLICIDAD INICIAL	1	\$631.00	\$631.00
<b>TOTAL MONTO EN INVERSIÓN INICIAL</b>				<b>\$7,776.00</b>

Tabla 29.

Fuente: Elaboración propia

## Campaña Publicitaria primer meses

ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	VOLANTES FULL COLOR ½ PAGINA BOND T/C	5000	\$0.06	\$285.00
1	BANNER PERSONALIZADO	1	\$50.00	\$50.00
1	ONLINE	1	\$20.00	\$20.00
1	BROCHURE	200	\$0.29	\$58.00
<b>TOTAL EN PUBLICIDAD</b>				<b>\$413.00</b>

Tabla 30.

Fuente: Elaboración propia

## Provisión de costos fijos mensual

ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD	MONTO	TOTALES
1	RENTA DEL LOCAL	1	\$500.00	\$500.00
2	LUZ	1	\$143.00	\$143.00
3	AGUA	1	\$29.00	\$29.00
4	CASA CLARO	1	\$51.00	\$51.00
5	PLANILLA	1	\$1,589.00	\$1,589.00
6	BASURA	1	\$29.00	\$29.00
7	MATERIAL DE LIMPIEZA	1	\$30.00	\$30.00
8	MATERIAL DE OFICINA	1	\$30.00	\$30.00
9	SEGURIDAD INTERNA	1	\$400.00	\$400.00
10	EMPAQUES	50	\$1.00	\$0.02
<b>TOTALES</b>				<b>\$2,801.02</b>

Tabla 31.

Fuente: Elaboración propia

<b>Capital Aportado por los socios</b>	<b>\$</b>	<b>28,000.00</b>
<b>Financiamiento BANCO LAFISE</b>	<b>\$</b>	<b>120,000.00</b>
<b>Inversión Total</b>	<b>\$</b>	<b>148,000.00</b>

## 5. Depreciación

El método que se utiliza para el cálculo de la depreciación de los equipos y mobiliarios usados por la empresa será el método de línea Recta.

ITEM	DESCRIPCION	VIDA UTIL	COSTO DEL ARTÍCULO	DEPRECIACION ACUMULADA
1	ESTANTES METALICOS	3	\$57.00	\$19.00
2	MUEBLE PARA CAJA	3	\$85.00	\$28.33
3	SILLAS DE ESPERA	3	\$26.00	\$8.67
4	COMPUTADORA	3	\$300.00	\$100.00
5	IMPRESORA	3	\$57.00	\$19.00
6	IMPRESORA DE RECIBO	3	\$300.00	\$100.00
7	ESCRITORIO	3	\$72.00	\$24.00
8	TELEFONO	2	\$32.00	\$16.00
9	TV LED 32"	4	\$200.00	\$50.00
10	EQUIPO DE SONIDO	4	\$390.00	\$97.50
11	SILLAS DE OFICINA	3	\$26.00	\$8.67
12	CIRCUITO CERRADO (CAMARAS DE SEGURIDAD)	5	\$55.00	\$11.00
<b>TOTAL MONTO EN INVERSIÓN INICIAL</b>				<b>\$482.17</b>

Tabla 32.

Fuente: Elaboración propia

## 6. Ingresos

La empresa Tienda INVENTIVA, tendrá una comercialización durante el primer año por 165,960.00 Unidades.

INVENTIVA	PRESUPUESTO DE INGRESOS				
	2021	2022	2023	2024	2025
LINEA DEPORTIVA	\$43,080.00	\$43,080.00	\$45,234.00	\$47,495.70	\$49,870.49
LINEA FORMAL	\$61,440.00	\$64,512.00	\$67,737.60	\$71,124.48	\$74,680.70
LINEA CASUAL	\$61,440.00	\$64,512.00	\$67,737.60	\$71,124.48	\$74,680.70
TOTAL DE INGRESOS POR VENTAS	\$165,960.00	\$172,104.00	\$180,709.20	\$189,744.66	\$199,231.89

Tabla 33.

Fuente: Elaboración propia

## 7. Costos de Ventas

La siguiente Tabla presenta la clasificación de los costos de “Tienda INVINTIVA, S.A.”, estos costos han sido expresados mensualmente y posteriormente reflejados anualmente:

### Costos Fijos para el primer año de operaciones:

Descripción	Costo Fijo Mensual	Costo Fijo Anual
<b>Alquiler</b>	\$ 500.00	\$ 6,000.00
<b>Agua Potable</b>	\$ 29.00	\$ 348.00
<b>Energía Eléctrica</b>	\$ 143.00	\$ 1,716.00
<b>Publicidad</b>	\$ 413.00	\$ 4,956.00
<b>Sueldos y salarios</b>	\$ 278.79.00	\$ 3,345.48
<b>Plan de Telefonía e internet</b>	\$ 51.00	\$ 612.00
<b>Total</b>		\$ 6,977.48

Tabla 34.

Fuente: Elaboración propia

## Costos variables totales para el primer año

DESCRIPCIÓN DE LINEA	CANTIDADES VENDIDAS DIARIAS	PRECIO DE VENTA UNITARIO	AÑO 1
CAMISETA VARON / MUJER			
Adidas	2	\$22.00	\$5,280.00
Nike	2	\$25.00	\$12,600.00
<b>Subtotal</b>	<b>4</b>	*	<b>\$17,880.00</b>
SHORT VARON / MUJER			
Adidas	2	\$15.00	\$3,600.00
Nike	2	\$30.00	\$7,200.00
<b>Subtotal</b>	<b>4</b>	*	<b>\$10,800.00</b>
BUZO VARON / MUJER			
Adidas	2	\$25.00	\$6,000.00
Nike	2	\$35.00	\$8,400.00
<b>Subtotal</b>	<b>4</b>	*	<b>\$14,400.00</b>
<b>Total por línea Deportiva</b>			<b>\$43,080.00</b>

Tabla 35.

Fuente: Elaboración propia

CAMISA VARON / MUJER			
Docker	2	\$25.00	\$6,000.00
GAP	2	\$20.00	\$4,800.00
Tommy	2	\$30.00	\$7,200.00
Levis	2	\$30.00	\$7,200.00
<b>Subtotal</b>	<b>2</b>	*	<b>\$25,200.00</b>
PANTALON VARON / MUJER			
Docker	2	\$38.00	\$9,120.00

GAP	2	\$28.00	\$6,720.00
Tommy	2	\$40.00	\$9,600.00
Levis	2	\$45.00	\$10,800.00
<b>Subtotal</b>	<b>8</b>	*	<b>\$36,240.00</b>
<b>Total por línea Formal</b>			<b>\$61,440.00</b>

Tabla 36.

Fuente: Elaboración propia

<b>CAMISA VARON / MUJER</b>			
Docker	2	\$25.00	\$6,000.00
GAP	2	\$20.00	\$4,800.00
Tommy	2	\$30.00	\$7,200.00
Levis	2	\$30.00	\$7,200.00
<b>Subtotal</b>	<b>8</b>	*	<b>\$25,200.00</b>
<b>PANTALON VARON / MUJER</b>			
Docker	2	\$38.00	\$9,120.00
GAP	2	\$28.00	\$6,720.00
Tommy	2	\$40.00	\$9,600.00
Levis	2	\$45.00	\$10,800.00
<b>Subtotal</b>	<b>8</b>	*	<b>\$36,240.00</b>
<b>Total por línea Casual</b>			<b>\$61,440.00</b>

<b>TOTAL DE VENTA</b>	<b>\$165,960.00</b>
-----------------------	---------------------

Tabla 37.

Fuente: Elaboración propia

## Costos fijos unitarios

ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD	MONTO	TOTALES
1	RENTA DEL LOCAL	1	\$500.00	\$500.00
2	LUZ	1	\$143.00	\$143.00
3	AGUA	1	\$29.00	\$29.00
4	CASA CLARO	1	\$51.00	\$51.00
5	PLANILLA	1	\$1,589.00	\$1,589.00
6	BASURA	1	\$29.00	\$29.00
7	MATERIAL DE LIMPIEZA	1	\$30.00	\$30.00
8	MATERIAL DE OFICINA	1	\$30.00	\$30.00
9	SEGURIDAD INTERNA	1	\$400.00	\$400.00
10	EMPAQUES	50	\$1.00	\$0.02
<b>TOTALES</b>				<b>\$2,801.02</b>

Tabla 38.

Fuente: Elaboración propia

## 8. Gastos Operativos

### Gastos de Administración

Son todos aquellos que tienen como función el sostenimiento de las actividades destinadas a mantener la dirección y administración de la empresa, dentro de los gastos de administración tenemos, los salarios a los colaboradores, como gerente general, administrador, contador, auxiliar contable y administrativo, como también prestaciones sociales, pago de plan de telefonía, Agua potable, energía eléctrica y papelería y útiles de oficina, a continuación presentados en la siguiente tabla reflejados durante el primer año:

Descripción	Costo Fijo Mensual	Costo Fijo Anual
<b>Alquiler</b>	\$ 500.00	\$ 6,000.00
<b>Agua Potable</b>	\$ 29.00	\$ 348.00
<b>Energía Eléctrica</b>	\$ 143.00	\$ 1,716.00
<b>Publicidad</b>	\$ 413.00	\$ 4,956.00
<b>Sueldos y salarios</b>	\$ 278.79.00	\$ 3,345.48
<b>Plan de Telefonía e internet</b>	\$ 51.00	\$ 612.00
<b>Total</b>		\$ 6,977.48

Tabla 39.

Fuente: Elaboración propia

### Gastos Financieros

Los gastos financieros de “Tienda INVENTIVA, S.A”, son los intereses generados por el préstamo que se obtuvo en Banco LAFISE BANCENTRO, creando intereses del 3% anual sobre el préstamo.

En el presente cuadro se presenta una alternativa muy factible para nuestro proyecto, dado que Banco LAFISE nos ofrece una tasa de cambio muy baja y a un plazo adecuado como empresa que recién inicie operaciones.

Condiciones de Financiamiento	Banco LAFISE
<b>Monto Otorgado</b>	\$ 120,000.00
<b>Tasa de interés</b>	3%
<b>Plazo</b>	48 Meses
<b>Forma de pago</b>	Mensual
<b>Cuota</b>	(\$2,656.12)
<b>Cuota Total</b>	\$ 2,656.12

Tabla 40.

Fuente: Elaboración propia

El cálculo de la cuota lo realizamos en Excel, el cual se encuentra reflejado en la siguiente tabla de amortización. Ver anexo 1.

### 9. Proyección del flujo de caja

A continuación presentamos la proyección de flujos de Caja de 1 -5 años

INVENTIVA	2021	2022	2023	2024	2025
ENTRADA DE EFECTIVO	\$318,720.00	\$334,656.00	\$351,388.80	\$368,958.24	\$387,406.15
MENOS DESEMBOLSO DE EFECTIVO	\$298,526.70	\$312,179.13	\$326,216.58	\$340,957.24	\$324,410.00
FLUJO DE EFECTIVO NETO	\$20,193.30	\$22,476.87	\$25,172.22	\$28,001.00	\$62,996.15
EFFECTIVO INICIAL	\$140,224.00	\$160,217.30	\$182,494.18	\$207,466.39	\$235,267.39
EFFECTIVO FINAL	\$160,417.30	\$182,694.18	\$207,666.39	\$235,467.39	\$298,263.55
SALDO EFECTIVO MINIMO	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00
ENTRADA DE EFECTIVO	\$160,217.30	\$182,494.18	\$207,466.39	\$235,267.39	\$298,063.55

Tabla 41.

Fuente: Elaboración propia



## **10. Evaluación Financiera**

### **Estrategias de Financiamiento**

El obtener financiamiento para nuestra pequeña empresa es de mucha importancia dado que nos brinda la oportunidad de poder ejecutar nuestro proyecto, para poder adquirir el financiamiento presentaremos el plan de inversión ya que en algunas instituciones bancarias es solicitado para poder saber en qué se va a invertir dicho dinero.

El monto total de la inversión inicial es de \$ 148,000.00 de los cuales el 2% será aportado por los socios de la empresa y el 98% financiado por una entidad bancaria. El monto total del préstamo es de \$ 120,000.00 con una tasa de interés del 3% anual, a un plazo de 4 años (48 meses) el cual será solicitado en banco LAFISE BANCENTRO (Centro Financiero LAFISE Managua).

## Fuentes de financiamiento

### Fuentes internas y externas

Fuentes internas: puede ser por capital propio el cual puede ser aportado al inicio por medio de todos los socios de la organización, socios accionistas o encargado del proyecto.

Fuentes externas: son los financiamientos que se obtienen fuera del proyecto, por medio de diferentes mecanismos así como entidades bancarias, financieras o cooperativas etc.

Para darle vida a nuestro proyecto se cuenta tanto con financiamiento interno como externo detallado a continuación.

Fuentes internas: como fuente interna se utilizara el dinero aportado por todos los socios, con un total aportado de \$ 28,000.00

Fuentes externas: dentro de las fuentes externas se obtiene una cantidad de \$ 120,000.00 en Banco LAFISE BANCENTRO.

## Flujo de Efectivo, TIR, PRI y VAN.

### Valor Actual Neto

Una vez que conocemos la tasa de descuento de nuestro proyecto procedemos a calcular el valor actual Neto para ello usamos la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

Flujo de fondos						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad contable		C\$ 1,666,280.00	C\$ 3,416,224.00	C\$ 5,254,015.20	C\$ 7,184,045.96	C\$ 9,210,928.26
Flujo de fondos	-C\$ 5,180,000.00	C\$ 1,666,280.00	C\$ 3,416,224.00	C\$ 5,254,015.20	C\$ 7,184,045.96	C\$ 9,210,928.26
VAN al 20%	8,787,656.32					
TIR	65%					
Tasa de descuento	0.2					
		FACTOR DE DESCUENTO				
		Año 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		1.20	1.44	1.73	2.07	2.49
		FLUJO DE FONDOS DESCONTADOS POR AÑO				
		1	2	3	4	5
RELACION BENEFICIO COSTO	2.70	1,388,566.67	2,372,377.78	3,040,518.06	3,464,528.34	3,701,665.48
Periodo de Recuperación		(3,791,433.33)	(1,419,055.56)	1,621,462.50	5,085,990.84	8,787,656.32

Tabla 42.

Fuente: Elaboración propia

## 11. Conclusiones

- ✓ Para el desarrollo de este plan de negocios, debe de ser establecido el marco legal y normativo de **Tienda INVENTIVA, S.A.**
- ✓ Para el desarrollo de este plan de negocios se determinó que la inversión inicial fue de: \$ 148, 000.00
- ✓ En este plan de negocios, se evaluaron los indicadores financieros: VAN, TIR, PRI.

## **12.Recomendaciones**

- ✓ La contratación de un contador público que lleve los estados financieros al día.
- ✓ Hacer una revisión de manera detallada para disminuir riesgos futuros.
- ✓ Contratar un abogado para que nos ayude a constituir la empresa y nos represente legalmente.

# CAPITULO VI

# ANEXOS

TABLA DE AMORTIZACION. (ANEXO 1.)

Tabla de amortización de préstamo				
Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo
0				\$ 120,000.00
<b>Año 1</b>				
1	\$ 2,656.12	\$ 300.00	\$ 2,356.12	\$ 117,643.88
2	\$ 2,656.12	\$ 294.11	\$ 2,362.01	\$ 115,281.87
3	\$ 2,656.12	\$ 288.20	\$ 2,367.91	\$ 112,913.96
4	\$ 2,656.12	\$ 282.28	\$ 2,373.83	\$ 110,540.12
5	\$ 2,656.12	\$ 276.35	\$ 2,379.77	\$ 108,160.35
6	\$ 2,656.12	\$ 270.40	\$ 2,385.72	\$ 105,774.64
7	\$ 2,656.12	\$ 270.40	\$ 2,385.72	\$ 103,388.92
8	\$ 2,656.12	\$ 258.47	\$ 2,397.65	\$ 100,991.27
9	\$ 2,656.12	\$ 252.48	\$ 2,403.64	\$ 98,587.63
10	\$ 2,656.12	\$ 246.47	\$ 2,409.65	\$ 96,177.98
11	\$ 2,656.12	\$ 240.44	\$ 2,415.67	\$ 93,762.30
12	\$ 2,656.12	\$ 234.41	\$ 2,421.71	\$ 91,340.59
<b>Año 2</b>				
13	\$ 2,656.12	\$ 228.35	\$ 2,427.77	\$ 88,912.82
14	\$ 2,656.12	\$ 222.28	\$ 2,433.84	\$ 86,478.99
15	\$ 2,656.12	\$ 216.20	\$ 2,439.92	\$ 84,039.06
16	\$ 2,656.12	\$ 210.10	\$ 2,446.02	\$ 81,593.04
17	\$ 2,656.12	\$ 203.98	\$ 2,452.14	\$ 79,140.91
18	\$ 2,656.12	\$ 197.85	\$ 2,458.27	\$ 76,682.64
19	\$ 2,656.12	\$ 191.71	\$ 2,464.41	\$ 74,218.23
20	\$ 2,656.12	\$ 185.55	\$ 2,470.57	\$ 71,747.65
21	\$ 2,656.12	\$ 179.37	\$ 2,476.75	\$ 69,270.90
22	\$ 2,656.12	\$ 173.18	\$ 2,482.94	\$ 66,787.96

<b>AÑO 1</b>	
Interés	Capital
\$ 3,214.02	\$ 28,659.41

<b>AÑO 2</b>
--------------

**Tienda INVENTIVA, S.A.**

23	\$	\$	\$	\$		
	2,656.12	166.97	2,489.15	64,298.81	Interés	Capital
24	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	2,656.12	160.75	2,495.37	61,803.44	2,336.28	29,537.15
<b>Año 3</b>						
25	\$	\$	\$	\$		
	2,656.12	154.51	2,501.61	59,301.83		
26	\$	\$	\$	\$		
	2,656.12	148.25	2,507.86	56,793.96		
27	\$	\$	\$	\$		
	2,656.12	141.98	2,514.13	54,279.83		
28	\$	\$	\$	\$		
	2,656.12	135.70	2,520.42	51,759.41		
29	\$	\$	\$	\$		
	2,656.12	129.40	2,526.72	49,232.69		
30	\$	\$	\$	\$		
	2,656.12	123.08	2,533.04	46,699.65		
31	\$	\$	\$	\$		
	2,656.12	116.75	2,539.37	44,160.28		
32	\$	\$	\$	\$		
	2,656.12	110.40	2,545.72	41,614.56		
33	\$	\$	\$	\$		
	2,656.12	104.04	2,552.08	39,062.48		
34	\$	\$	\$	\$		
	2,656.12	97.66	2,558.46	36,504.02	<b>AÑO 3</b>	
35	\$	\$	\$	\$	Interés	Capital
	2,656.12	91.26	2,564.86	33,939.16	\$	\$
36	\$	\$	\$	\$	1,437.88	30,435.55
	2,656.12	84.85	2,571.27	31,367.89		
<b>Año 4</b>						
37	\$	\$	\$	\$		
	2,656.12	78.42	2,577.70	28,790.19		
38	\$	\$	\$	\$		
	2,656.12	71.98	2,584.14	26,206.04		
39	\$	\$	\$	\$		
	2,656.12	65.52	2,590.60	23,615.44		
40	\$	\$	\$	\$		
	2,656.12	59.04	2,597.08	21,018.36		
41	\$	\$	\$	\$		
	2,656.12	52.55	2,603.57	18,414.78		
42	\$	\$	\$	\$		
	2,656.12	46.04	2,610.08	15,804.70		
43	\$	\$	\$	\$		
	2,656.12	39.51	2,616.61	13,188.10		
44	\$	\$	\$	\$		
	2,656.12	32.97	2,623.15	10,564.95		
45	\$	\$	\$	\$		
	2,656.12	26.41	2,629.71	7,935.24		
46	\$	\$	\$	\$		
	2,656.12	19.84	2,636.28	5,298.96	<b>AÑO 4</b>	
47	\$	\$	\$	\$	Interés	Capital
	2,656.12	13.25	2,642.87	2,656.09	\$	\$
48	\$	\$	\$	\$	512.15	31,367.89
	2,656.12	6.64	2,656.09	\$ -		



✓ Constancia de Retención

	
Kilómetro 11 carretera Masaya, Plaza once. Telefono: 22505620 cel: 88215201 Ruc.	
<b>CONSTANCIA DE RETENCIÓN EN LA FUENTE IR</b> <span style="float: right;"><b>Nº</b></span>	
(Arts. 20, 57 y 68 del Reglamento de la Ley 822 Ley de Concertación Tributaria)	
Nombre o Razón Social del Retenido: _____	
Nº de Cédula de Identidad o Cédula RUC: _____ Moneda: _____	
Concepto del Pago: _____	
Monto bruto imponible: _____ Deducciones autorizadas por Ley: _____	
Monto Neto Recibido: _____ Monto Retenido: _____	
No. De Factura: _____ No. De Comprobante: _____	
Tipo de Renta: _____ / _____ Alicuota de Retención: _____ %	
_____ Firma y Sello Autorizado del Agente Retenedor	_____ Nombre y Firma del Retenido
Original: Retenido / 1ra. Copia: Archivo consecutivo / 2da. Copia: Cheque	



✓ Planillas de Pago



Tienda INVENTIVA, S.A.  
Planilla de Pago



Cargo	Devengado			Total Ingresos Gravables	Inss	Total deducciones	Neto a pagar	Prestaciones			
	Mensual	Dias Pagados	Quincenal					Aguinaldo	Indemnización	Inss Patronal	Inatec
Administración											
<b>Total Administración</b>	C\$ -		C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -
Mercadeo y Ventas											
<b>Total Ventas</b>	C\$ -		C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -

✓ **Pagarés**



**Tienda INVENTIVA, S.A.**  
 Kilómetro 11 carretera Masaya, plaza Once  
 Telefono: 22505620 Cel: 88215201  
 Ruc.



**Pagaré**

No. \_\_\_\_\_ **BUENO POR** \_\_\_\_\_

En \_\_\_\_\_ a \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20 \_\_\_\_\_  
Lugar y fecha de nacimiento

Debe(mos) pagare(mos) incondicionalmente por este Pagaré a la orden de \_\_\_\_\_  
Nombre de la persona a quien ha de pagarse

en \_\_\_\_\_ el \_\_\_\_\_  
Lugar de pago Fecha del pago

la cantidad de: \_\_\_\_\_

Valor recibido a mi (nuestra) entera satisfacción. Este pagaré forma parte de una serie numerada del 1 al \_\_\_\_\_ y todos están sujetos a la condición de que, al no pagarse cualquiera de ellos a su vencimiento, serán exigibles todos los que le sigan en número, además de los ya vencidos, desde la fecha de vencimiento de este documento hasta el día de su liquidación, causará intereses moratorios al tipo de \_\_\_\_\_ % mensual, pagadero en esta ciudad.

Nombre y datos del deudor: Nombre \_\_\_\_\_ Dirección \_\_\_\_\_ Población \_\_\_\_\_ Tel. \_\_\_\_\_

Acepto(amos) y pagar(emos) a su vencimiento \_\_\_\_\_  
Firma(s)

✓ **Recibos Oficiales de Caja**

**Tienda Inventiva, S.A.**  
 Kilómetro 11 Carretera Masaya, Plaza Once.  
 Telefono: 22505620 Cel: 88215201

Fecha: \_\_\_\_\_  
 No. **000001**

Ruc.

**Recibo Oficial de Caja**

Monto: \_\_\_\_\_

<b>Cliente:</b>	<b>Ruc:</b>	
<b>Cantidad en letras:</b>		
<b>Concepto:</b>		
<b>Transferencia:</b>	<b>Cheque No.:</b>	<b>Efectivo:</b>

\_\_\_\_\_  
**Recibí Conforme**

\_\_\_\_\_  
**Entregué Conforme**

✓ **Notas de débito y crédito**



**Tienda INVENTIVA, S.A.**

Kilómetro 11 carretera Masaya, Plaza Once.  
Telefono: 22505620 Cel: 88215201

**No. 000001**

**Nota de Crédito**

Día:	Mes:	Año:
------	------	------

Hemos acreditado a:	Monto:
Dirección:	

Concepto:
-----------

Elaborador por:	Revisado por:	Aprobador por:	Recibí Conforme:
-----------------	---------------	----------------	------------------



**Tienda INVENTIVA, S.A.**

Kilómetro 11 carretera Masaya, Plaza Once.  
Teléfono: 22505620 Cel:88215201  
Ruc.

**No. 000001**

**Nota de Débito**

Día:	Mes:	Año:
------	------	------

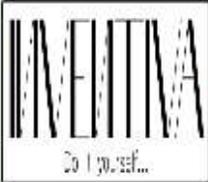
Hemos debitado a	Monto:
Dirección:	

Concepto:
-----------

Elaborador por:	Revisado por:	Aprobador por:	Recibí Conforme:
-----------------	---------------	----------------	------------------



✓ Órdenes de compra



## Tienda INVENTIVA, S.A.

Kilómetro 11 carretera Masaya, Plaza Once.  
 Telefono: 22505620 Cel: 88215201  
 Ruc.

PROVEEDOR

<b>ORDEN DE COMPRA</b>		No.		
FECHA DE NTRO. PEDIDO	DIA	MES	AÑO	
FECHA DE ENTREGA	DIA	MES	AÑO	

REQUISICION No.

DEPTO. SOLICITANTE

CONDICIONES DE PAGO

CONFIRMACION DE NUESTRO PEDIDO

CANTIDAD	CONCEPTO	PRECIO	IMPORTE
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			

Elaborador por:

Revisado por:

Autorizado por:





✓ **Tarjetas auxiliares**



**Tienda INVENTIVA, S.A.**

Kilómetro 11 Carretera Masaya, Plaza Once.  
Telefono: 22505620 Cel: 88215201

Ruc.

**TARJETA MAYOR AUXILIAR**

Nombre de la cuenta mayor: \_\_\_\_\_

Numero: \_\_\_\_\_

Nombre de la sub cuenta/Nombre: \_\_\_\_\_

Numero: \_\_\_\_\_

Telefono: \_\_\_\_\_

Direccion: \_\_\_\_\_

Factura o Documento: \_\_\_\_\_

Fecha	Referencia	Concepto	Debitos		Creditos		Saldos		Observacion

\_\_\_\_\_  
Elaborador por:

\_\_\_\_\_  
Revisado por:

\_\_\_\_\_  
Autorizado por:

✓ Tarjetas kardex



**Tienda INVENTIVA, S.A.**  
**CONTROL DE INVENTARIO**  
 TARJETA KARDEX

Producto		Cantidad Maxima	Cantidad Mínima	Método									
#	FECHA	DETALLE			ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
		CONCEPTO	FRA NO	CANTIDAD	UNITARIO	TOTAL	CANTIDAD	UNITARIO	TOTAL	CANTIDAD	UNITARIO	TOTAL	
1													
2													
3													
4													
5													
6													
7													
8													
9													
10													
11													
12													
13													
14													
15													
16													
17													
18													
19													
20													
21													
22													
23													
24													
25													
		Costos				\$ -			\$ -				

✓ Formato de declaraciones para la DGI y Alcaldías

 Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional <i>El Pueblo, Paralelamente!</i>		Gobierno de la República de Nicaragua Ministerio de Hacienda y Crédito Público Dirección General de Ingresos	
<b>106</b>		<b>DECLARACION ANUAL DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA (IR)</b> <b>RENDA ANUAL IR 106</b>	
Tipo de Declaración <input checked="" type="radio"/> Original <input type="radio"/> Sustitutiva, # a sustituir <input type="text"/>		Fecha de Presentación <input type="text"/>	
Período a Declarar Mes / Año <input type="text"/>			
<b>DATOS GENERALES</b>			
Número RUC J0810000155502		Apellidos y Nombre o Razón Social INST NIC DE INVEST Y ESTUDIOS TRIBUTARIOS	
Actividad Económica OTRAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES N. C. P. <input type="text"/>			
<b>PATRIMONIO CONTABLE</b>			
1. Efectivo en caja y bancos	1	<input type="text"/>	
2. Cuentas y documentos por cobrar	2	<input type="text"/>	
3. Inventarios	3	<input type="text"/>	
4. Terrenos	4	<input type="text"/>	
5. Edificios	5	<input type="text"/>	
6. Otros Activos Inmobiliarios	6	<input type="text"/>	
7. Total Activo Inmobiliario (Renglones 4+5+6)	7	<input type="text"/>	
8. Parque Vehicular	8	<input type="text"/>	
9. Otros Bienes Muebles	9	<input type="text"/>	
10. Total Activos Muebles (Renglon 8+9)	10	<input type="text"/>	
11. Otros activos	11	<input type="text"/>	
12. Total Activos (suma de renglones 1+2+3+7+10+11)	12	<input type="text"/>	
13. Cuenta y documentos por pagar	13	<input type="text"/>	
14. Dividendos Pagados a Residentes en el País.	14	<input type="text"/>	
15. Dividendos por Pagar a Residentes en el País	15	<input type="text"/>	
16. Instituciones Financieras de Desarrollo.	16	<input type="text"/>	
17. Resto de Instituciones Financieras.	17	<input type="text"/>	
18. Casa Matriz u Otras Sucursales en el País	18	<input type="text"/>	
19. Otros Agentes no Financieros.	19	<input type="text"/>	
20. Pasivo Fijo Nacional (suma renglones 15+16+17+18+19)	20	<input type="text"/>	
21. Dividendos Pagados a no residentes en el País.	21	<input type="text"/>	
22. Dividendos por pagar a no residentes en el País	22	<input type="text"/>	
23. Instituciones Financieras de Desarrollo.	23	<input type="text"/>	
24. Resto de Instituciones Financieras.	24	<input type="text"/>	
25. Casa Matriz u Otras Sucursales en el País.	25	<input type="text"/>	
26. Otros Agentes no financieros	26	<input type="text"/>	
27. Pasivo Fijo Extranjero (Renglones 22+23+24+25+26)	27	<input type="text"/>	
28. Total Pasivo fijo (renglones 20+27)	28	<input type="text"/>	
29. Otros pasivos	29	<input type="text"/>	
30. Total pasivos (suma de renglones 13+28+29)	30	<input type="text"/>	
31. Patrimonio neto (renglon 12-30)	31	<input type="text"/>	
<b>CALCULO DE LA RENTA GRAVABLE RENTA ACTIVIDADES ECONOMICAS</b>			
43. Ingresos por Ventas de Bienes y Prestacion de Servicios (Sector Comercial)	43	<input type="text"/>	
44. Ingresos por venta de Bienes (Sector Industrial)	44	<input type="text"/>	
45. Ingresos por exportación de bienes y servicios	45	<input type="text"/>	

✓ Formato INSS



INSTITUTO NICARAGUENSE DE SEGURIDAD SOCIAL  
Formulario de Acceso al SIE

**1) Datos del Empleador:**

**Registro Patronal**

Nombre o Razón Social: \_\_\_\_\_

Dirección completa: \_\_\_\_\_  
Dirección

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
Municipio Departamento

Teléfonos Empresa: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
Fax

Correo Electrónico:

**2) Datos del Representante legal o dueño del negocio**

Nombre completo: \_\_\_\_\_

No. de Cédula de Identidad

No. de Cédula de Residencia

Dirección Domiciliar: \_\_\_\_\_  
Dirección

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
Municipio Departamento

Teléfonos: Domiciliar  Móvil

Correo Electrónico:

**3) Datos del Administrador de Nómina**

Nombre completo: \_\_\_\_\_

No. de Cédula de Identidad

No. de Cédula de Residencia

Dirección Domiciliar \_\_\_\_\_  
Dirección

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
Municipio Departamento

Teléfonos: Domiciliar  Móvil

Correo Electrónico:

**NSS Administrador**

**DECLARACIÓN:** Por medio de la firma del presente Formulario, solicito al Instituto Nicaraguense de Seguridad Social, me conceda acceso al Sistema Integrado de Aplicaciones Específicas a fin de facilitar y hacer más eficiente la entrega de información y reportes al Seguro Social. Así mismo, declaro aceptar todas y cada una de las disposiciones que para el acceso al SIE solicita el INSS.

**Adjutar:** Fotocopia de cédula de identidad o de residencia del representante legal y del administrador de nómina

\_\_\_\_\_  
Firma del Empleador o su Representante Legal



REGISTRO DEL TRABAJADOR



Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional  
*¡22. Agosto, Puntalante!*

**INSTITUTO NICARAGÜENSE DE SEGURIDAD SOCIAL**

**FICHA DE INSCRIPCIÓN DEL ASEGURADO**



---

**DATOS DEL ASEGURADO/A**

1) NSS del Asegurado/a: \_\_\_\_\_ 2) Tipo de Documento de Identidad: Cédula CSE:  Residencia:  Pasaporte:  4) Fecha de Nacimiento: \_\_\_\_\_

3) No. de Doc. de Identidad: \_\_\_\_\_

5) Primer Nombre: \_\_\_\_\_ Segundo Nombre: \_\_\_\_\_ Primer Apellido: \_\_\_\_\_ Segundo Apellido: \_\_\_\_\_ 6) Sexo: H  M

**Datos de Nacimiento**

7) País: \_\_\_\_\_ 8) Departamento: \_\_\_\_\_ 9) Municipio: \_\_\_\_\_

**Datos de Residencia**

10) Departamento: \_\_\_\_\_ 11) Municipio: \_\_\_\_\_ 12) Distrito/Zona: \_\_\_\_\_ 13) Comarca: \_\_\_\_\_

14) Barrio: \_\_\_\_\_

15) Dirección Exacta: \_\_\_\_\_

16) Teléfonos: No. Convencional: \_\_\_\_\_ No. Celular: \_\_\_\_\_ 17) Correo Electrónico: \_\_\_\_\_

18) Nombres y Apellidos del Padre: \_\_\_\_\_ No. de Cédula de Identidad: \_\_\_\_\_

19) Nombres y Apellidos de la Madre: \_\_\_\_\_ No. de Cédula de Identidad: \_\_\_\_\_

20) Estado Civil: Soltero/a:  Casado/a:  Unión de Hecho Estable:

21) Nombres y Apellidos de Cónyuge / Compañero de vida: \_\_\_\_\_ No. de Cédula de Identidad: \_\_\_\_\_

**OBLIGATORIO**

22) Registro Patronal: \_\_\_\_\_ 23) Nómina: \_\_\_\_\_ 24) Razón Social: \_\_\_\_\_

25) Departamento: \_\_\_\_\_ 26) Municipio: \_\_\_\_\_ 27) Distrito/Zona: \_\_\_\_\_ 28) Comarca: \_\_\_\_\_

29) Barrio: \_\_\_\_\_

30) Dirección Exacta del Empleador (donde está la Nómina): \_\_\_\_\_ 31) No. Convencional: \_\_\_\_\_ No. Celular: \_\_\_\_\_

32) Fecha de Ingreso: Día \_\_\_\_\_ Mes \_\_\_\_\_ Año \_\_\_\_\_ 33) Total Ingreso del Mes: \_\_\_\_\_ C\$ 34) Salario Mensual: \_\_\_\_\_ C\$ 35) Cargo que Desempeña: \_\_\_\_\_

36) Sistema de Pago: Mensual  Quincenal  Catorcenal  Semanal  37) Día de Cierre: \_\_\_\_\_ (días especiales)

38) Novedades Atrasadas: (máximo 6 meses)

Mes	Total Ingreso del Mes	Salario Mensual	Meses Atrasados	Total Ingreso del Mes	Salario Mensual	Meses Atrasados	Total Ingreso del Mes	Salario Mensual
Enero			Mayo			Septiembre		
Febrero			Junio			Octubre		
Marzo			Julio			Noviembre		
Abril			Agosto			Diciembre		

**FACULTATIVO**

39) Modalidad: Integral  IVA  Salud  40) Ingreso Mensual: \_\_\_\_\_ 41) Aporte Mensual: \_\_\_\_\_

42) Actividad Ocupacional: \_\_\_\_\_ 43) Mes de Aplicación: \_\_\_\_\_

Dirección de Envío de Factura: (Llenar en caso de ser diferente a la dirección de residencia)

44) Departamento: \_\_\_\_\_ 45) Municipio: \_\_\_\_\_ 46) Distrito/Zona: \_\_\_\_\_ 47) Comarca: \_\_\_\_\_

48) Barrio: \_\_\_\_\_

49) Dirección Exacta: \_\_\_\_\_

**PARA USO INSS**

50) Municipio de Inscripción: \_\_\_\_\_ 51) Fecha de Inscripción en el INSS: \_\_\_\_\_ 52) Nómina asignada (Facultativa): \_\_\_\_\_

53) Fotocopias de Documentos que se adjuntan: Cédula Identidad  Pasaporte  Certificado de Nacimiento/Apostilla Asegurado/a  Hijos/as  Certificado Matrimonio  Certificado de Unión de Hecho Estable  Acreditación como Religioso/a

54) Observaciones: \_\_\_\_\_

---

55) Nombre y apellido del Afiliador/a \_\_\_\_\_ 56) Firma del Empleador/Representante Legal/Asegurado \_\_\_\_\_ 57) Firma y sello autorizada-INSS \_\_\_\_\_

Asegurado/a: Para la inscripción de sus beneficiarios, favor presentar en el área de Afiliación de la Delegación más cercana el certificado de nacimiento de hijos/as, certificado de matrimonio y cédula de su esposa/compañera de vida. En el Seguro Facultativo después de cotizar un (1) año de manera continua tendrá derecho a subsidio.

Edificio 1907, Dupla Norte, Managua. Teléfonos: 2222-5103/2222-5602/2222-7142. <http://www.inss.gob.ni>

Original: Oficina de Afiliación / Copia: Empleador o Asegurado Facultativo

## FORMATO DE INSCRIPCIÓN DE MARCA



MINISTERIO DE FOMENTO INDUSTRIA Y COMERCIO  
REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA NACIONAL

Para uso del RPI:



CS 10.00 Timbre Fiscal

**(1) MARCAS**

- Fábrica y Comercio     Comercio     Servicio  
 Colectiva     Certificación     Casa

**(2) NOMBRE Y APELLIDOS O RAZÓN SOCIAL DEL SOLICITANTE (S):**

Dirección:  
Domicilio:  
País:

Nº Teléfono:

Domicilio de correo electrónico:

Lugar de Constitución (si es persona jurídica):

Más de un solicitante (Anexa hoja con datos de cada uno)

**(3) REPRESENTANTE O APODERADO: NOMBRE Y GENERALES DE LEY:**

Dirección para Notificaciones:

Cédula de Identidad:

Nº Teléfono:

Domicilio de correo electrónico:

Número de inscripción del Poder :

Se Adjunta poder\_ Si

**(4) REPRODUCCIÓN DE LA MARCA**

Denominativa: \_ Graña Especial:  Figurativa:  Mixta:  Tridimensional:  Sonora:  Olfativa:

**(5) Lista de colores reservados:**

Descripción gráfica (Figurativa o Mixta):

Clasificación Viena (elementos figurativos):

Marca tridimensional acompaña. Diferentes vistas  Indicar número de vistas:

Se adjunta reproducciones blanco y negro  
Si  No  Indicar número:

Se adjunta reproducciones a color  
Si  No  Indicar número:

ADHIERA ETIQUETA DE LA MARCA  
O INDIQUE DENOMINACIÓN  
(No mayor de 4 cm por lado)

**(6) PRODUCTOS y SERVICIOS A PROTEGER (Agrupados por clases):**

Indicar Clase de solicitud básica:

Indicar clase (s) solicitudes complementarias:

Anexa hoja con lista de productos y servicios:

**(7) AUTORIZACIÓN:**

Autorizo que las subsiguientes notificaciones sean enviadas a mi domicilio de correo electrónico. Si  No

Comisión para presentar este escrito de acuerdo al Art. 64 Pr. (Solo para Abogados) a:

\_\_\_\_\_  
FIRMA DEL SOLICITANTE O APODERADO

**No se admitirá la presente solicitud si lleva enmiendas, tachaduras o corrector.**

Formato 01 - Decreto 83-2001 (Anexo 10) - Reglamento Ley 380 MARCAS Y DISEÑOS INDUSTRIALES (D.M.I.). La Gaceta, D.D., #111, 27 de Abril, 2001. (M. 28-MCV-2008)



## RUC - DIRECCION GENERAL DE INGRESOS

REPUBLICA DE NICARAGUA  
DIRECCIÓN GENERAL DE INGRESOS  
CEDULA - RUC

PERSONA JURIDICA  
REGIMEN GENERAL

NUMERO RUC:

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL:

NOMBRE COMERCIAL:

Para toda gestión o trámite relacionados con la Dirección General de Ingresos y demás organismos que señalan la ley y el reglamento de organización del RUC y Código Tributario de Nicaragua (Ley No.542) deberá presentar este documento.

Emisión Expiración

DIRECTOR GENERAL  
**DGI**

- a) Estimado contribuyente este es el documento CEDULA-RUC
- b) Su número RUC es un código único, personal e intransferible.
- c) Renta Adscrita: No.
- d) Este documento es verificable a través de la lectura del código QR.
- e) En caso de pérdida o robo contactar al centro de asistencia tributaria de la DGI, marcando el número telefónico 2248-9998 o escribiéndonos al correo [centrodeasistenciatributaria@dgi.gob.ni](mailto:centrodeasistenciatributaria@dgi.gob.ni)
- f) Le recomendamos, por motivos de seguridad, hacer uso privado de este documento.
- g) Le invitamos a efectuar sus transacciones tributarias por la vía electrónica.

MATRICULA ALCALDIA DE MANAGUA

ALCALDIA DE MANAGUA  
CONSTANCIA DE MATRICULA  
**COLOCAR EN LUGAR VISIBLE**

ALCALDIA DE MANAGUA  
Correos Managua Limpios

MODALIDAD DE PAGO: \_\_\_\_\_ AÑO: \_\_\_\_\_  
LA DIRECCION DE RECAUDACION, HACE CONSTAR QUE EL CONTRIBUYENTE:  
ESTA MATRICULADO CON No. RUC: \_\_\_\_\_  
DIRECCION: \_\_\_\_\_  
ACTIVIDAD ECONOMICA: \_\_\_\_\_ DISTRITO: \_\_\_\_\_  
No. RECIBO DE CAJA: \_\_\_\_\_ FECHA DE EMISION: \_\_\_\_\_  
No. 177923  
Serie "A"

ALCALDIA DE MANAGUA  
FIRMA Y SELLO

ESTÁ MATRÍCULA NO ES VÁLIDA SIN LA PRESENTACIÓN DEL RECIBO CORRESPONDIENTE

# Anexos



