

UNIVERSIDAD DE TECNOLOGÍA Y COMERCIO

PROGRAMA DE GRADUACIÓN 2021



Proyecto: Grabado laser y sublimación “GRABARTE S.A.”

Autores:

1. Jessica Marisol Gonzales Rosales
2. Marlen Eneyda Cruz López
3. Elizabeth de los Ángeles Aguinaga Acuña
4. Paul Patricio Ráudez Ríos

Tutores:

1. Msc. Noel Enrique Castellón.
2. Msc. Lisbeth Hernández Blandón.
3. Msc. Salvador de Jesús Ruiz.

Managua, marzo 2021

Contenido

Capítulo I Naturaleza del Proyecto	6
I Naturaleza del Proyecto	7
1.- Descripción de la Idea Seleccionada.....	7
1.1 Misión de la Empresa.....	8
1.2 Visión de la empresa	8
2. Justificación de la Empresa.....	9
3. Propuesta de Valor.....	9
4. Nombre de la Empresa.....	10
5. Descripción de la Empresa.....	10
5.1 Giro en que se ubica la Empresa.....	10
5.2 Ubicación y Tamaño.	11
6. ANÁLISIS FODA	11
7. Conclusión.....	12
Capítulo II Plan de Marketing	13
1 - Análisis de la Situación	14
1.1.- Empresa, Marca Y Posición	14
2.- El Mercado	15
2.1.- Segmentación de Mercados de Consumidores	15
2.2.- Características Demográficas.....	16
2.3.- Características Geográficas	16
3.- Necesidades del Mercado.....	17
4.- Tendencias del Mercado	17
4.1.- Evolución del Mercado	18
5.- La Competencia	19
5.1.- Principales Competidores.....	20
6.- Posicionamiento y Situación	21
7.- El Producto y Marca	21
7.1.- El Producto	21
7.2.- Precio del producto.....	22
7.3.-La Marca.....	23
8.- Puntos Críticos	24
8.1.- Factores Exógenos.....	24
9.- Objetivos de Plan de Mercadeo	26

9.1.- Objetivos a corto, mediano y largo plazo.....	26
10 - Estrategia de Marketing	27
10.1- Estrategia de Producto	27
10.2 -Estrategia de Clientes.....	28
10.3 -Estrategia de Lanzamiento	28
10.4 -Estrategias.....	29
11.1.- Ventajas.....	30
11.2.- Distintivos competitivos	30
12 - Política de Promoción.	31
13 - Resultados del Estudio de Mercadeo.....	31
13.1 - Interpretación de la información.....	32
13.2 - Recopilación de la información.....	33
14. Plan de Marketing.....	41
14.1.- Estimaciones económicas	41
14.2. - Previsión de ventas	41
14.3 Punto de Equilibrio.....	43
15. Conclusión	44
Capítulo III Producción	45
1. Objetivos de Producción	46
2. Especificaciones de los Productos.....	47
3. Descripción del proceso de producción.....	55
4. Diagrama de proceso de producción.....	55
4.1- Diagrama de flujo del proceso por producto.....	56
4.1.1 Sublimación de tazas.....	56
4.1.2 Grabado en acrílico.....	57
4.1.3 Grabado en madera.....	58
4.1.4 Sublimación de camisa.....	59
6. Equipo e Instalaciones	60
7. Materia Prima	61
7.1 Necesidades de materia prima	61
7.2 Identificación de proveedores y cotizaciones.....	62
7.3 - Compras.....	63
8. Capacidad Instalada.....	63
9. Manejo de Inventarios	64

10. Ubicación de la Empresa.....	64
11. Planta e Instalaciones Grabarte S.A.....	65
11.1 Instalación.....	66
12. Mano de Obra Requerida.....	67
12.1 Características del personal	68
13. Planes de Mejora Continua y Políticas de Calidad.....	69
14. Cronograma de Proceso de Producción.....	70
14.1 Diagrama pre operativo de producción de GRABARTE S.A.....	70
15. - Conclusiones.....	72
Capítulo IV. Organización.....	74
1.- Objetivos de la Empresa en el Área Organizacional.....	74
2.- Objetivo de la empresa por área funcional.....	75
3.- Funciones Generales y Específicas por Puesto.....	76
3.1.1 - La denominación del cargo es: Gerente General.	77
3.1.2 - Vendedores.	78
3.1.3 - Cajero	79
3.1.4 - Administrador.....	80
4.- Método de selección que seguirá la empresa.	81
6. Tabla de puestos y responsables.....	84
7. Conclusión	85
Capitulo V. Finanzas	86
1. Introducción.....	87
2. Objetivos	88
2.1 . Objetivo General:.....	88
2.2 - Objetivos Específicos:	88
3. Plan Maestro	89
3.1 - Presupuesto de Ingresos de Grabarte S.A.	89
3,2 - Presupuesto de Egresos de Grabarte S.A.....	89
3.3 - Presupuesto de Flujo de Efectivo de Grabarte S.A.	90
4. Políticas de Inventario.....	90
5. Balance Inicial	91
6. Estado De Resultado Proyectado	92
7. Balance General Proyectado	93

8.	Razones financieras de Grabarte S, A.....	94
8.1	Razones de Liquidez	94
8.2	Índice de Solvencia.....	94
8.3	Prueba Acida	95
8.4	Índice de Gestión	95
8.4	Rotación de Activos Fijos.....	96
8.5	Índice de Endeudamiento	96
9.	Análisis del Rendimiento Financiero	97
9.1	- Capital de trabajo.....	97
9.2	- TIR DE Grabarte S.A.	97
9.3	- Tasa de Descuento.....	97
9.4	Periodo de Recuperación de la Inversión	98
9.5	– Relación Costo Beneficio.....	98
10.	Conclusión.....	99
11.	Bibliografía	100
ANEXOS A	102
ANEXO B	112
	Documentos legales	112
	Libro diario y libro mayor.....	112
	Logotipo Grabarte S.A.....	115
	PAGARÉS.....	124
	Recibo Oficial de Caja.....	125
	Nota de débito y créditos.....	126
	Requisas	127
	Orden de Compra.....	128
	Comprobante de Pago	130
	Comprobante de CK.....	131
	TARJETAS AUXILIARES.....	132
	Formato de la Alcaldías Solvencia Municipal	135
	Ventanilla Única de Inversión:.....	136
	Matricula Alcaldía Managua	137
	Clasificación de los costos y gastos fijos y variables de Grabarte S.A.	142
	Ck BAC y BANPRO de Grabarte S.A.	143
13.	GLOSARIO.....	146

CAPÍTULO I NATURALEZA DEL PROYECTO



I NATURALEZA DEL PROYECTO

Antes de iniciar cualquier negocio es preciso definir de forma clara la esencia del mismo, cual es el objetivo de su creación, misión que persigue y porque considera justificable su desarrollo, desde la antigüedad las PYMES son consideradas a nivel mundial como agentes de cambio en el proceso de transformación y son fuente de mucha actividad innovadora. Además, son generadoras de empleo, aportando un valor significativo al desarrollo de la economía, como negocio **“GRABARTE S.A.”** aportará de forma integral a la economía del país, específicamente en la capital Managua, se crearán nuevas plazas de trabajo quienes gozarán de las prestaciones sociales impuestas por nuestro código laboral, permitiendo tener un alto nivel de motivación a la hora de trabajar y así buscar siempre la máxima eficiencia y provecho de nuestros colaboradores. Por otra parte, la empresa siendo formal y legalmente constituida contribuirá al estado por medio de los impuestos que este atribuya, por ello la empresa ayudará al dinamizar la economía del país aportando lo justo estipulado en la ley.

1.- DESCRIPCIÓN DE LA IDEA SELECCIONADA

Se tomó esta decisión de llevar a cabo la idea de una empresa de Grabado y Sublimación debido a ser un negocio relativamente económico puesto que no son muchos los elementos necesarios para empezar a funcionar incluyendo que se ha visualizado como un negocio bastante rentable mediante a la demande que se tiene hoy en día de este tipo de servicio.

Esta idea de negocio nació a raíz de la necesidad de desarrollarnos, del trabajo artesanal al trabajo industrial algunos años atrás, el trabajo de serigrafía “artesanal”

Grabarte S.A.

comenzó a bajar a medida que la industrialización comenzó a avanzar y la maquinaria moderna fue desplazando en gran medida la parte artística manual, la falta de un plan a futuro que se fusionara con la modernización industrial hizo que este tipo negocio bajara su producción, al redefinir los objetivos surgió con claridad la idea de modernizarse siendo una oportunidad bastante tentativa en el mercado serigráfico. Existe bastante competencia en el mercado de este servicio, pero no todos cumplen las expectativas del consumidor y sería una excelente idea adentrarse a este negocio, presentado al mercado una propuesta nueva de grabado tanto en técnica, calidad, durabilidad y diseño.

1.1 Misión de la empresa

GRABARTE S.A. es una empresa en permanente proceso de mejora continua de calidad en sus productos y servicios. Hemos asumido el compromiso y la responsabilidad de representar, defender y promover la cultura nicaragüense, proporcionando productos elaborados con tecnología moderna de calidad que cumplan con las expectativas de los consumidores que forman parte de los turistas nacionales y extranjeros que visitan nuestra bella Nicaragua.

1.2 Visión de la empresa

GRABARTE S.A. será una empresa que llegara a ser reconocida en el mercado turístico nacional e internacional por su competitividad a través de su capital humano en continuo aprendizaje, del uso racional y efectivo de sus recursos económicos y del soporte tecnológico que dispone.

2. JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

Esta idea de negocio surgió con la necesidad de fusionar, la artesanía tradicional con la innovación del Grabado laser formando una empresa de sentido social, que responderá eficientemente los gustos del cliente que demande la puesta en escena la creatividad en tus manos, es decir la transformación de sus ideas en Arte grabado, en las diversas formas que se puedan. Escapando de lo tradicional a lo novedoso, convirtiendo productos convencionales en espectaculares y que estos sean comercializados a nivel nacional y también se envíen al extranjero a través de los visitantes esporádicos (turistas), así como los recurrentes (connacional de visita al extranjero) que llevan algún recuerdo sus parientes, familiares y amigos, al igual que el Turistas Visitantes (atraídos por nuestras Bellezas Naturales).

3. PROPUESTA DE VALOR

Existe la necesitada de muchas personas que se inclinan a comprar productos personales diseñados, existen modelos iguales, donde las personas quisieran tener un modelo propio a su gusto y preferencia, sobre todo, estar a la vanguardia en continua interacción con la tendencia de la moda y son pocas las empresas que sean capaz de satisfacer sus necesidades en gustos y preferencias, mucho menos en calidad de grabado y sublimación, aquí donde **GRABARTE S.A.** marcará la diferencia como en diseños, calidad, durabilidad y atención personalizada.

4. NOMBRE DE LA EMPRESA

El presente proyecto lleva por nombre **GRABARTE S.A.** Dicho nombre es la combinación de dos palabras **grabar- arte** que significa escribir o trazar sobre metal, madera, vidrio u otra superficie dura una figura, un dibujo o signos de forma creativa y novedosa.

Escogimos este nombre porque los productos que se elaborarán serán artísticamente elaborados mediante grabado con láser la cual es considerada hoy en día como un método novedoso y de calidad.

5. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Analizando las oportunidades que se presentan en estos momentos, se decidió que nuestra empresa se desarrollará en las siguientes condiciones:

5.1 Giro en que se ubica la empresa

El giro de **GRABARTE S.A.** es industrial debido a que será una empresa donde habrá procesos de producción y transformación de materia prima por productos terminados. Además, nuestro proyecto “**GRABARTE S.A.**” estará en el ramo turístico ya que pretendemos promover a Nicaragua a través de la elaboración y la venta de artículos con carácter artesanales que identifiquen su cultura y costumbres. Para, ello pretendemos introducir en el mercado piezas elaboradas en acrílico, así como el grabado en láser de madera, vidrio, sublimación en tazas y ropa. Los clientes que deseen personalizar algún artículo también lo podrán realizar en nuestra tienda.

5.2 Ubicación y Tamaño

La empresa será una pequeña empresa, constará con menos de 14 empleados y estará ubicada en la **ciudad de Managua**, en un lugar de fácil acceso para proveedores, trabajadores, clientes, incluyendo que estará bastante lejos de la competencia. Sería la primera pequeña empresa de grabado laser existente dentro de este sector. La dirección será la siguiente: Barrio Villa Reconciliación, Parada de buses Howard 1 cuadra al este.

6. ANÁLISIS FODA

Fortalezas <ul style="list-style-type: none">✓ Disponer de un amplio catálogo de productos.✓ Ofrecer precios competitivos.✓ Aplicación de tecnología más eficaz.✓ Promociones y oferta al cliente.	Amenazas <ul style="list-style-type: none">• Inestabilidad económica.• Competencia del mismo servicio.• Poca expansión del mercado.
Oportunidades <ul style="list-style-type: none">✓ Existe alto volumen de búsquedas de este tipo de productos.✓ Se observa una mejora de la situación económica para el próximo año.✓ Aparición de nuevos segmentos de mercado.	Debilidades <ul style="list-style-type: none">• Flujos limitados de ingresos durante el primer año de operaciones de la empresa.• Altos costos de las materias primas.• Recursos de inversión y presupuesto limitado.

7. CONCLUSIÓN

Es necesario acotar que definir la naturaleza del proyecto es un asunto que tiene su ciencia y que no debe, bajo ninguna circunstancia, subestimarse o hacerse por salir del paso. Significa precisar una serie de elementos que deben evaluarse de manera sensata, afortunadamente, en este reto, como en otros, los líderes del proyecto pueden contar con el apoyo de su equipo humano y de sus aliados, especialmente, puede valerse de la tecnología, que simplifica, agiliza y suma eficacia, en este y en todos los procesos a implementar para su función ya que es desde aquí donde proyectamos nuestras metas y visión de nuestra empresa

En este capítulo se muestra el fundamento de la empresa, considerando todas las dimensiones necesarias para desarrollar este plan de negocios llevando una simple idea aun proyecto factible y rentable a la vez. El hecho de que el plan de negocios se encuentre bien estructurado y detallado es de gran importancia ya que, de otra forma, se corre el riesgo de que el negocio no sea exitoso. Además de proporcionar las herramientas necesarias para evaluar todos los factores que se deben tomar en cuenta para abrir una empresa de grabado y sublimación como **GRABARTE S.A.**

CAPÍTULO II PLAN DE MARKETING



1 - ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

1.1.- Empresa, Marca Y Posición

GRABARTE S.A. es una empresa dedicada al grabado laser y sublimación la cual ofrecerá variedad en números de diseños para los gustos más exigentes de su preferencia al detalle y también al por mayor para empresas que necesitan branding.

GRABARTE S.A. Como marca se caracteriza por la calidad de sus productos tanto en grabado como en sublimación y lo mejor de todo es que a bajos costos, ya no tendrás que pagar grandes cantidades por un diseño personalizado. Estamos conscientes que en el mercado existen otras empresas que denominamos competencia por dedicarse al mismo segmento, pero no tendrán los mismos beneficios que nosotros le ofrecemos en producto y servicio.

Como resultado del estudio de mercado se obtuvo agradables aceptaciones en cuanto a nuestra empresa del servicio, precio y producto ofrecido. Estamos comprometidos con el cliente en brindar y llenar sus expectativas, nuestra tienda tendrá una buena ubicación y gran publicidad gráfica para darse a conocer.

2.- EL MERCADO

El mercado serigráfico, grabado a láser y sublimaciones en diferentes tipos de materiales como vidrio, madera, acrílico, telas entre otros actualmente en Nicaragua se está expandiendo muy positivamente.

Por tal razón, **GRABARTE S.A.** pretende incursionar en el mercado de las Artesanías Turístico, Arte Publicitario, Artes Domésticos y Señalización de higiene y Seguridad.

2.1.- Segmentación de Mercados de Consumidores

La segmentación de mercado es una parte integral de la estrategia de mercadotecnia del Proyecto Grabarte S.A. en el que realizaremos el proceso de separar a un gran mercado objetivo en un grupo más pequeño y homogéneo de clientes potenciales que con más eficiencia podremos tratar y lograremos satisfacer.

El segmento de mercado ha de ser lo suficientemente grande para que nos pueda generar la rentabilidad que estamos deseando alcanzar.

Las características de nuestros consumidores serán diversas, pero estarán definidas por las particularidades de sus necesidades, es decir serán madres de familia, esposas, compañeros de trabajo, líderes Religioso, directores de empresas entre otros.

Destacando uno a uno serian, la madre que realiza una actividad especial a sus hijos, o le obsequia un presente personalizado a su esposo, una actividad de compañeros de trabajo, donde se hacen intercambios de regalos y estos son detalles personalizados, un director enviando un presente a sus empleados, el

sacerdote o el religioso que señala en su Iglesia un sitio un lugar que destaque y sea notorio para el que visita su santuario. Etc....

2.2.- Características Demográficas

“La segmentación de mercado demográfica es uno de los enfoques más comunes para segmentar mercados. Con esta estrategia, una compañía simplemente divide el gran mercado en grupos basado en varios atributos definidos. La edad, la raza, el género, el estado marital, la ocupación, la educación y el ingreso se encuentran entre los atributos de segmentación demográfica. Por ello nosotros tomamos como referencia un grupo de personas al azar en las redes sociales y de ahí partimos. El estudio de mercado se encuentra más detallado en la Investigación de Mercado en un capítulo posterior. Pero eso es importante destacar que, del universo de personas encuestadas, el 62% son mujeres y 38% son varones, así mismo nuestro universo de edades inicia a los 18 años hasta mayores de 35 años según el resultado dado por la encuesta.

2.3.- Características Geográficas

La segmentación geográfica es un componente que complementa nuestra estrategia de marketing, nos sirve para orientar productos o servicios hacia los consumidores correctos. Geográficamente partimos que estaremos ubicados en el Distrito Seis del departamento de Managua, específicamente en la pista que se deriva del mercado Mayoreo hacia la pista La Reynaga o rotonda a Virgen, zona con mucha actividad económica y abierta a las oportunidades que ofrece un negocio de grabado, sublimado, serigrafía y rotulación.

3.- NECESIDADES DEL MERCADO

A través del estudio de mercado por medio de una encuesta que **GRABARTE S.A.** realizó, recopilamos que el servicio de grabados de láser y sublimaciones está siendo actualmente en Nicaragua un negocio prometedor.

Ya que según nuestras encuestas del 100 % del total de las personas encuestadas el 92% les gusta adquirir artículos grabados y personalizados y solo un 8% respondió que no. Al igual que están dispuestos a adquirir el servicio en otro tipo de artículos que aún no ofrecemos lo cual nos hace pensar en proyecto a futuro para poder ampliar nuestros servicios.

4.- TENDENCIAS DEL MERCADO

Tendencia Actual:

Actualmente el ramo de la serigrafía tiene una tendencia en el mercado Nicaragüense ya que cada vez el consumo en el mercado es mayor cada día y con exigencias en los servicios. Los consumidores desean un producto o servicio de calidad y variedad según sus deseos.

Tendencia Futura:

Según las herramientas de las nuevas tecnologías harán un mejoramiento día a día en el servicio de grabados con láser y todo en sublimaciones personalizadas de muchos artículos lo cual hará que el consumo de dichos productos y servicios sea mucho mejor.

4.1.- Evolución del Mercado

Sabemos que el grabado mecánico, es un legado ancestral que ha evolucionado con el paso del tiempo mediante la tecnología la cual nos ha permitido conocer el grabado laser y aunque podamos destacar a lo largo de su desarrollo en el país algunos eventos importantes, sigue existiendo escasez de información, encontrar un buen recurso bibliográfico se vuelve casi una expedición; esto es un problema que han enfrentado quienes se perfilan hacia alguna de las ramas de la materia en cuestión, específicamente al diseño grabado y sublimación. Que al igual que muchas profesiones, debe su historia a la vida que llevaron nuestros antepasados, ellos, ejemplo vivo de evolución, nos han permitido destacar etapas a todo lo que hacemos. En este caso, gracias a la necesidad de comunicarnos unos con otros nacen los primeros indicios de diseño.

La transformación que esta creativa profesión ha mostrado con el paso de los siglos es admirable y digna de reconocer. Sin embargo, en Nicaragua aún se continúa documentando la evolución del diseño con grabado laser, pues no hay registros completos de su desarrollo, pero sí, eventos destacados que nos permiten profundizar en la vitalidad de este servicio hace 20 años atrás se desconocía el grabado laser y ahora hoy en día podemos ver varias empresas que trabajan con esta tecnología. Nuestra necesidad de comunicar ahora va más allá de lo tangible o visible; por ello, es importante destacar y registrar el avance que ha tenido, no sólo a nivel mundial, sino, y principalmente, a nivel nacional. Para las actuales y nuevas generaciones será de gran utilidad poder conocer sobre el pasado tan exquisito que esconde la evolución en el mercado que ha tenido el grabado laser en estos últimos años en Nicaragua.

5.- LA COMPETENCIA

Actualmente en Nicaragua existen muchas empresas que se dedican al grabado de láser y sublimaciones, así como impresiones a gran formato y señalizaciones entre otros, siendo cada vez mayor la competencia.

Por lo cual **GRABARTE S.A.** al introducirse al mercado tendrá una amplia competencia en los servicios y productos a ofrecer teniendo así que poner en práctica el estudio del mercado realizado donde tomaremos en cuenta los deseos de los consumidores lo que ellos esperan en servicios y la atención personalizada. Utilizando como herramienta de venta las debilidades de la competencia y como la podremos mejorar.

5.1.- Principales Competidores

Nombre del competidor	Ubicación	Principal ventaja	Acciones para posicionarse
Grabados GP	Centro comercial Managua	Está ubicado en un lugar muy visitado y concurrido.	Sus grabados con láser en diferentes tipos de materiales.
TOROGOZ NICARAGUA	Centro comercial Managua	Tienen aparte de grabados, hechuras de trofeos esculturas acero. Ubicado en un lugar concurrido.	Realiza trofeos para regalos empresariales con el diseño q el cliente desee y su grabado en laser.
Arqtech	Altamira, de donde fue la Vicky 1 c. Abajo	Tienen mucha mejor tecnología para ofrecer variedad en rotulación internas y externas y grabados en materiales con mármol, metal adoquinado entre otros. Sin mencionar el tiempo en el mercado.	Arqtech es una empresa que se desarrolla en muchos ramos que abarca hasta la arquitectura para tu hogar. Hasta sellos de bolsillos.
Display Nicaragua	Bello Horizonte, Rotonda 2 c. Norte 3 ½ arriba	Hacen trabajo a gran formato para publicidad y exhibición de los productos y servicios de los clientes.	Una de sus acciones es extenderse en muchos servicios a ofrecer no solo grabados en laser sino también en formatos publicitarios.

6.- POSICIONAMIENTO Y SITUACIÓN

GRABARTE S.A. por ser una pequeña empresa que está en proceso de introducción, actualmente no está posicionada en el mercado, pero sin embargo Tomando en consideración que la ciudad de Managua es una ciudad bien grande, partimos de tomar como parámetro el **Distrito VI de Managua** que tiene una cantidad Poblacional de **160,000 (ciento sesenta mil habitantes)** ubicado colindante al Distrito Cinco, Siete y Seis.

Pero sin embargo como negocio se está preparando para posicionarse en el mercado Nicaragüense, deseamos brindar confianza, calidad y mejor servicio a los clientes de nuestra pequeña empresa con buena aceptación en el mercado cómo somos **GRABARTE S.A.** especialistas en grabados y sublimaciones posicionándonos utilizando estrategia de Marketing, las redes sociales, página web, spots publicitarios en los diferentes canales de distribución para que lleguen nuestros productos a los consumidores.

7.- EL PRODUCTO Y MARCA

7.1.- El Producto

Nuestros Productos están elaborados por manos nicaragüenses, materia prima 100% nicaragüense, dirigidos a todo el público en general y todas clases sociales sin excepción alguna, estamos preparados para que nuestros clientes se sientan con la mayor confianza, en realizar un encargo con nosotros con nuestros trabajos a ofrecer:

7.2.- Precio del producto

Concepto	Precio de venta regular
Llaveros en acrílico	C\$ 75,00
Llavero de cuero con grabado laser	C\$ 70,00
Llaveros en madera	C\$ 60,00
Sublimación de tazas	C\$ 120,00
Serigrafía de camisetas de Niño	C\$ 120,00
Serigrafía de camisetas de adulto	C\$ 180,00
Billetera de cuero con grabado laser	C\$ 300,00
Grabado de vasos de vidrio	C\$ 70,00
Guitarras en acrílico	C\$ 150,00
Grabados en agendas	C\$ 200,00
Rotulo informativo	C\$ 200,00
Impresión a gran formato	C\$ 1.500,00

7.3.-La Marca

El presente proyecto lleva por nombre **GRABARTE S.A.** Además de ser el nombre de la empresa es también la marca. Se Escogió este nombre porque los productos que se elaborarán serán artísticamente diseñados mediante grabado con láser la cual es considerado como un método novedoso y de calidad.



Grabarte es una marca que ofrece versatilidad, estilo, tendencia, calidad e innovación y es de ahí su nombre, **GRABARTE S.A.** el arte de grabar, convertimos tus ideas en algo tangible de manera artística.

Para la representación de la marca se utilizó una diversa combinación de colores verde ,celeste ,azul, amarillo ,naranjado y fucsia colores llamativos y sumamente visual para mayor atracción al cliente cada color representa un significado propio para la empresa ,el amarillo representa inteligencia, originalidad y alegría, el naranjado representa el entusiasmo, la felicidad, la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo que provocara nuestro negocio, el azul la lealtad y confianza que formaremos con nuestros clientes ,el verde representa el crecimiento el desarrollo de nuestra empresa y por último el fucsia que esta está asociado con la sabiduría, la creatividad y la independencia.

8.- PUNTOS CRÍTICOS

Los puntos críticos de éxito son puntos clave que, cuando están bien ejecutados, definen y garantizan el desarrollo y crecimiento de la empresa. Por el contrario, cuando estos mismos factores se pasan por alto o se ignoran, contribuyen al fracaso de la organización

8.1.- Factores Exógenos

Micro entorno

Capacidad de producción de la empresa:

Actualmente es necesario que la industria de la transformación analice y estudie la capacidad de sus sistemas de producción con el fin de hacer frente a la demanda optimizando sus utilidades y, con el tiempo, contemplar la posibilidad de expandirse, para aumentar su mercado y brindar un mejor servicio de calidad y satisfacción de necesidades a los clientes de la misma y **GRABARTE S.A.** no está exenta esto como empresa cubre con todos requerimientos necesarios para cubrir la demanda tanto en servicio como producto.

Estructura de costos

Comparar el Sector o la Empresa con otros Sectores o Empresas, para sacar conclusiones respecto al propio fijando un precio estándar sin descuidar los gastos de materia prima y mano de obra fijando el precio en base a la calidad del producto

Condiciones de calidad

La buena calidad es una condición que debe tener todo servicio para conseguir mayor rendimiento en su actividad y durabilidad, cumpliendo con normas y reglas necesarias para cumplir con las necesidades del cliente.

La calidad dentro de **GRABARTE S.A.** es un factor importante que produce satisfacción a sus clientes, empleados y accionistas, y dota de herramientas prácticas para una gestión integral.

Macro entorno

Demanda: Nuestros productos tienen una alta demanda desde los más pequeños hasta los más grande, siempre estamos en compra de souvenirs ya sea de obsequio, intercambios de regalos o un regalo a alguien que habita en el extranjero.

Disponibilidad medios de Transporte: es completamente accesible, nosotros como tienda estamos ubicados en un sitio céntrico, diferentes unidades de transportes transitan por el lugar y también es muy sano y fácil de acceso.

Incremento de la competencia: Estamos claro qué la competencia en grabados y sublimaciones va incrementar en los pasos del tiempo, como **GRABARTE S.A.** tenemos estrategias para mantener nuestros clientes.

Aspectos Legales: **GRABARTE S.A.** siendo una pequeña empresa, posicionada en el mercado, establecidos como sociedad dentro de ello con el derecho tributario, leyes laborales, código de ética y todo derecho legal el cual nos convierte en una empresa legalmente constituida.

9.- OBJETIVOS DE PLAN DE MERCADEO

9.1.- Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Corto plazo

- Difundir por medio de la publicidad la marca de nuestra pequeña empresa para así ser parte del mercado y promovernos. De tal manera que nos consideren como una marca de buena calidad a un precio accesible.
- Lograr una venta en el primer trimestre de 4,200 piezas para así poder obtener un nivel de ventas de C\$ 2, 679,000.00 durante el primer año.
- Ser reconocidos como una alternativa en el mercado de la serigrafía.

Mediano plazo

- Situar nuestros productos y servicios dentro de las preferencias de los consumidores.
- Ampliar los servicios ofrecidos para seguir innovando dentro del mercado
- Alcanzar un nivel de ventas mayores 50,400 piezas o servicios, logrando ampliar nuestro equipo de trabajo con dos colaboradores más a nuestra empresa para poder incrementar un nivel de ventas de C\$3, 182,652.00 entre el segundo y tercer año.

Largo plazo

- Lograr que nuestra marca sea conocida Nacionalmente como producto nacional y con estilo único y propio.
- Abrir al menos 3 sucursales de la marca distribuidora oficial dentro de Managua.

- Alcanzar el 50% de nuestro mercado potencial tanto en Managua como en departamento.
- Alcanzar un nivel de ventas mayor 84,000 piezas o servicios logrando ampliar nuestro equipo de trabajo con tres colaboradores adicionales a nuestra empresa llegando a un nivel de ventas de C\$4, 099,255.78 entre el cuarto y quinto año.

10 - ESTRATEGIA DE MARKETING

Las estrategias de marketing definen como se van a conseguir los objetivos comerciales de nuestra empresa. Para ello es necesario identificar y priorizar aquellos productos que tengan un mayor potencial y rentabilidad, seleccionar al público al que nos vamos a dirigir, definir el posicionamiento de marca que queremos conseguir en la mente de los clientes y trabajar de forma estratégica las diferentes variables que forman el marketing mix (producto, precio, distribución y comunicación).

10.1- Estrategia de Producto

Escapando de lo tradicional a lo novedoso, se pretenden convertir productos convencionales en espectaculares y que estos sean comercializados a nivel nacional y también se envíen al extranjero a través de los visitantes (turistas), así como los recurrentes (nacional de visita al extranjero) que llevan algún recuerdo a sus parientes, familiares y amigos, al igual que el Turistas Visitantes (atraídos por nuestras Bellezas),partiendo como una de sus principales iniciativas que dio vida a este proyecto.

Con la idea de concretar este proyecto; se pretende perpetuar los recuerdos, el principal objetivo de la representación Gráfica de nuestros parajes artísticos y zonas geográficas en materiales durables y novedosos, pensando en ser la opción para incursionar en el arte Gráfico y publicitario para el mercado Nacional al que se le brindara un abanico diverso de opciones para clientes. Siempre haciendo uso de las

herramientas del grabado con láser llevando el arte a las manos del nicaragüense y turistas que quieras llevarse un bonito recuerdo.

Se hará uso de distintos medios de promoción para dar a conocer nuestro servicio motivando la curiosidad del cliente al querer hacer uso de este nuevo método de grabado y sublimación

10.2 -Estrategia de Clientes

- Brindar las mejores opciones entre nuestros productos satisfaciendo sus necesidades asegurando una excelente experiencia con su compra.
- Ofrecer regalías por su fidelidad como Calendarios, llaveros, plumas, brochures o cualquier artículo conmemorativo incluyendo descuentos en todos nuestros productos.
- Servicios de postventa, considerar a los clientes como un socio de la empresa, brindándole cualquier asistencia a cualquier idea que deseen materializar, manteniendo una relación permanente con nuestros clientes.
- Brindarles garantías de los artículos ofrecidos y vendidos.
- Estar siempre en contacto con ellos mediante las distintas redes sociales.
- Dar un servicio sumamente profesional con productos de calidad y durabilidad bajo un precio favorable que se ajuste a su bolsillo.

10.3 -Estrategia de Lanzamiento

El presente plan de lanzamiento trata de ganar clientes para lograr la rentabilidad del servicio, puesto que todas las actividades que se implementaran ayudaran a que el negocio pueda ser reconocido en todo el sector y se efectuó la adecuada promoción del mismo en el mercado con el fin de ser reconocidos como empresa.

Estrategias

- Repartir y entregar volantes en sectores aledaños al negocio.
- Ubicación de manta publicitario ubicada a 200 metro antes de llegar a la parada de buses Howard.
- Ubicación de un Vinil afuera del local donde expondremos los meses de descuento, promociones y ofertas, acompañado de un banner publicitario donde se visualizará un resumen de nuestros servicios y productos.
- Tarjetas de presentación, estas tarjetas se le estará entregando a todos los clientes que hagan una compra mayor de 10 dólares acompañado de un llavero personalizado con el logo de la empresa y un pequeño calendario.
- Elaboración de Video promocional y publicaciones de nuestros productos, descuentos y promociones. La cual se estarán compartiendo dentro de nuestras redes sociales, Facebook, Instagram y pagina web.
- Realización de un spot radial dicho spot Radial de promoción se estará transmitiendo por medio de emisoras radiales.

Emisoras seleccionadas

La MARKA 90.9 FM y la TUANI 100.3 FM dichas emisoras tienen un alto rating de radios escuchas.

Los anuncios, son más persuasivos que seductores, ya que al no disponer de soporte visual Televisivo tendremos que basarnos más en la argumentación del mensaje. Lo que se pretende con el anuncio es llamar la atención del cliente a través de un mensaje que llegue de manera clara y que envuelva lo que significa el servicio de grabado. Dicho mensaje tendrá una voz femenina en un tono conversacional una cualidad que lo hace fácil de escuchar y entender.



11. VENTAJAS Y DISTINGO COMPETITIVO

11.1.- Ventajas

Una ventaja será el costo de producción: una estrategia que permita reducir los costos sin mermar la calidad del producto ofrecido. En este caso la empresa logra obtener los costos de producción más bajos que nuestros competidores, para poder ofrecer un precio más menor en el mercado.

Disponer de características que no poseen los productos de nuestra competencia como durabilidad del producto, mejor presentación, modernidad, servicio y atención de calidad, la cual como empresa nos permite elevar el precio de venta a un largo plazo, obviamente siempre y cuando sean apreciadas, valoradas por nuestros clientes.

De nada servirá añadir características únicas a nuestros productos, si no existen clientes dispuestos a pagar por ellas por ende siempre estaremos enfocados a satisfacer las necesidades y gustos de nuestros clientes.

11.2.- Distintivos competitivos

- Disponibilidad para todo tipo de personas
- Se brinda una atención a los clientes, para aconsejarlos respecto a sus compras.
- Gama completa y diversificada.

Como empresa estaremos innovando con esta tecnología dejando atrás ese proceso manual, ofreciéndole al cliente un producto de calidad, más moderno con mayor durabilidad y estilo satisfaciendo los gustos más exigentes que hacen uso de este servicio.

12 - POLÍTICA DE PROMOCIÓN

Los productos de nuestra Empresa se basan en un abanico de diversos productos: Llaveros en Acrílicos, Tarjetas de Presentación, Llaveros en Madera, Sublimación de Tazas, Serigrafías camisetas de niños, Grabado en Lapiceros, Grabados vasos de vidrios, Grabados en Agendas entre otros más que se desprenderán de la creación de los clientes potenciales y resultado de la demanda de nuestros consumidores, ya que siempre serán productos a la medida de nuestra clientela incluyendo que a todo cliente fijo gozara de promociones, descuentos y regalías.

Nuestros productos vienen a satisfacer la creatividad del que los va a consumir o adquirir para su consumo o bien para obsequiarlos a un tercero. También puede comprar un producto en otro comercio y nosotros podemos personalizarle ya sea con una inscripción personal o con algún diseño que nuestra empresa le ofrezca como opción. Es decir, ser el artífice de la imaginación de nuestros clientes potenciales.

13 - RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADEO

Se realizaron encuestas para saber cuánta información existía sobre el tema. Los datos obtenidos durante este proceso de investigación, fueron analizados mediante la estadística Descriptiva, se tabularon y calcularon los respectivos porcentajes; posteriormente, se presentan los resultados en gráficos a continuación.

13.1 - Interpretación de la información

Gráfico N° 1 Por Género

1. De un total de 100% de personas encuestadas. El 62% eran mujeres y el 38% varones. (grafico)

2. Gráfico N° 2 Por Edad

De un total de 100% de personas encuestadas. El 29% eran mayores de 31 años, el 26% están en el rango de 26 a 30 años, el 24% está en el rango de los 18 a los 25 años y al final los de más de 35 años son un universo del 21%.

3. Gráfico N° 3 por Ubicación Geográfica

De un total de 100% de personas encuestadas. El 52% es del municipio de Managua y el 48% de otras zonas, pero son circundantes al sitio del área a encuestar.

4. Gráfico N° 4 Intención de Compra

De un total de 100% de personas encuestadas. El 92% estaría dispuesto a adquirir los artículos indicados en la encuesta y el 8% respondió que no.

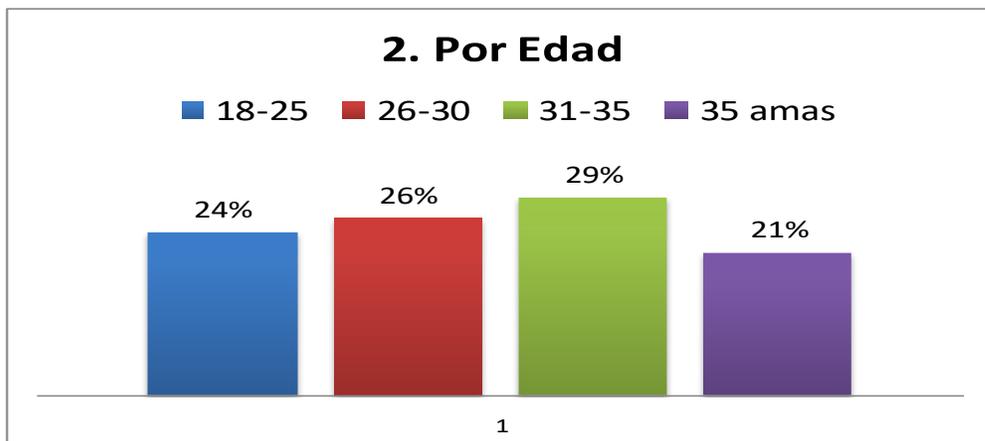
5. Gráfico N° 5 de los 04 tipos de materiales propuestos

De un total de 100% de personas encuestadas. El 44% les parece la madera como material para su grabado, el 17% opina que es el textil, el 16% piensa que el cuero, el 13% opina que el barro o cerámica y el 10% dijo otros entre los que decían acrílico y metal.

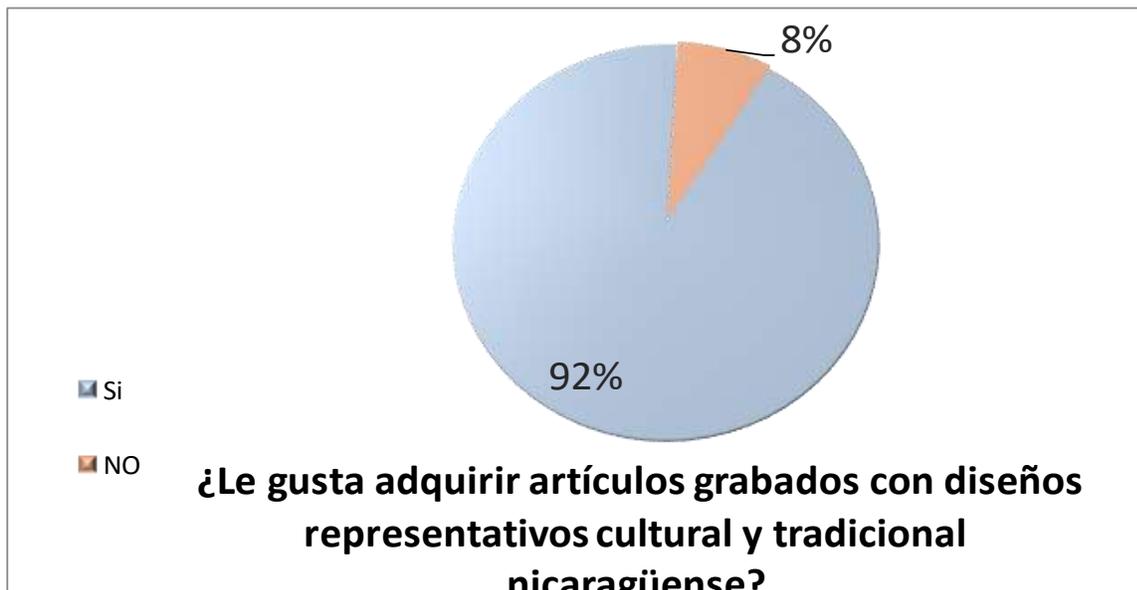
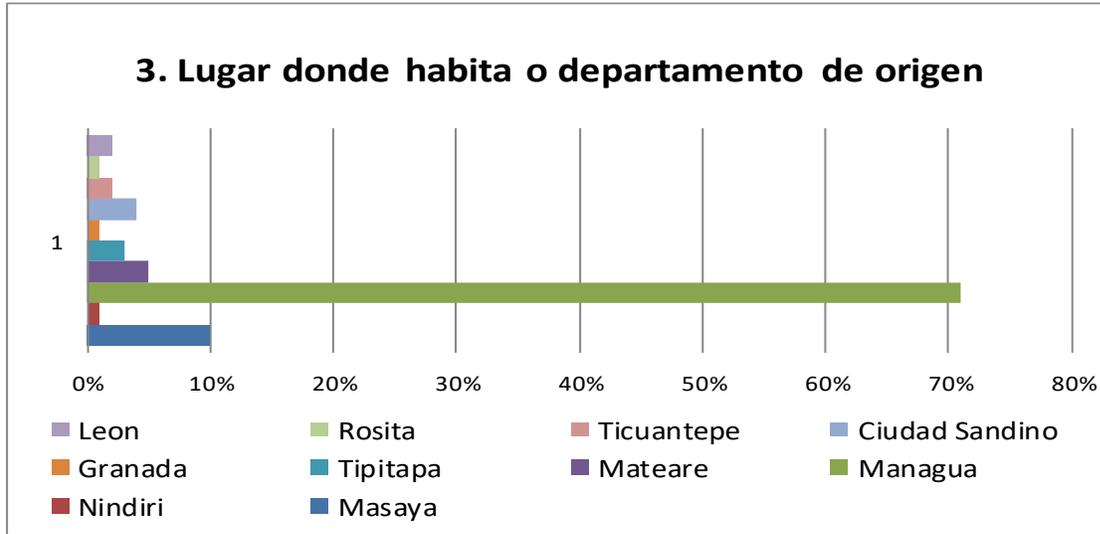
6. Gráfico N° 6 de la disposición de compra de otro artículo grabado y personalizado.

De un total de 100% de personas encuestadas. El 66% respondieron que sí, el 32% opina que tal vez, el 02% piensa que no. (Anexo 6).

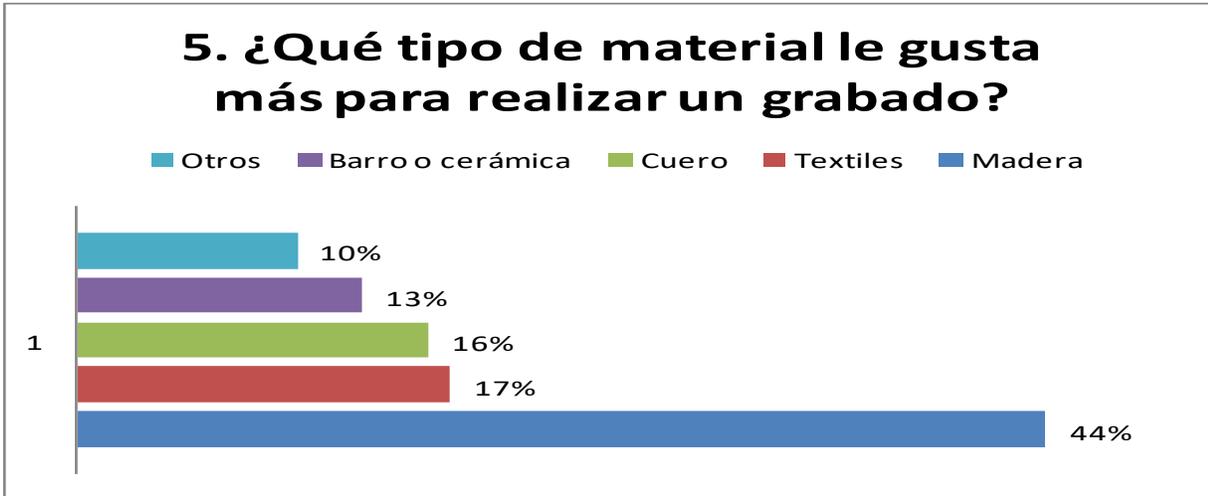
13.2 - Recopilación de la información



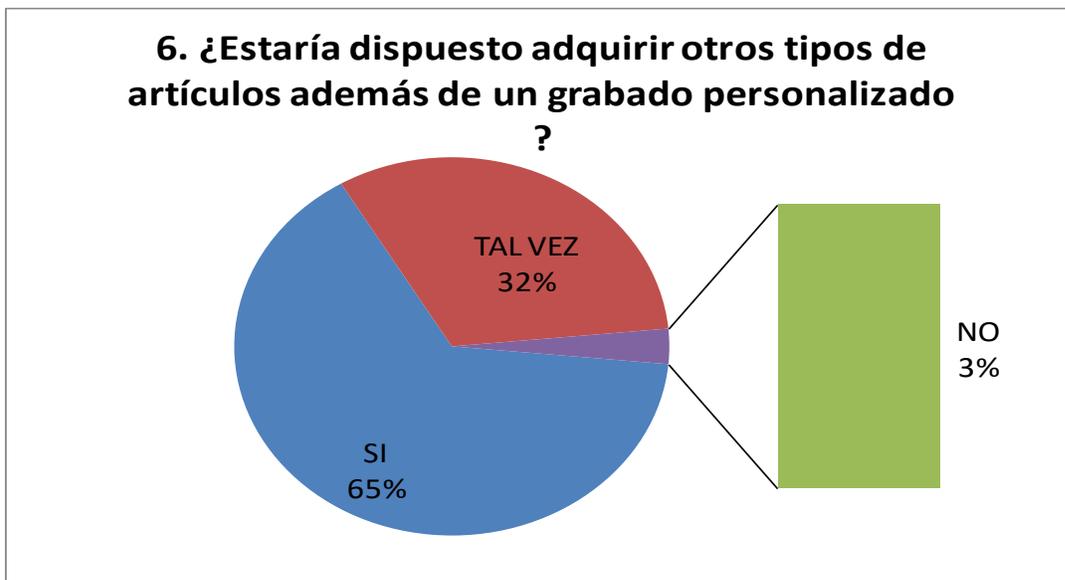
Las personas con dinero o con un trabajo estable es casi seguro que siempre buscan este de servicio, por tener los ingresos necesarios para solicitar este tipo de grabado ya sea personal o terceras personas que quieran regalar un presente a estas personas, las mismas se encuentran entre las edades de 31 años o más. Los jóvenes por su lado si hacen uso del servicio, pero rara vez en pocas palabras cuando tienen la oportunidad de hacer este tipo de gasto.



Aquí se puede comprobar que se tendría una buena aceptación con este tipo de servicio y estilo de grabado fusionado con nuestra cultura nicaragüense, donde nos permite tener una visión mejor de la rentabilidad del negocio con 92% de aceptación.

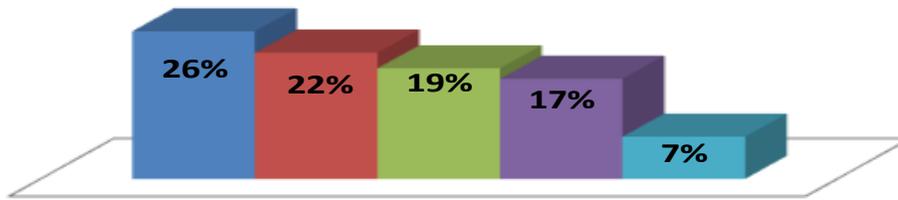


En este grafico se obseva que con un 44 % las personanas prefieres accesorios en madera ya que les parece algo novedoso atractivo y con mayor durabilidad sin embargo en el siguiente grafico podemos observar que el cliente esta abierto a cualquier otro servicio y producto atractivo.



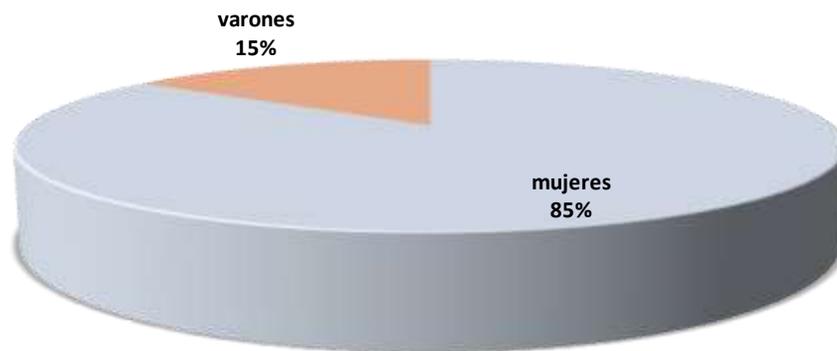
7. ¿Qué otro producto le gustaría adquirir que sea novedoso?:

- Artículos didácticos para aprendizaje Escolar
- Tarjetas de presentacionen plastico
- Porta Chapas con diseño personalizado
- Lapiceros personalizados
- Otros

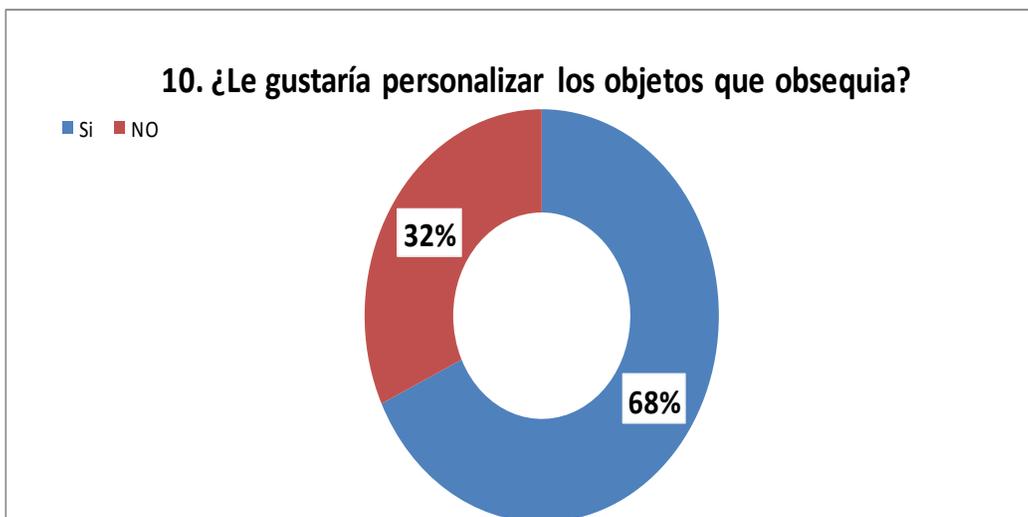
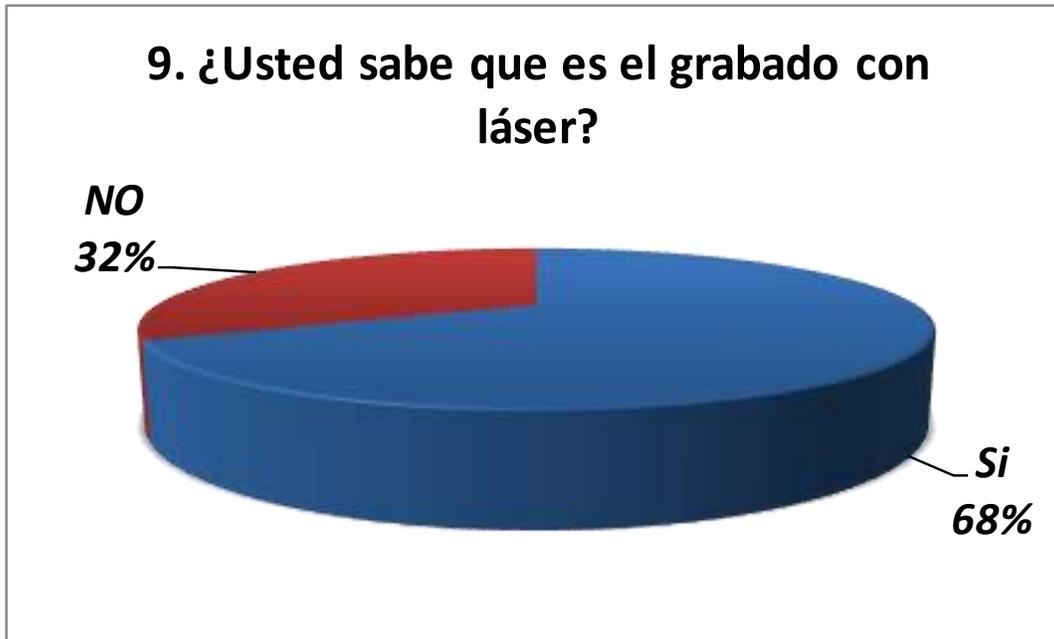


1

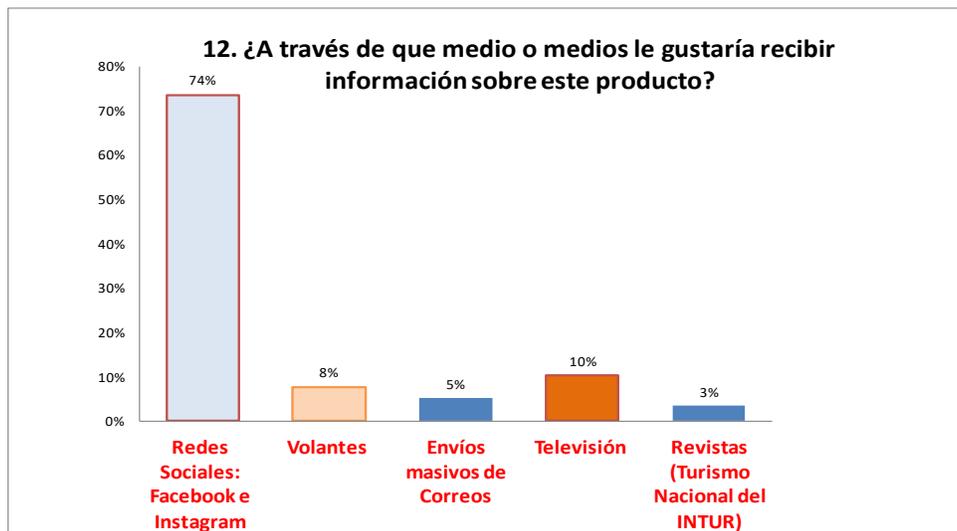
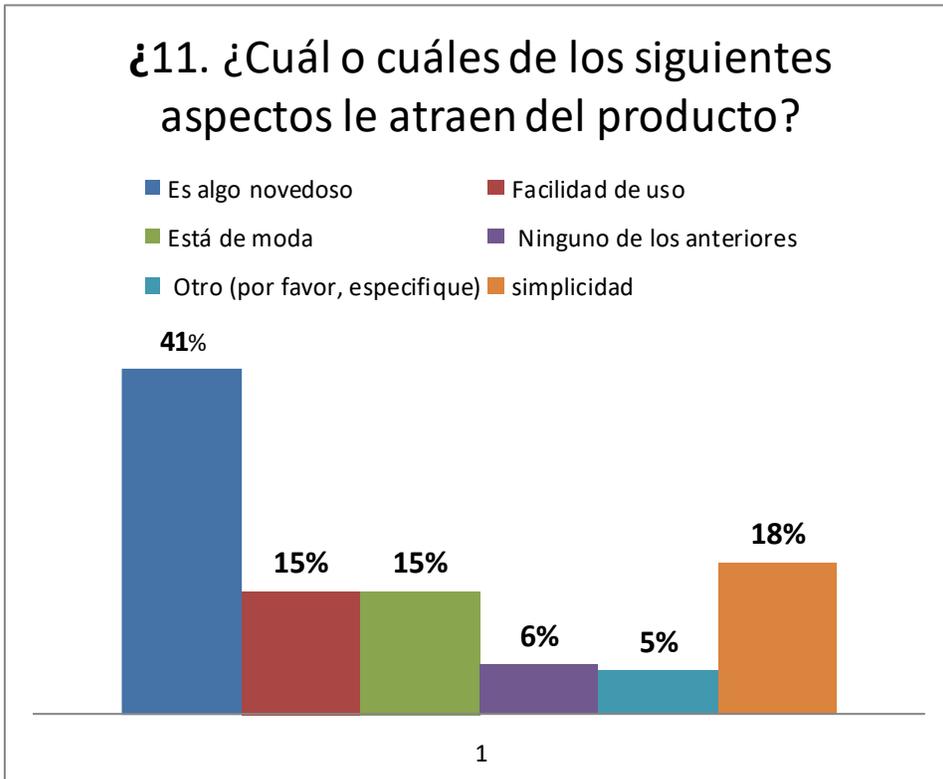
8. ¿Los tipos de artículos antes mencionadas se le hacen conocidos?



Mediante este grafico se logra conocer nuestro cliente potencial y con un 85 % tenemos a las mujeres quienes conocen y hacen uso de este servicio.

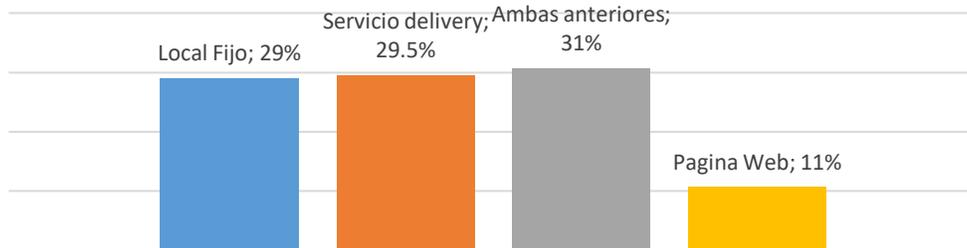


Como se observa la mayoría de las personas desconocen el grabado laser, pero sin embargo optarían en tener u obsequiar un producto personalizado.



El medio solicitado para dar información de nuestro servicio serán las redes sociales desde ya estamos trabajando en ellos la opinión de nuestros futuros clientes siempre será la más importante como resultado tenemos un 74% de aceptación publicitaria y de venta en redes sociales.

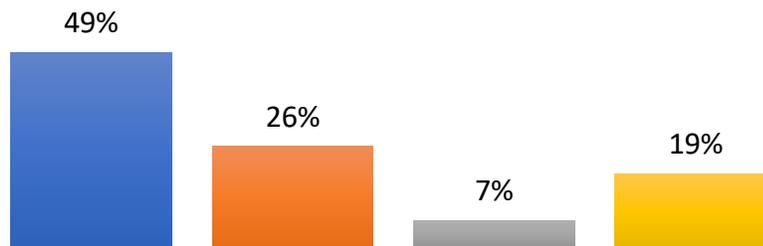
13. ¿Dónde desearía Adquirir el producto o los servicios ofrecido por Grabarte?



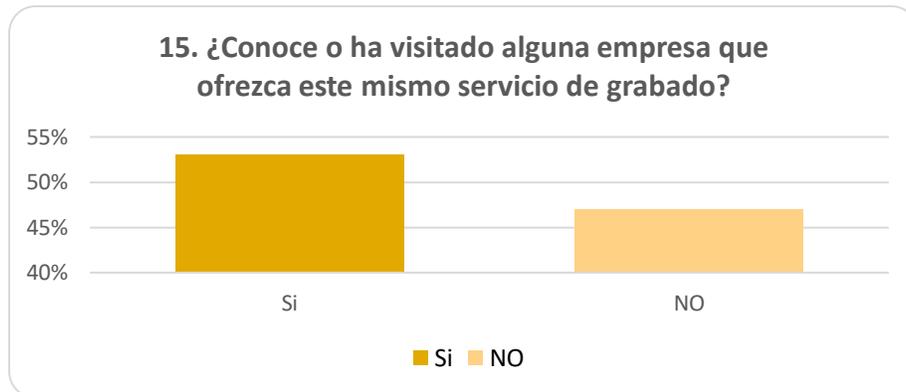
Con un 29.5 por ciento las personas encuestadas prefieren el servicio de delivery. Dándonos como segunda opción la disponibilidad de un local fijo de fácil acceso mediante la demanda de estas dos opciones como empresa decidimos ofrecer ambas.

14. Compraría este producto a un precio de:

■ \$5 a \$10 ■ \$10 a \$15 ■ \$15 a \$20 ■ No lo se



Como todos sabemos el cliente siempre buscará el precio más bajo y esta encuesta nos permitió confirmar dicha hipótesis teniendo con 49% de votos por las personas encuestadas.



Finalizando la encuesta se refleja que mas del 50% hace uso de este servicio de grabado y que nuestra mayor competencia es la empresa Display Nicaragua con un porcentaje del 57 % .



Display Nicaragua es una de las empresas más conocidas según por su calidad, precio ubicación en cambio las otras empresas mencionadas son pocos reconocidas por los ciudadanos.

En conclusión, se ha comprobado que hay posibilidad de realizar trabajos de serigrafía y grabados a otras empresas porque requieren de diversas eventualidades.

De acuerdo a la investigación de mercado lo que los clientes buscan es rapidez, buena atención y clara, que nuestros materiales sean de buena calidad, pero sobre todo precios no exagerados es decir a la medida de los bolsillos nicaragüense.

14. PLAN DE MARKETING

14.1.- Estimaciones económicas

Un pronóstico de venta es la estimación o previsión de las ventas de un producto (bien o servicio) durante un determinado período futuro. La demanda de mercado para un producto es el volumen total susceptible de ser comprado por un determinado grupo de consumidores en un área geográfica concreta, para un determinado período, en un entorno definido de marketing.

Para **GRABARTE S.A.** es una práctica habitual en la organización empresarial y el ámbito del marketing. Mediante su empleo la empresa es capaz de calcular la demanda futura de sus productos en el mercado y, de esta manera, ajustan su actividad económica.

14.2. - Previsión de ventas

En **GRABARTE S.A.** las tareas del departamento de ventas serán llevadas a cabo por los responsables de marketing. Entre las consideraciones para las ventas encontramos:

- 1- Se ha previsto descuento por volumen de venta o pago de contado.
- 2- 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 del emprendimiento.
- 3- 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.

Previsión Anual de Ventas

CONCEPTO	AÑOS					TOTALES
	1	2	3	4	5	
INGRESOS						
VENTAS	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
TOTALES	2,679,000.00	2,893,320.00	3,182,652.00	3,564,570.24	4,099,255.78	16,418,798.02
		8%	10%	12%	15%	

PRODUCTO	CANTIDAD VENDIDAS DE UNIDADES POR MES	PRECIO DE VENTA	INGRESO TOTAL	Anual
Llaveros en acrílico	150	C\$75.00	C\$11,250.00	C\$135,000.00
llavero de madera con grabado laser	150	C\$60.00	C\$9,000.00	C\$108,000.00
Llaveros en cuero con grabado	100	C\$70.00	C\$7,000.00	C\$84,000.00
Sublimación de tazas	150	C\$120.00	C\$18,000.00	C\$216,000.00
Serigrafía de camisetas de Niño	150	C\$120.00	C\$18,000.00	C\$216,000.00
Serigrafía de camisetas de adulto	200	C\$180.00	C\$36,000.00	C\$432,000.00
Billeteras de cuero con grabado laser	80	C\$300.00	C\$24,000.00	C\$288,000.00
Grabado de vasos de vidrio	50	C\$70.00	C\$3,500.00	C\$42,000.00
Guitarras en acrílico	70	C\$150.00	C\$10,500.00	C\$126,000.00
Grabados en agendas	80	C\$200.00	C\$16,000.00	C\$192,000.00
Rotulo informativo	200	C\$200.00	C\$40,000.00	C\$480,000.00
Impresión a gran formato	20	C\$1,500.00	C\$30,000.00	C\$360,000.00
TOTALES	1400	C\$3,045.00	C\$223,250.00	C\$2,679,000.00

14.3 Punto de Equilibrio

Costo total del producto o servicio.

$CV + (CF/\text{producción esperada}) = \text{Costo total (CT)}$

A.- $C\$ 840 + (C\$ 12,450/ 100) = \mathbf{C\$ 964.5}$.

Produciendo solo 100 unidades

B.- $C\$ 840 + (C\$ 12450/ 1000) = \mathbf{C\$ 852.45}$

Produciendo 1000 unidades

- Porcentaje de ganancia deseado. Entre el 50 y el 60% (para igualar el precio de los productos de la competencia)

- Precio de venta que ofrecerá a sus clientes en el canal de distribución.

$PV = CT + (CT \text{ multiplicado por } \% \text{ de ganancia deseada}):$

$C\$ 964.50 + (C\$ 964.50 \times 15\%) =$

$C\$ 964.50 + (144.7) =$

$C\$ = 1109.18$

$C\$ 852.45 + (C\$ 852 \times 35\%) =$

$C\$ 852.45 + (298.4) =$

$C\$ = 1150.80$

- Punto de equilibrio. (Ventas mínimas para cubrir los costos de la empresa) $CF/$

$(PV - CV) C\$ 12456 / (C\$ 1109. - C\$ 840.) =$

$PE = C\$ 12456 / 269$

$PE = 46.30$ piezas diaria

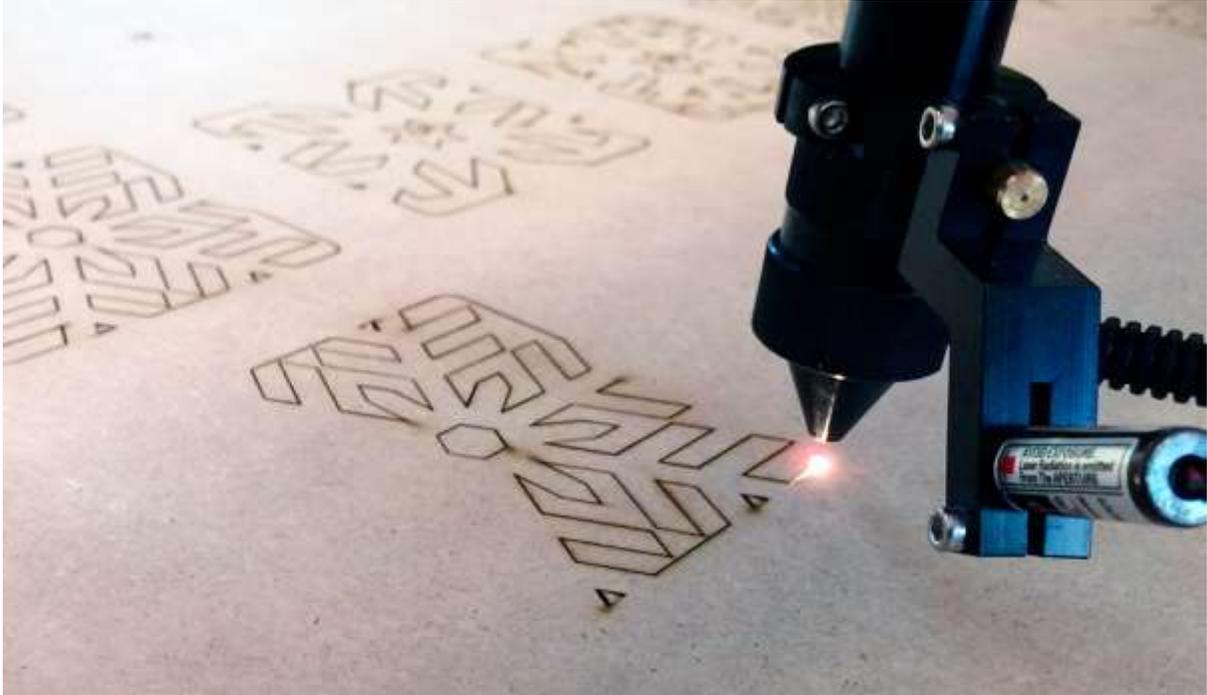
Aproximadamente 1,389 unidades por mes.

15. CONCLUSIÓN

Un factor importante que se debe considerar en un plan de Marketing, son los hábitos de consumo, es decir preferencias, gustos, horarios, esto permitirá establecer una adecuada estrategia al momento de captar y retener clientes. Para este efecto en el capítulo dos se desarrolló y ejecutó la investigación de mercado apoyada en la técnica de la encuesta personal la cual nos permitió cumplir nuestro principal objetivo conocer los gustos y preferencias del consumidor para ofrecer al mercado un producto y servicio de calidad.

Es esencial para todo negocio o empresa que desee competir en el mercado el conocer a su competencia; ya que haciéndolo se podrá saber cuáles son las debilidades y las fortalezas de la competencia y como usarlas a su favor por ejemplos algunos factores de debilidad de la empresa competidora de **GRABARTE S.A.** son factores de nuevas oportunidades para el negocio la cual permite ofrecer un valor agregado al servicio.

CAPÍTULO III PRODUCCIÓN



1. OBJETIVOS DE PRODUCCIÓN

Corto Plazo

- Producir la estimación de 16,800 piezas durante el primer año.
- Garantizar el espacio físico adecuado para cumplir en tiempo y forma con los deberes de la empresa.
- Contar con maquinaria o equipo calificado para cumplir con la demanda del cliente.

Mediano Plazo

- Mejorar la tecnología para que los niveles de producción y ventas aumente a 33,600 piezas.
- Minimizar costos de producción maximizando los recursos de la empresa aun 30 % más.

Largo Plazo

- De igual manera a un largo plazo mayor a los dos años que la producción se estime en 50,400 piezas.
- Ampliar la gama de productos o servicios de la empresa contratando a nuevos operarios,

2. ESPECIFICACIONES DE LOS PRODUCTOS

Productos:

- Sublimación de Tazas
- Sublimación de Camisetas
- Tarjetas de Presentación
- Llaveros en Madera
- Llaveros en Acrílico
- Grabado de Vasos De Vidrio
- Grabados en Agendas
- Señalizaciones
- Impresiones a gran formato.

Especificación por producto

Taza personalizable mediante la técnica de sublimación.

De cerámica blanca calidad A con acabado brillo.

Resistente al microondas y al lavavajillas.

Área imprimible aproximada: 24 x 9,5 cm



MEDIDAS APROXIMADAS DE LAS TAZAS

Capacidad 11 oz \approx 325 ml

Medidas \varnothing 8,2 x 9,5 cm

Grosor 3 mm

Área de personalización 24 x 9,5 cm



Asa 1,5 x 7,5 cm

Distancia taza-asa 4 cm

Instrucciones y parámetros de sublimación recomendados

Con plancha transfer para tazas.

Imprime el diseño en modo espejo.

Calienta la plancha con una resistencia para tazas de 11 onza a 200°C Coloca el papel con la cara impresa sobre la taza y fíjalo con cinta termo adhesiva.

Cierra la plancha a una presión media-alta durante 180 segundos, aproximadamente.

Con la ayuda de un guante de protección retira la taza recién impresa.

Retira cuidadosamente el papel.

Nota Importante: El papel para sublimar es un tipo de hoja especial utilizada para desarrollar el método de la sublimación. Consiste en un papel con una capa de cera en uno de sus lados, que permite transferir en un alto porcentaje tinta de sublimar en productos. Existen los papeles de sublimar con secado lento o rápido y se encuentran en formatos A4, A3 o en rollos.

Sublimación en camiseta



Camisetas diferentes tallas desde la letras S hasta la letra XL con Diseños únicos y estilos modernos para el agrado de nuestro público, en distintos colores principalmente en colores base como Azul, Rojo, Amarillo, Verde, Blanca y Negra y sus variantes conforme sean varíalos por diseño, este producto constara con la elaboración nacional de las

nuestra materia prima (camisetas), la cual personalizaremos con el uso de serigrafía con alta duración y alta calidad la cual proporcionaríamos como empresa, siendo a la vez un servicio de nuestra empresa la elaboración de serigrafías tanto por

cantidad para las micros y medianas empresas ,así como a los clientes ocasionales los cuales deseen personalizar su camisa con su estilo propio.

Las camisetas en general serán de algodón para comodidad de los clientes, pero conforme avance el tiempo introduciremos camisetas, blusas y otros productos de diferentes telas según sea necesario para su diseño. Cada una de las camisetas tanto diseñadas como genéricas para uso comercial (me refiero cuando sea usada para pedidos de empresas privadas, iglesias colegios y diversas instituciones) usaran nuestra marca en la etiqueta para representarnos siempre y reconozcan la calidad del trabajo y servicio.

Características de Diseño

Prendas de ropa:

Camisetas

Ya que nuestro principal producto se basa en la serigrafía claro con diseños originales, podemos decir que es un producto sencillo de uso cotidiano ya que nuestro mercado principalmente se basa en universitarios y gente joven que se visten usualmente de manera casual, pero claro está que no queremos solo vender una simple camiseta cómoda el atractivo será el diseño único que se modelara con el uso de la serigrafía la cual queremos garantiza una alta calidad que pueda durarle al menos 2 años, que no se caiga con las 3 primeras lavadas y que no se formen grumos en las mismas q sean suave pero que no se rompan fácilmente. Sabemos que en el mercado se pueden encontrar variedad de camisetas, pero tienden a ser de bajas calidad a menos que sea una marca como tricotextil, etc. Pero nosotros queremos promover un producto 100 nica el cual nos permite obtenerlo a bajo precio y a la vez poder venderlos de la misma manera.

Llaveros Acrílicos.

Descripción del acrílico

El Acrílico es un material que deriva del plástico que tiene diferentes aplicaciones y usos. Dentro de sus ventajas podemos mencionar que resiste estar expuesto por periodos de tiempo muy largos a rayos ultravioleta sin que esto dañe su superficie. Su gran flexibilidad hace que el Acrílico sea uno de los materiales más utilizados en las construcciones y en los diseños personalizados con láser.

Estamos fabricando todo tipo de llaveros de color. Los llaveros son atractivos y asequibles en precio y prestigiosos de manejar ya que son todos de materia prima de alta calidad. Son muy buenos en apariencia y asequibles en precio, por lo que se prefieren como un regalo adecuado tanto para Navidad y Año Nuevo, así como ocasionalmente también. En esta variedad tenemos estampados hidráulicos, cromados y niquelados, fundición a presión tridimensional, laminación de plata y oro, acrílico, acrílica digital, PVC impresos.

La materia prima utilizadas en los llaveros, serian: lamina comprimida de 1.22 cm 2.44 cm de 8 mm, cadena de metal o armella de 5,5 cm y argolla de 2.5 cm.



En el acrílico alcanzan unas 60 unid de llaveros de 2 pulgadas todo depende de la forma, las láminas de acrílicos son de las siguientes medidas

Metros	Pulgadas	Pies	Espesor/ mm
1.83 x 1.22	72 x 48	6 x 4	8,10 y 12
2.44 x 1.22	96 x 48	8 x 4	8,10 y 12
2.44 x 1.83	96 x 72	8 x 6	8,10 y 12
1.83 x 1.83	72 x 72	6 x 6	8,10 y 12

Tipos de láminas a utilizar para los llaveros en acrílicos

LÁMINAS

Nombre: PVC Blanco

Descripción:

1.22M ancho x 2.44M alto.

Detalle:

Las láminas de PVC son utilizadas en rotulación, construcción y decoración. Pueden ser gravadas, impresas, pintadas, laminadas, cepilladas, cortadas con sierra, clavadas, etc.

Características:

- Livianas, no absorben agua, anti vibraciones, resistentes a la humedad, anti moho.
- Anticorrosivas, aislantes de sonido, aislantes de fuego, resistentes al agua, anti rayos ultravioleta.
- Pueden someterse al calor en moldes térmicos para ser curvadas o fruncidas.
- Son fáciles de limpiar.

Grosos y densidades:

Lámina PVC - 1MM, densidad de 0.80 gms*m2

Lamina PVC - 2MM, densidad de 0.60 gms*m2

Lámina PVC- 3MM, densidad de 0.55 gms*m2

Lámina PVC - 6MM, densidad de 0.55 gms*m2

Lámina PVC - 10MM, densidad de 0.55 gms*m2

LÁMINAS

Nombre:

Lámina Acrílica

SKU: ACR

Descripción:

1.22M ancho * 2.44M alto. Acrílico Lechoso, rojo y transparente.

Detalle:

Lámina vidrio orgánico, usada para grabar, hacer instrumentos, rotulaciones, anuncios, lámparas, decoraciones, suministros médicos, partes de instrumentos eléctricos, entre otros.

Características: Transparencia más del 92% buena resistencia al clima, seguro para usarse en exteriores, buena dimensión de estabilidad. En comparación con el vidrio es la mitad menos denso, pero el efecto es el mismo. No es tóxico ni contaminante y es fácil de procesar.

Características físicas disponibles en oficina, puede llamar para detalles.

Grosores en existencia: 1.5MM, 2MM, 2.5 MM, 3MM, 4MM, 4.5MM, 5MM.

Llaveros en madera

Llaveros de madera en 6 presentaciones.

Rectangular, corazón, cuadrado, redondo, ovalado y triangular.

Peso 0.2 kg

Dimensiones 1 x 5 x 16 cm



Trabajaremos de manera creativa ofrecemos cual diseño de grabado que el cliente desee como dibujos y letras personalizadas.

Diseños básicos a ofrecer.

Para las tazas: ofreceremos diseños sencillos como los que presentamos a continuación: de amistad, de cumpleaños y dibujos animados. Nuestro catalogo contendrá 40 diseños para tazas.



Para las camisas y llaveros

Ofreceremos diseños relacionados a la cultura y tradición de nuestro país como representación de los símbolos patrios, símbolos nacionales, bailes culturales como el gueguense y de los agüizotes.



Empaques

Para las tazas

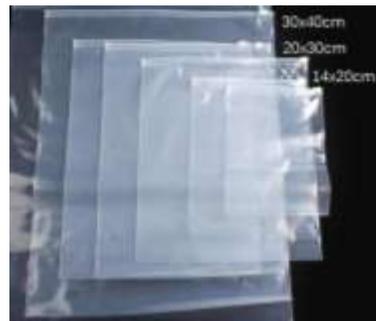


Caja individual sin ventana para embalar y transportar tazas de 11oz
De cartón ondulado color blanco con acabado kraft en el interior.
Montaje manual y sencillo, sin necesidad de adhesivos.

Para las camisas



Bolsa de gabacha regular.



Para los llaveros
Bolsa ziplock.

3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

A continuación, se detalla que operaciones y procesos son necesarios para poder llevar a cabo la actividad de la empresa. El proceso a realizar por la empresa es un proceso poco complejo y de corta dilatación en el tiempo, ya que se manipula equipo de última punta en grabado y sublimación lo que hace más fácil y rápido el trabajo.

A continuación, describimos el proceso necesario para llevar a cabo la actividad

Diagrama de proceso de producción

GRABARTE S.A., ofrece los grabados en láser en los diferentes materiales que utilizamos y la descripción del proceso de producción: Compramos las camisetas al por mayor, seleccionamos por colores y tallas para realizar nuestro inventario. Una vez que tengamos un pedido, encendemos las máquinas computadora y plancha de sublimación, revisamos la camiseta, gorra si están en perfectas condiciones posteriormente, ajustamos a la plancha, revisamos la imagen para imprimir dura unos 3 minutos para que la camiseta, gorra estén listas, empacamos y almacenamos.

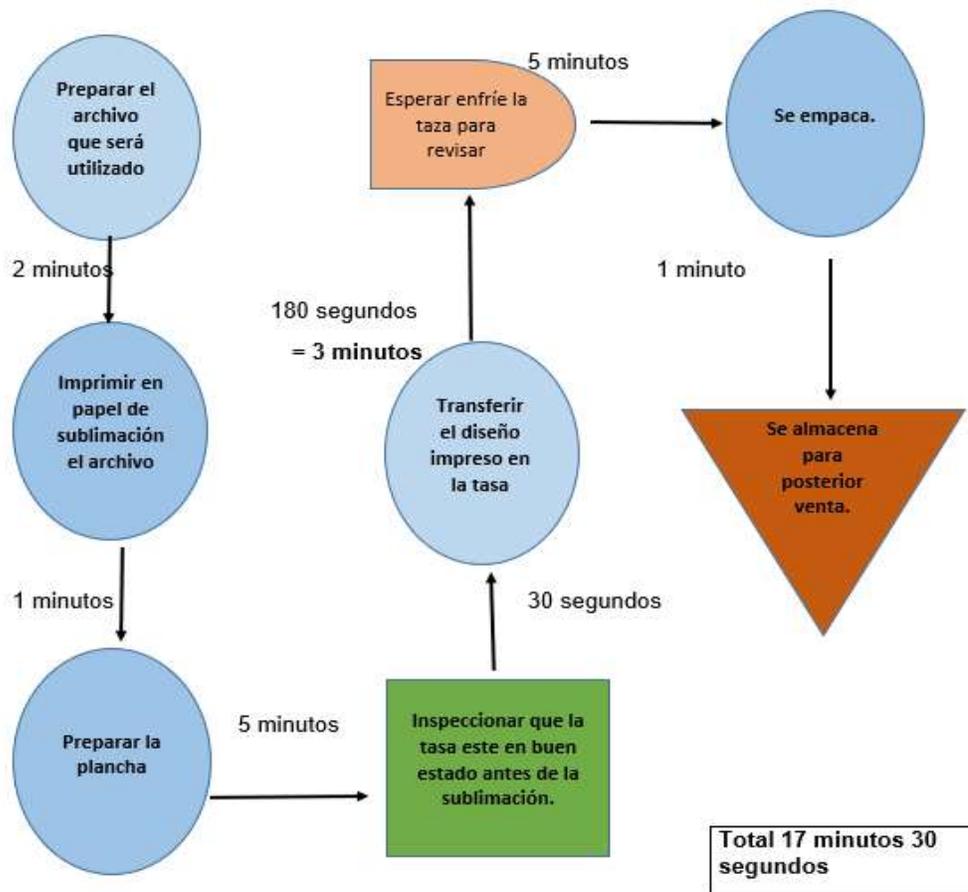
Las tazas las compramos al por mayor, seleccionamos la imagen a imprimir, acomodamos la taza una vez que este lista esperamos 10 minutos para que se enfríe y listo para empacar y almacenar.

Madera tenemos nuestro proveedor que las adquirimos tamaño, grosor, para nuestros llaveros, le agregamos nuestras imágenes destinadas, como paisajes, frases, formas de las diferentes artesanías, están listo tienen un tiempo de 1hr para realizarlos, una vez que el cliente nos dice que frase desea el tiempo de este es de 10 minutos, se deja enfriar por unos 2 minutos y está listo

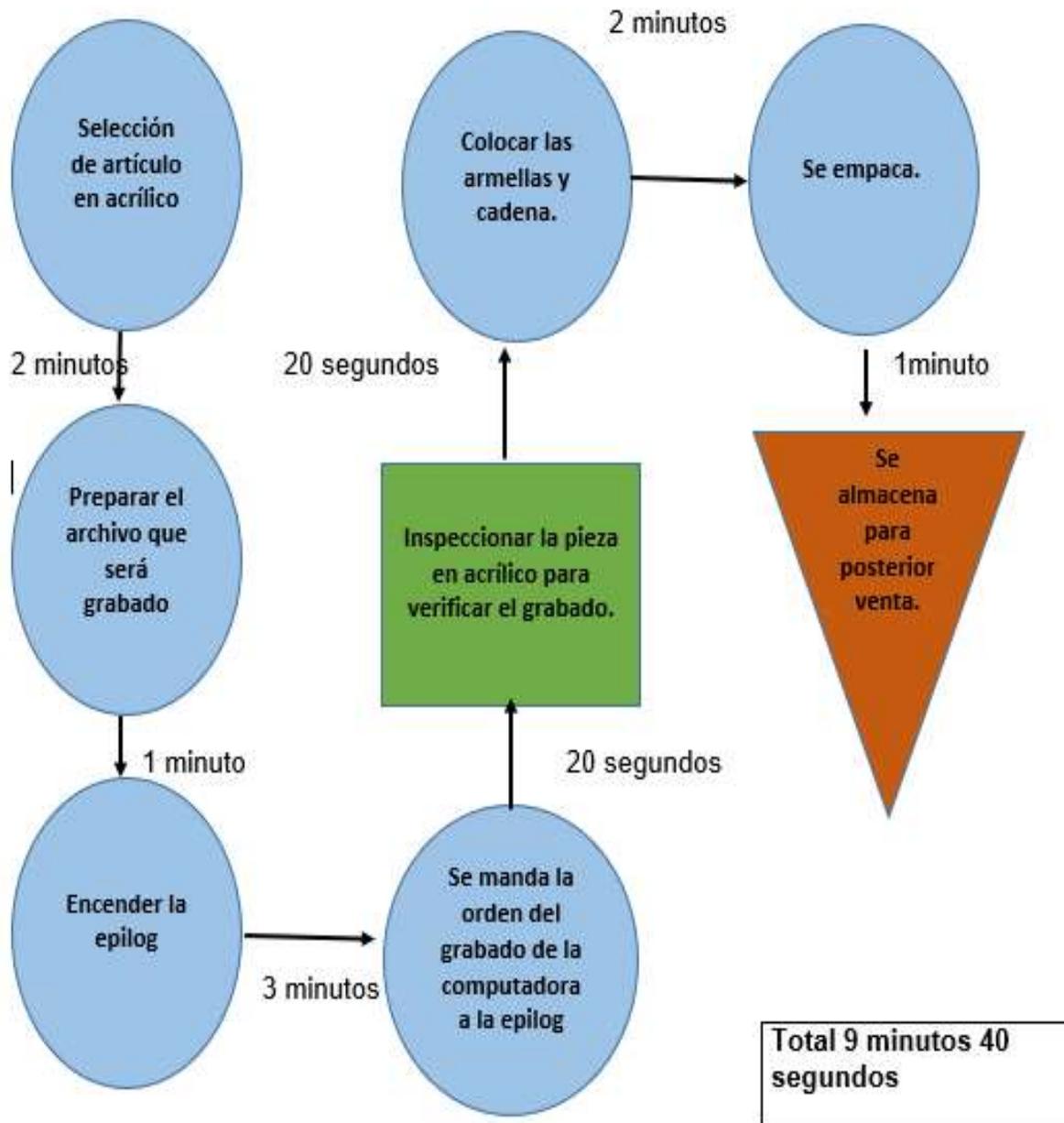
El vidrio de igual manera que la madera tenemos nuestro proveedor que nos ofrece dichos moldes en el cual solamente agregamos nuestro grabado laser en vidrio, tiene un tiempo de 10 a 30 minutos dependiendo del diseño y frases que el cliente desea. Una vez que está listo lo empacamos y lo almacenamiento.

4.1- Diagrama de flujo del proceso por producto.

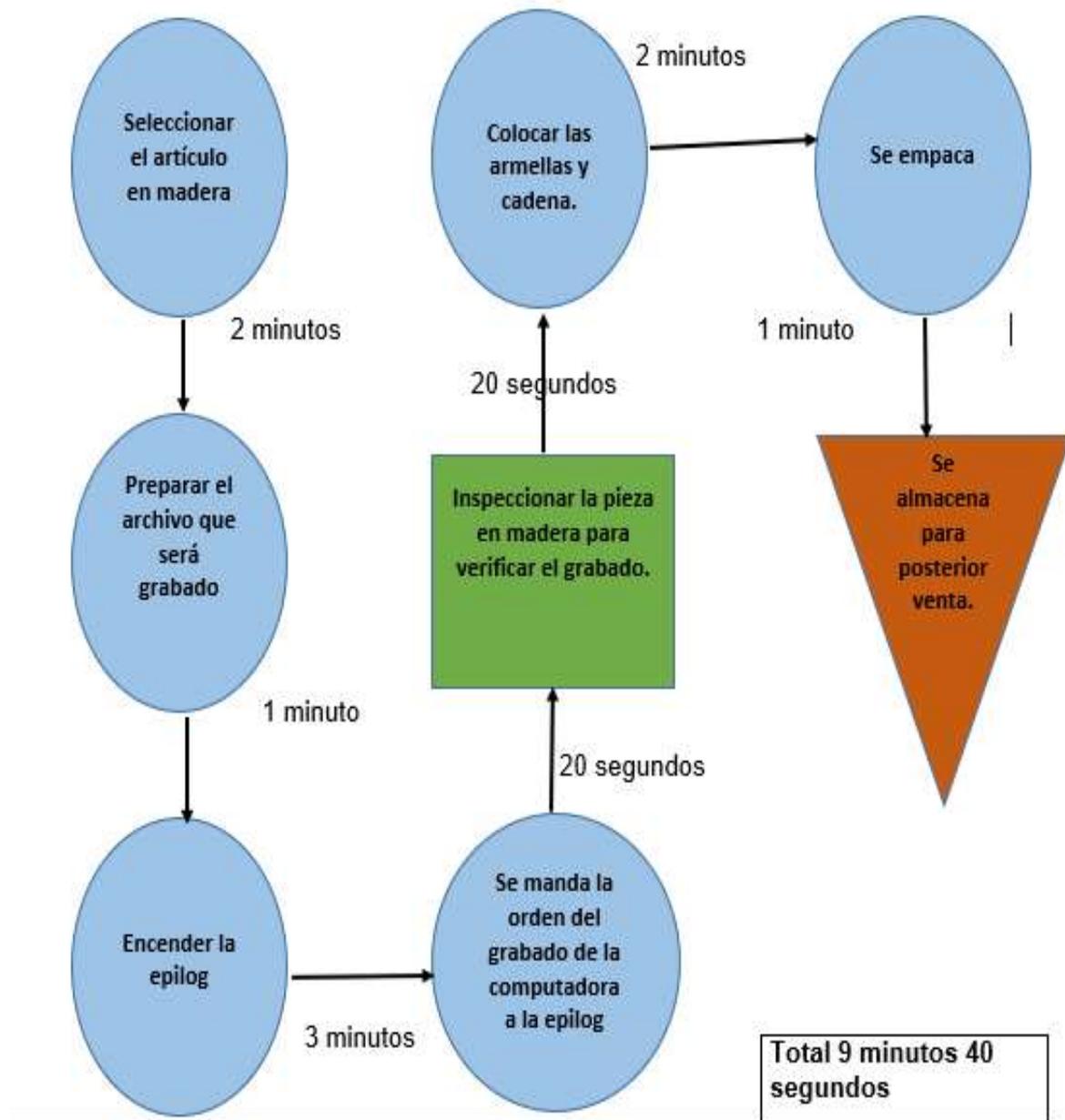
4.1.1 Sublimación de tazas.



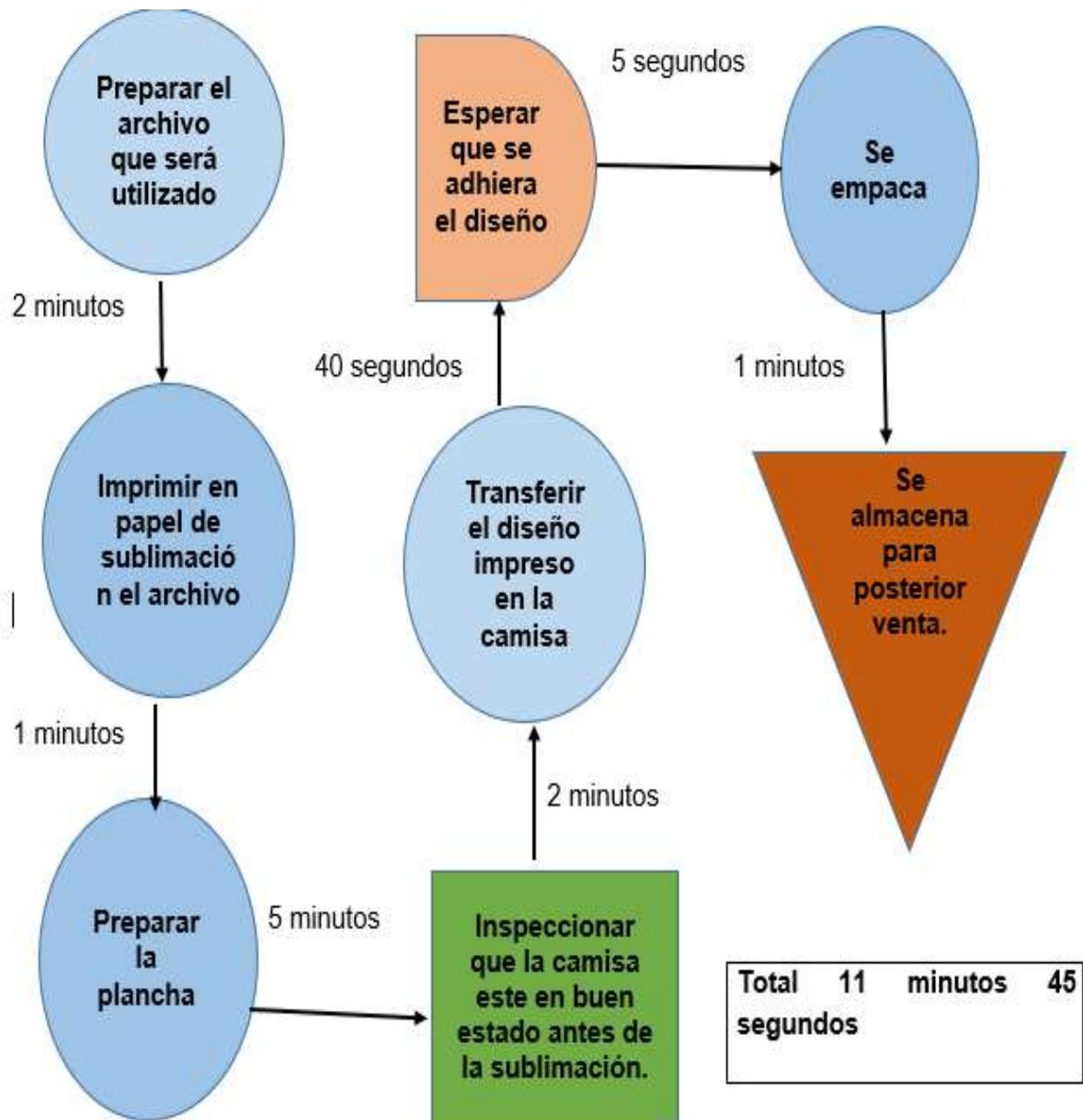
4.1.2 Grabado en acrílico



4.1.3 Grabado en madera



4.1.4 Sublimación de camisa



6. EQUIPO E INSTALACIONES

Equipo, herramientas e instalaciones que utilizara Grabarte S.A.

Equipo:	Cantidad	Marca	Precios
Escritorio	3	S/M	C\$ 6,900.00
Computadora	3	HP	C\$ 42,000.00
Impresora	3	HP	C\$ 24,000.00
Sillas Ejecutivas	3	XTECH	C\$ 3,600.00
Sillas De Espera	5		C\$ 4,000.00
Abanicos	2	SANKEY	C\$ 1,300.00
Stand	2		C\$ 4,000.00
Archivadora	1	MET MERCH	C\$ 1,300.00
TOTALES			C\$ 87,100.00

Herramienta	Cantidad	Marca	Precios
Laser de Epilog	1	WAINLUX K6	C\$ 29,835.00
Plotter	1	COMTECH	C\$ 27,904.50
Plancha De Sublimación	1	CAUTION	C\$25,272.00
Soldador	1	INVERTER	C\$ 4,843.80
Taladros	2	RYOBI	C\$ 2,457.00
Compresor	1	ABAC	C\$ 14,040.00
Blower	1	SERIMAX	C\$ 15795.00
TOTALES			C\$ 120,147.30

Servicios necesarios:

Equipos para realizar operaciones de impresión requieren servicio de limpieza diaria, ya que no se pueden dejar residuos en las mismas en prevención de algún accidente laboral y durabilidad del equipo en uso.

Los Equipos Informáticos se encuentran en garantía y se les debe realizar mantenimientos preventivos cada tres meses, lo que incluye limpieza de sitios temporal navegación y eliminación de archivos innecesarios.

Por otra parte, la limpieza de plotter, láser cut, epilog y plancha de sublimación se ara cada dos veces al día al iniciar labores y al finalizar las tareas

Instalaciones

La infraestructura requerida se dividió en dos partes, el área de producción y la infraestructura de la tienda. El local es propiedad privada, con espacio de planta de 20 m2 , donde las maquinas de corte y máquinas de sublimación estaran ubicadas por una área especifica dependiendo del tipo de limpieza y mantenimiento requerido por equipo.

7. MATERIA PRIMA

La materia prima es el bien que es transformado durante el proceso de producción hasta convertirse en un bien de consumo. Existen algunos bienes materiales que no pueden ser utilizados directamente por los consumidores ya que necesitan ser transformados (Grabado y sublimación en cualquier tipo de material). La materia prima es el primer eslabón de la cadena de fabricación, y en las distintas fases del proceso donde se irán transformando hasta convertirse en un producto apto para el cliente.

7.1 Necesidades de materia prima

La materia prima necesaria para el procesamiento de los productos y servicios que prestaremos consta principalmente de Acrílico ½ lamina diario de Laminas de MDF,

½ lamina diarios, 2 y ½ pie lineal de Madera, 25 armellas con su aro de metal o cadena de llavero, 5 tazas de cerámica, ½ lamina de PVC, Papel transfer 25 láminas u hojas en formato A4, 5 camisas 68 gramos de tinta para serigrafía, 0.37 Litro de Pegamento y un pliego de lija tamaño A4, a fin de obtener el nivel inicial de producción de 1130 piezas/mes.

7.2 Identificación de proveedores y cotizaciones

Nuestros proveedores van a ser dos: SIPSA, (Sistemas de la Industria Publicitaria), y Displace Managua, ya que tiene muy buenos precios, calidad en sus productos y servicio, y nos surte toda la materia prima que necesitamos a domicilio sin costo adicional. Estos distribuidores están ubicados en: el primero en Planes de Altamira 2 da etapa, Km 5.5 carretera a Masaya y el segundo está ubicado de la Gasolinera UNO de Ciudad Jardín, 10 varas al este.

Producto	Cotización	Selección de proveedor
Láminas de Acrílicos	C\$ 1,600.00	SIPSA
Armellas de llavero (100)	C\$ 250.00	SIPSA
tazas de Cerámica	C\$ 30.00	SIPSA
Láminas de PVC	C\$ 500.00	SIPSA
Camisetas Blancas	C\$ 60.00	Place Managua
Papel Transfer resmas (100)	C\$ 350.00	SIPSA
Agendas	C\$ 110.00	SIPSA
Tinta	C\$ 1,031.00	SIPSA
Pega Acrílica Galón	C\$ 450.00	SIPSA

7.3 - Compras

Los requerimientos de compra dependerán en su totalidad del precio y de la demanda de nuestro producto, pues se asume que la calidad de la materia prima es excelente, ya que las materias primas que utiliza **GRABARTE S.A.** serán de unas empresas que tiene buena reputación.

De los demás, confiamos que de igual manera cuentan con la mejor calidad porque nosotros la elaboramos y estamos conscientes de la importancia de la calidad. Lo ideal sería realizar ciertos análisis o pruebas para determinar y de conocer la calidad de la materia prima, pero debido al poco capital con que contamos y a la poca rentabilidad del negocio, nos resulta prácticamente imposible contar con laboratorios para realizar exámenes de calidad y debemos ajustarnos a lo que nos indica nuestro proveedor en sus fichas técnicas.

8.- CAPACIDAD INSTALADA

Se espera tener una capacidad instalada de producción de 45 piezas diarias, 270 piezas a la semana y 1130 piezas al mes, que es factible de producir por nuestro equipo, aunque al principio sólo vamos a utilizar un porcentaje menor de producción, de 1100 piezas en el primer mes y se va a tener un crecimiento mensual gradual, hasta alcanzar una producción de 30 000 piezas mensual (en el largo plazo).

9. MANEJO DE INVENTARIO

Para conocer el punto de reorden de cada materia prima, consideramos que el proveedor entrega la materia prima al día siguiente de que se le pide (el proveedor sí satisface esta demanda).

El consumo al mes en efectivo de materia prima es de C\$ 68,908.00, considerando 4 semanas de 6 días laborales, el consumo por semana es de C\$ $68,908.00 / 4 = 17,227$. Y el consumo diario es de $17,227/6 = 2.871$,

Puesto que el proveedor tarda un día en surtir la materia prima: $1 \times 2871 = 2871$ piezas. Dos días de margen: $2 \times 2871 = 5742$.

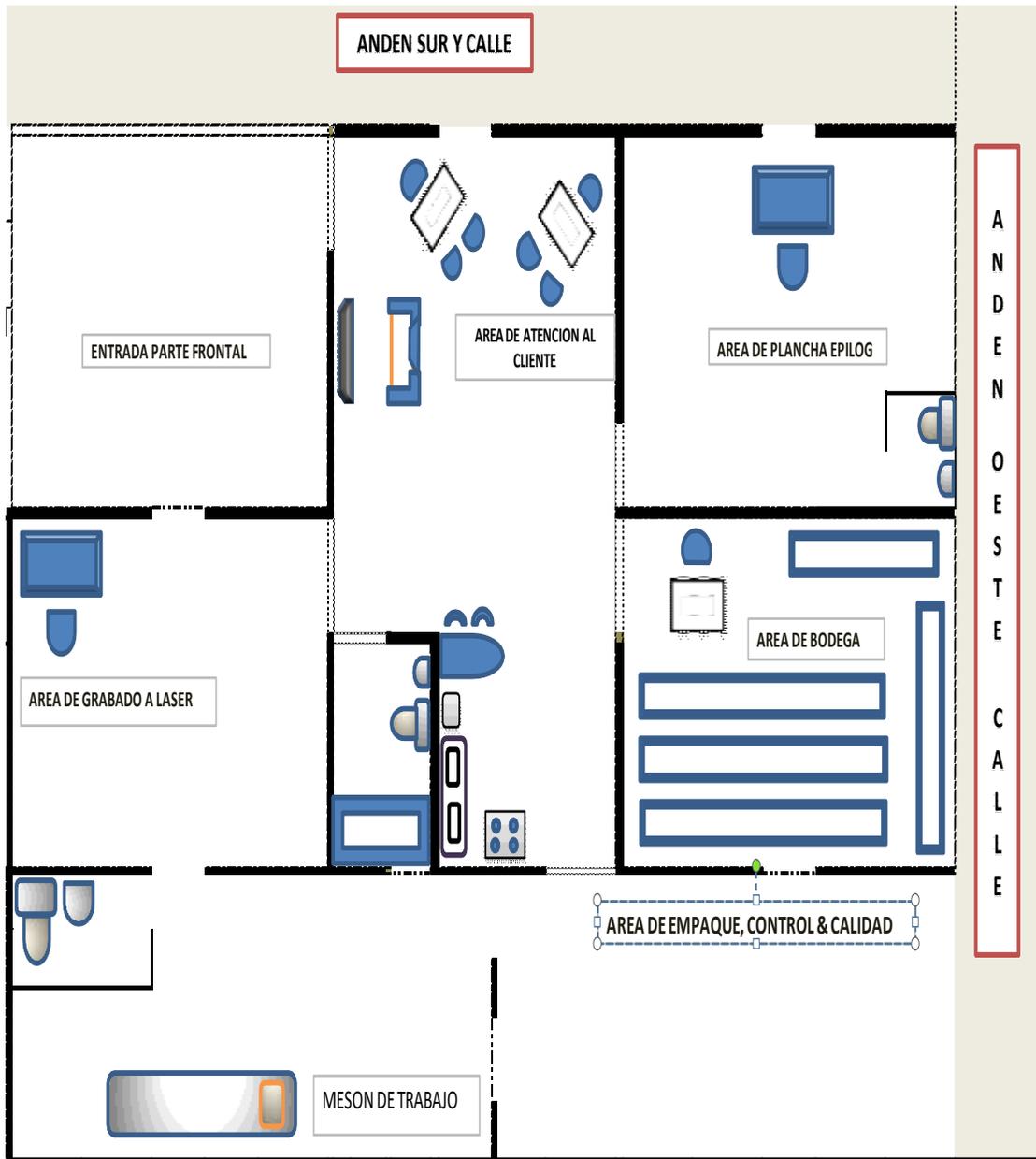
Entonces:

2871	+	5742		8613
(Punto mínimo en almacén)			+	(Margen) = (Mínimo aceptable antes de reordenar)

10. UBICACIÓN DE LA EMPRESA.

Estará ubicada en la ciudad de Managua, en un lugar de fácil acceso para proveedores, trabajadores y clientes, incluyendo que estará bastante lejos de la competencia. Sería la primera empresa de grabado laser existente dentro de este sector. La dirección será la siguiente: Barrio Villa Reconciliación, De la Parada de buses Howard 1 cuadra al este.

11. PLANTA E INSTALACIONES GRABARTE S.A.



11.1 Instalación

El Área total es de 200 m², con un área construida de 120 m² y el área del terreno de 80 m². Como se ha venido señalando, por estar en la calle principal de la parada de buses aledaña a la Bloquera Howard es ideal para negocios por su frente amplio que da a las calles en los lados sur y oeste de la posición Geográfica, además esta propiedad se adecua fácilmente para oficinas y bodega.



Entrada parte frontal



Área de Bodega



Área de grabado

12. MANO DE OBRA REQUERIDA

El proceso de producción será realizado por los creadores de este proyecto, más otras tres personas. Uno enseñará cómo llevar a cabo el proceso y, cuando ya lo hayan aprendido, cada persona lo realizará por su cuenta.

Una persona es la que se encarga de atender al solicitante quien tomara nota de las ideas que requiere transformar o materializar, una vez retroalimentado el asesor de servicio al cliente, transfiere la idea al Diseñador Gráfico.

Se empleará otra persona que se encargará de elaborar los diseños en la computadora con el programa necesario para realizar el diseño gráfico;

Terminado el diseño y de acuerdo con el cliente se le pide su autorización por escrito y se remite el diseño al encargado de la máquina que corresponda.

El operador de la máquina que corresponda a utilizar, se selecciona una lámina de madera, PVC, plástico o acrílico para completar el diseño elaborado previamente.

El último paso de la creación es entregar al cliente su servicio solicitado y de ser necesario y si lo requiere el cliente se le hace llegar a su domicilio.

Para finalizar queda atender al cliente, cobrar, hacer el empaque de celofán.

A continuación, se muestra la información necesaria acerca de las habilidades de cada persona empleada en el proceso de producción.

12.1 Características del personal

Actividad	Núm. Personas	Tipo de habilidad
Ejecutivo de Venta.	1	<ul style="list-style-type: none">✓ Diseñar y ejecutar planes de marketing de la empresa, con énfasis en campañas promocionales y de publicidad y branding.✓ Elaborar y controlar el presupuesto requerido.✓ Mantener y acrecentar el mercado ya ganado a través de la fidelización de los clientes y la imagen la empresa.✓ Mantener contacto con las agencias publicitarias para desarrollar programas de publicidad para promocionar la imagen de la organización.
Operador	1	<ul style="list-style-type: none">✓ Organizar, dirigir y controlar la realización de todas las etapas que conlleva el grabado laser o los cortes en el Plotter. Las características de las impresiones y las medidas específicas.✓ Deberá saber interpretar los deseos del cliente, recibidos directamente o a través de los ejecutivos de ventas para asegurar que el contenido de la imagen que se ha de obtener en los grabados corresponde a lo que espera el cliente.✓ En la operatividad de su departamento deberá tener en cuenta las necesidades de calidad del Departamento de producción.
Administrador	1	<ul style="list-style-type: none">✓ Preparar el presupuesto financiero e informar sobre desvíos en ingresos y egresos.✓ Elaborar y firmar los libros a su cargo con los correspondientes documentos sustentatorios.

13. Planes de Mejora Continua y Políticas de Calidad

En nuestro procedimiento de mejora haremos una encuesta mensual como la realizada en nuestro plan de mercadeo para así poder ver las necesidades, opiniones de los clientes y cumplir con sus expectativas.

De igual manera satisfaciendo al cliente mejorara nuestros ingresos y podremos abarcar el mejoramiento en el cambio de la maquinaria conforme vaya avanzando la tecnología la cual lo hace día a día y al mejorar la maquinaria el tiempo de elaboración y entrega será menor. Lo cual también pondremos en práctica descuentos y promociones para atraer a nuestros clientes.

A continuación, se presentan las políticas de GRABARTE S.A.:

- ✓ Satisfacer al 100% las expectativas que el cliente tiene de nuestro servicio.
- ✓ El cliente es el que define los requerimientos de calidad para su uso específico. En conjunto acordamos especificaciones medibles para que nuestros productos satisfagan sus necesidades.
- ✓ Todas nuestras materias primas se miden bajo normas de calidad establecidas y cada proveedor debe cumplir con las normas de calidad.
- ✓ Las relaciones con nuestros clientes y proveedores se caracterizan por la cooperación y comunicación abierta, estamos comprometidos a responder de manera entusiasta y profesional a cualquier necesidad expresada por ellos

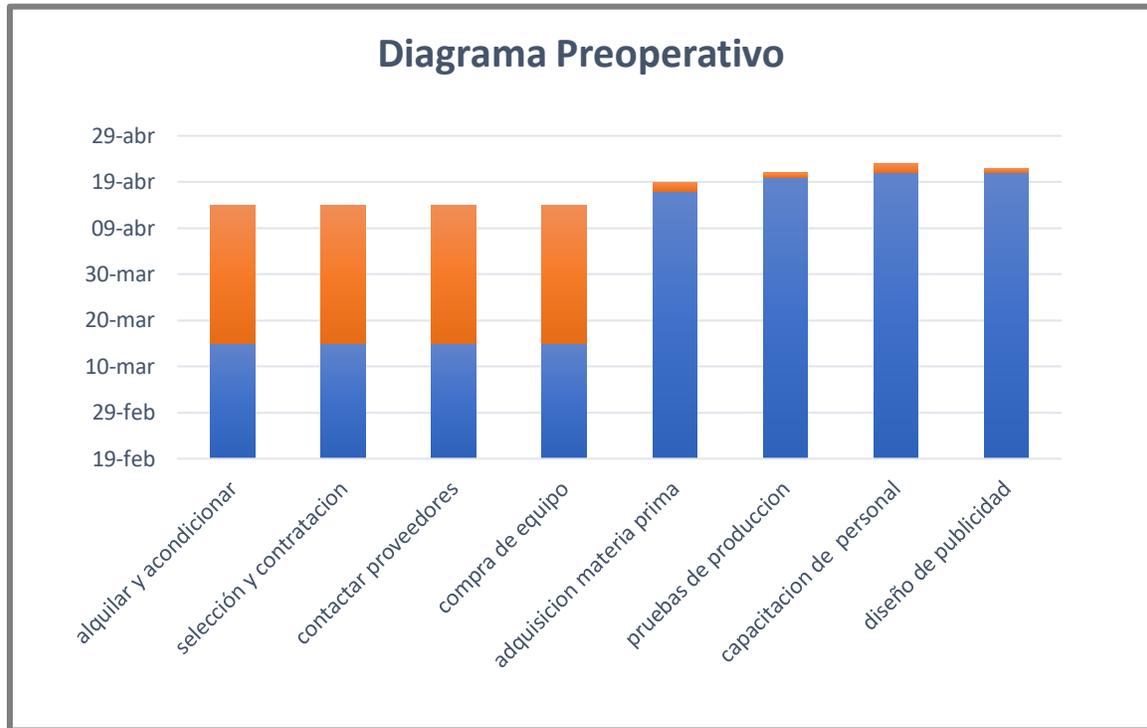
14. CRONOGRAMA DE PROCESO DE PRODUCCIÓN

Planificación de la producción radica en que esta pueda asegurar la correcta cantidad de materia prima que se necesita. al igual que garantice la sintonía entre la capacidad y la previsión de la demanda y el personal a utilizar, de igual manera, es importante señalar que la planificación de la producción se realiza por personal preparado para su ejecución.

14.1 Diagrama pre operativo de producción de GRABARTE S.A.

Actividad	Personal encargado	Periodo de realización
Alquilar y acondicionar el área de trabajo	Marlen cruz	Del 15 de marzo al 15 abril 2021.
Seleccionar y contratar personal	Marlen cruz	Del 15 de marzo al 15 abril 2021.
Contactar a los proveedores	Jessica Gonzáles	Del 15 de marzo al 15 abril 2021.
Compra de equipos	Jessica González	Del 15 de marzo al 15 abril 2021.
Compra y adquisición de materia prima	Elizabeth Aguinaga	17 y 18 abril 2021.
Prueba de producción	Paul Ráudez	20 abril 2021.
Capacitar al personal	Paul Ráudez	21 y 22 abril 2021.
Diseño de página web y publicidad	Elizabeth Aguinaga	21 abril 2021.

Número total de días anteriores a la fecha de arranque	8 días
Fecha de arranque	1 de mayo 2021



El grafico muestra el tiempo que durara la realización de cada actividad la cual comenzara a ponerse en curso del 15 de marzo al 30 de abril dando apertura el 1 de mayo 2021.

15.- CONCLUSIONES

- Es fundamental para la viabilidad de un negocio de seligrafía la localización del mismo, debido a la peculiaridad que tiene ofrecer este servicio, dónde es el cliente el que se tiene que desplazar para poder comprar un producto o hacer uso del servicio de grabado incluyendo que las instalaciones del negocio sean idóneas para la empresa tanto en tamaño, estructura y climatización del lugar por ende se trató de escoger la mejor opción donde estará ubicada la empresa siendo uno de los principales puntos estratégico para estar cerca del consumidor.
- La operativa del proceso es relativamente sencilla, pero la previsión y planificación es más complicada debido a las grandes fluctuaciones en la demanda, el campo de la seligrafía es grande y hay que estar preparado con el crecimiento de la demanda por ende contar con una capacidad instalada preparada para el incremento en las ventas será necesaria para satisfacer nuestro mercado meta.
- El plan de operaciones se establece a largo plazo, ya que las inversiones de capital a realizar en instalaciones, tecnología y maquinaria suelen ser muy costosas. Las decisiones estratégicas que se toman a la hora de elaborar el plan de operaciones son de un enorme peso específico para la empresa y conllevan un gran riesgo. Donde fueron estudiadas y definidas, ya que de ellas depende, en gran medida, el éxito o fracaso del negocio.

CAPÍTULO IV ORGANIZACIÓN



CAPÍTULO IV. ORGANIZACIÓN

El proyecto **GRABARTE S.A** es una pequeña empresa que trata de mejorar continuamente la calidad de sus productos y servicios, fortaleciendo cada día su competitividad a través de su capital humano, del uso racional y efectivo de sus recursos económicos y del soporte tecnológico que dispone.

GRABARTE S.A. Enuncia las funciones generales de cada dependencia jerárquicas las funciones específicas y responsabilidades.

1.- OBJETIVOS DE LA EMPRESA EN EL ÁREA ORGANIZACIONAL

A corto plazo

Definir las funciones de cada cargo a desempeñar en la empresa y los requisitos que debe presentar el solicitante al puesto.

A mediano plazo

Capacitar al personal con énfasis en atención al cliente, para mejorar el servicio.

A largo plazo

Duplicar la producción y que cada colaborador realice ideas nuevas por mes para una mejor expansión y atención.

2.- OBJETIVO DE LA EMPRESA POR ÁREA FUNCIONAL

Marketing

Actualmente la pequeña empresa no cuenta con ninguna publicidad, pero nuestro principal objetivo es dar a conocer nuestro trabajo y productos basados en las recomendaciones y gusto de los clientes.

Producción

Nuestro objetivo en producción es que la materia prima, sea trabajada y diseñada por el área establecida con personal capacitado en el proceso de producción y servicio.

Finanza y contabilidad

Esperamos que de acorde a las funciones contables y financieras nuestros administradores mantengan claras las finanzas, impuestos, papeles de trabajos entre otros.

Objetivos de otras áreas

Existen otras áreas de trabajo que son muy importante en el funcionamiento de la pequeña empresa para complementar la cadena de valor de los servicios que presta la empresa.

3.- FUNCIONES GENERALES Y ESPECÍFICAS POR PUESTO

Funciones generales.

Área	Actividades	Requisitos Especiales.	Periodicidad y Tiempo.
Gerente General	Representante legal de GRABARTE S.A. , dirige y supervisa actividades operativas del consejo y propone políticas generales operacionales. Supervisa planes estratégicos de corto plazo, los presupuestos de funcionamiento e inversión para poder establecer donde queremos llegar.	Esto se hará con estudios realizados, capacidades y desarrollos de las mismas	Se hace en el tiempo acorde para procesar al paso siguiente de la labor
Finanzas	Responsables en llevar registros, movimientos de los costos, gastos, ingresos y egresos en ventas. Preparan presupuestos financieros, pagos de impuestos, pagos de salario, flujos de caja, verificar financiamientos entre otros.	Esto se hará con estudios realizados, capacidades y desarrollos de las mismas	Se hace en el tiempo acorde para procesar al paso siguiente de la labor
Producción	En el área de producción es un órgano de línea que depende jerárquica y funcionamiento de la gerencia a quien reporta sus actividades. Es responsable de la ejecución de la producción de GRABARTE S.A. dirigir y controlar las operaciones y estar pendiente del control de calidad.	Esto se hará con estudios realizados, capacidades y desarrollos de las mismas	Se hace en el tiempo acorde para procesar al paso siguiente de la labor.

<p>Administra dor</p>	<p>Este departamento realiza actividades como recibir facturas de proveedores, emitir facturas a los clientes. Adquisición de compra de materia prima, tecnología e incluso el capital humano como departamento de recursos humanos. Trabajando codo a codo con el resto de los departamentos de la empresa.</p>	<p>Esto se hará con estudios realizados, capacidades y desarrollos de las mismas</p>	<p>Se hace en el tiempo acorde para procesar al paso siguiente de la labor</p>
----------------------------------	--	--	--

3.1 - Descripción de puestos

3.1.1 - La denominación del cargo es: Gerente General.

Funciones específicas del cargo

A. Organizar, dirigir, supervisar y coordinar las actividades operativas del Consejo de la empresa y proponer políticas generales operacionales; la estructura orgánica y los reglamentos institucionales, a efecto de alcanzar sus fines y objetivos.

B. Velar por el cumplimiento de las leyes vigentes, las políticas generales y operativas, los reglamentos y los manuales que amparan las operaciones de la institución y, en su caso, alertar al directorio cuando estime que sus decisiones no están de acuerdo con las normas y disposiciones legales pertinentes.

C. Coordinar y supervisar las actividades de los encargados del área de producción, de ventas y el área de contabilidad y colaterales, Operarios de las maquinarias y presentar informes periódicos sobre las actividades de éstas al Directorio.

Requisitos mínimos del cargo Gerente General

- ✓ Licenciado egresado o estudiante de Administración de empresas o carreras afines.
- ✓ Habilidad para manejo de personal.
- ✓ Persona proactiva y de excelente iniciativa.

- ✓ Experiencia en dirección de personal
- ✓ Edad entre los 25 y 45 años.
- ✓ Experiencia mínima de 2 años.
- ✓ Acostumbrado a trabajar bajo presión
- ✓ Residir en el área circundante a la selección
- ✓ Conocimientos y manejo de office avanzado.

3.1.2 - Vendedores.

Funciones específicas del cargo de vendedores

- ✓ Mantener y acrecentar el mercado ya ganado a través de la fidelización de los clientes y la imagen la empresa.
- ✓ Realizar estudios y sondeos de mercado para detectar oportunidades.
- ✓ Planificar y organizarse para mantener una cartera de clientes creciente e informada referente a los productos y promociones a ofrecer por parte de la empresa.
- ✓ Retroalimentar a la empresa referente a inquietudes de los clientes (requerimientos, quejas, reclamos, agradecimientos, sugerencias, y otros de relevancia); actividades de la competencia (introducción de nuevos productos, cambios de precio, bonificaciones.
- ✓ Realizar las acciones necesarias para la captación de clientes.
- ✓ Colaborar en la elaboración de videos institucionales de carácter promocional.
- ✓ Atender con amabilidad, claridad y seguridad a nuestros clientes.
- ✓ Presentar un informe diario de ventas.

Requisitos mínimos del cargo de vendedores.

- ✓ Titulados o egresados de las carreras de ciencias económicas y/o mercadeo.
- ✓ Conocimientos o cursos de técnicas de ventas.
- ✓ Conocimientos o cursos sobre estadísticas e investigación de mercados.

- ✓ Manejo de Paquetes de Computación (Office)
- ✓ Habilidad para la comunicación oral y escrita
- ✓ Liderazgo y habilidad de negociación
- ✓ Agilidad, iniciativa y creatividad para brindar asesoramiento.
- ✓ Capacidad de análisis.
- ✓ Trabajo en equipo.
- ✓ Trabajo bajo presión.
- ✓ Un año de experiencia en ventas.

3.1.3 – Cajero

Funciones Específicas

- ✓ Recibe dinero en efectivo, cheques o tarjetas de crédito por la cancelación de productos vendidos.
- ✓ Realizar arqueos de caja diariamente.
- ✓ Realizar los depósitos bancarios.
- ✓ Suministra a su superior los recaudos diarios del movimiento de caja.
- ✓ Atiende a personas que soliciten información
- ✓ Transcribe y Accesa información operando un microcomputador.
- ✓ Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa.
- ✓ Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- ✓ Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- ✓ Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

Requisitos mínimos del cargo

- ✓ Estudiante o egresado de administración de empresas o carreras afines
- ✓ Conocimientos de office
- ✓ Edad entre 18 y 30 años
- ✓ Experiencia 1 año
- ✓ Ser una persona proactiva

- ✓ Buenas relaciones personales.

3.1.4 – Administrador

- ✓ Supervisar y dirigir la elaboración de los planes estratégicos de corto plazo, los planes operativos semestrales; los presupuestos de funcionamiento e inversión y los estados financieros de la empresa, proponer sus modificaciones, ajustes y actualizaciones, y presentarlos al directorio, para su correspondiente aprobación, y ejecución una vez aprobados.
- ✓ Supervisar al personal de todas las áreas como encargado también de RR.HH. que las actividades laborales se realicen en el tiempo y la forma establecida.
- ✓ Realizar pedidos de materia prima y tecnológica que se necesiten.
- ✓ Emitir facturas a los clientes y cancelar a proveedores.

Requisitos mínimos del cargo Administrador

- ✓ Licenciado egresado o estudiante de Administración de empresas o carreras afines.
- ✓ Habilidad para manejo de personal.
- ✓ Persona proactiva y de excelente iniciativa.
- ✓ Experiencia en dirección de personal
- ✓ Edad entre los 25 y 45 años.
- ✓ Experiencia mínima de 2 años
- ✓ Acostumbrado a trabajar bajo presión
- ✓ Residir en el área circundante a la selección
- ✓ Conocimientos y manejo de office avanzado.

4.- MÉTODO DE SELECCIÓN QUE SEGUIRÁ LA EMPRESA.

GRABARTE S.A. ha hecho un proceso cuya finalidad se basa en atraer a personas con interés en ocupar los puestos de trabajo ofrecidos.

Nuestro proceso de reclutamiento elegido es llevado a cabo por medio de publicidad en internet como la página de Facebook con anuncios como

En anuncios como este el costo es de \$5 dólares semanales.

Se necesita personal que sepa utilizar maquina plotter, Diseñador gráfico, operario de imprenta e instaladores. Horario de 8 de la mañana a 5 de la tarde. Papeles en regla para mayor información llamar al número 8475716

▪ Selección

El sistema de selección de personal utilizado por **GRABARTE S.A.** fue mediante unas entrevistas de preguntas y respuestas realizadas por la administradora Marlen Cruz López no sin antes verificar la validez de los datos proporcionados por el solicitante.

▪ Contratación

GRABARTE S.A., como pequeña empresa hace un contrato de trabajo por tiempo determinado es decir de mes y medio para así determinar si la persona contratada logra desarrollar las habilidades requeridas profesionalmente. Y a su vez respetando los beneficios proporcionados por la ley de trabajo.

▪ Inducción

Una vez firmado el contrato, el trabajador y **GRABARTE S.A.** proceden al primer encuentro de inducción donde le mostramos las instalaciones de la empresa nuestra misión y visión, objetivos de trabajo, formas de querer superarnos y poder pensar

en ampliarnos en el mercado también se le brinda el formato que están escritos los valores de éticas dentro de la también se le brinda el formato que están escritos los valores de éticas dentro de la empresa, cada trabajador tiene que respetar y esté se compromete a cumplir con cada reglas establecidas.

▪ **Desarrollo del personal**

Cómo un taller especializado en Grabados, debemos de aplicar los dos elementos fundamentales en el desarrollo, qué es el adiestramiento: nosotros como una empresa debemos de saber cuáles son las habilidades y desempeño de la persona que ha sido contratada, identificar, darle un seguimiento previo a su habilidad ya que, en este rubro de grabados, no sólo será en cuero o camisetas, también trabajaremos con madera, vidrio, llaveros, tazas.

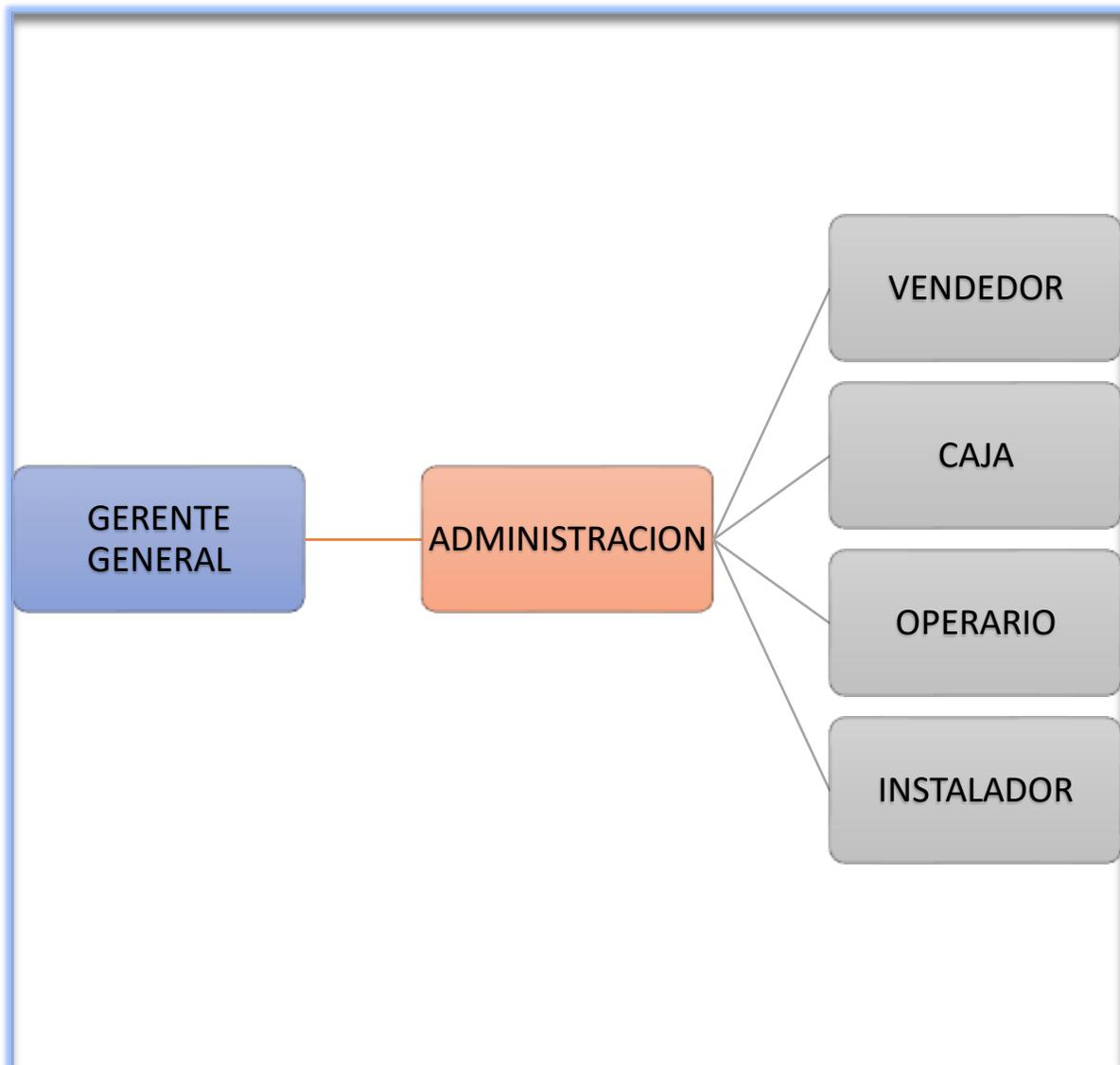
Posteriormente se aplica el proceso de capacitación para que el trabajador logre desarrollar un conocimiento más avanzado, específico, conciso de la empresa en el cual se le facilita el desarrollo individual y profesional dentro de nuestra empresa.

Nosotros lograremos identificar en qué puesto lo contrataremos según la habilidades y conocimientos profesionales, para cada puesto de trabajo, una vez que se aplicaron las preguntas y la persona demostró positivamente sus conocimientos y profesionalismo, este proceso puede durar una semana o 3 días hábiles para lograr capacitar al trabajador y lograr identificar los conocimientos del mismo.

Puesto	Tipo de Adiestramiento
Operario	Se llevará unos días para mostrarles el tipo de trabajo que realizamos dentro de la empresa, las máquinas, tecnología, técnicas, etc....
Ejecutivos de Ventas	Ejecutivos de ventas, le mostraremos los diferentes lugares que trabajamos en conjuntos, tipos de estrategias para lograr una meta mensual, lograr expandirnos.

Caja	Caja se mostrará cuál es el proceso que realizamos semanalmente, mensual para cada cierre o pagos.
-------------	--

5. ORGANIGRAMA GRABARTE S. A.



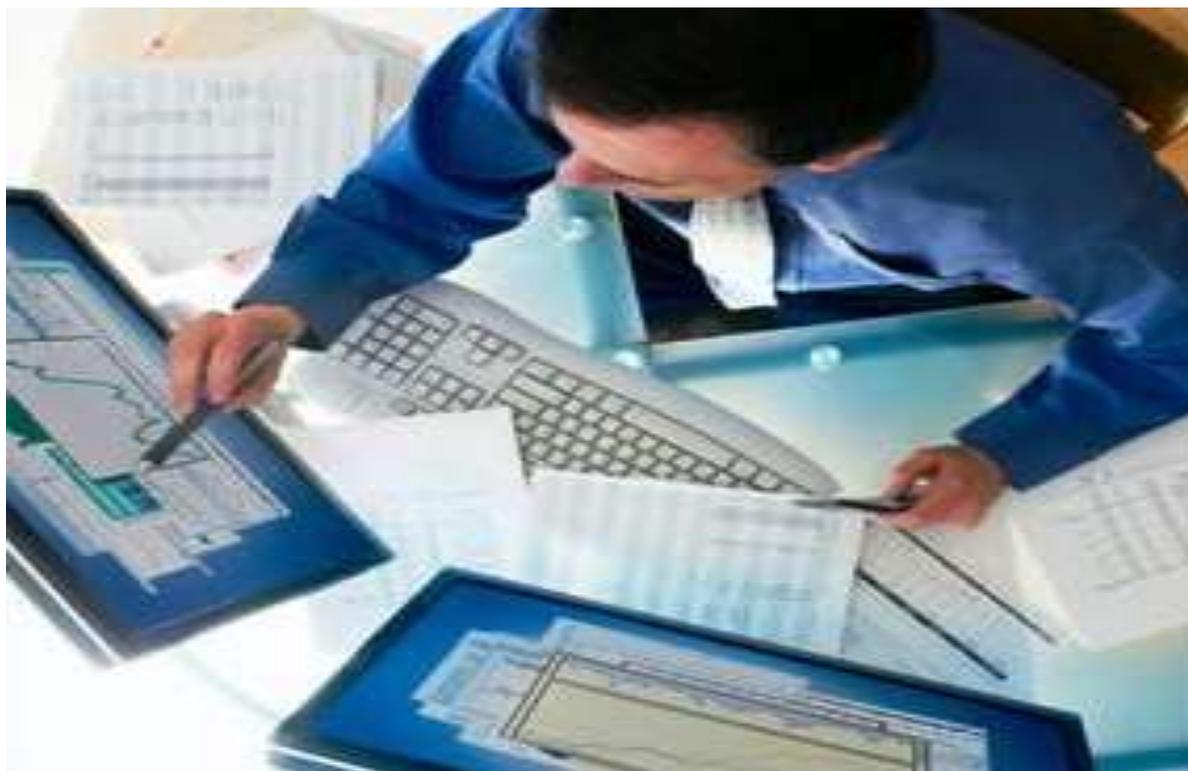
6. TABLA DE PUESTOS Y RESPONSABLES

 Gerente general	- Paul Patricio Raudez Ríos.
 Administrador	- Marlen Eneyda Cruz López
 Vendedor	- Jessica González
 Cajera	- Elizabeth Agüinada Acuña.
 Operador	- Roberto José Pérez Téllez.
 Instalador	- William González

7. CONCLUSIÓN

- La capacitación es un tema muy importante en este plan de negocios ya que es el instrumento que permitirá que los empleados estén familiarizados con el sistema y modo de trabajo, así como con la tecnología que se va a utilizar en el negocio para optimizar la capacidad operativa y productiva del mismo.
- Es necesario hacer énfasis en el proceso de selección y reclutamiento de personal, contar con políticas de selección muy precisas y estrictas, ya que la misma naturaleza del negocio hace necesario contar con empleados de confianza a quienes se les pueda delegar responsabilidades y se les pueda facultar para la toma de decisiones en beneficio de la empresa recordemos que el funcionamiento de una empresa es gracias al trabajo y productividad de sus empleados.
- Por el tipo de servicio ofrecido en la empresa, es fundamental que los trabajadores realicen sus trabajos con un alto grado de profesionalismo por lo que se contara con una experiencia dilatada en el rubro, es por ello que tenemos la descripción de cada uno de los puestos de nuestros empleados, sus objetivos a cumplir, la experiencia en el campo laboral, capacidad suficiente para poder lograr cada uno de las tareas asignadas dentro de la empresa logrando un servicio de calidad para los clientes.

CAPITULO V. FINANZAS



1. INTRODUCCIÓN

En un entorno económico cada vez más competitivo, como el actual, las empresas necesitan disponer de sistemas de información que constituyan un instrumento útil para controlar su eficiencia y que proporcionen un alto grado de transparencia de las distintas actividades que se realizan en sus procesos productivos o de prestación de servicios para servir de apoyo en la toma de decisiones.

La contabilidad se remonta desde tiempos muy antiguos, cuando el hombre se ve obligado a llevar registros y controles de sus propiedades porque su memoria no bastaba para guardar la información requerida. Se ha demostrado a través de diversos historiadores que, en épocas como la egipcia o romana, se empleaban técnicas contables que se derivan del intercambio comercial.

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

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

Las finanzas de **Grabarte S.A.** serán de gran importancia, pues de ella se deriva las consecuencias de las acciones operativas internas y externas del mercado laboral. Así como el éxito o fracaso de las buenas o malas decisiones.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo General:

Analizar la viabilidad de la puesta en marcha del Proyecto de Titulación **GRABARTE S.A.** Haciendo uso de la información de hechos económicos, financieros y sociales suscitados recabados; de forma continua, ordenada y sistemática durante un periodo de 5 años.

2.2 - Objetivos Específicos:

1. Prever con anticipación las probabilidades futuras del negocio.
2. Obtener en cualquier momento información ordenada y sistemática sobre el movimiento económico y financiero del negocio.
3. Registrar en forma clara y precisa, todas las operaciones de ingresos y egresos.
4. Suministrar información requerida para las operaciones de planeación, evaluación y control, salvaguardando los activos de la institución.

3. PLAN MAESTRO

3.1 - Presupuesto de Ingresos de GRABARTE S.A.

AÑO O PERIODO	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas Pronosticadas	C\$2679,000.00	C\$ 2893,320.00	C\$ 3182,652.00	C\$ 3564,570.24	C\$ 4099,255.78
Ingreso por Ventas en Efectivo	C\$ 2679,000.00	C\$ 2893,320.00	C\$ 3182,652.00	C\$ 3564,570.24	C\$ 4099,255.78
Total de Entrada de Efectivo	C\$ 2679,000.00	C\$ 2893,320.00	C\$ 3182,652.00	C\$ 3564,570.24	C\$ 4099,255.78

Grabarte S.A. .no tiene ventas al crédito por ser una pequeña empresa que ofrece su servicio de grabado y sublimación en el momento que el cliente llega en busca de él.

3,2 - Presupuesto de Egresos de GRABARTE S.A.

		2021	2022	2023	2024	2025
Compras		C\$1,352,172.00	C\$ 1,460,345.76	C\$ 1,606,380.34	C\$ 1,799,145.98	C\$ 2,069,017.87
Compras en Efectivo		C\$1,352,172.00	C\$1,460,345.76	C\$1,606,380.34	C\$1,799,145.98	C\$2,069,017.87
Gastos de Ventas		C\$ 285,580.00	C\$ 308,426.40	C\$ 339,269.04	C\$ 379,981.32	C\$ 436,978.52
Celular movil	C\$ 3,600.00					
Telefono	C\$ 3,600.00					
luz 50%	C\$ 3,600.00					
Agua 50%	C\$ 1,500.00					
Publicidad	C\$ 48,000.00					
Salario	C\$ 153,600.00					
Aguinaldo	C\$ 12,800.00					
Vacaciones	C\$ 12,800.00					
INSS Laboral	C\$ 10,752.00					
INSS Patronal	C\$ 32,256.00					
INATEC 2%	C\$ 3,072.00					
Gastos de Administración		C\$ 761,440.82	C\$ 822,356.09	C\$ 904,591.69	C\$ 1,013,142.70	C\$ 1,165,114.10
Internet	C\$ 8,400.00					
Renta de edificio	C\$ 36,000.00					
Alcaldía de Managua 1%	C\$ 26,790.00					
depreciacion	C\$ 64,791.11					
Amortizaciones	C\$ 4,359.71					
Agua 50%	C\$ 1,500.00					
luz 50%	C\$ 3,600.00					
Salario	C\$ 420,000.00					
Vacaciones	C\$ 35,000.00					
Aguinaldo	C\$ 35,000.00					
INSS Laboral	C\$ 29,400.00					
INSS Patronal	C\$ 88,200.00					
INATEC 2%	C\$ 8,400.00					
Total Desembolsos		C\$ 2,399,192.82	C\$ 2,591,128.25	C\$ 2,850,241.07	C\$ 3,192,270.00	C\$ 3,671,110.50

3.3 - Presupuesto de Flujo de Efectivo de Grabarte S.A.

		2021	2022	2023	2024	2025
Entrada de Efectivo		C\$ 2,679,000.00	C\$ 2,893,320.00	C\$ 3,182,652.00	C\$ 3,564,570.24	C\$ 4,099,255.78
Menos Desembolsos de Efectivos		C\$2,399,192.82	C\$2,591,128.25	C\$2,850,241.07	C\$3,192,270.00	C\$3,671,110.50
Flujo de Efectivo Neto		C\$ 279,807.18	C\$ 302,191.75	C\$ 332,410.93	C\$ 372,300.24	C\$ 428,145.28
Mas Efectivo Inicial		C\$ 198,869.42	C\$ 473,526.60	C\$ 770,568.35	C\$ 1,097,829.28	C\$ 1,464,979.53
Efectivo Final		C\$ 478,676.60	C\$ 775,718.35	C\$ 1,102,979.28	C\$ 1,470,129.53	C\$ 1,893,124.80
Menos Saldo de Efectivo Mínimo		C\$ 5,150.00	C\$ 5,150.00	C\$ 5,150.00	C\$ 5,150.00	C\$ 5,150.00
Gastos basicos	5,150.00					
Financiamiento Total Requerido						
Saldo Efectivo Excedente		C\$ 473,526.60	C\$ 770,568.35	C\$ 1,097,829.28	C\$ 1,464,979.53	C\$ 1,887,974.80

4. POLÍTICAS DE INVENTARIO

1. Reducir al máximo la inversión de inventarios en días de inversión, sin afectar las ventas ni la producción de la empresa.
2. Obtener el máximo de financiamiento (sin costo) a través de los proveedores.
3. Fijar el nivel aceptable de surtido de productos en los pedidos de los clientes.
4. Mantener las existencias, mediante una administración eficiente.
5. Vigilar la exposición de los inventarios ante la inflación y la devaluación

5. BALANCE INICIAL

GRABARTE S.A.				
BALANCE GENERAL				
AL 31 DE DICIEMBRE 2020				
C\$				
				
GRABARTE S.A.				
ACTIVOS		C\$	PASIVOS	C\$
CORRIENTES				
CAJA		C\$ 20,000.00	ARRENDAMIENTO POR PAGAR	C\$ 3,000.00
BANCO		C\$ 170,150.00		
GASTOS PRE-OPERATIVOS		C\$ 8,719.42		
TOTAL ACTIVO CORRIENTES		C\$ 198,869.42	TOTAL PASIVOS	C\$ 3,000.00
NO CORRIENTES				
BIENES DE USO			PATRIMONIOS	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		C\$ 223,596.80	CAPITAL SOCIAL	C\$ 422,466.22
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA	C\$ 96,956.00			
MAQUINARIA Y EQUIPO	C\$ 126,640.80		TOTAL PATRIMONIO	C\$ 422,466.22
TOTAL ACTIVO NO CIRCULANTE		C\$ 226,596.80		
TOTAL ACTIVOS		C\$ 425,466.22	TOTAL PASIVOS + CAPITAL	C\$ 425,466.22

ELABORADO POR _____

AUTORIZADO POR _____

REVISADO POR _____

6. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO



ESTADO DE RESULTADO PROFORMA										
ESTADO DE RESULTADO	AÑO 2021	%	AÑO 2022	%	AÑO 2023	%	AÑO 2024	%	AÑO 2025	%
INGRESOS										
VENTAS	C\$ 2.679.000,00	100%	C\$ 2.893.320,00	100%	C\$ 3.182.652,00	100%	C\$ 3.564.570,24	100%	C\$ 4.099.255,78	100%
-COSTO DE VENTA	C\$ -1.408.800,00	-53%	C\$ -1.521.504,00	-53%	C\$ -1.673.654,40	-53%	C\$ -1.874.492,93	-53%	C\$ -2.155.666,87	-53%
UTILIDAD BRUTA	C\$ 1.270.200,00	47%	C\$ 1.371.816,00	47%	C\$ 1.508.997,60	47%	C\$ 1.690.077,31	47%	C\$ 1.943.588,91	47%
GASTOS DE OPERACIÓN										
GASTOS DE VENTAS	C\$ 285.580,00		C\$ 314.138,00		C\$ 345.551,80		C\$ 380.106,98		C\$ 418.117,68	
GASTOS DE ADMINISTRACION	C\$ 761.440,82		C\$ 822.356,09		C\$ 850.924,32		C\$ 881.778,02		C\$ 915.100,01	
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	C\$ 1.047.020,82	39%	C\$ 1.136.494,09	39%	C\$ 1.196.476,12	38%	C\$ 1.261.885,00	35%	C\$ 1.333.217,69	33%
UTILIDAD ANTES IMPUESTO	C\$ 223.179,18		C\$ 235.321,91		C\$ 312.521,48		C\$ 428.192,31		C\$ 610.371,22	
IMPUESTO SOBRE RENTA 25%	C\$ 55.794,80		C\$ 58.830,48		C\$ 78.130,37		C\$ 107.048,08		C\$ 183.111,37	
UTILIDAD O PERDIDA NETA	C\$ 167.384,39	6%	C\$ 176.491,44	6%	C\$ 234.391,11	7%	C\$ 321.144,24	9%	C\$ 427.259,85	10%

7. BALANCE GENERAL PROYECTADO

BALANCE GENERAL PRESUPUESTADO						
GRABARTE S.A.						
AÑOS 2021-2025						
C\$						
						
ACTIVOS	2020	2021	2022	2023	2024	2025
CORRIENTES						
Efectivo y equivalentes al efectivo	C\$ 190,150.00	C\$ 1098,249.64	C\$ 940,860.82	C\$ 780,680.06	C\$ 617,813.18	C\$ 526,968.40
Inventarios		C\$ 466,572.00	C\$ 970,469.76	C\$ 1524,757.30	C\$ 2145,559.34	C\$ 2859,481.68
Impuestos pagados por anticipado		C\$ 334,885.80	C\$ 361,676.66	C\$ 397,844.33	C\$ 445,585.64	C\$ 512,423.49
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	C\$ 190,150.00	C\$ 1899,707.44	C\$ 2273,007.24	C\$ 2703,281.69	C\$ 3208,958.16	C\$ 3898,873.57
ACTIVOS NO CORRIENTES						
Propiedad de inversión	C\$ 3,000.00	C\$ 36,000.00				
Propiedades, Planta y Equipo	C\$ 223,596.80	C\$ 223,596.80	C\$ 158,805.69	C\$ 94,014.58	C\$ 66,443.72	C\$ 38,872.86
Depreciación acumulada		-C\$ 64,791.11	-C\$ 64,791.11	-C\$ 27,570.86	-C\$ 27,570.86	-C\$ 27,570.86
Gastos de instalación	C\$ 8,719.42	C\$ 8,719.42	C\$ 4,359.71			
Amortización		(4,359.71)	(4,359.71)			
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	C\$ 235,316.22	C\$ 199,165.40	C\$ 130,014.58	C\$ 102,443.72	C\$ 74,872.86	C\$ 47,302.00
TOTAL ACTIVOS	C\$ 425,466.22	C\$ 2098,872.84	C\$ 2403,021.82	C\$ 2805,725.41	C\$ 3283,831.02	C\$ 3946,175.57
PATRIMONIOS Y PASIVOS						
PASIVOS						
Arrendamiento por pagar	C\$ 3,000.00	C\$ 36,000.00				
Impuestos por pagar		C\$ 495,152.24	C\$ 533,336.51	C\$ 600,087.00	C\$ 691,639.50	C\$ 855,391.51
Gastos acumulados por pagar		C\$ 977,870.00	C\$ 1067,343.27	C\$ 1168,905.26	C\$ 1234,314.14	C\$ 1305,646.83
TOTAL PASIVOS	C\$ 3,000.00	C\$ 1509,022.24	C\$ 1636,679.77	C\$ 1804,992.26	C\$ 1961,953.64	C\$ 2197,038.33
PATRIMONIO						
Capital emitido	C\$ 422,466.22	C\$ 422,466.22	C\$ 422,466.22	C\$ 422,466.22	C\$ 422,466.22	C\$ 422,466.22
Ganancias (pérdidas) acumuladas			C\$ 167,384.39	C\$ 343,875.82	C\$ 578,266.93	C\$ 899,411.16
Utilidad o pérdida del ejercicio		C\$ 167,384.39	C\$ 176,491.44	C\$ 234,391.11	C\$ 321,144.24	C\$ 427,259.85
PARTRIMONIO TOTAL	C\$ 422,466.22	C\$ 589,850.61	C\$ 766,342.04	C\$ 1000,733.15	C\$ 1321,877.38	C\$ 1749,137.24
TOTAL PATRIMONIO + PASIVOS	C\$ 425,466.22	C\$ 2098,872.84	C\$ 2403,021.82	C\$ 2805,725.41	C\$ 3283,831.02	C\$ 3946,175.57

ELABORADO POR

AUTORIZADO POR

REVISADO POR

8. RAZONES FINANCIERAS DE GRABARTE S, A.

8.1 Razones de Liquidez

CAPITAL DE TRABAJO

ACTIVO CORRIENTES - PASIVO CORRIENTES

AÑO 2021			AÑO 2022			AÑO 2023		
C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
1,899,707.44	1,509,022.24	390,685.21	2,273,007.24	1,636,679.77	636,327.46	2,703,281.69	1,804,992.26	898,289.43

AÑO 2024			AÑO 2025		
C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
3,208,958.16	1,961,953.64	1,247,004.52	3,898,873.57	2,197,038.33	1,701,835.24

El capital nos demuestra que la empresa **GRABARTE S.A.** en los años proyectados 2021- 2025 tiene buena situación financiera ya que sus activos son mayores q las deudas y pueden ser cubiertas.

8.2 Índice de Solvencia

ACTIVOS CORRIENTES /PASIVO CORRIENTE

AÑO 2021			AÑO 2022			AÑO 2023		
C\$	C\$	VECES	C\$	C\$	VECES	C\$	C\$	VECES
1,899,707.44	1,509,022.24	1.258899568	2,273,007.24	1,636,679.77	1.388791669	2,703,281.69	1,804,992.26	1.497669407

AÑO 2024			AÑO 2025		
C\$	C\$	VECES	C\$	C\$	VECES
3,208,958.16	1,961,953.64	1.635593267	3,898,873.57	2,197,038.33	1.774604253

Lo que nos indica que **GRABARTE S.A.** en su índice de solvencia que las obligaciones pueden ser cubiertas casi 2 veces más con sus activos para todos los años proyectados sin dejar de mencionar que aún es una proyección sin iniciar operaciones.

8.3 Prueba Acida

ACTIVO CORRIENTE - INVENTARIO / PASIVO CORRIENTE

AÑO 2021			AÑO 2022			AÑO 2023		
C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
2,590,100.44	791,472.00	2,046,752.37	3,339,291.07	1,701,664.80	2,320,363.48	4,228,862.02	2,748,386.52	2,619,559.27
1,798,628.44		0.878771885	1,637,626.27		0.705762816	1,480,475.50		0.565162055

AÑO 2024			AÑO 2025		
C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
3,208,958.16	2,145,559.34	1,961,953.64	3,898,873.57	2,859,481.68	2,197,038.33
		0.542010167			0.473087736

Esto nos demuestra que la empresa **GRABARTE S.A.** puede cubrir sus deudas con su efectivo sin tomar en cuenta su inventario que no son efectivos ya que no se han vendidos. Con una proyección en los años 2021-2025.

8.4 Índice de Gestión

ROTACIÓN DE ACTIVOS CORRIENTES VENTAS NETAS / ACTIVOS CORRIENTES

AÑO 2021			AÑO 2022			AÑO 2023		
C\$	C\$	VECES	C\$	C\$	VECES	C\$	C\$	VECES
1,408,800.00	466,572.00	3.019469664	1,521,504.00	970,469.76	1.567801556	1,673,654.40	1,524,757.30	1.097652984
119.2262351			229.6208972			327.9725062		

AÑO 2024			AÑO 2025		
C\$	C\$	VECES	C\$	C\$	VECES
1,874,492.93	2,145,559.34	0.873661658	2,155,666.87	2,859,481.68	0.753866299
412.058829			477.5382593		

En la rotación de Inventario de **GRABARTE S.A.** nos determina que los activos circulantes se convertirían en ventas entre un 1.47 a 1.00 veces más en los 5 años.

8.4 Rotación de Activos Fijos

VENTAS /PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO

AÑO 2021			AÑO 2022			AÑO 2023		
C\$	C\$	VECES	C\$	C\$	VECES	C\$	C\$	VECES
2,679,000.00	223,596.80	11.98138793	2,893,320.00	158,805.69	18.21924643	3,182,652.00	94,014.58	33.85274922

AÑO 2024			AÑO 2025		
C\$	C\$	VECES	C\$	C\$	VECES
3,564,570.24	66,443.72	53.64796312	4,099,255.78	38,872.86	105.4528989

Esta razón determina el grado de efectividad de los equipos dando en su función de convertirse en ventas muchas veces.

8.5 Índice de Endeudamiento

RAZÓN DE DEUDA

PASIVO TOTAL / ACTIVO TOTAL

AÑO 2021			AÑO 2022			AÑO 2023		
C\$	C\$	%	C\$	C\$	%	C\$	C\$	%
2,046,752.37	2,789,660.89	0.733692177	2,320,363.48	3,472,324.25	0.668245048	2,619,559.27	4,333,973.34	0.604424409

AÑO 2024			AÑO 2025		
C\$	C\$	%	C\$	C\$	%
1,961,953.64	3,283,831.02	0.597458769	2,197,038.33	3,946,175.57	0.556751288

Aquí nos expresa que porcentaje de los activos han sido financiados mediante las deudas. Lo cual nos dice que es en 0.71 y 0.55% de todos los años los activos fueron aportados por los acreedores de la empresa.

9. ANÁLISIS DEL RENDIMIENTO FINANCIERO

9.1 - Capital de trabajo

INVERSIÓN INICIAL	
MAQUINARIA Y EQUIPO	C\$ 126,640.80
CAPITAL DE TRABAJO	C\$ 174,503.47
GASTOS PREOPERATIVOS	C\$ 8,719.42
INVERSIÓN INICIAL	C\$ 309,863.69

9.2 - TIR de GRABARTE S.A.

TIR 95%	0	-C\$	309,863.69
	1	C\$	279,807.18
	2	C\$	302,191.75
	3	C\$	332,410.93
	4	C\$	372,300.24
	5	C\$	428,145.28
			95%
			40%

9.3 - Tasa de Descuento

	VAN DE GRABARTE S. A	
2020	-C\$	309,863.69
2021	C\$	199,862.27
2022	C\$	154,179.47
2023	C\$	121,141.01
2024	C\$	96,912.81
2025	C\$	79,606.95
	C\$	341,838.81
VAN		C\$ 341,838.81

9.4 Periodo de Recuperación de la Inversión

a		3			
b	C\$	309,863.69	PRI	2.27	Año
c	C\$	581,998.93	0.27*12		3.24 Meses
d	C\$	372,300.24	0.24*30		7.2 Dias

9.5 – Relación Costo Beneficio

RELACION COSTO BENEFICIO DE GRABARTE S,A		Los beneficios cubren 2.10 veces a los costos es decir por cada 1 cordoba invertido nos genera 2.10 de ganancia.
RBC	2.10	

10. CONCLUSIÓN

Conseguir una mayor estabilidad económica requiere un buen plan financiero. Este plan funciona como un medio de análisis y reflexión que permite calcular y priorizar objetivos e inversiones. De este modo, el seguimiento de la evolución financiera de la empresa es más fácil y mucho más riguroso al momento de identificar los ingresos y egresos de la empresa.

Esta planificación permite analizar todas las directrices para que una idea sea rentable. Sin embargo, a pesar de ser un paso clave a la hora de estructurar un negocio, la creación de un plan financiero es una de las tareas más difícil ya que la base fundamental para llevar a cabo el negocio.

Se concluye que **GRABARTE S.A.** Será rentable ya que los términos utilizados para medir la viabilidad futura de un negocio como lo es la VAN y la TIR nos arrojan resultados positivos a futuro, con **VAN de C\$ 341,838.81, un TIR de 95%** así como también la recuperación de la inversión en **2.27 años, 3.24 meses y 7.2 días.** Con una relación costo beneficio de **2.10.** Es decir, por cada córdoba invertido obtenemos 2 córdobas de ganancias.

El monto total de la inversión inicial es de **C\$ 309,863.69.** El cual pagaremos a los accionistas un interés del 10% anual En este caso lo tomamos en cuenta como una fuente de financiamiento interna ya que se pagará interés a nuestros accionistas.

11. BIBLIOGRAFÍA

- ¿Cómo emprender de forma legal? (s.f.). Obtenido de
<https://www.amcham.org.ni/como-emprender-de-forma-legal/>
- Cómo presentar el Balance General. (s.f.). Obtenido de
<https://www.entrepreneur.com/article/263440>
- Emprendedores y Negocios. (s.f.). Obtenido de
<https://emprendedoresynegocios.com/calculo-van-y-tir/>
- Ley no.822 ley de corcentacion tributaria. (3 de diciembre de 2012). Obtenido de
[http://legislacion.asamblea.gob.ni/SILEG/Iniciativas.nsf/0/3636a2c1dc3dae2606257654006000c2/\\$FILE/Ley%20No.%20822,%20Ley%20de%20concertaci%C3%b3n%20tributaria.pdf](http://legislacion.asamblea.gob.ni/SILEG/Iniciativas.nsf/0/3636a2c1dc3dae2606257654006000c2/$FILE/Ley%20No.%20822,%20Ley%20de%20concertaci%C3%b3n%20tributaria.pdf)
- Plan de negocios Unan Managua. (s.f.). Obtenido de
<https://repositorio.unan.edu.ni/2479/>
- Razones Financieras: Interpretación, Ejemplos y Fórmulas. (s.f.). Obtenido de
<https://tueconomiafacil.com/razones-financieras-interpretacion-ejemplos-y-formulas/>
- Diferencia de empresa publica y privada. (s.f.). Obtenido de
<https://sites.google.com/site/misitiowebabmj/introduccion-1/empresa-mixta/empresas-comerciales>
- (2016). Diseño graafico (digital y artesanal) DISRROT. Universidad politecnica UPOLI, Managua. Obtenido de
<https://repositorio.upoli.edu.ni/172/1/Plan%20de%20negocio%20-%20disrrot%2011092016.pdf>

Estructura de monografía. (s.f.). Obtenido de
<http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/17077/1/14103363.pdf>

Gerencia y administracion. (2015). Obtenido de
<https://es.slideshare.net/YmayaJorge/gerencia-y-administracin-57988420>

Policas de promocion y comunicacion. (s.f.). Obtenido de
<https://es.scribd.com/document/130556584/Politic-as-de-Promocion-Comunicaci3n>

Prensa, L. (s.f.). Industria serigrafica. Afianzando la industria serigrafica.

Documentos t3cnicos necesarios para la elaboraci3n de un proyecto. -
proyectoyajie. (s.f.). Obtenido de
<https://sites.google.com/site/proyectoyajie/-documentos-tecnicos-necesarios-para-la-elaboracion-de-un-proyecto>

El emprendedor de 3xito - Emprendedor de Exito cuarta Edicion. (s.f.). Obtenido de
https://campusvirtual.unitec.edu.ni/pluginfile.php/206465/mod_resource/content/0/Emprendedor%20de%20Exito%20cuarta%20Edicion.pdf

Plan de Selecci3n de Personal para la Empresa Conectar SRL -
Plan_de_Selecci3n_de_Personal_para_la_Empresa. (s.f.). Obtenido de
https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/10439/Plan_de_Selecci3n_de_Personal_para_la_Empresa_Conectar_SRL.pdf?sequence=1&isAllowed

Anexos

Anexo A

Encuesta Realizada

Datos Generales, Clasificación

Sexo:

Masculino

Femenino

Edad:

18 a 25 años

26 a 30 años

31 a 35 años

Más de 35 años

Lugar donde habita departamento de Origen:

Departamento

¿Le gusta adquirir artículos grabados con diseños representativos cultural y tradicional nicaragüense?

Si

No

¿Qué tipo de material le gusta más para realizar un grabado?:

Madera

Barro o cerámica

Cuero

Textiles

Otros

¿Estaría dispuesto adquirir otros tipos de artículos además de un grabado personalizado?:

Si

No

Tal vez

¿Qué otro producto le gustaría adquirir que sea novedoso?:

Artículos didácticos para aprendizaje

Escolar

Tarjetas de presentaciones
plástico

Porta Chapas con diseño
personalizado

Porta celulares de escritorios
y/o cintura

Lapiceros personalizados

Otros

¿Los tipos de artículos antes mencionadas ¿se le hacen conocidos?

Si

NO

¿Usted sabe que es el grabado con láser?:

SI

NO

¿Le gustaría personalizar los objetos que obsequia?:

SI

NO

¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen del producto?

Simplicidad

Facilidad de uso

Está de moda

Es algo novedoso

Ninguno de los anteriores

Otro (por favor, especifique)

Información sobre el producto

¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?

Redes Sociales: Facebook e Instagram

Volantes

Envíos masivos de Correos

Televisión

Revistas (Turismo Nacional del INTUR)

Distribución e información sobre el producto

¿En qué lugar o lugares le gustaría poder comprar este producto?

Local fijo

Página web

Servicio delivery

Otro (por favor, especifique)

Intención de compra

Partiendo de la base que el precio de este producto le pareciera aceptable...

Compraría este producto a un precio de:

\$5 a \$ 10

\$10 a \$15

\$15 a \$20

No lo sé

De la competencia:

¿Conoce o ha visitado alguna empresa que ofrezca este mismo servicio de grabado?

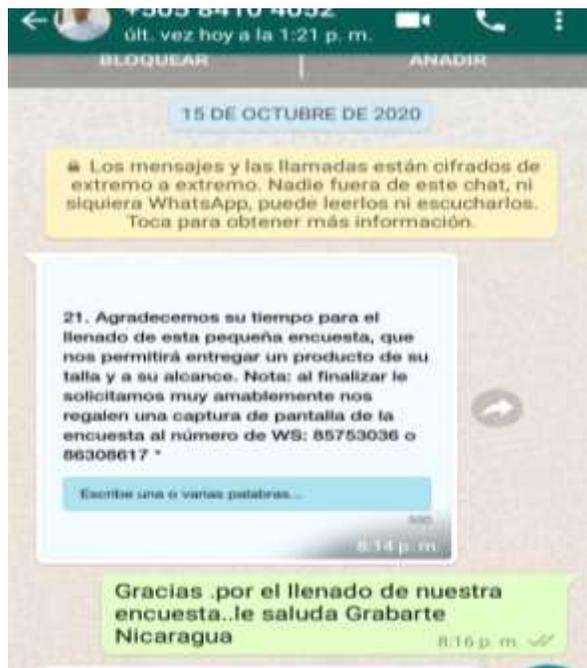
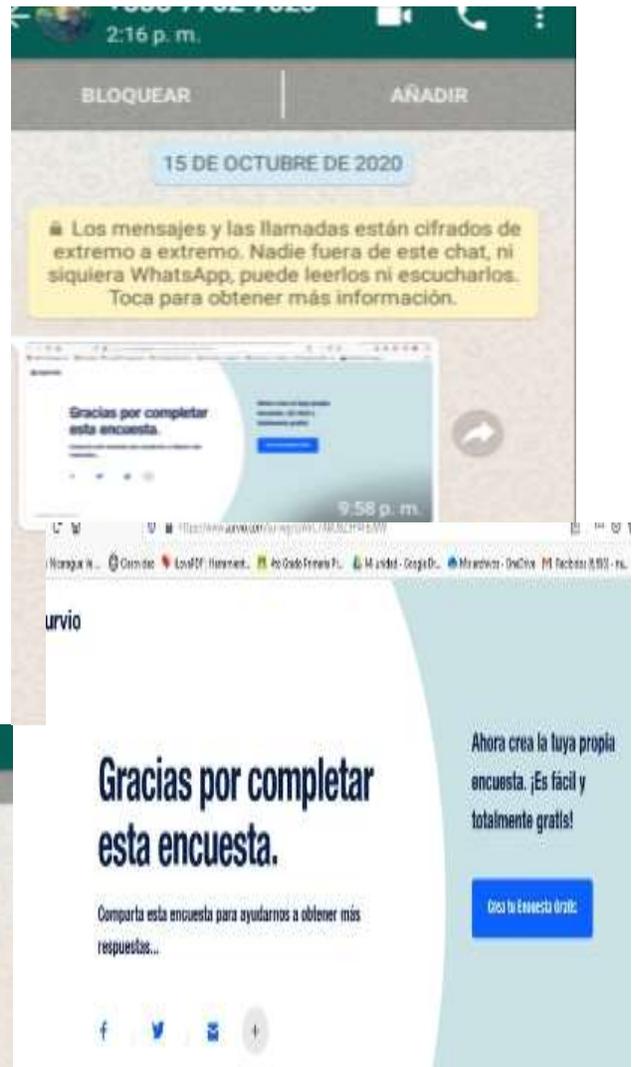
SI

NO

Agradecemos su tiempo para el llenado de esta pequeña encuesta, que nos permitirá entregar un producto de su talla y a su alcance.



Participantes



Publicidad**Presupuesto de marketing**

Periodo 02 de abril 2021 al 31 junio 2021

CATEGORÍA	ENERO		FEBRERO		MARZO	TOTAL		
	Gastos Totales	% Del Total	Gastos Totales	% Del Total	Gastos Totales	% Del Total	Gatos Generales	% Del Total
Publicidad en Línea	C\$ 700	7%	C\$ 250	20%	C\$ 700	10%	C\$ 1,650	13%
Facebook 2 veces al mes	C\$ 200	40%	C\$ 100	7%	C\$ 200	35%	C\$ 500	22%
Página Web		0%		0%		0%		
Instagram 3 veces al mes	C\$ 500	60%	C\$ 150	93%	C\$ 500	65%	C\$ 1,150	78%
Correo		0%		0%		0%		
Publicidad Local	C\$ 5,400	45%	C\$ 1,000	50%	C\$ 2,250	45%	C\$ 8,650	47%
Radio Todos los días	C\$ 1,400	33%	C\$ 500	50%	C\$ 1,400	60%	C\$ 3,300	37%
Volantes	C\$ 1,100	20%	C\$ 500	50%	C\$ 500	350%	C\$ 2,100	31%
Banner 1 cada 3 meses	C\$ 1,200	17%		0%		0%	C\$ 1,200	3%
Mantas Publicitarias	C\$ 1350	27%		0%		0%	C\$ 1,350	22%
Vinil Adhesivo	C\$ 350	3%		0%	C\$ 350	15%	C\$ 700	7%
Otros	C\$ 3,200	48%	C\$ 850	30%	C\$ 1,780	45%	C\$ 6,830	40%

Grabarte S.A.

Tarjetas de Presentación	C\$ 350	10%		0%	C\$ 180	8%	C\$ 530	9%
Llaveros cada 3 meses	C\$ 1500	50%		0%	C\$ 750	64%	C\$ 2,250	33%
Calendarios	C\$ 500	23%		0%			C\$ 500	15%
Repartidores de Volantes cada 2 meses. Son 3 personas	C\$ 850	17%	C\$ 850	100%	C\$ 850	28%	C\$ 3,550	43%
TOTALES	C\$ 9,300	100%	C\$ 2,100	100%	C\$ 4,730	100%	C\$ 17,130	100%

Con una inversión trimestral de 1,376 \$

Diseño del mensaje publicitario.

GRABARTE S.A.
EL ARTE EN TUS MANOS

CONTACTANOS TE OFRECEMOS LO QUE BUSCAS EL REGALO ESPECIAL PARA ALGUIEN ESPECIAL

Tarjeta de presentación

Diseño, elaboración, servicio e instalación.

Llaveros en madera, acero, agendas con grabados a laser
Solimociones de cerámica
Grabados a laser de madera
Rodamientos Solimociones

87573036
Parada de Buses Howard, 1C al Este, Managua

grabarte.com@nicaragua.com

grabarte LA

Calendario

2021

Jan	Feb	Mar	Abr
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 26 27 28 29 30 31	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 26 27 28 29	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 26 27 28 29 30 31	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 26 27 28 29 30
May	Jun	Jul	Ago
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 26 27 28 29 30 31	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 26 27 28 29 30	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 26 27 28 29 30 31	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 26 27 28 29 30 31
Sep	Oct	Nov	Dic
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 26 27 28 29 30	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 26 27 28 29 30 31	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 26 27 28 29 30	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 26 27 28 29 30 31

Volante

Spot Radial



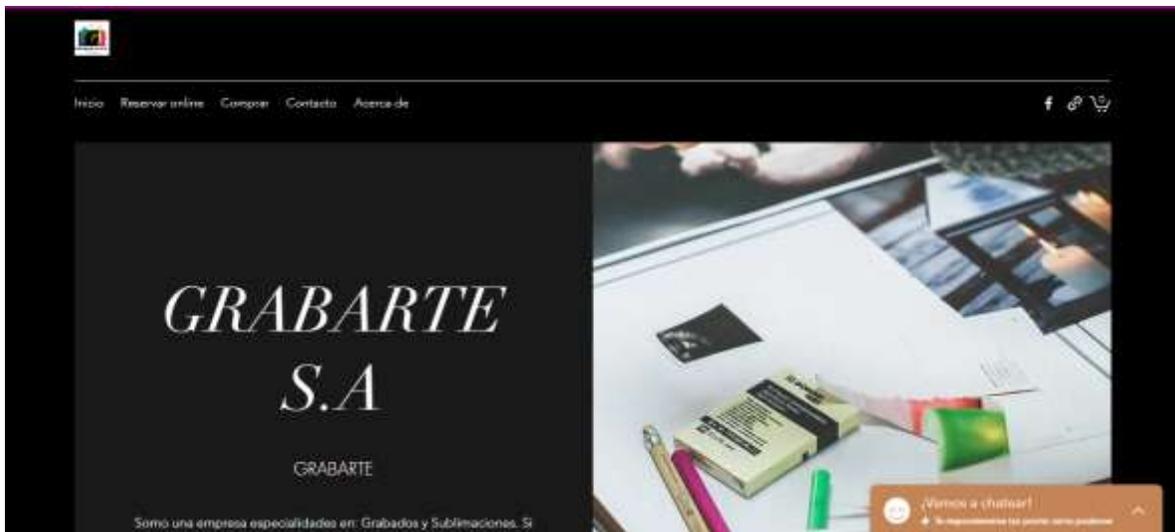
Video promocional



Redes sociales

Pagina web

[Https://grabarteni.wixsite.com/website](https://grabarteni.wixsite.com/website)

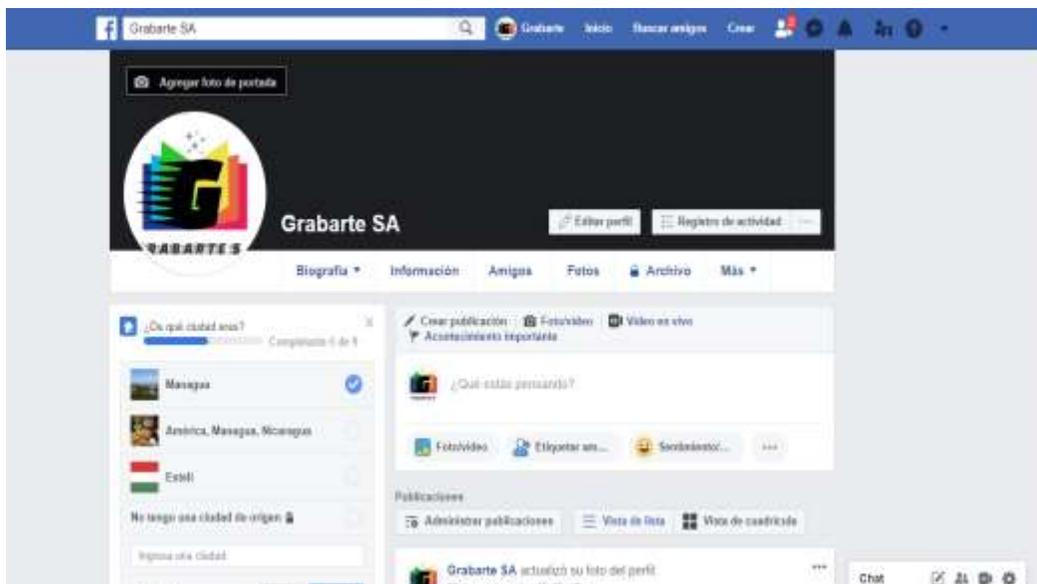


Instagram

[Https://www.instagram.com/?hl=es-la](https://www.instagram.com/?hl=es-la)



<https://www.facebook.com/>



Página oficial de Facebook

ANEXO B

Documentos legales

Libro diario y libro mayor

(Solamente presentar el folio de la apertura) Folio de Apertura libro Diario y Libro Mayor.

El presente Libro Mayor
está destinado para la Contabilidad de Grabarte, S.A.
Inscrita como COMERCIANTE bajo No.
Pág. 20 Tomo: II Libro Iro:
del Registro Público Mercantil consta de: 200
Págs. firmada esta primera por mí el Registrador y sellada
las demás con el sello de esta Oficina. — Managua
21 de Enero del año 2021








El presente Libro Diarios
está destinado para la Contabilidad de Grabarte, S.A.
Inscrita como COMERCIANTE bajo No.
Pág. 21 Tomo: II Libro Iro:
del Registro Público Mercantil consta de: 200
Págs. firmada esta primera por mí el Registrador y sellada
las demás con el sello de esta Oficina. — Managua
21 de Enero del año 2021




Libro Diario GRABARTE S.A.



FECHA	DESCRIPCIÓN	PARCIAL	DEBE	HABER
	SUMAS IGUALES		C\$	C\$

Libro Mayor Completo

Grabarte S.A.



CUENTA:					
FECHA	CONCEPTO	DEBE	HABER	SALDO	
				DEUDOR	ACREEDOR
	TOTALES				

CUENTA:					
FECHA	CONCEPTO	DEBE	HABER	SALDO	
				DEUDOR	ACREEDOR
	TOTALES				

CUENTA:					
FECHA	CONCEPTO	DEBE	HABER	SALDO	
				DEUDOR	ACREEDOR
	TOTALES				

ANEXOS C

Formatos de Documentos primarios y secundarios.

Empresa de Grabado y Sublimación. GRABARTE S.A.

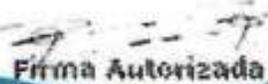
Logotipo Grabarte S.A.



RUC GRABARTE S.A.

DGI DIRECCIÓN GENERAL DE INGRESOS
CEDULA - RUC

PERSONA JURÍDICA
RÉGIMEN GENERAL
NÚMERO RUC: J0310000276790
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL: GRABARTE SOCIEDAD ANONIMA
NOMBRE COMERCIAL: GRABARTE SOCIEDAD ANONIMA
Emisión: 25/01/2021

 
ORIGINAL Firma Autorizada



El contribuyente deberá presentar este documento en gestiones, trámites y actividades, requerido conforme leyes, reglamentos y normativas.

Código QR para uso exclusivo de la DGI 0000215984

Factura GRABARTE S.A.



GRABARTE S.A.
"WAYS BY YOUR HANDS"

Tel.: (505) 2225-8776

Ruc: J0310000276790

Villa Reconciliación, Bloquera Howard 1 C arriba,
Managua, Nicaragua.

FACTURA
Nº

DÍA	MES	AÑO

Sr.(es): _____ Moneda: **CS** **US**

Contacto: _____ Dirección: _____

Tel: _____ Ruc: _____ Contado: Tramite de Cheque: _____ Crédito: _____
 Días: 8 · 15 (Días) 30

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P.UNIT	TOTAL						
<p>Elaborar Cheque a Nombre de: _____</p>			<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Subtotal</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>IVA</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td></td> </tr> </table>	Subtotal		IVA		Total	
Subtotal									
IVA									
Total									

Recibi Conforme

Numero de Cédula

Firma

Serv. LIL EBENEZER RUC 4430105720000K AIMP 37/0012/12-2018 O.T. 0340/06-2019 SE. 00J.C3 # 1,251-1,500 Junio 2019 (ACF/30/1211/6-2018)

Catálogo de Cuentas

1 – Activos.

1.0 – Activos Corrientes.

1.0.1 – Efectivos en Caja y Bancos.

1.0.1.1 – Caja General.

1.0.1.2 – Caja Chica.

1.0.1.3 – Banco

1.0.2 – Documentos y Cuentas por Cobrar.

1.0.2.1 – Documentos por Cobrar.

1.0.2.2 – Cuentas por Cobrar Clientes.

1.0.2.3 – Cuentas por Cobrar Empleados.

1.0.3 – Inventarios.

1.0.3.1 – Inventarios de Mercancías.

1.0.3.2 – Inventario de Mercancías en Tránsito.

1.0.3.3 – Inventario de Mercancías a Consignación.

1.0.4 – Gastos Pagados por Adelantado.

1.0.4.1 – Seguro Pagado Por Adelantado.

1.0.4.2 – Suministro de Oficina.

1.0.4.3 – Alquiler Pagado por Adelantado.

2 .

1.0.5 – Activos Diferidos.

1.0.5.1 – Mercadotecnia.

1.0.5.2 – Organización de la Compañía.

1.0.5.4 – Instalación de la Compañía.

1.2 – Propiedad, Planta y Equipos. (Activos Fijos).

1.2.3 – Maquinarias.

1.2.3.1 – Depreciación Acumulada Maquinarias.

1.2.4 – Equipos de Transporte.



1.2.4.1 – Depreciación Acumulada Equipo de Transporte.

1.2.5 – Mobiliarios y Equipos de Oficina.

1.2.5.1 – Depreciación Acumulada Mobiliario y Equipo de Oficina.

1.2.6 – Herramientas.

1.2.6.1 – Depreciación Acumulada de Herramientas.

1.3 – Otros Activos.

1.3.1 – Fianzas.

1.3.2 – Depósitos.

3 – Pasivos.

2.0 – Pasivos Corrientes.

2.0.1 – Documentos por pagar.

2.0.2 – Cuentas por Pagar.

2.0.3 – Sueldos Por Pagar.

2.0.4 – Intereses por Pagar.

2.0.5 – Comisiones por Pagar.

2.0.6 – Impuesto Sobre la Renta por Pagar.

2.1 – Pasivo a Largo Plazo.

2.1.1 – Prestamos por Pagar a Largo Plazo.

2.1.2 – Hipoteca Por Pagar a Largo Plazo.

2.2 – Pasivos Diferidos.

2.2.1 – Anticipos de Clientes o Ingresos recibidos por Adelantado.

3 – Capital.

3.0 – Capital Social.

3.0.1 – Capital Suscrito y Pagado.

3.0.2 – Retiros.

3.0.3 – Resultados del Periodo.

3.0.4 – Utilidades Retenidas.

4 – Ingresos.

4.0 – Ingresos Ordinarios.

4.0.1 – Ingresos por Ventas.

4.0.1.1 – Devoluciones en Ventas.

4.0.1.2 – Descuentos en Ventas.

4.0.2 – Ingresos por Servicios.

4.1 – Ingresos Extraordinarios.

4.1.1 – Intereses Ganados.

4.1.2 – Ingresos por Comisiones.

4.1.3 – Otros Ingresos.

4.1.4 – Ganancias en ventas de Activos Fijos.

5 – Costo de las Mercancías Vendidas.

5.0 – Costos de Ventas.

5.0.1 – Compras de Mercancías.

5.0.1.1 – Devoluciones en Compras.

5.0.1.2 – Descuentos en Compras.

5.0.2 – Fletes en Compras.

6 – Gastos.

6.0 – Gastos de Ventas.

6.0.1 – Gastos de Comisiones Sobre Ventas.

6.0.2 – Gastos de Publicidad.

6.0.3 – Gastos de Mercadotecnia.

6.0.4 – Gastos de Transporte.

6.1 – Gastos Generales y Administrativos.

6.1.1 – Gastos de Sueldos.

6.1.2 – Gastos de Seguros.

6.1.3 – Gastos de Suministros de Oficina.

6.1.4 – Gastos de Depreciación.

6.1.5 – Gastos de Energía Eléctrica.

6.1.6 – Gastos de Comunicación.

6.1.7 – Gastos de Reparación.

6.1.10 – Gastos de Organización de la Compañía.

6.1.11 – Gastos de Instalación de la Compañía.

6.1.12 – Gastos de Alquiler.

6.2 – Gastos Financieros.

6.2.1 – Gastos de Intereses Sobre Préstamos.

6.2.2 – Gastos de Comisiones Sobre Préstamos.

6.2.3 – Gastos de Servicios Bancarios.

6.3 – Otros Gastos.

6.3.1 – Perdida en Venta de Activos Fijos.

Constancia de Retención

GRABARTE S.A

Numero Ruc: J0310000276790

Villa Reconciliación, de la Bloquera Howard 1 Cuadra al Este.

<https://GRABARTE>, S.A.ni.wixsite.com/web site

CONSTANCIA DE RETENCION

Lugar y Fecha: _____

Nombre del Retenido: _____

Cedula de Identidad: _____

RUC del Retenido: _____

Concepto de la Retención: _____

Tasa de Retención: _____

Valor Sin Impuesto: _____ Suma Retenida: _____

Factura Numero: _____ Cheque Numero: _____

Firma del Retenedor,

Firma del Retenido



Minutas de Depósitos

CTA.: 749230856 REF #1

001 MINUTA

01746

GRABARTE S. A

MONTO CORD ***** 12560.30

09/01/21 10:15:45

LMH- CORD-8755

BLUCAJ0345

39578395

FIRMA -----

NOMBRE.:

CEDULA

** He revisado los datos aquí

Contenidos y están correctos **

CÓDIGO NO. 1080

Este "RECIBO DE TRANSACCIÓN" no necesita sello ni firma del cajero.

PAGARÉS

PAGARÉ

Vencimiento _____ Capital \$

Intereses \$ _____

Total \$ _____

Por este PAGARÉ,

Yo _____, Prometo

incondicionalmente pagar a la orden de

_____ la cantidad de \$ _____

el día _____ de _____ de _____. La suma que ampara este título causará intereses a razón de ____ % ____ y a razón de ____ % anual en caso de mora.

Managua, Nicaragua. A ____ de _____ de _____.

(Nombre y firma del suscriptor)

Nota de débito y créditos

Managua, Nicaragua

FACTURA. **NO.001**

GRABARTE S.A



 505 85753036

 Parada de Buses Howard, 1C al Este.

Día	Mes	Año

CONTADO

CRÉDITO

PROFORMA

Fecha de Emisión:

Ciente:

Cantidad	Detalles	Precio/U	Total

SUB TOTAL:

DESCUENTO:

IVA:

TOTAL,

A PAGAR:

Entregué Conforme

Recibí Confirme

Requisas



Proveedor: _____		Orden de compra núm. 22
Fecha de pedido: 25 de octubre de 20__		Fecha de entrega: 27 de octubre de 20__
Empresa solicitante: _____		Teléfono y fax: _____
Dirección: _____		

Cantidad	Concepto	Precio	Importe
1.	_____	_____	_____
2.	_____	_____	_____
3.	_____	_____	_____
4.	_____	_____	_____
5.	_____	_____	_____
6.	_____	_____	_____
Subtotal			_____
Total			_____

Firma del proveedor

Orden de Compra

Managua, Nicaragua

ORDEN DE COMPRA. NO.001

GRABARTE S.A.



 505 85753036

 Parada de Buses Howard, 1C al Este.

Proveedor:

Fecha de Emisión:

Términos de entrega:

Día	Mes	Año

Cantidad	Articulo	Precio/U	Total

SUB TOTAL:

DESCUENTO:

IVA:

TOTAL,

A PAGAR:

Elaborado por

Autorizado por

Recibido por

NO.001

COMPROBANTES DIARIOS

Grabarte S.A.

 505 85753036

 Parada de Buses Howard, 1C al Este.

Día	Mes	Año

_____ DE _____ DEL _____

CÓDIGO PARCIAL	DETALLE	DEBE	HABER

Elaborado por

Revisado por

Recibido por

Comprobante de Pago

GRABARTE S.A

NO.001



COMPROBANTES DE PAGO

RUC: J0310000276790

 505 85753036

 Parada de Buses Howard, 1C al Este.

Fecha de Emisión: ____ de _____ del ____.

Recibí DE: _____.

Identificación: _____.

La Cantidad de: _____.

Servicio de: _____.

Forma de pago \$ _____. C\$_____.

Entregué

Recibí

Comprobante de CK.

Cheque N0001

COMPROBANTE DE CHEQUES GRABARTE S.A

CTA. _____.

Pagarse a la orden de: _____.

US \$

La suma de: _____.

Lugar y Fecha de emisión.

Firma

Formato de declaraciones para la DGI

		REPUBLICA DE NICARAGUA MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO DIRECCION GENERAL DE INGRESOS		
FORMULARIO DE INSCRIPCION DE CONTRIBUYENTE PERSONA JURIDICA				
1. Numero RUC:	J0310000276790	(Uso exclusivo de la D.G.I.)	2. Fecha:	25/01/2019
DATOS BASICOS				
3. Razon Social:	GRABARTE SOCIEDAD ANONIMA			4. N° INSS:
5. Fiduciario:				6. Fideicomitente:
7. Nombre Comercial:	GRABARTE, S.A.			8. Abreviatura R.S.:
9. Fecha de Constitución:	25/10/2019	10. N° Empleados:	14	11. Finalidad: Con fines de lucro <input checked="" type="checkbox"/> Sin fines de lucro <input type="checkbox"/>
12. Nacionalidad:	Nicaraguense	13. Tipo de Persona Jurídica:	Sociedad Anonima	14. Naturaleza P.J.: Privada <input checked="" type="checkbox"/> Estatal <input type="checkbox"/> Mixta <input type="checkbox"/>
15. Entidad Reguladora:	14. N° Registro Entidad Reguladora:			
17. Fecha de Certificación:				
18. N° Escritura:	19. Año Escritura:	20. Nombres y Apellidos del Notario:		
DOMICILIO TRIBUTARIO				
21. Renta de Adscripción: (Uso exclusivo de la DGI)				
22. Departamento:	Managua	23. Municipio:	Managua	24. Distrito: D-7
25. Barrio:				
26. Sector Territorial:	Carretera <input type="checkbox"/> Mercado <input type="checkbox"/> Centro Comercial <input type="checkbox"/> Centro Turístico <input checked="" type="checkbox"/>			
27. Nombre del Sector:	Villa Reconciliación	28. Módulo N°:	29. Casa N°:	
30. Dirección:	Villa Reconciliación Bloquera Howard 1o al Este,			
31. Teléfono:	82296543 / 22333454	32. Fax:	33. Correo Electrónico: grabarte@gmail.com	
34. Página WEB:	35. Apartado Postal:			
36. Número NIS:	37. Número de Cuenta ENACAL:		38. Número de Cuenta CLARO:	
DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL				
39. Documento de Identificación:		40. N° Registro de Cédula de Residencia:		
Cédula de Identidad <input checked="" type="checkbox"/> Cédula de Residencia <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/>		41. Fecha de Emisión: / /		
Número: 161-310190-0000C		Fecha de Vencimiento: / /		
42. Fecha de Nacimiento:	31/01/1990	43. Lugar de Expedición:	44. Cargo: Gerente General	
45. Primer Apellido:	Cruz	46. Segundo Apellido:	López	
47. Primer Nombre:	Marien	48. Segundo Nombre:	Eneyda	
49. Periodo Duración:	Definido <input type="checkbox"/> Indefinido <input checked="" type="checkbox"/>	Fecha Inicio:	Fecha Fin: / /	
50. Sector Territorial:	51. Nombre del Sector:		52. Casa N°:	
53. Dirección:				
54. Departamento:	55. Municipio:	56. Distrito:	57. Apartado Postal:	
58. Teléfono:	59. Fax:	60. Correo Electrónico:		
61. N° Escritura:	62. Año Escritura:	63. Nombres y Apellidos del Notario:		

INFORMACION FINANCIERA			
97. Origen del Capital: Nacional <input checked="" type="checkbox"/> Extranjero <input type="checkbox"/> Mixto <input type="checkbox"/>		98. Capital Social:	
99. N° Acciones:	100. Valor Nominal:	101. Activo Circulante:	
102. Activo Fijo	103. Otros Activos:	104. Total Activo:	
105. Pasivo:	106. Capital:	107. Total Pasivo+Capital:	
108. Monto del Fideicomiso:			
109. ¿Posee parque vehicular? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		110. Cantidad:	111. Valor:
112. ¿Tiene Propiedades? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	113. Cantidad:	114. Urbanas:	115. Rurales:
116. Valor:			
INFORMACION DE SOCIOS			
117. Nombres de los socios	118. N° Doc. Identificación	119. Nacionalidad	120. Acciones
1. Jessica González Rosales.	(00563M)	Nic.	25 %
2. Paul Patricio Raudez Ríos	(03857)	Nic.	25 %
3. Elizabeth Aguinaga Acuña.	(04406)	Nic.	25 %
4. Marlen Eneyda Cruz López	(04443 A)	Nic.	25%
5.			
INFORMACION DE SUCURSALES / DEPOSITOS			
121. Dirección	122. Departamento	123. Municipio	124. Distrito
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
INFORMACION JUNTA DIRECTIVA			
125. Periodo de Duración: Indefinido <input type="checkbox"/> Definido <input type="checkbox"/>		Fecha de Inicio: __/__/____ Fecha Fin: __/__/____	
126. Nombres y Apellidos:	127. N° Documento de Identidad	128. Cargo	
PERSONA QUE REALIZA EL TRAMITE DE INSCRIPCION			
129. Documento de Identificación: Cédula de Identidad <input checked="" type="checkbox"/> Cédula de Residencia <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/>		130. N° Registro de Cédula de Residencia:	
Número: <input type="text" value="001-250285-0002D"/>		131. Fecha de Emisión: __/__/____ Fecha de Vencimiento: __/__/____	



ALCALDÍA DE MANAGUA
DIRECCIÓN GENERAL DE RECAUDACIÓN



SOLVENCIA MUNICIPAL Solvencia No.: SVM-81867



Según verificación en Registros y Archivos de la Dirección General de Recaudación se hace constar que:
El Contribuyente: **GRABARTE SOCIEDAD ANONIMA NO ESPECIFICADO**
Cédula de Identidad / RUC No. J0310000276790 esta vigente hasta la fecha en lo que se refiere a sus obligaciones municipales.

Managua, a los 8 días del mes de enero del año 2021
Válida hasta el 31 de enero del año 2021
Dirección del Negocio: VILLA RECONCILIACION BLOQUERA HAYWARD 1C, ESTE

NOTA: No necesita firma ni sello.
La validez de este documento puede ser verificado desde: <https://managua.tuzributos.com> en la opción de Consulta de Trámites



AR - Impreso por: reportes - 0801-2021 & 3707

Formato de la Alcaldías Solvencia Municipal

Ventanilla Única de Inversión:


 Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional
 CE. Pueblo, Amabilidad!

VENTANILLA UNICA DE INVERSIONES
REGISTRO MERCANTIL (C.S.J.)



ORDEN DE PAGO

No. **23278**

Nombre o Razón Social: GRABARTE SOCIEDAD ANONIMA

CONCEPTO	ARANCEL
Constitución de Sociedad:	
Apertura de Sucursal:	
Inscripción como Comerciante:	300.00
Sellado de Libros:	200.00
Inscripción de Poder:	
Revocación de Poder:	
TOTAL CS	500.00

Observaciones: _____ 22/03/2021 _____

Delegado: Marlen Eneyda Cruz López Fecha: 21/11/2020

Matricula Alcaldía Managua.

 **ALCALDIA DE MANAGUA**
DIRECCIÓN GENERAL DE RECAUDACIÓN
CONSTANCIA DE MATRICULA
COLOCAR EN LUGAR VISIBLE
VALIDA PARA EL AÑO DOS MIL VEINTE



REGIMEN: REGISTRO CONTABLE AÑO: 2020
LA DIRECCIÓN GENERAL DE RECAUDACIÓN, HACE CONSTAR QUE EL CONTRIBUYENTE:
GRABARTE SOCIEDAD ANONIMA
ESTA MATRICULADO CON No. RUC: J0310000276790 CTA. FISCAL: 02-2011-418607
DIRECCIÓN: VILLA RECONCILIACION BLOQUERA HAWORD 1C. ESTE
DIST. No.: DISTRITO ACTIVIDAD ECONOMICA: TURISTICA
R.O.C. No.: 133590648 FECHA: 28/03/2021 F. EMISION CONSTANCIA: 30/03/2021
RENNEG-81498


FIRMA Y SELLO



NOTA: "Esta Licencia esta sujeta a revisión, por tributos no declarados."

Evaluación de desempeño

FORMATO DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO LABORAL DEL PERSONAL

UNIDAD/DPTO.-----ÁREA/SERV.-----
 EVALUADO-----
 PUESTO----- FECHA DE INGRESO-----
 EVALUADOR-----
 FECHA DE LA EVALUACIÓN -----

ÁREA DEL DESEMPEÑO	MUY BAJO	BAJO	MODE-RADO	ALTO	MUY ALTO	PUNTAJE
	1	2	3	4	5	
UTILIZACIÓN DE RECURSOS: Forma como emplea los equipos y elementos dispuestos para el desempeño de sus funciones.						
CALIDAD: Realiza sus trabajos de acuerdo con los requerimientos en términos de contenido, exactitud, presentación y atención.						
OPORTUNIDAD: Entrega los trabajos de acuerdo con la programación previamente establecida.						
RESPONSABILIDAD: Realiza las funciones y deberes propios del cargo sin que requiera supervisión y control permanentes y asumiendo las consecuencias que se derivan de su trabajo.						
CANTIDAD: Relación cuantitativa entre las tareas, actividades y trabajos realizados y los asignados						
CONOCIMIENTO DEL TRABAJO: Aplica las destrezas y los conocimientos necesarios para el cumplimiento de las actividades y funciones del empleo.						
COMPROMISO INSTITUCIONAL: Asume y transmite el conjunto de valores organizacionales. En su comportamiento y actitudes demuestra sentido de pertenencia a la entidad.						
RELACIONES INTERPERSONALES: Establece y mantiene comunicación con usuarios, superiores, compañeros y colaboradores propiciando un ambiente laboral de cordialidad y respeto.						
INICIATIVA: Resuelve los imprevistos de su trabajo y mejora los procedimientos.						
CONFIABILIDAD: Genera credibilidad y confianza frente al manejo de la información y en la ejecución de actividades.						
COLABORACIÓN: Cooperar con los compañeros en las labores de la dependencia y de la entidad.						
ATENCIÓN AL USUARIO: Demuestra efectividad ante la demanda de un servicio o producto.						
PUNTAJE TOTAL:						

Firma del evaluador (Director, Jefe de Departamento Asistencial, o Jefe de Unidad Administrativa)	Comentarios
--	--------------------

Tabla salarial

NOMINA DE PERSONAL DE ADMINISTRACION								
	NOMBRES	CARGOS	SALARIO BASICO	INSS LABORAL	VACACIONES	INSS PATRO	INATEC 2%	AGUINALDO
1	Raul Raudez	Gerente General	C\$ 10,000.00	C\$ 700.00	C\$ 10,000.00	C\$ 2,100.00	C\$ 200.00	C\$ 10,000.00
2	Marién Cruz Lopez	Administradora	C\$ 9,000.00	C\$ 630.00	C\$ 9,000.00	C\$ 1,890.00	C\$ 180.00	C\$ 9,000.00
3	Jessica Gonzalez	Cajera	C\$ 8,000.00	C\$ 560.00	C\$ 8,000.00	C\$ 1,680.00	C\$ 160.00	C\$ 8,000.00
4	Roberto Perez Tellez	Operador	C\$ 8,000.00	C\$ 560.00	C\$ 8,000.00	C\$ 1,680.00	C\$ 160.00	C\$ 8,000.00
	totales		C\$ 35,000.00	C\$ 2,450.00	C\$ 35,000.00	C\$7,350.00	C\$ 700.00	C\$ 35,000.00
NOMINA DEL PERSONAL DE VENTA								
	NOMBRES	CARGOS	SALARIO BASICO	INSS LABORAL	VACACIONES	INSS PATRO	INATEC 2%	AGUINALDO
1	Elisabeth Aguinagua	Vendedor	C\$ 6,800.00	C\$ 476.00	C\$ 6,800.00	C\$ 1,428.00	C\$ 136.00	C\$ 6,800.00
	totales		C\$ 6,800.00	C\$ 476.00	C\$ 6,800.00	C\$1,428.00	C\$ 136.00	C\$ 6,800.00



INSTITUTO NICARGUENSE DE SEGURIDAD SOCIAL
INSCRIPCIÓN O MOVIMIENTO DEL EMPLEADOR Y/O NOMINA



Inscripción:	Empleador:	<input checked="" type="checkbox"/>	Nómina:	<input type="checkbox"/>	Modificación de Datos:	<input type="checkbox"/>	Inactividad:	<input type="checkbox"/>	Autodeterminación:	<input type="checkbox"/>																						
1) Registro Patronal - Nómina:			---			2) Sucursal: PLAZA LAS AMERICAS																										
3) Nombre o Razón Social: GRABARTE SOCIEDAD ANONIMA																																
4) Nombre Comercial: GRABARTE SOCIEDAD ANONIMA						5) Nombre Corto: GRABARTE, S.A.																										
6) Número RUC				7) Tipo de Persona			8) No. de cédula de Identidad																									
J	0	3	1	0	0	0	0	2	7	6	7	9	0	J	X	N	4	0	1	-	3	1	0	1	7	3	-	0	0	0	0	B
9) NSS 99			10) No. de Residencia:			11) País de Origen: NICARAGUA																										
12) Matrícula Alcaldía:			13) Licencia Comercial			14) Sector Económico: IND																										
15) Actividad Económica			16) Descripción Actividad Económica:																													
17) Dirección del Empleador: Parada de la Bloquera Howard 100 metros al este			18) Departamento: Managua			19) Municipio: Managua																										
20) Envío Estado de Cuenta <input type="checkbox"/>			21) Envío Comprobación de Pago y Derechos <input type="checkbox"/>																													
22) Dirección de Nómina:			23) Departamento:			24) Municipio:																										
25) Envío Estado de Cuenta <input type="checkbox"/>			26) Envío Comprobación de Pago y Derechos <input type="checkbox"/>																													
27) Fecha de Inscripción			28) Régimen:			29) Unidad de Salud de Riesgos Profesionales			30) Nómina Fiscal:		31) Código de Ruta																					
Día	Mes	Año	INTEGRAL:	<input checked="" type="checkbox"/>	Hospital Militar	SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>																								
32) Datos del Registro Público																																
Número	Libro	Asiento	Tomo	Folio	Fecha de Inscripción																											
Representante Legal																																
33) Tipo de Identificación:			34) Número de Identificación			35) Teléfonos:																										
36) Nombre completo:																																
37) Dirección del representante:			38) Departamento:			Municipio:																										
39) Fecha de Inicio: Fecha de Finalización:																																
40) Contactos																																
Nombre completo	Cargo	Teléfono	Fax	Celular	E-mail																											
41) Observaciones:																																
Firma Funcionario INSS																																
Firma y Sello del Representante Legal del Empleador																																

Original: Expediente empleador

Cod : 0931064-1

Formato de inscripción al INÉS

GASTOS DE VENTA		
	Consumo Mensual	Consumo Anual
Celular móvil	C\$ 300.00	C\$ 3,600.00
Teléfono	C\$ 300.00	C\$ 3,600.00
luz 50%	C\$ 300.00	C\$ 3,600.00
Agua 50%	C\$ 125.00	C\$ 1,500.00
Publicidad	C\$ 2,000.00	C\$ 24,000.00
Salario	C\$ 6,800.00	C\$ 81,600.00
Aguinaldo	C\$ 6,800.00	C\$ 81,600.00
INSS Laboral	C\$ 476.00	C\$ 5,712.00
INSS Patronal	C\$ 1,428.00	C\$ 17,136.00
INATEC 2%	C\$ 136.00	C\$ 1,632.00
Totales	C\$ 18,665.00	C\$ 223,980.00

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		
	Consumo Mensual	Consumo Anual
Internet	C\$ 700.00	C\$ 8,400.00
Renta de edificio	C\$ 3,000.00	C\$ 36,000.00
Alcaldía de Managua 1%	C\$ 3,163.75	C\$ 37,965.00
Depreciación		C\$ 62,667.56
Amortizaciones		C\$ 3,859.71
Agua 50%	C\$ 125.00	C\$ 1,500.00
luz 50%	C\$ 300.00	C\$ 3,600.00
Salario	C\$ 35,000.00	C\$ 420,000.00
Aguinaldo	C\$ 35,000.00	C\$ 420,000.00
INSS Laboral	C\$ 2,450.00	C\$ 29,400.00
INSS Patronal	C\$ 7,350.00	C\$ 88,200.00
INATEC 2%	C\$ 700.00	C\$ 8,400.00
Totales	C\$ 87,788.75	C\$ 1,119,992.27

Clasificación de los costos y gastos fijos y variables de GRABARTE S.A.

RUBRO	FIJO TOTAL	VARIABLE TOTAL
COSTO DE VENTA		
Llaveros En Acrílico con grabado laser		C\$ 2,000.00
llavero en madera con grabado laser		C\$ 1,500.00
Llaveros de cuero con grabado laser		C\$ 1,500.00
Sublimación De Tazas		C\$ 4,500.00
Serigrafía De Camisetas Niño		C\$ 6,750.00
Serigrafía De Camisetas Adulto		C\$ 9,000.00
Grabado en laser De Vaso de Vidrio		C\$ 2,000.00
Llavero de Guitarras En Acrílico		C\$ 3,000.00
Agendas personalizadas con laser		C\$ 3,000.00
billeteras en cuero con grabado de laser		C\$ 9,000.00
Rótulos informativos		C\$ 4,800.00
Señalización de Higiene y Seguridad		C\$ 4,000.00
Impresión a gran formato		C\$ 3,700.00
		C\$ 54,750.00
GASTO DE ADMINISTRACIÓN		
Internet	C\$ 700.00	
Renta de edificio	C\$ 3,000.00	
Alcaldía de Managua		C\$ 3,163.75
Agua 50%	C\$ 125.00	
luz 50%	C\$ 300.00	
Salario	C\$ 35,000.00	
Aguinaldo	C\$ 35,000.00	
INSS Laboral	C\$ 2,450.00	
INSS Patronal	C\$ 7,350.00	
INATEC 2%	C\$ 700.00	
	C\$ 84,625.00	C\$ 3,163.75
GASTOS DE VENTA		
Celular móvil	C\$ 300.00	
Teléfono	C\$ 300.00	
luz 50%	C\$ 300.00	

Grabarte S.A.

Agua 50%	C\$	125.00	
Salario	C\$	6,800.00	
Aguinaldo	C\$	6,800.00	
INSS Laboral	C\$	476.00	
INSS Patronal	C\$	1,428.00	
INATEC 2%	C\$	136.00	
Publicidad			C\$ 2,000.00
	C\$	16,665.00	C\$ 2,000.00
TOTALES	C\$	101,290.00	C\$ 56,750.00

Ck BAC y BANPRO de Grabarte S.A.



Contrato de Arrendamiento de local



Contrato de Arrendamiento de local

En la ciudad de Managua, a los 21 días del mes abril de 2021 REUNIDOS
- En concepto de arrendador, **José francisco Pérez** mayor de edad; de estado civil casado; de profesión Ing. Civil. Domicilio: Barrio el Riguero 2 cuadras al sur, cedula de Identidad: 569-170793.1007P. Representante legal de Aurora Bienes Raíces. En concepto de arrendatario, **Paul Patricio Ráudez Ríos** mayor de edad; de estado civil soltera; de profesión Licenciado en Administración de Empresas; con domicilio en Managua colonia Miguel Bonilla, Cedula de Identidad 401-310173-0000B para efectos de este contrato representante legal de la empresa **GRABARTE S.A.** Ambas partes se reconocen con capacidad jurídica para celebrar este contrato.

EXPONEN I. Que **José francisco Pérez** es propietario de local Barrio Villa Reconciliación, De la Parada de buses Howard 1 cuadra al este. que se describe del siguiente modo: local de 200 metros cuadrado con edificio de 1 plantas, con características específicas para la producción color gris. II. Ambas partes contratantes han concertado el arrendamiento de dicho local de acuerdo con las siguientes. CLAUSULAS Primera. José francisco Pérez cede en arrendamiento a **Paul Patricio Ráudez Ríos** el uso del local descrito, por el plazo de 5 años, a contar desde el día de la fecha, en que dicho local se pone a disposición del arrendatario, quien lo recibe, así como las llaves. Segundo. Una vez transcurra el plazo concertado, si ninguna de las partes hubiese notificado a la otra, al menos con un mes de antelación a dicha fecha, su voluntad de no renovarlo, el contrato quedará prorrogado por anualidades sucesivas y hasta un máximo. de 3 años. Tercera. Una vez haya transcurrido el plazo de duración del contrato y, en su caso, de las Aurora Bienes Raíces S.A Dirección: del MAGFOR 2 cuadras al Oeste, 25 Varas al sur Managua Nicaragua Teléfonos: 2276-2506 prórrogas de referencia, el arrendatario deberá dejar a disposición del arrendador la totalidad del inmueble cuyo uso se cede en este contrato. Cuarta. El arrendatario recibe el inmueble en perfecto estado y útil para el fin a que se destine. Quinta. Se fija en concepto de renta mensual la suma de 3,000.00 córdobas moneda de curso legal en Nicaragua, que se pagará dentro de los cinco primeros días de cada mes, mediante ingreso en la cuenta corriente del arrendador n°7317 0096 6365 12 58, abierta a su nombre de Aurora Bienes Raíces Banco Banpro o por pagos en efectivos en las cajas autorizadas por la empresa. Sexta. El arrendatario podrá realizar en el local alquilado las obras que considere

Grabarte S.A.

necesarias para la instalación del negocio que pretende abrir al público, pero, en ningún caso, podrá provocar o contribuir a disminuir su estabilidad o seguridad, para cuyas obras necesitará consentimiento expreso y por escrito del arrendador. Una vez concluya el periodo de duración del contrato y en su caso las prórrogas que puedan seguirse, el arrendatario dejará todas las instalaciones fijas que haya realizado en el local en perfecto estado de utilización a favor del dueño del local sin que éste deba abonar por dichas instalaciones ninguna cantidad de dinero. Séptima. El pago del monto mensual en concepto de renta no será efecto de actualización por lo cual mensualmente se pagará el monto establecido en dicho contrato Octava. El arrendatario es responsable de mantener en estado óptimo el inmueble por el periodo que este bajo su custodia. Novena. El arrendatario no está sujeto a pagos por adelantado ni a ningún tipo de depósito que corresponda a mensualidades de pago de renta, pero si es responsable de pagar 5% en concepto de mora por pagos tardíos a la mensualidad correspondientes. Constituyendo la firma de este documento prueba acreditativa de dicha entrega.



José Francisco Pérez
Representante legal
Aurora Bienes Raíces



Paul Patricio Ráudez Ríos
Representante legal
GRABARTE, S.A

13. GLOSARIO

Activo: Son los bienes y derechos que posee la empresa o negocio para operar.

Activo circulante: Son los bienes y derechos que tienen liquidez inmediata o que pueden convertirse en dinero en efectivo.

Activo diferido: Son aquellos pagos que hace por anticipado la empresa por la prestación de un servicio o por la adquisición de un bien que no se utiliza de inmediato sino en el transcurso de un tiempo determinado.

Activo fijo: Son bienes materiales que se han adquirido para utilizarlos en las actividades propias de la empresa o negocio.

Adaptación del producto: Modificación de un producto para que se venda con éxito en un mercado.

Balance general: Es un informe donde refleja la situación financiera de la empresa o negocio a una fecha determinada, puede ser mensual, semestral o anual de acuerdo a las necesidades de la misma.

Bien: Conjunto de atributos físicos y tangibles reunidos en una forma identificable para satisfacer las necesidades del cliente.

Bienes de consumo final: Son productos que ya no serán transformados ni regresaran al mercado, es decir, que serán consumidos directamente por el comprador. Por ejemplo: la ropa, los muebles.

Calidad: Eficacia con que un producto cumple las expectativas del comprador.

Capital social: Es la cantidad inicial de dinero que invierten los emprendedores de la empresa o negocio para el inicio de operaciones.

Capital de trabajo: Es la cantidad de recursos de corto plazo que requieres para la realización de las actividades de tu negocio.

Ciclo de vida de las mercancías: Son los cambios o etapas de la vida de un producto o servicio que dependen de las características del mercado, los gustos y preferencias, y de su empaque.

Cliente: Individuo u organización que toma una decisión de compra.

Clientes potenciales: Son aquellas personas que tienen los ingresos para adquirir un producto.

Confianza: Es el grado de certidumbre que tenemos sobre la exactitud de la estimación de la muestra.

Consumidor: Persona o grupo de personas que usa o consume un producto.

Consumo: Es un bien adquirido, por tus clientes potenciales.

Contabilidad: Registro diario de las operaciones económicas de la empresa o negocio y que genera información financiera para toma de decisiones en la administración.

Control de calidad: Es el proceso que permite elaborar el producto de acuerdo con las especificaciones de su diseño.

Costos: Es toda cantidad de dinero que debe erogarse para pagar lo que se requiere en la operación del proyecto.

Costo fijo: Son las erogaciones que no están relacionados directamente con el volumen de la producción y venta del producto o servicio.

Costo variable: Son los desembolsos que están relacionados directamente con la producción y venta del producto o servicio y que varían directamente con el volumen de producción.

Crédito: La confianza o promesa de pago que hace a un acreedor o proveedor por la prestación de un bien o servicio.

Demanda: Es la cantidad de productos que sabemos que los consumidores, sean individuos, instituciones o empresas, necesiten.

Demanda potencial: Es un cálculo de la cantidad posible de nuestros productos que los consumidores pudieran necesitar, independientemente de que podamos o no satisfacer esa necesidad.

Descuento: Reducción del precio de una mercancía que ofrece el vendedor a los compradores durante un tiempo determinado.

Desembolso: Es el gasto que se efectúa para adquirir algún bien material o servicio.

Distribución: Canal formado entre el productor y consumidor para distribuir un producto.

Encuestas: Técnica de obtención de información que consiste en un cuestionario por escrito, por medio del cual desea obtener información de los hábitos de consumo, gustos y preferencias de los clientes.

Endeudamiento: Conjunto de obligaciones de pago contraídas para tu negocio.

Entradas: Son todos los ingresos de dinero que el negocio recibe.

Empaque: Debe ayudar a vender el producto, especialmente el que es adquirido por el consumidor.

Empresa: Organización de recursos humanos, materiales y financieros que ofrecen productos y servicios.

Empresario: El empresario es el director de la empresa y es el que, apoyándose en principios capitalistas y con responsabilidad propia, reúne los factores de producción.

Erogaciones: Es el desprendimiento de dinero para pagar algún bien material o servicio.

Excedente: Es el sobrante que se obtiene por que los ingresos son mayores que los egresos.

Estado de resultados: Es un estado financiero que sirve para calcular la utilidad o pérdida en la operación de la empresa o negocio.

Etiqueta: Son las formas impresas que lleva el producto para dar información al cliente acerca de su uso o preparación.

Error muestral: Se debe a que hemos extraído una muestra en vez de la población entera. Este error es inevitable en el proceso de muestreo.

Estimado: Es cualquier cantidad calculada a partir de una muestra para estimar el verdadero valor del parámetro de la población.

Estudio de mercado: Es la herramienta para recopilar información sumamente valiosa que te permite decidir en qué vas a invertir dinero, tiempo, y esfuerzo.

Estrategias: Proceso en el que se definen objetivos a largo y mediano plazo. Actualiza la situación de la empresa, elige políticas que le permite alcanzar esos objetivos, afecta a ella sus recursos y los utiliza de manera más eficaz.

Factibilidad: Término usado para reflejar la conveniencia o no de llevar a cabo un proyecto.

Flujo de efectivo: Es un estudio financiero donde conocen las entradas y salidas de efectivo en un periodo determinado.

FODA: (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). Herramienta sencilla que te permite realizar un diagnóstico rápido de la situación de cualquier empresa, considerando los factores externos e internos.

Fuente de financiamiento: Es el lugar, institución en donde se puede conseguir capital para iniciar un negocio.

Gastos de operación: Son todos aquellos desembolsos indispensables para la operación de las actividades propias de ventas y la administración del negocio.

Gastos financieros: Son los intereses que se causan sobre créditos otorgados por terceros (bancos).

Investigación de mercado: Es la actividad de investigar las características de los artículos que desean los clientes tales como precio, calidad y cantidad.

Liquidez: Efectivo necesario con que cuenta el negocio en el momento oportuno que nos permita hacer el pago de los compromisos anteriormente contraídos.

Logotipo: Figura o símbolo específico y original.

Mantenimiento: Es la revisión y limpieza o reparación de algún bien material.

Marca: Es un nombre, término, signo, símbolo o diseño, o combinación de los mismos, que identifican a los bienes y / o servicios que ofrece la empresa.

Margen de utilidad: Cantidad de dinero extra que se asigna sobre el precio del costo de la mercancía, de manera global en el precio de venta.

Materias primas: Son los elementos, partes o sustancias de la que está compuesto el producto.

Mercado: Un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar de un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo.

Mercado meta: Es el tipo específico de consumidores al que va dirigido el producto.

Mercadeo: El Análisis de un Mercado y sus necesidades, la determinación del Producto adecuado, sus Características y Precio, la Selección de un Segmento dentro del mismo, y como comunicar nuestro Mensaje y la logística de la Distribución del producto, son parte del arte conocido como Comercialización, Mercadeo o Marketing.

Mercadotecnia: Todas aquellas actividades que estén destinadas a que un cliente consuma nuestro producto o servicio.

Muestra: Es un conjunto de unidades (unidades muestrales) extraídas de una población para ser examinada y cuyo tamaño es inferior al tamaño total de la población.

Oferta: Ofrecimiento de un bien o un servicio que puede ser vendido a un precio determinado.

Organización: Organización es la estructura de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados.

Parámetro: Es una característica o atributo de la población que nos interesa, por ejemplo, la media aritmética de la población. El verdadero valor del parámetro no se conoce, puesto que es lo que tratamos de descubrir mediante el procedimiento muestral.

Pasivo circulante: Son las deudas que la empresa tiene que pagar en un periodo menor de un año.

Pasivo fijo: Son aquellas deudas que se deben pagar en un periodo mayor a un año.

Pasivo: Son las obligaciones y deudas que tiene la empresa.

Plan: Serie de pasos para la concepción y desarrollo de un proyecto.

Pérdida del ejercicio: Es el resultado obtenido por que los egresos son mayores que los ingresos en un tiempo determinado.

Periodo: Es el rango de tiempo en que se realiza una actividad, expresado en días, meses, años, etc.

Población: Se refiere al total de elementos (por ejemplo, los consumidores de vino del país) sobre el cual queremos hacer una inferencia basándonos en la información relativa de la muestra.

Precio: Cantidad en dinero que se cobra por un bien o servicio.

Presupuesto: Es un plan formal escrito en términos monetarios.

Producción: Es la transformación de insumos a través de recursos humanos, físicos y técnicos en productos requerido por los consumidores.

Producto: Es el resultado final de un propósito de producción, el cual puede ser un bien o servicio, que representan un satisfactor para el consumidor.

Promoción: Actividades necesarias para influir en la gente de tal manera que compren la mercancía.

Pronóstico de ventas: Cálculo anticipado de la cantidad de mercancías o productos que se deseen vender en un tiempo y mercado determinado.

Proyecto: Es un plan de acciones que determina los pasos necesarios para prever las ventajas y desventajas de invertir en un determinado negocio; por ende, supone la relación de los estudios de mercado y técnico que proveen la información necesaria para poder hacer dicha previsión.

Publicidad: Todas las actividades que se requieren para presentar ante una audiencia un mensaje impersonal, pagado por un patrocinador acerca de un producto u organización determinado.

Punto de equilibrio: Es la cantidad de productos o servicios que necesitas vender para sostener tu negocio, es decir, cubrir tus costos.

Recurso: Es el objeto, cosa o efectivo que se tiene para llevar a cabo una actividad.

Rentable: Cuando un negocio deja ganancias que permiten recuperar la inversión inicial y seguir creciendo.

Resumen ejecutivo: Síntesis del proyecto, contiene la información más relevante de cada estudio que integra un Plan de negocios.

Salidas: Son todos los egresos que el negocio recibe.

Segmentación de mercados: División del mercado en partes para ver en cuales de ellas podemos introducir nuestro producto.

Slogan: Frase o grupo de palabras, que representan la imagen de la empresa o producto de la misma.

Solvencia: Se entiende por solvencia a la capacidad financiera (capacidad de pago) de la empresa para cumplir sus obligaciones de vencimiento a corto plazo y los recursos con que cuenta para hacer frente a tales obligaciones.

Tecnología: Conjunto de conocimientos propios de un negocio o empresa.

Ubicación: Lugar donde se localiza el negocio

Utilidad: Ganancia o producto que se saca por la venta de una mercancía.

Utilidad del ejercicio: Es la ganancia que se obtiene de la actividad de un negocio en un tiempo determinado.

Ventas netas: Son las ventas que realiza la empresa o negocio y que se derivan de la actividad principal de la misma.

Viabilidad económica: Cuando las circunstancias económicas tienen posibilidad de tener éxito y pueden llevarse a cabo.