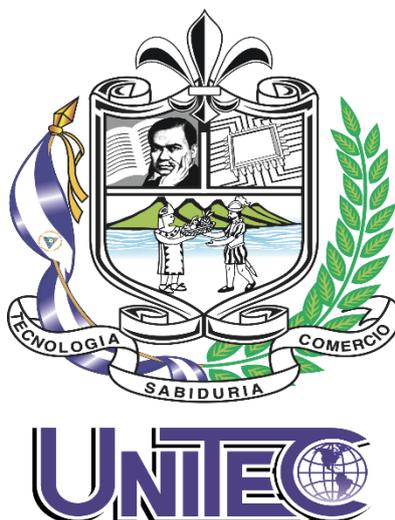


UNIVERSIDAD DE TECNOLOGÍA Y COMERCIO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y COMERCIO



**Proyecto de graduación para optar al título de grado:
Plan de negocio para brindar los “Servicios de compras para
las operaciones de Mipymes.”**

Autores:

1. Ricardo José Quintanilla López.
2. Alejandro Cesar Cortez Sanchez.

Tutor:

1. Ing. Alberto Quintanilla.
2. Lic. Tania Fajardo.
3. Ing. Anastacio José Gurdían Martínez
4. Lic. Nelson Morales García.

Managua, mayo 2024

Índice

Agradecimiento.....	1
Dedicatoria.....	2
I.GENERALIDADES DEL PLAN	1
1. Descripción de la idea selecciona.....	1
2. Justificación de la idea de negocio seleccionada.....	2
3. Propuesta de valor del producto.....	3
4. Nombre de la empresa.....	3
5. Identidad empresarial	3
5.1 Misión.....	3
5.2 Visión	4
5.3 Valores.....	4
6. Descripción de la empresa.....	4
6.1 Giro que se ubica la empresa.....	5
6.2 Ubicación y tamaño	5
7. Análisis situacional	6
7.1 Porter/pestel.....	6
7.2 Foda estratégico.....	7
II. PLAN DE MERCADEO.....	11
1. Investigación de mercado.....	11
1.1 Objetivos de la investigación.....	11
1.2 Planteamiento del problema	12
1.3 Tipo de investigación.....	13
1.4 Análisis de los datos encontrados en su estudio.....	15
1.5 Recomendaciones y conclusiones del análisis	17
1.6 Características geográficas	17
2. Desarrollo de la identidad corporativa.....	19
2.1 Elementos del servicio	19
3. El servicio y marca	20
4. Diseño del servicio (Características).....	22
5. Objetivos del plan de marketing.....	23
6. Plan de marketing.....	24
7. Estimaciones económicas	26
8. Previsión de ventas.....	27

III. OPERACIONES	32
1. Objetivos el plan de producción.....	32
2. Especificaciones del producto	32
3. Descripción del proceso de producción	33
4. Diagrama de flujo de proceso.....	35
5. Cronograma de proceso de producción.....	36
6. Equipo e instalaciones.....	38
6.1 Capacidad instalada.....	40
6.2 Diseño y distribución de planta y oficina	41
7. Materia prima.....	42
7.1 Necesidades de materia prima	42
7.2 Identificación de proveedores y cotizaciones.....	43
8. Manejo de inventarios.....	44
9. Mano de obra requerida.....	45
10. Planes de mejoras continuas.....	45
11. Políticas de calidad.....	46
IV. ORGANIZACIÓN	48
1. Objetivos de la empresa en el área organizacional.....	48
2. Gestión legal	48
2.1 Constitución de la sociedad	48
2.2 Obligaciones tributarias de la empresa.....	60
3. Estructura de la empresa.....	61
3.1 Organigrama de la empresa.....	61
4. Método de selección y contratación de la empresa.....	62
5. Tabla de puesto y funciones	62
V. FINANZA	64
1. Introducción	64
2. Objetivos.....	65
2.1 General	65
2.2 Especifico.....	65
3. Identificación de los principales costos y gastos	66
3.1 Construcción de la matriz general de costo.....	66
3.2 Cálculo del punto de equilibrio.....	70
4. Cálculo de precio (en base a costos).....	73
5. Cálculo de financiamiento externo.....	74
6. Construcción del flujo de efectivo	74

7. Elaboración de estados financieros	81
7.1 Balance general inicial	81
7.2 Balance general proyectado	85
7.3 Estado de resultado proyectado	88
8. Determinación de indicadores financieros básicos	104
9. Análisis de razones financieras	108
10. Valoración económica general del plan	109
11. Conclusión	114
12. Bibliografía	115
ANEXOS	118

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Análisis pestel	7
Tabla 2. Foda estratégico	10
Tabla 3. Estrategia de precios	24
Tabla 4. Límites geográficos	25
Tabla 5. Participación de mercados	26
Tabla 6. Datos de la Investigación del mercado	27
Tabla 7. Proyección de ventas primer año en mes	28
Tabla 8. Plan de mercadeo cumplimiento al plan de acción	30
Tabla 9. Cronograma de proceso de producción	36
Tabla 10. Herramientas y equipos de trabajos	38
Tabla 11. Calendario de mantenimiento preventivo	39
Tabla 12. Capacidad de producción anualmente	41
Tabla 13. Listado de productos a ofrecer por categoría	43
Tabla 14. Listado de proveedores	44
Tabla 15. Descripción de actividades de puesto de operación	45
Tabla 16. Descripción de plan de acción de mejora continúa	46
Tabla 17. Tabla de funciones y puesto.....	62
Tabla 18. Clasificación de costos fijos y variable	66
Tabla 19. Clasificación de gastos	68
Tabla 20. Punto de equilibrio	70
Tabla 21. Cálculo de precio.....	73
Tabla 22. Flujo de efectivo	74
Tabla 23. Balance general.....	81
Tabla 24. Inversión inicial	83
Tabla 25. Balance proyectado	85
Tabla 26. Estado de resultado proyectado primer año me meses	88
Tabla 27. Estado de resultado proyectado a 5 años.....	97
Tabla 28. Valor actual neto	104
Tabla 29. Tasa interna de retorno	105
Tabla 30. Análisis de costo beneficio	106
Tabla 31. Capacidad de producción	111

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Buyer de persona- cliente final.....	14
Ilustración 2. Buyer de persona- cliente final.....	15
Ilustración 3. Logo.....	20
Ilustración 4. Presentación de nuestro logo (Branding).....	21
Ilustración 5 Presentación de nuestro logo (Branding).....	21
Ilustración 6. Diseño de la Plataforma digital	22
Ilustración 7. Diagrama de flujo de proceso	35
Ilustración 8. Ubicación de la empresa Servicompras mipymes	40
Ilustración 9. Plano general del establecimiento de la empresa	42
Ilustración 10. Organización de la empresa proyectada a 5 años	61
Anexo 1. Lienzo propuesta de valor	118
Anexo 2. Encuesta y sus resultados	118
Anexo 3 Resultados de las repuestas.....	123
Anexo 4. Mobiliario y equipos	133

Agradecimiento

Alejandro Cortez

Primeramente, agradezco a Dios, padre todo poderoso y creador por concederme salud, sabiduría y discernimiento de culminar este trabajo.

También a mi familia, mis hermanos, y en especial a mi madre y abuela, quienes han estado a mi lado cuando lo más los he necesitado, apoyándome en toda la formación profesional y por estar siempre con ese apoyo incondicional.

A cada uno de los docentes también agradezco que nos hayan ayudado a crecer, guiándonos, enseñándonos e instruyéndonos durante la carrera y a lo largo de estos cuatros módulos de la titulación.

Ricardo Quintanilla

A Dios primeramente por proporcionarnos la capacidad física e intelectual para culminar con éxito una etapa más de nuestra vida, que requirió sacrificio, esfuerzo y entrega.

Agradecerme a mí mismo por el esfuerzo, la dedicación, y la constancia de permanecer en este proyecto de titulación.

A los docentes y personal de la institución universitaria "UNITEC" por darnos el impulso y no permitirnos desfallecer antes las adversidades y de igual forma por brindarnos las herramientas suficientes para culminar este proyecto de titulación.

Al docente Lic. Osmani Medrano quien fue consejero en este proyecto compartiendo sin reproches sus conocimientos y amistad.

A nuestros amigos y compañeros por haber hecho de esta etapa universitaria un trayecto de vivencias que no podrán olvidarse.

Dedicatoria

Alejandro Cortez

A Dios en primer lugar por darme sabiduría y fortaleza para seguir adelante a pesar de las adversidades que se me presentaron en el camino, ya que en cada obstáculo él estuvo a mi lado sosteniéndome a cada paso que daba.

A mi madre y mi abuela que fueron las personas que me dieron la motivación, energía, apoyo y los ánimos por salir adelante.

También dedico este trabajo a mi jefa de mi centro de labor y a mi novia, que me han apoyado incondicionalmente, y han pasado ser parte de mi vida, personas muy especiales.

Ricardo Quintanilla

A mis padres que me han dado la existencia; y en ella la capacidad por superarme y desear lo mejor en cada paso por este camino tan difícil y arduo de la vida. Gracias por ser como son, por que su presencia y persona han ayudado a construir y forjar la persona que ahora soy.

A mis maestros por las enseñanzas y la dedicación, mis amigos; que en el andar de la vida nos hemos encontrado para compartir las ideas y criterios de este proyecto, y que cada uno de ellos han motivado el sueño y la esperanza de construir un mundo de crecimiento profesional, de desarrollo económico.

Y en especial a mis hijos que son la existencia de vivir cada día y de terminar cada uno de mis proyectos. Gracias a todos los que han recorrido conmigo este camino al profesionalismo personal ya que me han enseñado a no rendirme y seguir luchando.

I.GENERALIDADES DEL PLAN

1. Descripción de la idea seleccionada

Esta idea de negocio surge de la necesidad que presenta los emprendedores y las nuevas empresas mipymes que se ubican en el departamento de Managua, y que no cuentan con la logística necesaria y el tiempo para obtener sus productos e insumos de inventarios hasta sus negocios

Servicompras mipymes se crea con el fin de solucionar dichas necesidades, llevando sus insumos y productos hasta su negocio, reduciendo el tiempo en las operaciones de las empresas, que a través de una plataforma digital podrá realizar sus compras y la gestión del servicio logístico

El comercio de compras y de servicios logístico nivel internacional durante muchos años han venido cambiando la tendencia del comercio común, esto se debe a las innovaciones de e-commerce que se ejecutan por medios de plataforma y aplicaciones.

Podemos destacar que a nivel internacional que estos tipos de empresas crecen de forma rápida y segura entre ellos destacamos Alibaba y Amazon, estas son plataformas de comercios electrónicos que conecta al fabricante, proveedores y compradores de todo el mundo, hoy son reconocidas a nivel mundial y que existen hasta el día de hoy.

Nicaragua ha optado por ser innovador, utilizando los métodos de los avances tecnológicos para establecer empresas funcionales por medios de plataforma digitales, donde se brindan catálogos de comercio afiliados en que el consumidor final realizar sus compras y recibirla hasta su ubicación, "Pedidos Ya". Esta plataforma digital brinda los servicios de intermediario, pero solo se destaca en productos de alimentos.

Esto debido a que cada vez son más los consumidores que optan por comprar en línea antes de ir a un establecimiento o canal físico. Si bien es cierto, este es un comportamiento que se estaba popularizando a nivel nacional y mundial a raíz de los confinamientos del covid-19.

Por lo tanto, Servicompras mipymes brindará los servicios de compras a emprendimientos y el proceso logístico al sector de cosméticos general, que

llevan operando entre uno a tres años en el comercio nacional del departamento de Managua.

Mediante una plataforma digital se exhibirá variedad de artículos de belleza en general clasificados por categorías.

El cliente podrá elegir de forma sistematizada sus productos y de paso se ofrecerá el envío (logístico) del artículo comprado por el usuario de la plataforma digital con un costo adicional al producto.

Los pagos se efectuarán por medio de transacciones electrónicas, esto brindará mayor seguridad tanto al proveedor como al cliente.

Los nuevos emprendedores mipyme para adquirir nuestros servicios debido al crecimiento constantes negocios.

2. Justificación de la idea de negocio seleccionada

Servicompras mipymes se crea con la necesidad de ayudar a los pequeños negocios a obtener los suministros de productos para su funcionamiento, en todo el departamento de Managua y el municipio de Managua.

La problemática apunta a las dificultades como lo es el tiempo, la gestión al efectuar el pedido del producto y el proceso para adquirir el suministro de sus productos.

La cual Servicompras mipymes a través de un proceso logístico de calidad y rápido solucionará esta problemática, donde proporcionaremos a nuestros clientes un servicio logístico de entrega de productos de forma rápida, segura, y confiable donde por medio de una plataforma digital podrá rastrear su proceso de entrega.

¿Qué impacto causaría al no tener el inventario? Causaría el cierre de negocios y el desempleo en general, ningún negocio sobrevive sin sus productos de inventarios.

Servicompras mipymes creará las condiciones necesarias para que el emprendedor o empresas obtengan sus productos de forma rápida y ágil, llevando hasta sus negocios mediante el servicio de entrega logística, de esta manera generaremos empleos el crecimiento económico sostenible, estimulando la economía nicaragüense.

3. Propuesta de valor del producto

En el análisis de la competencia observamos que ofrecen servicios de compra para un cliente final, no tomando en cuenta los emprendimientos mipymes, es por eso que se tiene previsto el desarrollo de una plataforma digital que brindará un servicio de compra y entrega (logística) de calidad e innovador, será compatible con un numeral de dispositivos, donde el cliente de manera fácil y rápido pueda interactuar, realizando sus compras acordes a la necesidad de su inventario, ya sea compras de insumos, o inventario de reventas. Y el volumen de compra será conforme al pedido solicitado por el cliente.

Como propuesta de valor capacitaremos al cliente para que trabaje de forma sistematizada con nuestros servicios, crearemos un convenio con el banco Bac Credomatic, para que nuestros clientes puedan apertura como negocio su cuenta corriente en córdobas y que pueda trabajar de forma electrónica sus transacciones, y con estas propuestas garantizaremos las relaciones comerciales duraderas con nuestros clientes.

Considerando que el servicio de compra y entrega de los artículos seleccionados por el cliente se estará efectuando en tiempo y forma, de esta manera se estará aportando al crecimiento económico que permita lograr niveles más elevados de productividad en pequeñas empresas.

4. Nombre de la empresa

El nombre de la razón social será, Servicompras mipymes y nuestra plataforma digital móvil estará bajo el nombre de pymesnic, consultando en el registro mercantil, no existe una empresa inscrita bajo estos nombres mencionados.

Se estableció este nombre comercial de nuestro proyecto ya que describe de forma directa el servicio a brindar.

5. Identidad empresarial

5.1 Misión

Ofrecer a nuestros clientes la mejor experiencia en servicios de compras de inventarios y servicio de logística en Managua, mediante una plataforma digital móvil.

5.2 Visión

Ser la mejor plataforma digital en brindar los servicios de compras y logística en Managua.

5.3 Valores

* **Honestidad:** Nuestro proyecto debe estar dispuesto a anteponer la sinceridad a cualquier otra consideración que se presente.

* **Puntualidad:** La puntualidad, entendida como la capacidad de cumplir el calendario previsto y no retrasar la culminación de los proyectos a desarrollar y la entrega del inventario.

* **Constancia:** Es evidente que a lo largo de cualquier proyecto empresarial surgirán obstáculos que no serán de fácil resolución. La constancia es una apuesta a largo plazo en la que convergen el esfuerzo y la esperanza.

* **Cercanía:** Una compañía cercana al público crea lazos de familiaridad que resultan difíciles de romper por parte de los nuevos competidores.

6. Descripción de la empresa

Nuestra empresa prestará los servicios de compras y los servicios de entrega por envío (logística), siendo nosotros los facilitadores del decisor y aprobador (clientes mipymes Managua), que por medio de nuestros servicios en la plataforma digital facilitada a nuestros clientes generará una orden de la compra solicitada, además llevaremos el traslado de materia prima o el inventario hasta la ubicación del negocio con un costo adicional al total de los productos seleccionados por el cliente.

El representante legal del proyecto es el licenciado en administración de empresa Alejandro Cesar Cortez Sánchez, el encabezará las gestiones internas de nuestro proyecto y el buen funcionamiento de esta, será el encargado de emitir la publicidad y elaborar los procesos de desarrollo, y Ricardo José Quintanilla López llevará la parte de legalización y finanzas del proyecto.

No cabe duda de que en el desarrollo de nuestro proyecto integraríamos más profesionales donde puedan desempeñar las funciones establecidas por medio de sus conocimientos, no se descarta en contratar un ingeniero en sistema, y

otros profesionales que ayuden al mejoramiento de la empresa y, además, que las actividades establecidas en ellos puedan desarrollarse de una manera fluida y que sean interiorizadas al sentirse parte de este proyecto, con eso se promueve un ambiente de trabajo positivo contaremos con oficinas en zona céntrica de Managua.

6.1 Giro que se ubica la empresa

En Nicaragua existen normas jurídica de materia empresarial en la industria y comercio creando la ventanilla única de inversiones (VUI), como una entidad pública de servicio, que tendrá como objetivo principal la facilitación y simplificación de trámites para la formación de empresas y la legalización de operaciones de negocios que deben realizarse ante las diferentes instituciones del Sector Público como lo es (INIDE) institución nacional de información de desarrollo y clasificador uniforme de las actividades económicas de Nicaragua (CUAEN).

Clase 5224 Manipulación de la Carga En esta clase comprende la carga y descarga de mercancías y equipaje, independientemente del medio de transporte utilizado. También se incluyen las actividades de estiba y desestiba. Carga y descarga de vagones ferroviarios de carga.

Clase 5229 Otras Actividades de Apoyo al Transporte Esta clase comprende las siguientes actividades: servicios de transitorios, organización o coordinación de operaciones de transporte por tierra

6.2 Ubicación y tamaño

Nuestra ubicación sería en la ciudad de Managua, disponemos con una oficina en la siguiente dirección, Iglesia Don Bosco, 2 cuadras arriba, 1 cuadra al lago. En la dirección domiciliar antes mencionada, es un buen lugar céntrico dentro la capital, donde contará con servicios básicos las 24 horas del día y los 7 días de la semana, en el mismo sitio se obtendrá diferentes tipos de empresa proveedora de internet, que será vital para nuestro servidor, cerca del lugar se encuentra muchos centros de compras, colegios, centro de salud, etcétera. Con una infraestructura vial en buen estado para una movilización ágil y rápida.

El tamaño de la empresa sería microempresa, ya que es toda aquella unidad económica que tiene menos de diez trabajadores.

7. Análisis situacional

7.1 Porter/pestel

Se realizó el análisis de las 5 fuerzas de Porter y podemos iniciar a operar en el mercado nicaragüense, cabe mencionar que en la actualidad pueden existir intermediarios que puedan hacer competencia.

Poder de negociación de proveedores-Baja

Para este tipo de negocios los proveedores; Internet, programadores, mensajeros particulares, de este tipo de proveedores hay una amplia variedad en el país, que nos permitirán plena libertad para seleccionar y sustituir al proveedor. Existen una amplia gama de proveedores de servicio de internet que nos permiten no depender de una única red.

En las universidades y en el campo laboral podremos encontrar suficiente mano de obra tecnológica.

Amenaza de nuevos competidores entrante-Alta

El sistema empresarial en Nicaragua es tipo libre mercado, por lo cual las empresas puedan ingresar con normalidad. No existe una ley que prohíba a empresas de este tipo de inscribirse y operar en el país.

Para cualquier nuevo emprendimiento establecer una marca que sea reconocida tomaría tiempo y alto presupuesto.

Poder de negociación de los clientes-Baja

Existe una cantidad de empresas mipymes en Nicaragua por lo cual el pastel de mercado es prácticamente nuevo y amplio.

Una de las debilidades de las nuevas empresas es no conocer a fondo la gestión de inventario del negocio y la gestión de servicio de logística.

Rivalidad entre empresas-Baja

A nivel nacional no existe una competencia real para Servicompras mipymes, ya que no hay empresas dedicadas a la venta de artículo de belleza en general mediante una plataforma digital con el servicio de envío (logística).

Las empresas existentes que realizan envíos, están enfocadas en restaurantes y en consumidores finales y no en venta de artículos de belleza general en una plataforma digital.

Amenaza de producto sustituto-Baja

No existe servicios sustitutos ya que nuestra idea es completamente nueva en la industria mipime.

Si existe una probabilidad de que nuestra idea de negocio reproducida por otras empresas a futuro.

Después de realizar el análisis de porter podemos concluir, que en la industria de servicios tercerizados a mipymes, en el rubro de servicios de compras y gestión de logística es novedoso en Nicaragua. No existe competencia y tampoco productos similares.

Por lo antes expuesto es conveniente aprovechar este rubro totalmente nuevo para liderar el mercado, fidelizarlo y desarrollar relaciones claves con clientes y proveedores.

7.2 Foda estratégico

Tabla 1. Análisis pestel

Análisis PESTEL						
Factor	Detalle	Plazo			Impacto	
		Corto plazo (1 mes o menos)	Median o plazo (de 1 a 3 años)	Largo plazo (más de 3 años)		
P o l í t i c o	Crisis sociopolítica	El país ofrece estabilidad económica y social para nuevas empresas.	X			Positivo
	Políticas de ecommerce	Creación de leyes de regulación tributaria del ecommerce en Nicaragua.			X	Indiferente

Análisis PESTEL

Factor	Detalle	Plazo			Impacto
		Corto plazo (1 mes o menos)	Mediano plazo (de 1 a 3 años)	Largo plazo (más de 3 años)	
	Mejoras de infraestructura vial		X		Positivo
E c o n ó m i c o	Divisa	X			Positivo
	Prestamos	X			Positivo
	Aumento en la tercerización de los servicios		X		Positivo
S o c i a l	Aumento de redes de networking empresarial	X			Positivo
T e c n o	Desarrollo de plataformas		X		Indiferente

Análisis PESTEL						
Factor		Detalle	Plazo			Impacto
			Corto plazo (1 mes o menos)	Mediano plazo (de 1 a 3 años)	Largo plazo (más de 3 años)	
L ó g i c o	Experiencia del usuario	Optimizar los procesos en la plataforma, tiempos de producción y los costos mediante recopilación de datos que nos genera el viaje del cliente en la plataforma.		X		Positivo
	Equipos ahorradores de energía	Se utilizará equipos cómputos con alto ahorro energético.	X			Positivo
A m b i e n t a l	Residuos	Este tipo de empresas no genera un gran impacto en el medio ambiente.	X			Positivo
	Ley 787	La empresa debe dar cumplimiento a la Ley 787 de protección de datos personales de los clientes.	X			Positivo

Fuente: Elaboración propia

En conclusión, el análisis PESTEL refleja un clima positivo para la apertura de negocios como “Servicompras mipymes”, por tal motivo no hay clima de incertidumbre en el país para nuestra idea.

El análisis foda es una técnica que se usa para identificar las fortalezas, las oportunidades, debilidades y las amenazas de la empresa.

Tabla 2. Foda estratégico

ANALISIS FODA

Debilidades

- Desconocimiento de los clientes potenciales de nuestro servicio (por ser nuevo tipo de negocios).
- Retraso del producto por el alto tráfico de la ciudad.
- Pocos métodos publicitarios.

Amenazas

- El cliente prefiera comprar personalmente al proveedor.
- Ingreso de nuevos competidores al sector.
- Demanda estacional de algunos productos.
- Pocos acuerdos comerciales con los proveedores.
- Factor clima inesperado (tormenta, huracanes, terremotos, etc.)
- Decaimiento de la economía del país.

Fortalezas

- Acompañamiento constante al cliente en la utilización de la plataforma
- Tecnología aplicada (página web)
- Conocimiento pleno del servicio a brindar.
- Ser identificados como pioneros al ser el primer negocio dedicado a este tipo de servicio.
- Provechar los comentarios y puntajes de los clientes para establecernos como una de las plataformas digitales nicaragüenses preferidos.

Oportunidades

- El surgimiento de nuevos emprendedores a los cuales brindar el servicio.
- Crecimiento a futuro del catálogo de servicios en la plataforma.
- Ampliación del servicio a otras ciudades del país.
- Creación de leyes que benefician a los nuevos negocios de parte del gobierno.
- Facilidad de sobrepasar barreras comerciales, gracias a nuestra diferenciación o valor agregado.

Fuente: Elaboración propia

Una vez realizado nuestro foda de estrategias y analizando nuestras fortalezas y oportunidades que son las que más peso tienen dentro de nuestra empresa, tenemos como resultado que la estrategia que debemos implementar es la maxi-maxi.

Por lo tanto, aplicaremos estrategias ofensivas, e interponer al máximo las oportunidades del mercado y explotar las fortalezas, con las amenazas debemos

de revertirlas de manera que esta vaya presentada y constante, nos adaptaremos al mercado de forma que consideremos las oportunidades esenciales.

De acuerdo al análisis FODA, se logró identificar las debilidades que permitan crear acciones de mejoramiento, afrontar las amenazas existentes, mantener las fortalezas que brinden un posicionamiento en calidad de servicio y rentabilidad, a la vez, explotar las oportunidades viables para ampliar segmentos de mercado.

II. PLAN DE MERCADEO

1. Investigación de mercado

1.1 Objetivos de la investigación

Objetivo general

Realizar una investigación de mercado con fuentes primarias, observando el nivel aceptación de los servicios de logísticas para las operaciones de envío, mediante la utilización de una plataforma digital móvil Servicompas mipymes en la ciudad de Managua.

Objetivos específicos

- ❖ Definir el instrumento a llevarse a cabo para esta investigación de mercado.
- ❖ Determinar la muestra representativa que sea confiable, evitando el sesgo y la subjetividad en los resultados.
- ❖ Averiguar la opinión de los clientes potenciales con respecto a la aceptación de la plataforma digital y la gestión logística, analizando los resultados mediante la tabulación de los datos obtenidos de forma ordenada y transparente.
- ❖ Definir el instrumento a llevarse a cabo para esta investigación de mercado.
- ❖ Determinar la muestra representativa que sea confiable, evitando el sesgo y la subjetividad en los resultados.

- ❖ Averiguar la opinión de los clientes potenciales con respecto a la aceptación de la plataforma digital y la gestión logística, analizando los resultados mediante la tabulación de los datos obtenidos de forma ordenada y transparente.
- ❖ Conocer las principales redes sociales que utilizan los clientes potenciales, que permita posicionarnos en la mente de los clientes y ser unas de plataforma digitales que brindan los servicios de logística. Conocer las principales redes sociales que utilizan los clientes potenciales, que permita posicionarnos en la mente de los clientes y ser unas de plataforma digitales que brindan los servicios de logística.

1.2 Planteamiento del problema

El comercio de compras electrónica (e-commerce), y la gestión logística resultan ser vital, si lo que se quieren es ganar ventajas en un contexto donde el comercio electrónico ha venido creciendo de forma rápida.

El comercio electrónico es una nueva forma de hacer negocios que crece a gran velocidad. Cada vez son más las empresas que se suman a la venta de sus productos por Internet, además de hacerlo en una tienda física, pero como consecuencia las etapas de entrega de pedido convierten en el único punto de contacto directo entre la empresa y sus consumidores, de aquí la importancia de relacionar la logística de entrega a los negocios.

Los nicaragüenses no podemos ser la excepción en esta nueva forma de hacer negocios a nivel nacional. La oportunidad de hacer negocios y emprender obliga a que estas empresas mipymes se afilien o contraigan contratos con empresas de gestiones logísticas para suplir la necesidad de las entregas pertinentes para así satisfacer plenamente al consumidor y poder fidelizarlo.

Las mayorías de empresas mipymes en Nicaragua no cuentan con las logísticas de entrega rápida, segura, y confiables. La rapidez de entrega que supone realizar este tipo de compraventa está modernizando el sistema de negocio en nuestro país.

A través de esto, Servicompras mipymes muestra una problemática al realizar una estrategia de marketing logístico para nuestros servicios y es fortalecer nuestra marca y diferenciarlos de lo demás.

Justificación

Desde el año 2016 en Nicaragua las mayorías de las empresas mipymes no contaban con la gestión de ventas e-commerce, ni tampoco con la gestión de distribución o entrega de mercadería o del producto que se vendían, a raíz del 2019 durante la pandemia del covid-19 comenzó a surgir la estrategia de envíos de productos a través de la gestión logística (Delivery). La cual fue aceptada por los consumidores (clientes), donde la población en general se fue adaptando a este tipo de servicio que brindaba estas empresas, y en la que se fue incursionando cada vez más, la problemática apunta a una serie de dificultades que presentan los nuevos emprendedores para adquirir el suministro de sus inventarios de forma ágil y rápida.

En Nicaragua se crearon diferentes empresas de servicios logísticos, entre ellos pedido ya, Hugo, cargotrans, y aun la demanda de estas empresas no supe completamente en el departamento de Managua, municipio de Managua, y aunque sus marcas sean conocidas es necesario que Servicompas mipymes sea reconocida por su marca y el servicio que se brindara y que este se diferencie a las de más competencia.

Es viable este proyecto de negocios ya que la demanda a nivel de Managua es muy amplia y al implementar una muy buena estrategia de marketing incursionaremos más al mercado del servicio logístico.

1.3 Tipo de investigación

Segmentación de mercado compradores

Con los resultados obtenidos se puede definir que los potenciales clientes finales pertenecen un segmento de mercado clasificado de la siguiente manera:

Emprendedores en su mayoría entre las edades de 18 a 27 años y de 28 a 37 años con localización en el casco urbano de la capital de Managua. Los restantes porcentajes de edades están en el rango de 28 a 37 años un 5.1%, y de 57 años a más un 2.6%.

Los resultados de la encuesta, indica que los clientes un 53.8% corresponde al sexo femenino, mientras que el 46.2% corresponde al sexo masculino

Los residentes encuestados de la capital de Managua la mayor parte tienen su emprendimiento en los distritos V con 30.8% y el 20.5% en el distrito I.

Segmentación de mercado proveedores

Con los resultados obtenidos se puede definir que los Proveedores potenciales pertenecen un segmento de mercado clasificado de la siguiente manera:

Proveedores en su mayoría entre las edades de 22 a 30 años y de 32 a 39 años con localización en el casco urbano de la capital de Managua. Los restantes porcentajes de edades están en el rango de 40 a 50 años un 3.5%, y de 60 año a más un 2.3%.

Los resultados de la encuesta, indica que los proveedores un 66.3% corresponde al sexo femenino, mientras que el 33.7% corresponde al sexo masculino

Los residentes encuestados de la capital de Managua la mayor parte tienen su emprendimiento en los distritos I con 43.8% y el 25.5% en el distrito IV.

Ilustración 1. Buyer de persona- cliente final

ALONDRA SARAI SEQUEIRA SANCHEZ	Propietaria del Negocio	PARTE 3: POR QUÉ
<p>COMENTARIOS</p> <p>Ejemplos de comentarios reales sobre sus retos y objetivos.</p> <p>QUEJAS COMUNES</p> <p>Razones por qué no comprarían nuestro producto o servicio.</p>		<ul style="list-style-type: none">[-.] Obtener el tiempo necesario para ejecutar otras funciones como las compras.Que mi producción sea terminados de forma rápida.Seguir enseñándole como trabajar con calidad y detalladamente. <ul style="list-style-type: none">[-] Desconfianza al adquirir su compras de inventarios por medio de una Plataforma en línea.Podría ser por demora a la entrega de los productos.

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 2. Buyer de persona- cliente final

ALONDRASARAI SEQUEIRA SANCHEZ	Propietaria del Negocio	PARTE 1: QUIÉN
<p>PERFIL GENERAL Trabajo, historia laboral, familia</p> <p>INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA Edad, salario, ubicación, sexo</p> <p>IDENTIFICADORES Trato, personalidad, como prefiere comunicarse</p>	<ul style="list-style-type: none">• [-] Propietaria del negocio• 4 abril-2018 a la actualidad• Casada, con 2 hijos (7 y 3 años) • [-] Mujer• Edad, 27 años• Vive en managua, Distrito V • [-] Apacible/Flemática• Tiene 1 ayudante en operaciones• Prefiere comunicarse directamente con el cliente.	

Fuente: Elaboración propia

Diseño metodológico de la investigación

La investigación está diseñada en un modelo cuantitativo, se examinarán los datos de forma numérica, es una investigación descriptiva, porque ésta intenta describir el comportamiento del mercado y la aceptación de compra de productos para negocios mediante una Plataforma digital y la gestión logística de envíos en el departamento de Managua.

Herramientas

- ❖ Computadora
- ❖ Internet
- ❖ Celular Móvil
- ❖ Personal
- ❖ Plataforma digital de Google forms

1.4 Análisis de los datos encontrados en su estudio

Resultados y análisis de las encuestas

Los siguientes resultados se obtuvieron en base a información primaria obtenida mediante la herramienta de encuesta, como se planteó en el diseño metodológico de esta investigación.

Demanda

Se realizó la pregunta a los encuestados si estarían dispuestos a pagar por un servicio donde puedan realizar sus compras de inventarios para sus negocios y se obtuvo como resultado que el 64.1% dijeron que, si por múltiples factores problemáticos que les impide realizar las compras, tal como el tiempo y la distancia, esto demuestra que la Plataforma digital será rentable porque se le estará minimizando el tiempo y la distancia no será un obstáculo para el emprendedor. Los siguientes resultados se obtuvieron en base a información primaria obtenida mediante la herramienta de encuesta, como se planteó en el diseño metodológico de esta investigación.

Frecuencia y volumen de compras

La información obtenida sobre la frecuencia de compra de los encuestados, refleja que la mayoría de negocios realizan compras de inventarios 2 veces por semana con un alto porcentaje del 35.9% mientras que otros negocios realizan la adquisición de su inventario mensualmente con un 30.8%

Se aprecia que el volumen de los servicios de entrega se realizarán 5 unidades por día, por un costo de envíos, moto C\$120 (ciento veinte córdobas) aproximadamente, y los envíos en vehículo C\$240 (doscientos cuarenta córdobas), facilitando el proceso de compras y minimizando el tiempo del emprendedor.

Competencia

Mediante la encuesta se logró identificar que las empresas existentes en el mercado no son competencia para nuestra idea de negocio, y que representa la competencia indirecta actualmente es Pedidos Ya, y no es una amenaza para la idea de negocio, con la única diferencia que esta es para clientes finales y no comercios.

Pedidos Ya

Pedidos Ya es una tienda online y cuenta con una aplicación digital para dispositivos móviles, que permite realizar pedidos de comida a domicilio a diferentes restaurantes. Existe una amplia oferta para quienes deseen satisfacer sus necesidades alimenticias.

Característica de la competencia

A como anteriormente explicamos nuestra plataforma digital no posee competencia directa, nosotros somos pioneros del mercado y de este tipo de

servicio. Por tanto, esta caracterización está basada nuestra competencia indirecta más cercana (Pedidos Ya).

La empresa posee dos modelos de negocio:

1. Conectar al usuario con la comida de un determinado restaurante, para que sus repartidores entreguen el producto al domicilio del cliente.
2. El modelo de negocio paralelo consiste en poner a disposición de los usuarios un servicio de repartidores propio a lo largo de nuestro país. Comenzó a operar en diciembre del año 2017.
3. Además, la compañía quiere abordar otros segmentos de negocio, tales como: las tiendas de conveniencia, los supermercados y las farmacias.

1.5 Recomendaciones y conclusiones del análisis

Después de realizar las encuestas, el análisis y la interpretación de los datos ofrecidos por los encuestados, hemos llegado a las siguientes conclusiones:

1. El segmento de mercado es: emprendedores entre las edades de 18 a 37 años en su mayoría, con localización de los emprendimientos en el casco urbano de la capital Managua.
2. La mayor parte de los encuestados están de acuerdo en realizar compras en línea para abastecer sus inventarios.
3. Los principales productos que comercializan las personas encuestadas son: abarrotes, cosméticos, perecederos y artículos del hogar.
4. Las principales redes sociales utilizadas por estos emprendedores son: Facebook, Instagram y Tiktok

1.6 Características geográficas

Población y muestreo

Población

La población de Managua al cual se dirige este nuevo modelo de negocio, está conformada por diferentes rubros comerciales tales como;

- ❖ Belleza general
- ❖ Perecederos
- ❖ Textilería
- ❖ Cárnicos

- ❖ Abarrote
- ❖ Medicina
- ❖ Calzado
- ❖ Alimenticio
- ❖ Relojería
- ❖ Librería

Marco muestral

El marco muestral de esta investigación, está basado en datos proporcionados por el MEFCCA, Ministerio de economía familiar comunitaria, cooperativa y asociativa.

Estas se dividen en 9,982 emprendimiento de diferentes rubros comerciales, los cuales se encuentran divididos en los 8 distritos que conforman la capital de Managua.

Técnica de muestreo

La técnica de muestreo para esta investigación es muestreo aleatorio simple, para una población infinita.

Tamaño de la muestra

Cálculo estadístico del tamaño de la muestra:

Ecuación 1 Cálculo estadístico del tamaño de la muestra

$$n = \frac{z^2 pqN}{(N - 1e^2) + (z^2 pq)}$$

Dónde:

n= Es el tamaño de muestra.

N= Es el tamaño de la población .

z= Es el nivel de confianza.

e= Es la precisión de error.

q= Es la variabilidad negativa.

p= Es la variabilidad positiva.

Para esta investigación:

N= 9,982

z= 90%;

e= 10%;

p= 0.50

q= 0.50

n=?

$$n = \frac{1.6452^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 9,982}{(9,982 - 1 \times 0.10^2) + (1.6452^2 \times 0.50 \times 0.50)}$$

$$n = \frac{6,754.5275}{9,982.6665}$$

$$n = 0.67$$

2. Desarrollo de la identidad corporativa

2.1 Elementos del servicio

Definición del servicio

Servicompras mipymes, reconoce la necesidad de optimizar el tiempo, y está dispuesta a facilitar sus procesos de compras y de envíos de productos a través de nuestra plataforma digital pymesnic, ideal para la pequeña y mediana empresa, se podrá realizar compras totalmente en línea, además se garantiza la entrega del producto de forma puntual, rápida y segura. Pymesnic es una plataforma digital que, a diferencia de otros está dirigida al emprendedor del rubro de belleza general (cosméticos).

Optimiza tus compras de manera digital y su entrega será de forma rápida y segura, ya muchos emprendedores están dispuestos a utilizar nuestra plataforma desde cualquier dispositivo tecnológico con conexión a internet para abastecer sus negocios de emprendimiento de belleza general.

Característica y atributos

Este servicio proporcionara una excelente experiencia al usuario en el cual ayudará a que esta logre sus objetivos. También debe ser fácil de usar y brindar al usuario un valor añadido que no obtendría en un sitio web estándar, además de reunir datos para ayudarlo a mejorar las experiencias de cliente se enviara en el producto hasta sus negocios.

Sistemas de la plataforma digital

- a. Interfaz de usuario (UI) bien diseñada
- b. Tiempo de carga rápido
- c. Protección sólida de datos
- d. Actualizaciones periódicas de la plataforma digital

Funciones

- a. Selección de gestión a realizar.
- b. Catálogo de proveedores de productos a su conveniencia.
- c. Selección ítems a comprar.

- d. Pre visualización de facturas incluyendo envíos del inventario.
- e. Selección de pagos, transferencias, tarjeta y efectivos.
- f. Detalle de productos comprados.
- g. Seguimiento y rastreo de inventario enviado.

Oferta del valor del servicio

Disminución de pérdida de tiempo: No se tendrá que ir a realizar las compras personalmente y no tener que utilizar el tiempo para esta gestión los puedes hacer a través de su smartphone y puede utilizar el tiempo en otra gestión importante para el negocio.

Hay una producción más rápida: La producción no tiene que parar porque no tienes tu inventario, ya que este servicio te hará llegar tus compras de inmediato.

Variedad de la oferta al alcance de la mano del emprendedor: Podrá elegir entre una variedad de proveedores y productos que amerite el emprendedor y puedes seleccionar donde puedes comprarlo.

Facilidad y seguridad de pago: Puedes utilizar diferentes métodos de pago en el que el cliente se sienta seguro en ejecutar su proceso de cancelación.

3. El servicio y marca

Tipo de logo

Ilustración 3. Logo



Fuente: Elaboración propia

Isotipo; Simula la acción de envíos para el emprendedor.

Eslogan; Indica el método de función de servicios dentro de la aplicación.

Tipografía; La elección de la tipografía es “Franklin Gothic Book” ya que es legible y muy fácil de entender.

Nuestro logo es una combinación de imagen y texto, este puede funcionar por separado.

Isotipo, lo denominamos la parte simbólica de la marca y el logo tipo es completamente la identificación del texto. Definimos este Resultado del logo (Imagotipo).

Ilustración 4. Presentación de nuestro logo (Branding)

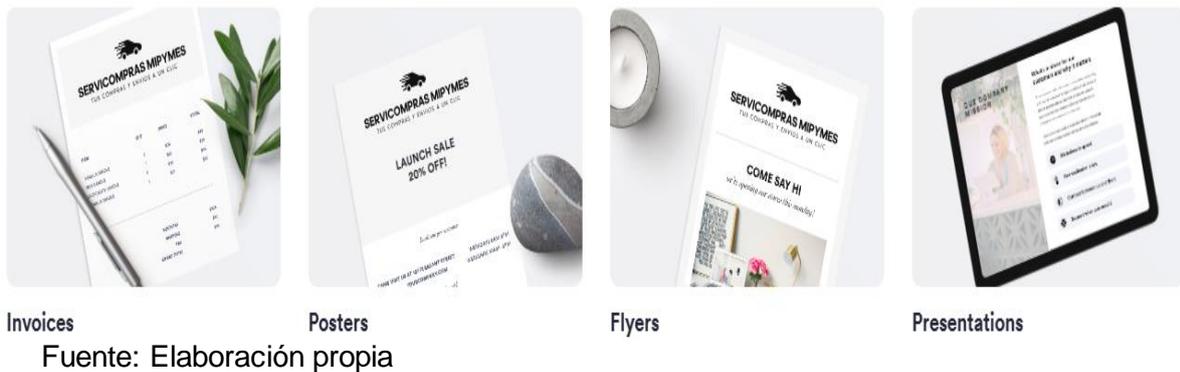


Ilustración 5 Presentación de nuestro logo (Branding)



Fuente: Elaboración propia

Slogan

“Tus compras de envíos a un clic”

Nuestro eslogan demuestra ser claro y conciso atendiendo directamente la gestión del destinatario, donde puedes comprar dando clic en las opciones que muestra la Plataforma digital PYSMENIC. Este de igual forma mantendrá la letra en Arial es cualquier medio de promoción y marketing del negocio.

4. Diseño del servicio (Características)

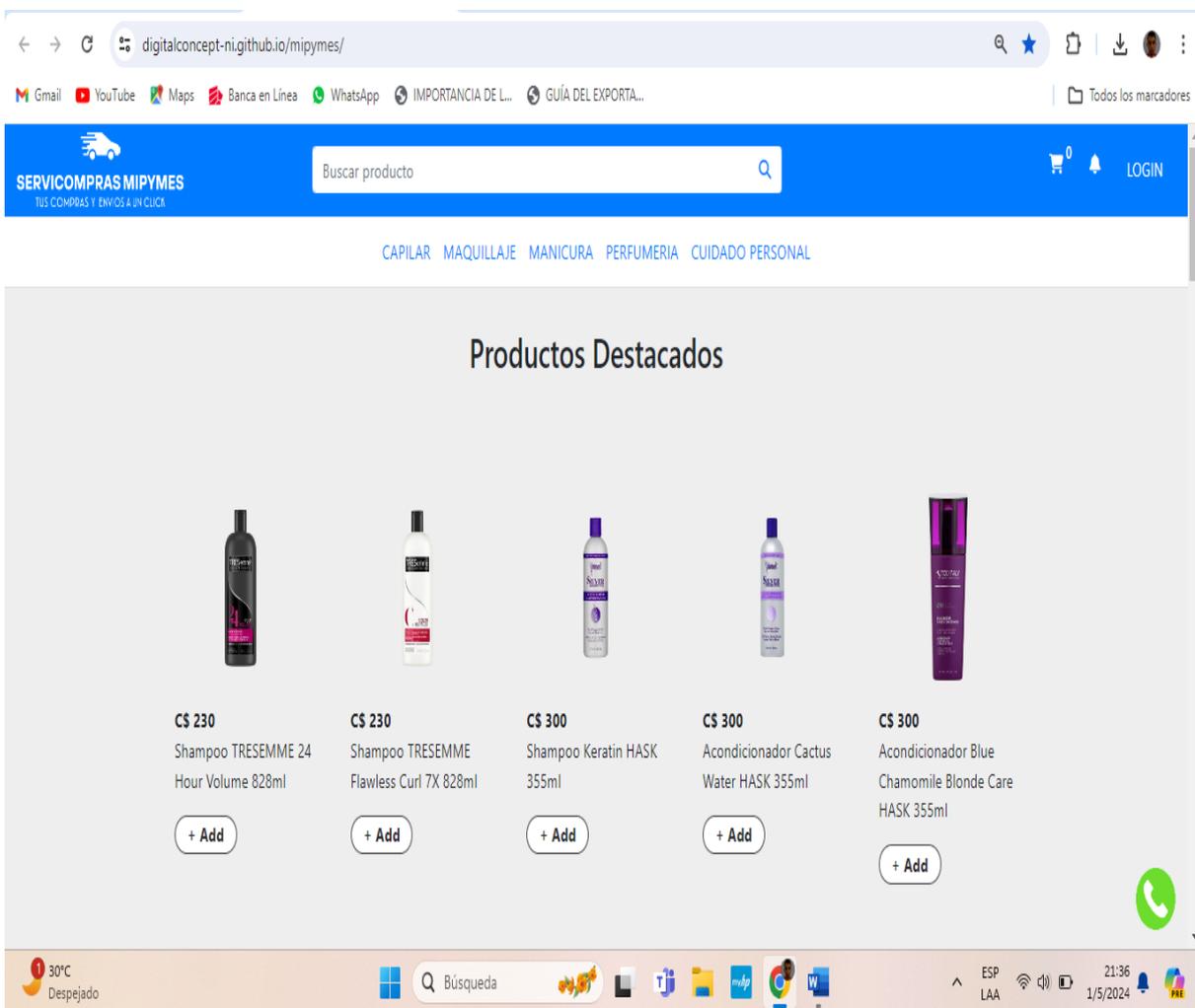
Interfaz

Fronted; HTML5, CSS3, JavaScript y Boostrad, son los lenguajes donde está programada la plataforma, es todo lo visual.

Backend; DRF-Django Rest Framework, es la funcionalidad y toda la lógica de la plataforma.

Base de dato: PostgreSQL V.16, es la base donde se guarda toda la información.

Ilustración 6. Diseño de la Plataforma digital



Fuente: (PYMESNIC, s.f.)

5. Objetivos del plan de marketing

Objetivo general

Proponer el plan de marketing de Servicompras mipymes que permita cautivar y fidelizando al segmento de emprendedores del municipio de Managua, por medio de una estrategia sostenible utilizando técnicas de marketing mix.

Objetivos específicos

- a. Posicionar la marca del negocio utilizando técnicas de branding para permaneciendo en la mente de los clientes generando conexiones con la población de la ciudad de Managua.
- b. Diseñar una mezcla de marketing utilizando la técnica de las 4P que establezca las estrategias de marketing durante los primeros 5 años de vida de la empresa.
- c. Crear una imagen corporativa a través de campañas publicitarias (volantes, afiches, flyers, tarjetas de presentación) y redes sociales, para darnos a conocer como empresa antes futuros emprendedores y clientes naturales, 1 semana antes de apertura del servicio.
- d. Posicionarnos como una empresa de servicios de compra y logística rápida dentro del mercado de Managua.

6. Plan de marketing

Precios

Implementamos estrategia de precios de introducción para incursionar en el mercado nuestros servicios a los usuarios y clientes de nuestros servicios a un periodo corto dos meses, por lo que acapararemos la atención de nuestros clientes, implementada de la siguiente manera;

Tabla 3. Estrategia de precios

Precio de introducción	C\$ 180.00/ C\$ 200.00	En las primeras 10 compras o en los primeros 3 meses de operación del negocio de su inventario, obtendrán un código de descuento del 20% de sus envíos de inventarios.
------------------------	------------------------	--

Fuente: Elaboración propia

Ventajas de precios de introducción:

1. Nuevos clientes; los clientes acuden adquirir el servicio cuando entra en escena descuentos y oferta
2. Beneficios y ganancias a largo plazo: estas estrategias hacen que se generen un alto volumen en las ventas
3. Volumen de negocios: esto es especialmente importante si tienes un negocio minorista, ya que el precio bajo del mercado significa que nuestros servicios los beneficiara a tener un margen de utilidad más alto.

Convenios con proveedores

Se establecerá convenio con proveedores que dispondrán de su inventario dentro de la Plataforma digital PYMESNIC, por medio de catálogos.

Se acordará con el proveedor;

- a. Mostrar dentro del catálogo el nombre del proveedor, productos de inventarios disponibles y precios.
- b. Acuerdos por comisión sobre ventas, se establecerá que las ventas efectuadas por medio de la Plataforma digital generar comisiones a nombre de SERVICOMPRA, lo cual esta pagará en un 10% sobre el valor facturado en periodos quincenales.

c. Descuentos por el producto vendido, el proveedor brindará un descuento 10% al producto vendido por SERVICOMPRA, este descuento se sumará en los precios que estipularemos en el catálogo siendo este el margen de ganancia.

Vehículos disponibles

- a. Moto pulsar NS 125 2022
- b. Vehículo Nissan Forte 2009

Plaza

La plataforma digital móvil pymesnic estará disponible en plazas digitales para Apple y Android.

Y el área de ejecución física (logística), es decir la plaza física de esta plataforma digital será para el municipio de Managua. Teniendo como límites;

Tabla 4. Límites geográficos

Zona limite	Km 12 Carretera Norte	La subasta
Zona limite	Km 9 Carretera a Masaya	Segundas entradas a las colinas
Zona limite	Km 8 ½ Carretera a Vieja león	Gasolinera puma Nejapa
Zona limite	Km 1.3 Carretera a Nueva león	Empalme cuesta el plomo

Fuente: Elaboración propia

Promoción

Consideramos que para el lanzamiento de la plataforma digital se promoció de manera rápida y exhaustiva en un periodo de 3 meses a nivel del municipio de Managua entre la comunidad emprendedora, aprovechando los segmentos que ya están conglomerados como ferias de emprendimientos gubernamentales y no gubernamentales donde promovamos nuestra marca y el catálogo de servicios y ofertado redes sociales de Facebook, Instagram y TikTok.

Nos enfocaremos en crear anuncios dentro de estas redes sociales, ejecutando una campaña de marketing de influencer, enfocadas a los emprendimientos en donde se creen contenido de calidad que hable del proceso y uso de nuestra Plataforma digital a través de las plataformas antes mencionadas.

El objetivo de estos métodos de esta estrategia de promoción es dar a conocer el servicio que brindara nuestra Plataforma digital a emprendedores y negocios mipymes.

7. Estimaciones económicas

Cálculo de la demanda

Dado a los resultados arrojado en nuestra encuesta del análisis de resultado de la demanda arrojan un porcentaje del 64.1 % de los encuestado (emprendedores y negocios) desean obtener este tipo de servicio, ya que en Nicaragua no existen muchas Plataforma digitales que brinde esta gestión logística de compras y envíos de mercaderías.

La participación de mercado proporciona a la empresa una cifra definitiva en cuanto a sus beneficios, sí se establecen ideas importantes sobre el crecimiento de la empresa, los beneficios netos y los ingresos. Se puede indicar que la empresa puede tener la capacidad de brindar mayores servicios a los usuarios creando mejores estrategias para mantener a los clientes o usuarios satisfecho. Aumentaremos nuestra participación en el mercado aumentando nuestras operaciones y sus beneficios.

- ❖ Anunciando nuestros servicios.
- ❖ Ampliando el servicio a otros municipios y departamentos.
- ❖ Garantizando la ratificación del cliente.
- ❖ Tomas de decisiones más inteligentes.
- ❖ Implementar estrategias para retener a los clientes.
- ❖ Tomas de decisiones más inteligentes.
- ❖ Implementar estrategias para retener a los clientes.

Tabla 5. Participación de mercados

Participación de Mercado	
Intensidad de Rivalidad	% de Participación
Baja	25%
Media	15%
Alta	4.50%

Fuente: Elaboración propia

8. Previsión de ventas

Proyección de venta a 5 años

Para el cálculo de la proyección de ventas, se consideró la siguiente información; La demanda estimada, calculada y descrita en el punto 4 de este documento, donde se consideró el mercado de empresas pertenecientes a los rubros de emprendedores mipymes del departamento de Managua y municipio de Managua.

Datos de los volúmenes de servicios que se brindaría al cliente, según estudio de mercado indican que los emprendedores a nivel de Managua con el 51.9 % están dispuestos a tener estos servicios para la ejecución de sus compras.

A continuación, presentamos los datos de la investigación del mercado para la proyección de ventas estimadas anuales.

Tabla 6. Datos de la Investigación del mercado

Datos de Investigación de Mercado		
#	Categoría	Descripción
1	Segmento	Emprendedores, 21 - 37 Años, de los Distritos de Managua
2	Población	9,982
3	Marco Muestral	MEFCCA
4	Producto	Servicios de logística y compras de artículos de belleza en plataforma digital
5	% Actualmente Compra del servicio	80%
6	Frecuencia Anual	6.00
7	Volumen de Compra	12.00
8	% Dispuesto a Comprar	60%
9	Precio de Compra	\$0.60

Fuente: Elaboración propia

La proyección de venta se demuestra en meses para el primer año con un valor de servicios de envío en moto C\$180.00, x 80 servicios = C\$14,400.00 y servicios de envíos de moto C\$200 x 95 =19,000.00 y en vehículo se estima que se brindaran 75 servicios x C\$280.00 =18,200.00 y 100 servicios x 360 = C\$36,000.00.

Tabla 7. Proyección de ventas primer año en mes
año 1

360.00

180.00	90.00	16,200.00
200.00	95.00	19,000.00
280.00	75.00	21,000.00
360.00	100.00	36,000.00
PROYECCION 1ER AÑO EN MES	SERVICIOS DE ENVIOS A BRINDAR	TOTAL, EN VENTAS PROYECTADA
Mes 1	360	C\$ 92,200.00
Mes 2	360	C\$ 92,200.00
Mes 3	360	C\$ 92,200.00
Mes 4	360	C\$ 92,200.00
Mes 5	360	C\$ 92,200.00
Mes 6	360	C\$ 92,200.00
Mes 7	360	C\$ 92,200.00

Mes 8	360	C\$ 92,200.00
Mes 9	360	C\$ 92,200.00
Mes 10	360	C\$ 92,200.00
Mes 11	360	C\$ 92,200.00
Mes 12	360	C\$ 92,200.00
Total 1er año	4320	C\$ 1,106,400.00

Fuente: Elaboración propia

Plan de mercadeo

Apoyado con las estrategias que nos facilita el marketing podremos usar todos los recursos que tenemos a nuestro alcance para crecer como empresa, sostenibilidad, solidez empresarial, aumento de nuestras ventas de servicios. Basados en los objetivos de marketing antes mencionados queremos alcanzar un alto valor en el mercado y hacerle frente a la competencia.

Tabla 8. Plan de mercadeo cumplimiento al plan de acción

Cumplimiento al plan de acción							
Objetivo General	Proponer el plan de marketing de Servicompras mipymes que permita cautivar y fidelizar al segmento de emprendedores del municipio de Managua, por medio de una estrategia sostenible utilizando técnicas de marketing mix.						
Periodos por año	Especificación	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Objetivo específico:	a. Posicionar la marca del negocio utilizando técnicas de branding para permanecer en la mente de los clientes generando conexiones con la población de la ciudad de Managua.	Dar a conocer nuestra marca a través de los branding publicitarios, videos en redes sociales, gorras, camisetas.	X	X	X	X	X
	b. Diseñar una mezcla de marketing utilizando la técnica de las 4P que establezca las estrategias del marketing durante los primeros 5 años de vida de la empresa.	Establecer descuentos en los precios de introducción al mercado, brindar el servicio en la plaza y/o mapa estipulado, implementar publicidad en redes sociales y otros medios para que nuestros servicios este en el mercado nacional	X	X	X	X	X
	c. Proyectar las ventas de servicios para un periodo de 5 años contando con un crecimiento sostenible del 30% anual.	Consolidando la fidelidad de nuestros clientes brindando un mejor servicio de logística.	X	X	X	X	X
conclusión	La ejecución del plan de marketing para la empresa de servicios logístico, donde se permita establecer como cliente objetivo a empresas mipymes, y entender la posibilidad de crecimiento en la prestación del servicio de transporte de mercadería e inventarios.						
	El canal de la plataforma digital pimesnic facilitara la comunicación con más de 5 clientes en el horario establecido, es más sencillo compartir la información que ellos requieran, sugerencias, quejas y etc. Lo que contribuye a la fidelización de los clientes.						

Cumplimiento al plan de acción							
Objetivo General	Proponer el plan de marketing de Servicompras mipymes que permita cautivar y fidelizar al segmento de emprendedores del municipio de Managua, por medio de una estrategia sostenible utilizando técnicas de marketing mix.						
Periodos por año	Especificación	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Se recomienda crear una base de datos de clientes en la Plataforma digital donde y puedan identificar que clientes han dejado de dar uso a nuestros servicios, comunicarse con ellos con el objetivo de mantener su fidelidad.						
	Contratar a una persona que se encargue del manejo de redes sociales creando contenidos, diseños, publicidad y todo lo referente al marketing digital.						

Fuente: Elaboración propia

III. OPERACIONES

1. Objetivos el plan de producción

Objetivo general

Proponer un plan operativo donde se diseñe un proceso de logística, para cumplir la demanda de nuestros usuarios y en el que se lleve a cabo el cumplimiento de la entrega de forma rápida en el municipio de Managua mediante la Plataforma digital PYMESNIC.

Objetivos específicos

A corto plazo

Satisfacer una demanda de 350 servicios de entregas mensuales, en el departamento de Managua, la cual se espera despachar un promedio de 12 servicios por días.

A mediano plazo

Reducir el tiempo de entrega del producto de 60 minutos a 30 minutos por envíos, y rebajar los costos del servicio de entrega a mediano plazo.

A largo plazo

Establecer un stock de inventario cerca de los proveedores para una facilidad en el proceso de entrega y dar cabida a las entregas urgentes.

2. Especificaciones del producto

Servicompras mypymes, es una empresa de venta de artículos de belleza general con el servicio logístico, para garantizar al emprendedor un fácil canal de compras donde le damos un valor agregado que le facilita el transporte siendo intermediario entre el proveedor y el emprendedor.

De esta manera se reconoce la necesidad de optimizar el tiempo, y está dispuesta a facilitar sus procesos de compras a través de nuestra Plataforma digital pymesnic, ideal para la pequeña y mediana empresa; compras totalmente en línea, además se garantiza el valor real del producto y entregas puntuales y responsables.

El usuario de la Plataforma digital dará datos relevantes de su negocio y ubicación, la información quedará registrado en nuestra base de dato de forma segura.

Gestión de la compra y selección del producto: el cliente y/o usuario ingresa al catálogo del producto de su preferencia, seleccionara el producto y cantidad a comprar.

Verificación de precios y gestión del pago: el usuario podrá ver los precios de cada producto a comprar y el método de pago será efectuado ya sea en efectivo o por pasarela de pago donde se incluirá el pago del servicio de envío.

Remisión al proceso de servicios logístico en entrega: al terminar el proceso de pago este emitirá un código de retiro del producto ante el proveedor, aquí se emitirá las etapas a ejecutar.

Especificación de Plataforma digital para la gestión de servicios de compras y logísticos;

a. Desarrollado en el Backend con Python con el Framework Django y el frontend con: HTML, CSS, JS, Sweet alert, Fetch, y librerías como: Bootstrap, DataTable, JQuery.

b. Base de Datos PostgreSQL

c. Plataforma alojada en AWS servicios como: EC2, CloudWhatch, S3

3. Descripción del proceso de producción

Servicompras mypymes opera en la gestión logística de transporte de envíos de mercadería para los emprendedores, cumpliendo con una demanda inicial establecida en corto plazo brindando 5 servicios logísticos por día, puesto que la empresa ejercerá los servicios de lunes a sábado de 8 am a 5 pm y domingo de 8 am a 12 medio día, el proceso para brindar estos servicios se requiere.

a. Primera etapa logística, Recepción y revisión del pedido. En esta primera etapa el pedido es retirado por el gestor donde revisara el pedido del cliente a través de la Plataforma digital este corrobora de manera precisa, detallado y verificando que el producto sea el solicitado por el cliente, además se ordenan las rutas que seguirá el transportista y su distribución.

b. Segunda etapa, el área de monitoreo comunica al gestor de reparto y le da seguimiento.

En esta etapa el área de monitoreo selecciona al gestor o entregador para para que retire la mercadería, de igual forma este también monitoreara el proceso hasta realizar la entrega.

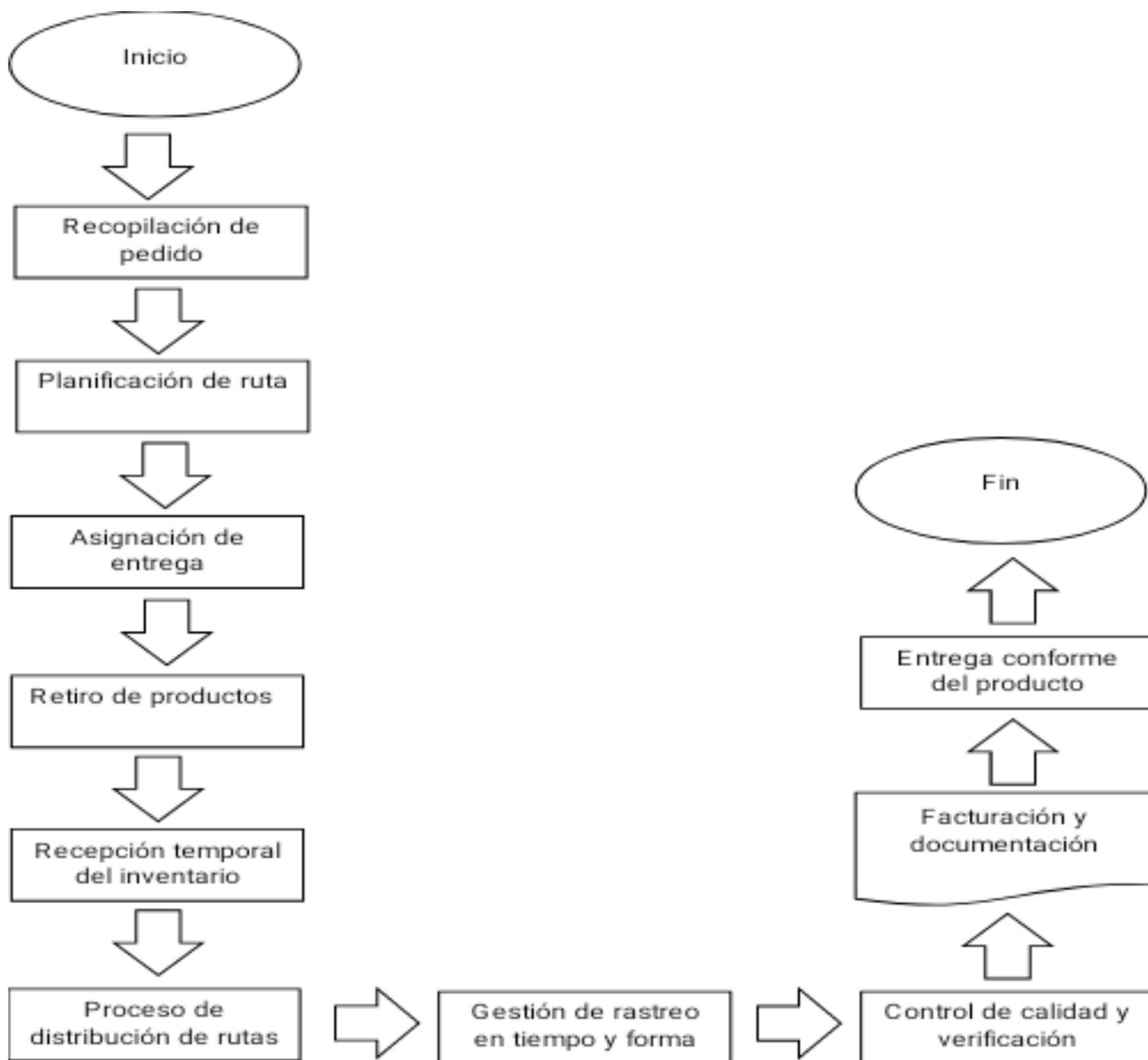
c. Tercera etapa logística, empaque y embalaje. El personal de entrega empacará el producto de manera de que este se proteja y se preserve en buen estado, evitando de esta manera cualquier daño, se acomodará de forma segura en los vehículos de reparto.

d. Cuarta etapa Traslado del producto a su destino. El producto o mercadería es llevado al destino del negocio del emprendedor, donde es resguardado de forma segura, de manera que este no se dañe en traspaso del destino solicitado.

e. Quinta etapa logística, entrega terminada. En esta etapa el cliente recibe su pedido de manera de corroborar que sea lo solicitado, y se verificará el tiempo de entrega con el recibimiento del cliente, donde él o ella misma darán en la opción de la Plataforma digital el recibido del producto de inventario.

4. Diagrama de flujo de proceso

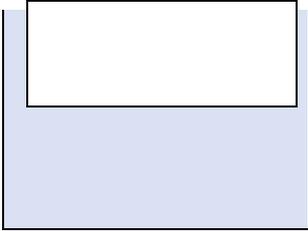
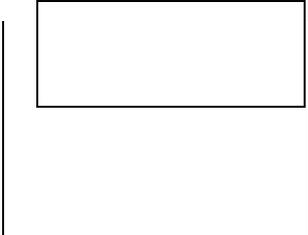
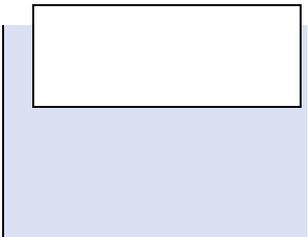
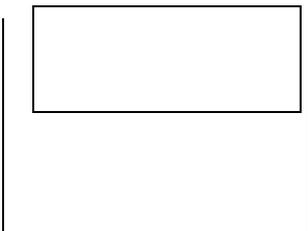
Ilustración 7. Diagrama de flujo de proceso

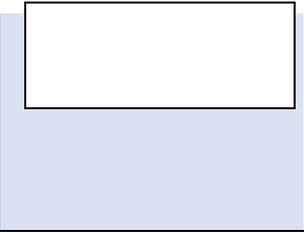
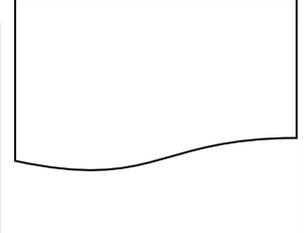
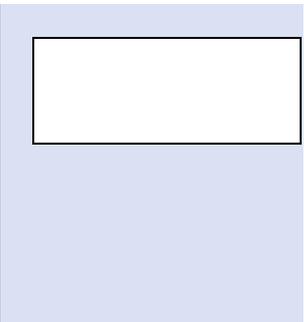


Fuente: Elaboración propia

5. Cronograma de proceso de producción

Tabla 9. Cronograma de proceso de producción

Simbología	Nombre	Etap a	Descripción	Tiempo (minuto s)
	Recopilación de pedido	1	Los usuarios realizan pedido a través a través de la Plataforma digital pymesnic, solicitando sus inventarios a través del catálogo de la Plataforma digital	0
	Planificación de ruta	2	El equipo de logística de pymesnic, revisa y planifica las rutas para el repartidor. donde se considera los factores como la ubicación de los establecimientos, la responsabilidad y cuidado del inventario	5
	Asignación de entrega	3	Se asignan los pedidos a los gestores de entrega disponibles, la Plataforma digital notifica al repartidor un código donde informa el retiro y donde entregara según la ruta asignadas	5
	Retiro de productos	4	Los gestores de entrega retiraran el inventario y serán revisado conforme al código de productos que la Plataforma digital emitió, se revisara detalladamente el producto de inventario donde se enviara fotos de este al usuario que efectúo la compra	15
	Recepción temporal del inventario	5	Después de la revisión se realiza la recepción del producto inventario en los vehículos repartidores antes de las distribuciones	5

Simbología	Nombre	Etap a	Descripción	Tiempo (minuto s)
	Proceso de distribución de rutas	6	El repartidor inicia la entrega siguiendo la ruta según la ubicación	10
	Gestión de rastreo en tiempo y forma	7	La Plataforma digital proporcionará actualizaciones en tiempo real de la ubicación de los repartidores y el estado de los pedidos	0
	Control de calidad y verificación	8	Se realiza un control de calidad en las entregas para garantizar que los productos estén en buen estado en el proceso de traslado de este y que estas cumplan con la expectativa de los usuarios	5
	Facturación y documentación	9	Se entregarán facturas para los usuarios de las compras efectuadas y recibos de los pagos de transportes	20
	Se entregarán facturas para los usuarios de las compras efectuadas y recibos de los pagos de transportes	10	Se entregará el inventario al usuario conforme	0
Total				60min

Fuente: Elaboración propia

6. Equipo e instalaciones

Servicios de compra para las operaciones mipymes, contara en sus instalaciones con área de oficina, área de monitoreo y centro de cómputos, parqueo de vehículos, para iniciar los procesos operativos del negocio y de esta manera brindar un buen funcionamiento y el buen servicio a los usuarios tenemos que contar con los equipos y herramientas que hará que se cumplan estos procesos.

Tabla 10. Herramientas y equipos de trabajos

Numero	Equipos de trabajos	Unidad	Marca	Costos / unitarios
1	Vehículo de 4 ruedas	1	Kia forte 2009	\$ 6,000.00
2	Vehículo de 2 ruedas	1	Pulsar Ns125	\$2,060.00
4	Computadoras de escritorio	4	clon	\$360.00
5	Servidor de red y almacenador de datos	1	Base de Datos PostgreSQL	\$ 800.00
6	Celulares de alta gama	2	Samsung	\$360.00
Numero	Equipos de trabajos	Unidad	Marca	Costos / unitarios
1	Aire acondicionado mini Split	2	Confort	C\$ 15,000.00
2	Escritorio	4	Estándar	C\$ 5,000.00
3	Impresora semi industrial	1	HP L 2100	C\$ 7,000.00
4	Sillas de oficina	4	Estándar	C\$ 2,500.00
5	Sillas de espera	5	Estándar	C\$ 400.00

Fuente: Elaboración propia

Nota: se muestran los equipos y herramientas de trabajos necesarios que se utilizara, y se detallan especificaciones, cantidad, marca y costos unitarios. Otros servicios adicionales y que también son de vital en el proceso son: internet, agua, luz-energía, servicios técnicos de mantenimiento.

Mantenimiento de los equipos: servicios de compra para las operaciones mipymes, estará comprometida bajo estándares de cuidado y mantenimiento de los equipos de cómputos y de los 2 equipos de entrega.

Para mantener activas las operaciones; dichas revisiones estarán calendarizadas para revisiones preventivas por si estas generan alguna falla o desperfecto mecánico, que cumplan con el mantenimiento requerido y necesario para su pronta incorporación a las operaciones, a continuación.

Calendario de mantenimientos preventivos: este calendario se adecua para la revisión preventiva a las herramientas y equipos en el área de operación y producción con el objetivo de prevenir desperfectos y posibles complicaciones que puedan generar la falta de alguno de los equipos.

Tabla 11. Calendario de mantenimiento preventivo

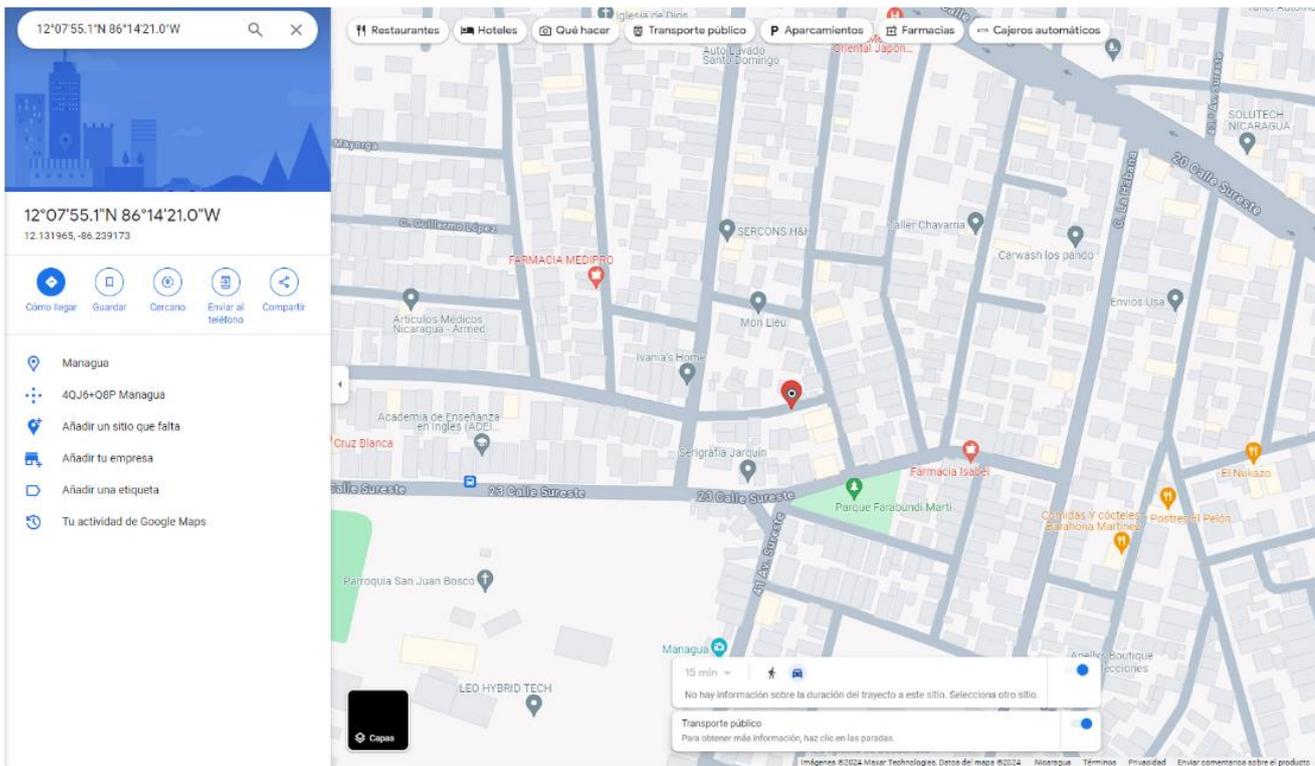
Numero	Descripción	Momento / tiempo
1	Computadora de escritorio clon	Cada 4 meses
2	Servido de red	Cada 6 meses
3	Mantenimiento de la Plataforma digital en la nube	Mensualmente
5	Equipos rodantes de 2 ruedas Equipos rodantes de 4 ruedas	10,000.00 kilómetros

Fuente: Elaboración propia

Ubicación de la empresa

En la dirección domiciliar antes mencionada, es un buen lugar céntrico dentro la capital, donde contará con servicios básicos las 24 horas del día y los 7 días de la semana, en el mismo sitio se obtendrá diferentes tipos de empresa proveedora de internet, que será vital para nuestro servidor, cerca del lugar se encuentra muchos centros de compras, colegios, centro de salud, etcétera. Con una infraestructura vial en buen estado para una movilización ágil y rápida.

Ilustración 8. Ubicación de la empresa Servicompras mipymes



Fuente: Elaboración propia

6.1 Capacidad instalada

Servicios de compra para las operaciones mipymes, tendrá una capacidad instalada con base a los siguientes aspectos como;

- ❖ Número de personal encargado en el área de monitoreo (2)
- ❖ Número de personal en área de oficina (2)
- ❖ Horas y tiempos para laborar (8 horas diarias de lunes a viernes) y sábado (4 horas)
- ❖ Número de computadoras trabajando (4)
- ❖ Número de equipos de entrega (2)

Tabla 12. Capacidad de producción anualmente

Capacidad de producción					
Incremento de la producción anualmente					
Producción de servicios logísticos	Año 1	Años 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios de entrega	4320	4968	5862	7269	9305
Capacidad máxima de servicios				Cantidad	Unidades
Capacidad máxima por día primer año inicio				12	Horas/días
Capacidad máxima en mes primer mes del primer año				360	Hora/Meses
Capacidad de producción anual, primer año				4,320	Hora/años
Principales características del equipamiento que se debe adquirir para atender los objetivos de producción y establecer de esta manera un incremento del servicio después del primer año, con un 13% para el segundo año, el tercer año un 18%, cuarto año 24% y finalmente el quinto año con un 28%					
Incrementar las flotas de transporte para suplir las necesidades del cliente pasar de 5 servicios por día a 8 servicios					
Agilizar el proceso de entrega reduciendo el tiempo, en este proceso se puede establecer que el repartidor solamente llegue a retirar el producto e implementando el objetivo a largo plazo					
Mantener actualizada la aplicación de forma de que este sea más rápida para que el proceso que compre el usuario sea más rápido					

Fuente: Elaboración propia

6.2 Diseño y distribución de planta y oficina

El diseño y la distribución de oficinas y área de monitoreo de Servicios de compra para las operaciones mipymes.

- ❖ Área de monitoreo y servidor 5 metros de ancho x 4 metros de largo, (Estará ubicado do escritorio con dos computadoras, y servidor de red, también estará un aire acondicionado mini Split y 2 sillas de escritorio.

- ❖ Área de oficina 5 metros de ancho x 6 de largo, (Estará ubicado dos escritorios, con dos computadoras, cinco sillas de espera y un aire mini Split. Un baño

Ilustración 9. Plano general del establecimiento de la empresa



Fuente: Elaboración propia

7. Materia prima

Seleccionaremos a los mejores proveedores dentro de la industria de cosméticos, iniciando la búsqueda para poder calificar nuestros proveedores para garantizar a los clientes un estándar de calidad en los productos, y aparte de eso garantizar al cliente un buen servicio.

7.1 Necesidades de materia prima

Posteriormente en nuestra tabla se mostrará quienes serán nuestros posibles proveedores y los pedidos que se realizarán para cumplir con los pedidos establecido por el cliente.

Tabla 13. Listado de productos a ofrecer por categoría

CATEGORIA	PRODUCTOS
Capilar	Shampoo
	Acondicionador
	Mascarilla
	Gotas
	Serum
	Crema de peinar
	Protectores térmicos
	Tinte
CATEGORIA	PRODUCTOS
Maquillaje	Labiales
	Base
	Polvo
	Rubor
	Contorno
	Correctores
	Delineadores
	Lápiz de ceja
CATEGORIA	PRODUCTOS
Facial	Desmaquillante
	Toallas faciales
	Serum
	Tónico
	Cremas
	Protector solar

Fuente: Elaboración propia

7.2 Identificación de proveedores y cotizaciones

En la siguiente tabla presentamos a nuestros posibles proveedores que ofertan de acuerdo a las necesidades que tiene la empresa y quienes también cumplen

con la capacidad de abastecer a nuestra empresa, y poder brindar a nuestros clientes los altos estándares de calidad con lo que está comprometido Servicompras mipymes por lo que decidimos trabajar con Variedades Alba, Cosméticos bendiciones de Dios, Variedades Ivette, Grupo Dances, por sus enormes variedades de cosméticos y belleza general, cuentan con excelentes precios. En el periodo de tiempo esperamos establecer contactos con más empresas de ventas de cosméticos que garanticen el cumplimiento de disposición de los productos.

Tabla 14. Listado de proveedores

Item	Proveedor	Rubro
1	Variedades Alba	Cosméticos
2	Cosméticos bendición de Dios	Cosméticos
3	Variedades Ivette	Cosméticos
4	Grupo Dances	Cosméticos

Fuente: Elaboración propia

8. Manejo de inventarios

La empresa Servicompras mipymes no ha establecido un manejo de inventario, ya que somos una empresa facilitadora, en la cual no contamos con un stock de inventario de producto, ni con bodega.

En un plazo de 5 años se proyecta que contaremos con espacio disponible para bodega, en la cual el proveedor podrá almacenar sus inventarios, con una mensualidad de \$80, la cual obtendrán beneficios tales, publicidad, promocionando los artículos en las redes sociales de “Servicompras mipymes”, se pondrá en la Plataforma digital pymesnic, los productos en la sección de artículos más vendido (producto top).

La empresa Servicompras mipymes priorizará la preservación de los productos en un sitio seguro dentro de las instalaciones de la empresa, se llevará controles de inventarios constantes, además de llevar registro para evitar pérdidas de materiales o daños.

Nuestro tipo de almacenaje será interior en bloques, con los productos resguardada en un espacio seguro y apilado en estantería, maximizando el espacio disponible y el control de los productos.

9. Mano de obra requerida

La mano de obra requerida de Servicompas mipymes para sus inicios de operaciones es de 4 personas operarias, haciendo turnos de lunes a viernes de 8:00am a 5:00pm y sábado de 8:0am a 1:00pm.

Tabla 15. Descripción de actividades de puesto de operación

Actividad	Función	Número de personas	Tipo de habilidad
Área de monitoreo	En esta etapa el área de monitoreo selecciona al gestor o entregador para para que retire la mercadería, de igual forma este también monitoreara el proceso hasta realizar la entrega.	1	1. Conocimientos de equipos cómputos
			2. Conocimiento en paquete office
			3.Experiencia en atención al cliente
			4.Atencion, control y seguimiento
conductores	Esta será la persona encargada de la logística del traslado del producto.	2	1. Licencia de conducir categoría 1 y 2
			2. Licencia de conducir categoría 3

Fuente: Elaboración propia

10. Planes de mejoras continuas

El objetivo de Servicompas mipymes es establecer un plan de mejora continua en todas las áreas, con el fin de mejorar los procesos de la empresa en cuanto a la calidad de los productos y del servicio a brindar.

Como bien se ha planteado antes, Servicompas mipymes pretende abastecer a los emprendimientos de sector de cosméticos en los 7 distritos de la capital de Managua, por tal razón es importante marcar metas y objetivos.

Tabla 16. Descripción de plan de acción de mejora continúa

ítem	Acción	Como	Tiempo	Frecuencia
1	Reducir tiempo de entrega	Realizando cronogramas de ruta de entrega anticipadas con horarios. Monitoreo en tiempo real de la ubicación del encargado de entrega.	En cada entrega	Cada 15 minutos en tiempo real.
2	Preguntar por medio de vía telefónica como llega su pedido	Por medio de llamadas telefónica	En cada entrega	Cada entrega
3	Revisar proceso de entrega	Bajo control de logística	En cada pedido	Con antelación a la entrega
4	Disponibilidad de más transporte para traslado de pedidos	Contar con más vehículo propio de la empresa	En cada entrega de pedidos	En cada entrega.

Fuente: Elaboración propia

11. Políticas de calidad

Servicompras mipymes como empresa facilitadora de productos cosmético, es consciente y asume su compromiso con la calidad, según la norma de referencia ISO 9001:2015 por lo que la dirección establece los siguientes principios:

- a. Nuestros servicios garantizan el mantenimiento de la seguridad, calidad e integridad del producto durante el transporte.
- b. Establecemos objetivos de calidad que nos permitan evaluar la mejora continua de nuestros productos y servicios.
- c. Realizamos un análisis del contexto y de los procesos relevantes de la organización, estableciéndose las mejoras pertinentes en cada caso, en función de los resultados obtenidos y de los objetivos establecidos
- d. Realizamos un análisis de riesgos, adecuados al contexto de la organización, con el fin de adoptar medidas para minimizarlos.
- e. Nos comprometemos a que se determinen los requisitos del cliente y se cumplan con el propósito de aumentar la satisfacción de los mismos.

- f. Fomentamos la cooperación y el respeto mutuo con los empleados a fin de mejorar el funcionamiento de nuestra compañía y que los clientes reciban la mejor atención por nuestra parte.
- g. Garantizamos el correcto estado de las instalaciones y de los equipos necesarios para que estén en correspondencia con nuestra actividad. Nuestra flota es de última generación con bajo nivel contaminante y están equipados y cumplen con todas las garantías para responder a las necesidades logísticas de la industria belleza general y los parámetros descritos en el manual de buenas prácticas de distribución de cosméticos.

Ponemos nuestra política a disposición de las partes interesadas para que puedan consultarla.

IV. ORGANIZACIÓN

1. Objetivos de la empresa en el área organizacional

Objetivo general

Crear una estructura organizacional clara y eficiente que promueva la comunicación, la coordinación y la toma de decisiones dentro de la empresa.

Objetivo específico

Desarrollar políticas y procedimientos internos para la regulación de las funciones de la empresa y sus áreas.

b. Definir la descripción del puesto y las funciones que desempeñarán los empleados en cada puesto laboral.

c. Implementar prácticas de contratación justas que cumplan con las leyes laborales nicaragüense, promoviendo un ambiente de trabajo digno.

2. Gestión legal

2.1 Constitución de la sociedad

TESTIMONIO¹

ESCRITURA PUBLICA NUMERO (2535) (xx). CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANONIMA Y SUS ESTATUTOS. –

En la ciudad de Managua, departamento de Managua, Republica de Nicaragua, lugar de mi domicilio y residencia, a las 11 de la mañana del día 16 de septiembre del año dos mil veinte y dos. ANTE MÍ, PERLA MARIA TABLADA GOMEZ, mayor de edad, casada, Abogado y Notario Público de la República de Nicaragua, con Cedula de Identidad número 001-210680-0030A, debidamente autorizada para Caratular por la Excelentísima Corte Suprema de Justicia durante el quinquenio que finalizará el día trece de mayo del año dos mil veinte.- comparecen los señores: RICARDO JOSE QUINTANILLA LOPEZ, estudiante universitario., quien se identifica con Cédula de Identidad Ciudadana número

¹ Se refiere escritura pública de constitución de una sociedad anónima y sus estatutos.

001-251088-0062B; ALEJANDRO CESAR CORTEZ SANCHEZ, estudiante universitario, quien se identifica con Cédula de Identidad Ciudadana número 001-311000-1046M; y los dos mayores de edad, y de este domicilio; doy fe de conocer personalmente a los comparecientes y de que a mi juicio, tienen la suficiente capacidad civil necesaria para obligarse y contratar y especialmente para ejecutar este acto en el que proceden en su propio nombre e interés.- Exponen los comparecientes en su referido carácter y dicen PRIMERA: (DENOMINACION Y DOMICILIO DE LA SOCIEDAD).- La Sociedad se denominará "Servicompras mipymes,S.A." pudiendo usarse la expresión "SOCIEDAD ANONIMA", en forma abreviada "S.A.".- La Sociedad podrá usar como nombre comercial la denominación " Servicompras mipymes,S.A ", escrita en cualquier tipo de letra y presentada en cualquier estilo o forma.- Tendrá su domicilio legal en esta ciudad de Managua, pero podrá establecer sucursales, agencias y oficinas en cualquier otra parte de la República o fuera de ella, por decisión de la Junta de Directores.- Podrá cambiar su domicilio por decisión de la Junta General de Accionistas y de acuerdo con las leyes de la materia.- SEGUNDA: (DURACION): La duración de la Sociedad será de noventa y nueve (99) años, contados a partir de la fecha de la presente Escritura.- TERCERA: (OBJETO): La Sociedad tendrá por objeto dedicarse a la gestión de servicios de entrega logística por medio de una Plataforma digital móvil, donde se realizaran entrega de mercadería de inventario a empresas Mipymes de Managua por vía de motocicleta y vehículos . CUARTA: (CAPITAL SOCIAL): El capital social será la suma de DOCIENTOS MIL CORDOBAS NETOS (C\$), divididos en DOS (2) ACCIONES, nominativas e inconvertibles al portador, con valor de RICARDO JOSE QUINTANILLA LOPEZ CON 50%, ALEJANDRO CESAR CORTEZ SANCHEZ 50% (C\$).- Podrán emitirse certificados para una o varias acciones.- QUINTA: (JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS): La más alta autoridad de la Sociedad es la Junta General de Accionistas, cuyos acuerdos y resoluciones serán obligatorios para todos los socios, siempre que se hubiere dictado en la forma establecida por esta Escritura y en los Estatutos que se emitirán.- Las Juntas Generales serán Ordinarias o Extraordinarias celebrándose las primeras una vez al año, en la época en que señalen los Estatutos y las segundas, cuando lo acuerde la Junta de Directores, o cuando lo pidan por escrito con expresión de objeto y causa, accionistas cuyas participaciones reunidas representen por

lo menos un sesenta por ciento (60%) del capital social.- Las Juntas Generales podrán celebrarse en Nicaragua o fuera del país.- Las convocatorias para unas y otras se harán con quince días de anticipación por lo menos, por medio de avisos publicados en cualquier diario de circulación nacional y de citaciones individuales enviadas por carta certificada, fax, telegrama, radio o cablegrama, siendo obligación de la Junta de Directores enviar las convocatorias por carta aérea certificada o cable a los accionistas no residentes en Nicaragua.- Las convocatorias para las Juntas Generales Extraordinarias especificarán el objeto de la Junta respectiva y no podrán válidamente tomarse resoluciones sobre asuntos no especificados en ellas.- Para que las Juntas Generales Ordinarias o Extraordinarias puedan constituirse, es preciso que concurren a ella, por lo menos el sesenta por ciento (60%) de las acciones que integran el capital social.- Si por falta de quórum no pudiese constituirse la Junta en la fecha señalada en la primera citación, se hará una segunda convocatoria con las mismas formalidades dichas y habrá quórum con la presencia de cualquier número de accionistas que se hagan presentes.- Los socios que por cualquier motivo no puedan concurrir a una sesión de la Junta General de Accionistas, podrán hacerse representar mediante poder otorgado, aún por carta, telegrama, radiograma, cablegrama o fax.- No obstante, los requisitos expresados en esta cláusula para la debida convocatoria de las Juntas Generales de Accionistas, éstas serán válidas cuando se celebren con la asistencia o representación de todos los socios que sean dueños del total de las acciones, aunque no se hubieren llenado las formalidades dichas.- SEXTA: (JUNTA DE DIRECTORES): La Junta de Directores tendrá el manejo, dirección y administración de los negocios sociales con facultades de un apoderado generalísimo, y en consecuencia podrá ejecutar y llevar a cabo por medio del Presidente de la misma, de cualesquiera de sus miembros designados al efecto, del Gerente General, o de cualquier otro apoderado designado con ese propósito, cualquier acto o negociación que fuere decidido y aprobado por ella, salvo aquellos que de conformidad con las leyes vigentes, esta Escritura o los Estatutos, estén reservados a la Junta General de Accionistas.- La Junta de Directores se compondrá de tres miembros, quienes desempeñarán las funciones de Presidente, Secretario y Tesorero, respectivamente.- La Junta General de Accionistas, podrá ampliar el número de miembros que integrarán la Junta de

Directores, debiendo acordarlo, antes de proceder a su elección, debiendo, además, señalar los cargos que desempeñarán los nuevos Directores así electos.- Serán electos los Directores, de entre los socios de la Sociedad, por la Junta General de Accionistas en la sesión correspondiente, con indicación de cargo.- Para tales efectos, se tendrá como accionista para ser electo Director, al representante legal de una persona jurídica que tuviere acciones registradas en la Sociedad.- Los Directores electos ejercerán sus funciones por un período de dos (2) años.- Los miembros de la Junta de Directores podrán ser reelectos una o más veces.- Caso de que no se eligieren oportunamente a los nuevos miembros de la Junta de Directores, continuarán en sus funciones los que estuvieren en ejercicio, hasta que se verifique la nueva elección y tomen posesión de sus cargos los nuevos miembros electos.- En caso de vacante por revocación del nombramiento, renuncia, muerte o incapacidad civil, la Junta General de Accionistas elegirá a la persona que habrá de sustituir al que cause la vacante para completar el período para que éste fue electo.- Las sesiones de la Junta de Directores se celebrarán cuando sean convocadas por el Presidente o el que haga sus veces, con quince (15) días de anticipación.- Los miembros de la Junta de Directores podrán hacerse representar por poder cuando no puedan asistir a las sesiones en persona, por medio de otro Director.- Dichas sesiones podrán celebrarse dentro o fuera de la República de Nicaragua.- El quórum en la Junta de Directores se formará con la presencia del total de sus miembros.- En caso se aumentare el número de Directores el quórum se constituirá con la mayoría simple del número de miembros que la compongan.- SEPTIMA: (CONCURRENCIA MEDIANTE PODER): El poder mediante el cual se pueden hacer representar los socios en la Junta General de Accionistas y los Directores en las sesiones de la Junta de Directores, puede ser abierto a todas las Juntas Generales de Accionistas y sesiones de la Junta de Directores o referido a una determinada Junta General de Accionistas o sesión de la Junta de Directores y en este último caso, el poderdante podrá dar al apoderado instrucciones precisas y concretas de cómo votar en relación a los asuntos a tratar, tanto en las Juntas Generales de Accionistas, como en las sesiones de la Junta de Directores.- OCTAVA: (VIGILANCIA): La vigilancia de la Administración Social estará confiada a un vigilante.- Dicho vigilante podrá ser accionista o no y será electo por la Junta General de Accionistas con las formalidades

establecidas para los miembros de la Junta de Directores y para un período similar.- NOVENA: (GERENCIA GENERAL): La Junta de Directores podrá designar un Gerente General, quien ejercerá la administración inmediata de los negocios y operaciones de la Sociedad, sujeto a las instrucciones que reciba de dicha Junta y bajo su dirección, siendo sus atribuciones y deberes los que establezcan los Estatutos.- DECIMA: (SOCIOS FUNDADORES): Los socios fundadores declaran expresamente que no se reservan ninguna ventaja, privilegios ni derechos particulares.- No hay acciones remuneratorias.- DECIMA-PRIMERA:(CONTABILIDAD, BALANCES Y DIVIDENDOS): La Sociedad llevará todos los libros necesarios, habida consideración de la naturaleza de los negocios a que se dedicará y de acuerdo a lo preceptuado por la ley.- El ejercicio económico de la Sociedad será el que establezca la ley.- Los Balances se formarán anualmente junto con los Estados Anuales de Ganancias y Pérdidas y serán presentados para su examen, modificación y aprobación de la Junta General de Accionistas en su primera sesión ordinaria de cada año posterior al cierre del ejercicio fiscal.- La Junta General decretará, si lo cree conveniente, los dividendos a pagar y la forma en que éstos deberán ser pagados, pudiendo delegar esta última decisión en la Junta de Directores.- DECIMA-SEGUNDA: (RESOLUCIONES): Los acuerdos de las Juntas Generales de Accionistas, deberán ser tomados en reuniones de primera convocatoria con un mínimo de un sesenta por ciento (60%) de votos favorables; en reuniones de segunda convocatoria con un mínimo de un cincuenta y uno por ciento (51%) de votos favorables.- Los acuerdos de la Junta de Directores deberán ser tomados por la mayoría de votos presentes y en caso de empate el Presidente decidirá con doble voto.- Se requiere la presencia personal o por medio de apoderado de propietario de acciones que representen las tres cuartas partes del capital social y el voto favorable por lo menos del sesenta por ciento (60%) del capital social, para resolver lo siguiente: a) Disolución anticipada de la Sociedad; b) Prórroga de su duración; c) Fusión con otra sociedad; d) Reducción del capital social; e) Reintegro o aumento del mismo; f) Cambio del objeto de la Sociedad; y g) Cualesquiera otra modificación al presente acto constitutivo.- DECIMA-TERCERA: (FONDO DE RESERVA): Se destinará a la constitución de un Fondo de Reserva una cantidad no inferior a la vigésima parte de las ganancias líquidas anuales de la Sociedad hasta que dicho Fondo represente, por lo menos, la

décima parte del capital social.- El Fondo de Reserva habrá de reintegrarse cuantas veces se hallare reducido por cualquier causa.- La Junta de Directores podrá crear otras reservas que crea convenientes además de las aquí estipuladas.- DECIMA-CUARTA: (REPRESENTACION): Sin perjuicio de los poderes que la Junta de Directores confiera, tendrá la representación de la Sociedad el Presidente de dicha Junta y el Tesorero indistintamente, quienes tendrán las facultades de un apoderado generalísimo, para todos los asuntos o negocios, ya sean judiciales o extrajudiciales, administrativos, contenciosos administrativos, de comercio, criminales, de policía o de cualquier otro orden, pudiendo otorgar cualquier tipo de poder a terceros.- Necesitará del acuerdo de la Junta de Directores para vender, hipotecar y de cualquier manera enajenar los bienes inmuebles de la Sociedad y dar en prenda los bienes muebles de la misma.- En caso de ausencia temporal o definitiva del Presidente, la representación con todas sus atribuciones, corresponderá al Secretario, para mientras se elige el nuevo Presidente, en la última circunstancia señalada.- DECIMA-QUINTA: (DISOLUCION Y LIQUIDACION): La Sociedad terminará en cualquiera de los casos previstos en las leyes mercantiles de la República, con las modificaciones que se establezcan en los Estatutos.- Disuelta la Sociedad se procederá acto seguido a la liquidación, sujetándose a las disposiciones legales pertinentes y a las regulaciones que establezcan los Estatutos.- Los liquidadores tendrán las facultades que las leyes les confieren y la que los Estatutos o la Junta General de Accionistas les atribuyan.- DECIMA-SEXTA: (ARBITRAMENTO): Los litigios que pudieran surgir entre los accionistas entre sí o entre los accionistas y los órganos administradores de la Sociedad en relación con la administración social, con los derechos de los socios o con la interpretación de la presente Escritura y de los Estatutos, serán necesariamente decididos por arbitramento de amigables componedores, nombrados por las partes en disputa y de acuerdo con lo que se establezca en los Estatutos.- DECIMA-SEPTIMA: (SUSCRIPCION Y APORTE DE CAPITAL): Los socios suscriben y pagan cada uno el siguiente número de acciones: El socio RICARDO JOSE QUINTANILLA LOPEZ CON 50%(C\$), Alejandro Cesar Cortez Sánchez 50% (C\$), Los socios limitan su responsabilidad frente a tercero, al monto de sus respectivos aportes de capital.- El transfer miento de las acciones en relación a la Sociedad y en relación a tercero, se tendrá por definitivo mediante el endoso y su

correspondiente inscripción en el Libro de Registro de Acciones y mientras dicha inscripción no se hubiere verificado, la acción se reputará para todos los efectos legales, en manos del anterior tenedor.- DECIMA-OCTAVA: (ESTATUTOS): Siendo los exponentes los únicos socios con acciones suscritas y pagadas, se constituyen en Junta General de Accionistas y emiten los siguientes Estatutos por los que también se regirá la Sociedad, dando todos y cada uno de ellos su expresa aprobación de la siguiente manera: "Estatutos de: "Servicompras mipymes S.A, SOCIEDAD ANONIMA": Capítulo Primero: Cambio de Domicilio.- Artículo Uno: En caso de cambio del domicilio legal se dará aviso al público con quince (15) días de anticipación y se practicará la inscripción en el Registro correspondiente del nuevo domicilio.- Esta disposición regirá para el cambio de las sucursales que se abrieran.- Capítulo Segundo: De las Acciones y sus Transferencias.- Artículo Dos: Las acciones serán nominativas e inconvertibles al portador.- No harán acciones remuneratorias.- Artículo Tres: Las acciones se firmarán por el Presidente y el Secretario de la Sociedad, debiendo contener su texto lo siguiente: Denominación de la Sociedad; lugar de su domicilio; la fecha de su constitución e inscripción en el Registro Mercantil; el importe del capital social y el número de acciones en que está dividido; el valor nominal del título; el nombre de la persona a quien se expide; el hecho de estar totalmente pagadas, la fecha de expedición y firmas.- En caso de emitir certificados que congloben a su vez varias acciones estos certificados deberán tener siempre las denominaciones requeridas y además el número de acciones que acreditan.- Artículo Cuatro: Mientras no se extiendan los títulos definitivos podrán librarse Resguardos o Certificados Provisionales que acrediten el derecho de los accionistas.- Artículo Cinco: Cuando un Resguardo o Certificado Provisional o una Acción o Certificado de Acciones se perdiere, estuviere sustancialmente mutilado, inutilizado o destruido, se publicará en cualquier diario de circulación nacional, la solicitud de reposición que el interesado hubiere hecho ante la Secretaría a fin de que quien se considere con derecho ocurra dentro de los treinta (30) días a hacerlo valer ante la Junta de Directores.- Este organismo decidirá sin recurso de ninguna clase y sin que haya lugar a reclamo judicial sobre el particular y procederá a la restitución del título extendiendo uno nuevo en el que se explicará ser duplicado, previa fianza del interesado para responder por cualquier cuestión relativa a la nueva expedición.- Al hacerse el registro del

nuevo título se hará explicación en el libro respectivo quedando de hecho cancelado el original.- Capítulo Tercero: Junta General de Accionistas, sus Atribuciones.- Artículo Seis: Las Juntas Generales de Accionistas serán Ordinarias y Extraordinarias y se llevarán a cabo conforme lo previsto en la Escritura Social.- La Ordinaria, como mínimo dentro de los tres (3) meses posteriores al cierre del ejercicio económico de la Sociedad.- Artículo Siete: Todo acuerdo de la Junta General de Accionistas, así como las resoluciones que emita, para que sean válidas deberán hacerse constar en el Libro de Actas de la Sociedad, las que deberán ser firmadas por lo menos por el Presidente y el Secretario o el Tesorero.- Artículo Ocho: La Junta General de Accionistas tendrá las siguientes atribuciones: a) Elegir a los miembros de la Junta de Directores, pudiendo aumentar el número de los miembros que la integrarán; b) Aprobar, reformar o improbar los actos y resoluciones de la Junta de Directores; c) Examinar, aprobar o improbar los Balances y Estados Financieros de la Sociedad; d) Tomar las medidas necesarias para aumentar el porcentaje a fin de reintegrar con mayor rapidez el Fondo de Reserva, cuando éste fuere disminuido; e) Emitir resoluciones sobre el informe del vigilante; f) La adquisición de acciones de la misma Sociedad, de acuerdo a lo dispuesto en el Código de Comercio vigente; g) Resolver sobre la fusión o absorción de la Sociedad por otra persona jurídica y la participación de la misma, en otra sociedad, con idénticos o distintos fines a los de ella; h) Resolver sobre la disolución anticipada de la Sociedad; prórroga de su duración; reducción o aumento del capital social; cambio del objeto de la Sociedad, y cualesquiera otra modificación a los documentos constitutivos; e i) Ejercer las demás funciones que la ley, la Escritura Social y estos Estatutos le atribuyan.- Los puntos acordados en los incisos g) y h) que anteceden, solo podrán ser tratados y resueltos en Juntas Generales Extraordinarias de Accionistas convocadas para tal efecto.- Capítulo Cuarto: De la Junta de Directores.- Artículo Nueve: La administración, dirección y manejo de los negocios sociales, estarán a cargo de la Junta de Directores.- Artículo Diez: El Presidente y el Secretario, representarán a la Sociedad, judicial y extrajudicialmente, con facultades de Apoderados General de Administración, con las limitaciones establecidas en la Escritura Social.- Artículo Once: En ausencia temporal del Presidente, ejercerá sus funciones con los mismos poderes y facultades el Tesorero.- Artículo Doce: El Presidente ejercerá la

vigilancia de todos los negocios sociales e inspeccionará cuando lo tenga a bien, los trabajos de la Sociedad.- Convocará a sesiones de la Junta de Directores y de la Junta General de Accionistas, de acuerdo a la Escritura Social y estos Estatutos; suscribirá conjuntamente con el Tesorero los Resguardos Provisionales y los Certificados Definitivos de Acciones; firmará conjuntamente con el Tesorero las Actas de las sesiones de la Junta de Directores y de la Junta General de Accionistas; podrá abrir cuentas corrientes en cualquier institución bancaria del país y del extranjero y librar cheques contra las mismas, los cuales firmará junto con el Tesorero y desempeñará todas las demás funciones que la ley, la Escritura Social, estos Estatutos y los reglamentos y resoluciones sociales contemplen.- Artículo Trece: El Secretario será el órgano de comunicación de la Sociedad, de la Junta de Directores y de la Junta General de Accionistas; asentará las respectivas actas en el libro correspondiente y librárá toda clase de certificaciones de las mismas, las cuales pueden también ser libradas por Notario Público y conservará en su poder el Libro de Actas.- Suscribirá y publicará todos los avisos convocatorios; firmará y remitirá las citaciones a los socios para las sesiones correspondientes, lo mismo que a los miembros de la Junta de Directores, sustituirá al Tesorero en caso de ausencia temporal y en caso de ausencia definitiva, en este último caso, para mientras la Junta General de Accionistas elige un nuevo Tesorero y desempeñará todas las demás funciones que la ley, la Escritura Social, estos Estatutos y los reglamentos y resoluciones sociales contemplen.- Artículo Catorce: El Tesorero deberá cuidar de que la contabilidad de la Sociedad se lleve al día; firmará con el Presidente, los Resguardos Provisionales y los Certificados Definitivos, que se emitan en relación a las acciones sociales, y conservará en su poder el Libro de Registro de Acciones y los talonarios de los certificados de acciones, sustituirá al Secretario en caso de ausencia temporal y en caso de ausencia definitiva, en este último caso, para mientras la Junta General de Accionistas elige un nuevo Secretario y desempeñará todas las demás funciones que la ley, la Escritura Social, estos Estatutos y los reglamentos y resoluciones sociales contemplen.- Artículo Quince: El vigilante se encargará de la inspección y fiscalización de los negocios, pudiendo no ser accionista.- Sus atribuciones son: Comprobar en cualquier tiempo los libros, caja, valores y cartera de la Sociedad; velar por la marcha de las operaciones en un todo de acuerdo con la Escritura Social, los

Estatutos y las resoluciones de la Junta de Directores y de la Junta General de Accionistas; hacer arqueos y comprobaciones en caja; revisar los Balances y Estados de Ganancias y Pérdidas; cuidar de la buena inversión de los fondos; asistir a las Juntas Generales de Accionistas en sus reuniones ordinarias y cuando fuere citado para ello, presentando los informes necesarios y haciendo las observaciones que creyere oportunas.- Artículo Dieciséis: Son atribuciones de la Junta de Directores: Convocar por Secretaría a Junta General de Accionistas y a las sesiones de la misma; emitir los Resguardos Provisionales o los Certificados Definitivos de acciones o cualquier repuesto de los mismos; supervisar la marcha de los negocios sociales; cumplir y hacer cumplir los contratos legalmente celebrados y las disposiciones, acuerdos y resoluciones de la Junta General de Accionistas de todo cuanto actuare; pasar oportunamente el Balance General al vigilante antes de someterlo a la Junta General de Accionistas y designar un Gerente General que bien puede ser uno de los accionistas si así lo creyere conveniente; nombrar apoderados generalísimos, generales, judiciales o especiales de la Sociedad, y en general, llevar a cabo todos los actos necesarios en el curso normal de los negocios.- Para todo acto fuera del curso normal de los negocios se requerirá la aprobación de la Junta General de Accionistas.- Artículo Diecisiete: El Gerente General, de acuerdo con la Escritura Social y estos Estatutos, tendrá bajo la dirección de la Junta de Directores, las siguientes atribuciones: Administrar directamente los negocios sociales; nombrar los empleados inferiores; vigilar que la contabilidad se lleve de acuerdo con la ley y la Escritura Social; celebrar los contratos que ordene la Junta de Directores; formular y someter a la Junta de Directores los Balances periódicos, rindiendo todo informe que le solicite aquel organismo; abrir cuentas corrientes en cualquier institución bancaria del país y librar cheques contra las mismas, los cuales firmará junto con el Presidente o el Secretario en su defecto tomar en arriendo, bienes muebles o inmuebles; efectuar las compras necesarias para los negocios sociales y vender los artículos de la Sociedad y concurrir ante la Junta de Directores cuando ésta así lo disponga; rendir los informes y hacer las sugerencias que se consideren oportunas.- Capítulo Quinto: Reducción y Aumento de Capital; Modificación y Disolución de la Sociedad.- Artículo Dieciocho: Para decretar reducción o aumento del capital social y para la modificación o disolución de la Sociedad, se requerirá la mayoría prevista en la

ley y en la Escritura Social, debiendo librarse certificación literal del acta de la Junta General de Accionistas, por Secretaría o por Notario Público, para su inscripción en los Registros respectivos, sin necesidad de otorgar instrumento público, salvo para el caso de disolución de la Sociedad, en la cual deberá otorgarse la correspondiente escritura pública.- La disolución y liquidación de la Sociedad se hará de conformidad, con lo establecido en la ley de la materia.-

Capítulo Sexto: Arbitramento.- Artículo Diecinueve: Los litigios o desavenencias que pudieren surgir entre los socios o entre éstos y los organismos sociales, en relación con la administración social, con los derechos de los socios o con la interpretación del pacto social, serán necesariamente dirimidos por arbitramento de amigables componedores, nombrados por las partes en discordia.- Artículo Veinte: Las partes en discordia una vez planteado el diferendo, deberán nombrar dentro del plazo de diez (10) días, un árbitro cada una.- Dichos árbitros antes de entrar a conocer del asunto objeto del arbitramento y dentro de los diez (10) días siguientes de haber tomado posesión de sus cargos, nombrarán un tercer arbitrador para que dirima la discordia que pudiere surgir entre ellos.- Los dos árbitros o el tercero en su caso, deberán dictar su laudo sobre el asunto discutido, dentro del plazo de treinta (30) días contados de la toma de posesión de cada uno.- Si los árbitros no designaren el tercer árbitro, dentro del plazo estipulado con anterioridad, cualquiera de las partes podrá solicitar su designación, a uno de los Jueces del Distrito para lo Civil de Managua, siendo competente para ello, el primero ante quien se hubiere formulado solicitud en tal sentido.- Del fallo final que se dicte en el procedimiento arbitral, no habrá recurso alguno, pues todos se entienden renunciados.- Si sólo una de las partes nombrare el árbitro, éste será competente para dirimir la discordia.- En esta forma quedan aprobados los Estatutos de "Servicompras mipymes" (Servicompras mipymes S.A).- DECIMA-NOVENA: (DISPOSICION TRANSITORIA): En este mismo acto, los accionistas de la Sociedad " de " Servicompras mipymes S.A, SOCIEDAD ANONIMA", proceden en tercer lugar, en forma unánime a elegir la Junta de Directores que regirá los destinos de la Sociedad durante el primer período de dos (5) años, Mientras solo existan dos socios el Presidente ejercerá las funciones de Tesorero, y un Secretario, eligiéndose por la Junta General de Accionistas verificada en este acto, al socio RICARDO JOSE QUINTANILLA LOPEZ, Presidente, al socio, Alejandro Cesar

Cortez Sánchez - VIGESIMA: (CLAUSULA ESPECIAL.- SOLICITUD DE INSCRIPCION DE COMERCIANTE Y DEL LIBRO DE ACTAS Y DE CONTABILIDAD): El compareciente RICARDO JOSE QUINTANILLA LOPEZ, actuando ya como Representante Legal de "Servicompras mipymes S.A, SOCIEDAD ANONIMA" dice: habiéndose constituido dicha sociedad para ejercer sus actividades con domicilio en la ciudad de Managua dentro del marco de su objeto según ha quedado establecido en la Cláusula Tercera de la presente escritura y por cuanto se propone iniciar sus operaciones mercantiles inmediatamente a partir de su inscripción en el Registro Público correspondiente, con el propósito de completar los trámites para la obtención de su personalidad jurídica de acuerdo con el Código de Comercio vigente, de la manera más atenta solicita al Señor Registrador Público Mercantil de Managua, se sirva registrar dicha sociedad como Comerciante en el Libro Primero del Registro Público Mercantil a su digno cargo, extendiendo, al pie del Testimonio que se libre de la presente Escritura, la correspondiente razón de dicha inscripción. También declara que acompañará a dicho testimonio los ejemplares respectivos del Libro de Actas, del Libro de Registro de Acciones y de los Libros de Contabilidad, Diario y Mayor de dicha entidad mercantil, con el ruego desde ahora de que se sirva razonarlos en la forma prevista legalmente.- Así se expresaron los comparecientes, bien instruidos por mí la Notario, acerca del objeto, valor y trascendencia legales de este acto; del de las cláusulas generales, que aseguran la validez de este instrumento; del de las renunciaciones, que en concreto han hecho, y del de las cláusulas especiales, que envuelven renunciaciones y estipulaciones implícitas y explícitas y de lo relativo a su inscripción en el Registro competente.- Leído que fue por mí la Notario, todo lo escrito íntegramente a los comparecientes, aquellos expresaron su conformidad, ratificando su contenido, sin hacerle alteración, ni modificación alguna.- Firman todos junto conmigo.- Doy fe de todo lo relacionado.- (F) ILEGIBLE.- (F) ILEGIBLE.- (F) ILEGIBLE.- (COMPARECIENTES).- (F) ILEGIBLE.- (NOTARIO PÚBLICO).- PASO ANTE MI: DEL FRENTE DEL FOLIO NUMERO CINCO AL FRENTE DEL FOLIO NÚMERO SIETE, DE ESTE MI PROTOCOLO NÚMERO TRECE QUE LLEVO EN EL PRESENTE AÑO SERIE "G" NUMERO 7771986 Y 7771987, A SOLICITUD DEL RICARDO JOSE QUINTANILLA LOPEZ, EXTIENDO ESTE PRIMER TESTIMONIO EN ONCE HOJAS ÚTILES DE PAPEL DE LEY SERIE

“O” NÚMERO 1603627, 1603628 Y 1603629, QUE FIRMO RUBRICO Y SELLO EN LA CIUDAD DE MANAGUA A LAS 11 DE LA MAÑANA DEL DÍA 11 DE JUNIO DEL AÑO DOS MIL DIECINUEVE.-

PERLA MARÍA PEÑA PEREZ

NOTARIO PÚBLICO

Carnet CSJ 15486

2.2 Obligaciones tributarias de la empresa

a) Registro ante la alcaldía de Managua

- ❖ Fotocopia de cedula ruc y cedula de identidad del contribuyente.
- ❖ Carta de poder, si actúa en representación del contribuyente.
- ❖ Fotocopias de cedula de identidad del representante legal o de la persona autorizada para realizar el trámite.
- ❖ Fotocopia de la inscripción de los libros diarios y mayor.
- ❖ Anticipo de matrícula.
- ❖ Copia del acta de constituyente de la sociedad, debidamente inscrita en el registro mercantil de Managua.
- ❖ Formulario de apertura de matrícula.
- ❖ El valor de matrícula del negocio para las personas jurídicas equivale al 1% de su capital social o individual.
- ❖ Las personas naturales poseen negocio deberán pagar un anticipo de matrícula, al realizar la confirmación de su matrícula dentro de los dos meses subsiguientes a su apertura, se establecerá el valor que debe contemplar.

b) Registro ante Instituto Nacional de Seguridad Social

Facultativo integral.

En este sistema, el INSS proporciona prestaciones integrales a los asegurados para cubrir necesidades a corto, mediano y largo plazo, que incluyen atención médica, con la excepción de aquellas relacionadas con accidente laborales, que no están contemplada en este régimen.

- ❖ El porcentaje de cotización es del 22.25% del ingreso declarado por el asegurado, basado en el salario mínimo establecido.
- ❖ Menos de 50 trabajadores; porcentaje patronal 21.50% porcentaje laboral 7%.

- ❖ Más de 50 trabajadores; porcentaje patronal 22.50% porcentaje laboral 7%.

c) Registro mercantil

- ❖ Escritura de constitución de sociedad, en original.
- ❖ Solicitud de inscripción como comerciante original en papel sellado, firmada por el propietario.
- ❖ Fotocopia de la cedula de identidad o pasaporte de la persona que firma la solicitud de comerciante.
- ❖ Libros contables de la empresa (Diario, Mayor, Acta y Acciones).
- ❖ Poder general de administración, en papel sellado con timbre fiscales.

3. Estructura de la empresa

3.1 Organigrama de la empresa

Ilustración 10. Organización de la empresa proyectada a 5 años



Fuente: Elaboración propia

4. Método de selección y contratación de la empresa

Para comenzar, enumeramos los 11 pasos de los procesos de contratación que se realizara en Servicompras mipymes;

1. Determinar el objetivo de la contratación.
2. Identificar a las personas que participan en el proceso.
3. Redactar la descripción del puesto.
4. Buscar personal para el puesto.
5. Revisar las solicitudes.
6. Realizar una llamada de sondeo.
7. Evaluar las competencias.
8. Llevar a cabo entrevistas.
9. Tomar una decisión.
10. Revisar los antecedentes y las referencias.
11. Realizar una oferta del empleo y negociar.

5. Tabla de puesto y funciones

Tabla 17. Tabla de funciones y puesto

Puesto	Requisitos	Funciones	Salario
Gerente de finanza	Experiencia en finanzas corporativas.	Identificar oportunidades para maximizar ingresos.	C\$ 10,493.79
	Licenciatura en Finanzas o campo similar	Supervisar y gestionar la contabilidad financiera.	
		Desarrollar estrategias para optimizar costos operativos.	
Área de mercadeo	Habilidades analíticas y creativas.	Desarrollar y supervisar campañas publicitarias.	C\$ 10,493.79
	Grado en Marketing o campo relacionado	Posicionar el servicio en el mercado	
	Experiencia en estrategias de marketing.	Colaborar con aliados estratégicos y influencers	
	Habilidades de comunicación y entrevista.	Identificar talento adecuado para roles específicos.	

Talento Humano	Título en Recursos Humanos o campo relacionado.	Colaborar con gerentes para entender las necesidades de personal y garantizar una fuerza laboral competente	C\$ 10,493.79
	Experiencia en reclutamiento.	Diseñar y ejecutar estrategias de reclutamiento y retención.	
Área operativa	Experiencia en gestión logística.	Supervisar y optimizar la cadena de suministro.	C\$ 10,493.79
	Habilidades de planificación y organización.	Colaborar con proveedores y socios para mejorar la eficiencia en la entrega.	

Fuente: Elaboración propia

V. FINANZA

1. Introducción

Las finanzas desempeñan un papel fundamental en cualquier proyecto, ya que son el motor que impulsa su viabilidad, sostenibilidad y crecimiento a lo largo del tiempo. Desde la etapa inicial de planificación hasta la fase de ejecución.

La gestión financiera adecuada es esencial para el éxito de cualquier iniciativa de proyectos empresarial.

En este contexto las finanzas se ocupan de las asignaciones de los recursos escasos con el fin de lograr los objetivos establecidos de la manera más eficiente y efectiva posible, esto implica la identificación de la fuente de financiamiento y capitalización de este, como lo son las estimaciones de costos, elaboración de presupuestos el seguimiento del rendimiento financieros y las tomas de decisiones estratégicas para maximizar el retorno de la inversión.

Además, este proyecto empresarial no solo se centrará en los aspectos monetarios, sino que también abarcará las evaluaciones de la rentabilidad, la valoración de los activos, la gestión del capital de trabajo, planificación fiscal.

En resumen, servicios de compras para las operaciones mipymes como un proyecto, pretende aplicar los principios financieros ya que es muy fundamental para garantizar la viabilidad desde la apertura, desde el periodo en marcha lo que se proyecta en cinco años.

En este sentido, la gestión financiera eficaz se convierte en un factor de crecimiento en el que influyen todas las etapas y aspecto de este proyecto.

2. Objetivos

2.1 General

Garantizar la eficiencia en la asignación de recursos financieros, llevando al máximo el valor generado en este proyecto y asegurando su viabilidad a largo plazo.

2.2 Específico

- ❖ Maximizar el retorno de la inversión, un proyecto en marcha lo que busca es llevar al máximo el rendimiento de los recursos financieros invertido, asegurando que los beneficios generados superen los costos incurridos.
- ❖ Evaluar la rentabilidad y viabilidad financiera, determinando su capacidad para generar flujo de efectivo positivos y asegurando la sostenibilidad a largo plazo.

3. Identificación de los principales costos y gastos

Esta matriz proporciona una visión detallada de los diferentes elementos del costo y gastos que se deben tener en cuenta en la apertura de este proyecto. Lo que facilita la planificación, el seguimiento y control de los recursos financieros a largo plazo o el periodo en marcha.

3.1 Construcción de la matriz general de costo

Tabla 18. Clasificación de costos fijos y variable

SERVICIOS DE COMPRAS PARA LAS OPERACIONES MIPYMES

RUC. J0310000251088

CLASIFICACION DE COSTOS FIJOS

MONEDA NACIONAL

N°	DESCRIPCION	UND M	CANTIDAD	CTOS C\$	CTO UNITARIO	TOTAL, C\$	%	valor de costos por servicio	CTO FIJO	CTOS VARIABLES
1	Salario de conductor de transportes	unidad	2	10,493.79	-	20,987.58	53%	58.30	✓	

2	seguros de vehículos NISSAN FORTE 2009 -Seguros Inisser	unidad	1			3,662.43	305.20	1 %	0.85	✓	
3	Seguros de moto pulsar NS 125- Seguros América	unidad	1			3,142.36	261.86	1 %	0.73	✓	
4	Sistema de seguridad y rastreo GPS (TRANKINICA)	unidad	2			549.36	1,098.73	3 %	3.05	✓	
5	Pago de sticker de rodamiento Moto Pulsa NS 125	unidad	1	50.00		-	4.17	0 %	0.01	✓	
6	Pago de sticker de rodamiento Vehículo Nissan forte 2009	unidad	1	125.00		-	10.42	0 %	0.03	✓	
7	servicios de internet Tigo 10 MB	unidad	1	2,577.08		-	2,577.08	6 %	7.16	✓	
8	Mantenimiento de plataforma, red, y actualizaciones	unidad	1	5,062.92			421.91	1 %	1.17	✓	
9	salario de monitoreo computarizado	unidad	1	10,493.79		-	10,493.79	26 %	29.15	✓	
							C\$ 36,160.74	91 %			
TOTAL, COSTOS FIJO											
1	Combustible Moto pulsar NS 125	litros	10.49	48.98		-	513.80	1 %	1.43		✓
2	combustible vehículo Nissan Forte 2009	litros	22	48.98		-	1,077.56	3 %	2.99		✓

3	Mantenimiento de vehículo Nissan Forte 2009	unidad	1	1,300.00	-	1,300.00	3 %	3.61		✓
4	Mantenimiento de moto pulsar NS 125	unidad	1	900.00	-	900.00	2 %	2.50		✓
TOTAL, COSTOS VARIABLE						C\$ 3,791.36	9 %	110.98		
TOTAL, EN COSTOS						39,952.10	0 %			

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19. Clasificación de gastos

No.	Descripción	U/M	Cantidad	Valor unit C\$	Gastos	Total C\$	%	Gastos vtas	Gastos admón
1	Seguro de oficina contra incendio y robo	unidad	1		7,324.86	7,324.86	22.0%	40%	60%
2	Publicidad y promoción	unidad	1			2,014.34	6.0%	100%	0%
3	Energía eléctrica de oficina	kwh	560	8.72		4,884.77	14.6%	40%	60%
4	Pago de alquileres de oficina	unidad	1			18,312.15	54.9%	40%	60%

5	agua potable	galones	1	817.30		817.30	2.5%	40%	60%
---	--------------	---------	---	--------	--	--------	------	-----	-----

33,353.41 100.0
%

Fuente: Elaboración propia

3.2 Cálculo del punto de equilibrio

Tabla 20. Punto de equilibrio

Servicios de compras para las operaciones mipymes			
RUCJ0310000251088			
Cálculo del punto de equilibrio			
moneda nacional			
	Anual		
	Costos fijos	C\$	479,425.19
	Precio de venta	C\$	180.00
	Costo de venta	C\$	110.98
	punto de equilibrio		6946 unidades
	+ (costo de venta*punto de equilibrio)- (costo de venta*punto de equilibrio)-costo fijos		C\$0.00
	Monetario anual		
	Costos fijos	C\$	479,425.19
	Precio de venta	C\$	180.00

Servicios de compras para las operaciones mipymes		
RUCJ0310000251088		
Cálculo del punto de equilibrio		
moneda nacional		
Costo de venta	C\$	110.98
Punto de equilibrio	C\$	1,250,311.99
Mes		
Costos fijos	C\$	39.952.10
Precio de venta	C\$	180.00
Costo de venta	C\$	110.98
punto de equilibrio		579
+ (costo de venta*punto de equilibrio)-(costo de venta- punto equilibrio)-costo fijos	C\$0.00	
Monetaria		
Mensual		
Costos fijos	C\$	39.952.10
Precio de venta	C\$	180.00

Servicios de compras para las operaciones mipymes			
RUCJ0310000251088			
Cálculo del punto de equilibrio			
moneda nacional			
	Costo de venta	C\$ 110.98	
	Punto de equilibrio	C\$ 104,192.67	1,250,311.99
		diferencia	-

Fuente: Elaboración propia

El punto de equilibrio de servicios de compras para las operaciones mipymes, tiende a ser anualmente de 6946 servicios, con un valor monetario C\$ 1,250,311.99, en el que podemos indicar que nuestro punto de equilibrio mensual tendría que ser 579 unidades y con un valor monetario de C\$ 104,192.67.

A través de este análisis del punto de equilibrio determina en qué momento este proyecto será rentable ya que los resultados demuestran determinar el número de servicios que debemos brindar para ser rentable.

4. Cálculo de precio (en base a costos)

Tabla 21. Cálculo de precio

SERVICIOS DE COMPRAS PARA LAS OPERACIONES MIPYMES				
RUC. J0310000251088				
Cálculo del precio (en base a costo)				
$P=C*(100/100-R)$				
Precio de ventas =Costo de producto * (100/100-Rentabilidad)				
Rentabilidad es la Ganancia que se desea obtener				
	Costos			
Costo del servicio	C\$ 110.98		C\$ 69.98	
	Precio de ventas		C\$ 69.02	
Elaborado por			Autorizado por	

Fuente: Elaboración propia

Nota; se espera un margen de ganancia C\$69.02 córdobas sobre el costo del servicio, se espera en los siguientes años incrementar dado a que los datos arrojados en nuestras proyecciones las ventas incrementarían.

5. Cálculo de financiamiento externo

Servicios de compras para las operaciones mipymes no contara con financiamiento externo dado a que las principales aportaciones serán realizadas por los socios de la empresa.

6. Construcción del flujo de efectivo

Tabla 22. Flujo de efectivo

SERVICIOS DE COMPRAS PARA LAS OPERACIONES MIPYMES									
RUC. J0310000251088									
margen de precio de venta vs costos unitarios									
MONEDA NACIONAL									
Flujo de caja									
Comienza el año fiscal:		(Pre) Lanzamiento	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Total	
								EST del elemento	%
Efectivo en la mano (al primer año)		267,120.25	0.00	51,281.99	185,327.97	439,097.96	901,274.82		

SERVICIOS DE COMPRAS PARA LAS OPERACIONES MIPYMES

RUC. J0310000251088

margen de precio de venta vs costos unitarios

MONEDA NACIONAL

Flujo de caja

Comienza el año fiscal:		(Pre) Lanzamiento	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Total	
								EST del elemento	%
Recibos de efectivo									
Ventas en efectivo		-	1,106,400.00	1,256,880.00	1,474,560.00	1,853,481.60	2,355,801.60	8,047,123.20	100%
Total		-	1,106,400.00	1,256,880.00	1,474,560.00	1,853,481.60	2,355,801.60	8,047,123.20	
Efectivo total disponible (antes del retiro)		267,120.25	1,106,400.00	1,308,161.99	1,659,887.97	2,292,579.56	3,257,076.42	8,047,123.20	100%
Efectivo pagado									

SERVICIOS DE COMPRAS PARA LAS OPERACIONES MIPYMES									
RUC. J0310000251088									
margen de precio de venta vs costos unitarios									
MONEDA NACIONAL									
Flujo de caja									
Comienza el año fiscal:		(Pre) Lanzamiento	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Total	
								EST del elemento	%
Compras Aplicaciones informáticas (software),		10,987.29	-	-	-	-	-	10,987.29	0%
Compras de activos y mobiliario		177,407.93	-	-	-	-	-	177,407.93	3%
Iva 15% por pagar		-	165,960.00	188,532.00	221,184.00	278,022.24	353,370.24	1,207,068.48	18%
Salarios		-	343,632.41	343,632.41	343,632.41	343,632.41	343,632.41	1,718,162.05	26%

SERVICIOS DE COMPRAS PARA LAS OPERACIONES MIPYMES

RUC. J0310000251088

margen de precio de venta vs costos unitarios

MONEDA NACIONAL

Flujo de caja

Comienza el año fiscal:	(Pre) Lanzamiento	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Total	
							EST del elemento	%
Pago de gastos de instalacion	8,293.65	-	-	-	-	-	8,293.65	0%
Publicidad	-	6,043.01	6,043.01	6,043.01	6,043.01	6,043.01	30,215.05	0%
combustible	-	158,019.76	158,019.76	158,019.76	158,019.76	158,019.76	790,098.81	12%
Alquiler	36,624.30	131,847.48	131,847.48	131,847.48	131,847.48	131,847.48	695,861.70	10%
Impuestos de rodamiento	-	175.00	175.00	175.00	175.00	175.00	875.00	0%

SERVICIOS DE COMPRAS PARA LAS OPERACIONES MIPYMES

RUC. J0310000251088

margen de precio de venta vs costos unitarios

MONEDA NACIONAL

Flujo de caja

Comienza el año fiscal:	(Pre) Lanzamiento	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Total	
							EST del elemento	%
Seguro	17,792.08	14,129.65	14,129.65	14,129.65	14,129.65	14,129.65	88,440.36	1%
Impuestos ir 30%	-	35,966.42	81,110.42	146,414.42	260,090.90	410,786.90	934,369.06	14%
Instalaciones (desinstalaciones e instalacion varios)	10,015.00	-	-	-	-	-	10,015.00	0%
Otros gastos internet agua energía	-	36,627.03	36,627.03	36,627.03	36,627.03	36,627.03	183,135.14	3%
Inatec 2%	-	7,555.53	7,555.53	7,555.53	7,555.53	7,555.53	37,777.64	1%

SERVICIOS DE COMPRAS PARA LAS OPERACIONES MIPYMES

RUC. J0310000251088

margen de precio de venta vs costos unitarios

MONEDA NACIONAL

Flujo de caja

Comienza el año fiscal:	(Pre) Lanzamiento	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Total	
							EST del elemento	%
Inss patronal 21.5%	6,000.00	81,221.93	81,221.93	81,221.93	81,221.93	81,221.93	412,109.67	6%
Otro pagos de gps	-	13,184.75	13,184.75	13,184.75	13,184.75	13,184.75	65,923.74	1%
Varios, mantenimiento de red	-	60,755.04	60,755.04	60,755.04	60,755.04	60,755.04	303,775.20	5%
Total	267,120.25	1,055,118.01	1,122,834.01	1,220,790.01	1,391,304.73	1,617,348.73	6,674,515.76	100%
Efectivo total pagado	267,120.25	1,055,118.01	1,122,834.01	1,220,790.01	1,391,304.73	1,617,348.73	6,674,515.76	

SERVICIOS DE COMPRAS PARA LAS OPERACIONES MIPYMES									
RUC. J0310000251088									
margen de precio de venta vs costos unitarios									
MONEDA NACIONAL									
Flujo de caja									
Comienza el año fiscal:		(Pre) Lanzamiento	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Total	
								EST del elemento	%
Posición del efectivo (al final del año)		0.00	51,281.99	185,327.97	439,097.96	901,274.82	1,639,727.69	1,372,607.44	

Fuente: Elaboración propia

El presente flujo de caja proyectado nos permite anticipar las salidas y entrada del efectivo de esta inversión en un periodo de 5 años, este nos ayuda a comprender hacia donde se va el efectivo adquirido por las ventas de contado o cualquier otro ingreso monetario percibido.

De igual manera esta proyección de flujo de efectivo nos determinara, si tendremos el suficiente recurso de efectivo para cubrir todas las obligaciones. Por lo tanto, al ver este resultado de la proyección nos indica que el comportamiento de este proyecto es viable ya que demuestra que se puede solventar cualquier pago o gastos.

7. Elaboración de estados financieros

7.1 Balance general inicial

Tabla 23. Balance general

SERVICIOS DE COMPRAS PARA LAS OPERACIONES MIPYMES

RUC. J0310000251088

Balance General acumulativo

MONEDA NACIONAL

Balance situación financiera proyectado a 5 años		
Periodo cinco años		Saldo inicial
1	Activos	562,312.11
1.1	Circulante	
1.1.1	Efectivo Caja y banco	0.00
1.3.1	Activos Fijo	472,599.79
1.3.1.1	Equipos Telefónico	26,369.50
1.3.1.2	Mobiliario de Equipos de Oficinas	69,000.00
1.3.1.3	Equipos Informáticos	82,038.43
1.3.1.4	Elementos de Transportes (vehículo, moto)	295,191.86
1.4.1	Depreciación De Activos	0.00
1.4.4	Activos Intangible	10,987.29
1.5	Alquileres pagados por adelantado (anticipo)	21,974.58
1.5.5	Otros activos a largo plazo	14,649.72
1.5.6	Otros activos a corto plazo	16,015.00
1.6.1	Activos Diferidos	26,085.73
1.6.2	Amortización	0.00
2	Pasivo	0.00
2.1	Acorto plazo	0.00
2.1.1	Impuesto por pagar iva 15%	0.00
2.1.2	Retención ir 30% por pagar	0.00
3	Capital	562,312.11
3.1	Capital social	0.00
3.1.1	Aporte a socio	0.00
3.1.1.1	Alejandro Cortez	209,006.18

3.1.1.2	Ricardo Quintanilla	353,305.93
3.2	Utilidad y/o Perdida del Ejercicio	0.00
3.2.1.1	Utilidad del ejercicio en periodo acumulado	0.00
Total, Pasivo + capital		562,312.11
		0.00

Fuente: Elaboración propia

El Balance general inicial de este proyecto demuestra la inversión inicial, es aportado por los socios con un principal en efectivo de C\$ 209,006.18 y aportación de activo distribuido en equipo de reparto y entrega C\$ 353,305.93, donde mis activos por compras y aportaciones de los socios son mobiliarios equipos de oficina y ventas, depósitos en garantías en alquiler y anticipo de arriendo de oficina.

Lo cual demostramos un anexo de la distribución de la inversión inicial de este proyecto.

Tabla 24. Inversión inicial

Plan de inversiones iniciales	
Plan económico financiero	
Concepto	Coste/córdobas
Edificios, locales y terrenos (compras y adquisición*)	0.00
Aplicaciones informáticas (software),	10,987.29
Instalaciones (desinstalaciones e instalación varios)	10,015.00
Equipos telefónicos	26,369.50
Mobiliario de equipos de oficinas	69,000.00
Equipos informáticos	82,038.43

Elementos de transportes (vehículo, moto)	295,191.86
Depósitos por alquiler de local (deposito en garantía y anticipo)	36,624.30
Gastos de constitución y puesta en marcha (gastos diferidos) (gestiones)	5,493.65
Papelería (gastos diferidos)	2,800.00
Seguros (gastos diferidos)	17,792.08
Otros gastos varios	6,000.00
Total, capital de inversión	562,312.11

Fuente: Elaboración propia

7.2 Balance general proyectado

Tabla 25. Balance proyectado

SERVICIOS DE COMPRAS PARA LAS OPERACIONES MIPYMES RUC. J0310000251088

Balance General acumulativo

MONEDA NACIONAL

PERIODO CINCO AÑOS		SALDO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	total
1	Activos	562,312.11	884,126.59	1,125,970.65	1,603,974.71	2,491,017.49	3,909,029.55	10,576,431.10
1.1	Circulante							
1.1.1	Efectivo Caja y banco	0.00	354,191.63	596,035.69	1,074,039.75	1,961,082.53	3,379,094.59	7,364,444.19
1.3.1	Activos Fijo	472,599.79	472,599.79	472,599.79	472,599.79	472,599.79	472,599.79	2,835,598.72
1.3.1.1	Equipos Telefónico	26,369.50	26,369.50	26,369.50	26,369.50	26,369.50	26,369.50	158,216.98
1.3.1.2	Mobiliario de Equipos de	69,000.00	69,000.00	69,000.00	69,000.00	69,000.00	69,000.00	414,000.00
1.3.1.3	Equipos Informáticos	82,038.43	82,038.43	82,038.43	82,038.43	82,038.43	82,038.43	492,230.59
1.3.1.4	Elementos de Transportes	295,191.86	295,191.86	295,191.86	295,191.86	295,191.86	295,191.86	1,771,151.15
1.4.1	Depreciación De Activos	0.00	-10,686.33	-10,686.33	-10,686.33	-10,686.33	-10,686.33	-53,431.66
1.4.4	Activos Intangible	10,987.29	10,987.29	10,987.29	10,987.29	10,987.29	10,987.29	65,923.74
1.5	Alquileres pagados por	21,974.58	21,974.58	21,974.58	21,974.58	21,974.58	21,974.58	131,847.48
1.5.5	Otros activos a largo plazo	14,649.72	14,649.72	14,649.72	14,649.72	14,649.72	14,649.72	87,898.32
1.5.6	Otros activos a corto plazo	16,015.00	16,015.00	16,015.00	16,015.00	16,015.00	16,015.00	96,090.00
1.6.1	Activos Diferidos	26,085.73	26,085.73	26,085.73	26,085.73	26,085.73	26,085.73	156,514.38
1.6.2	Amortización	0.00	-21,690.81	-21,690.81	-21,690.81	-21,690.81	-21,690.81	-108,454.07
2	Pasivo	0.00	201,926.42	269,642.42	367,598.42	538,113.14	764,157.14	2,141,437.52
2.1	Acorto plazo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2.1.1	impuesto por pagar iva 15%	0.00	165,960.00	188,532.00	221,184.00	278,022.24	353,370.24	1,207,068.48
2.1.2	Retención ir 30% por pagar	0.00	35,966.42	81,110.42	146,414.42	260,090.90	410,786.90	934,369.06
3	Capital	562,312.11	682,200.17	856,328.23	1,236,376.29	1,952,904.35	3,144,872.41	8,434,993.58
3.1	Capital social	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

3.1.1	Aporte a socio	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
3.1.1.1	Alejandro Cortez	209,006.18	209,006.18	209,006.18	209,006.18	209,006.18	209,006.18	209,006.18
3.1.1.2	Ricardo Quintanilla	353,305.93	353,305.93	353,305.93	353,305.93	353,305.93	353,305.93	353,305.93
3.2	Utilidad y/o Perdida del	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
3.2.1.1	Utilidad del ejercicio en periodo	0.00	119,888.06	294,016.12	674,064.18	1,390,592.24	2,582,560.30	5,061,120.92
			0.00					
	Total, Pasivo + capital	562,312.11	884,126.59	1,125,970.65	1,603,974.71	2,491,017.49	3,909,029.55	10,576,431.10

Fuente: Elaboración propia

El presente balance general proyectado nos permitirá tomar las decisiones estratégicas para incrementar los activos circulantes (efectivos) y de esta manera poder solventar y cancelar los pasivos reflejados, y al mismo tiempo poder realizar nuevas inversiones comprando nuevos activos fijos.

Las nuevas planificaciones del proyecto, donde se tomarán en cuenta nuevas inversiones se determinan en compras de mobiliarios, compra de un nuevo equipo de reparto entre otros.

7.3 Estado de resultado proyectado

Tabla 26. Estado de resultado proyectado primer año me meses

Ingresos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ventas de servicios de moto	35,200.00	35,200.00	35,200.00	35,200.00	35,200.00	35,200.00	35,200.00	35,200.00	35,200.00	35,200.00	35,200.00	35,200.00
Ventas de servicios de vehículo	57,000.00	57,000.00	57,000.00	57,000.00	57,000.00	57,000.00	57,000.00	57,000.00	57,000.00	57,000.00	57,000.00	57,000.00
Ingresos Financieros (prestamos)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Ingresos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingreso de publicidad en plataformas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros (ingresos por comisión de ventas)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	92,200. 00											
Costos Fijos del servicio	36,160. 74											

Ingresos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Costos variables del servicio	3,791.36	3,791.36	3,791.36	3,791.36	3,791.36	3,791.36	3,791.36	3,791.36	3,791.36	3,791.36	3,791.36	3,791.36
UTILIDAD BRUTA	52,247.90	52,247.90	52,247.90	52,247.90	52,247.90	52,247.90	52,247.90	52,247.90	52,247.90	52,247.90	52,247.90	52,247.90
Gastos de administración	19,568.95	19,568.95	19,568.95	19,568.95	19,568.95	19,568.95	19,568.95	19,568.95	19,568.95	19,568.95	19,568.95	19,568.95
Alquileres	10,987.29	10,987.29	10,987.29	10,987.29	10,987.29	10,987.29	10,987.29	10,987.29	10,987.29	10,987.29	10,987.29	10,987.29

Ingresos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Seguros contra incendio oficina	366.24	366.24	366.24	366.24	366.24	366.24	366.24	366.24	366.24	366.24	366.24	366.24
Inss patronal 21.50 %	6,768.49	6,768.49	6,768.49	6,768.49	6,768.49	6,768.49	6,768.49	6,768.49	6,768.49	6,768.49	6,768.49	6,768.49
inatec 2%	629.63	629.63	629.63	629.63	629.63	629.63	629.63	629.63	629.63	629.63	629.63	629.63
Gastos de Constitución (notarias, registros, ...)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Ingresos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Sueldo personal o colaboradores	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suministros (luz, agua, teléfono, gasolina, etc.)	817.30	817.30	817.30	817.30	817.30	817.30	817.30	817.30	817.30	817.30	817.30	817.30
Gastos diversos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos de Ventas	24,031. 17	22,016. 83	22,016. 83									

Ingresos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Alquileres	7,324.8 6											
Seguros contra incendio oficina	244.16	244.16	244.16	244.16	244.16	244.16	244.16	244.16	244.16	244.16	244.16	244.16
Publicidad y promoción	2,014.3 4	-	-									
Suministros (luz, agua, teléfono, gasolina, etc.)	1,953.9 1											

Ingresos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Gastos por depreciaciones de vehículo y otros	12,493.90	12,493.90	12,493.90	12,493.90	12,493.90	12,493.90	12,493.90	12,493.90	12,493.90	12,493.90	12,493.90	12,493.90
Gastos financieros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos financieros de préstamo				-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros gastos financieros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Ingresos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Servicios exteriores (gestorías, ...)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL, DE GASTOS DE OPERACIÓN	43,600. 12	41,585. 78	41,585. 78									

UTILIDAD BRUTA - GASTOS ADMINISTRACION - GASTOS DE VENTAS =	8,647.7 8	10,662. 12	10,662. 12									
--	----------------------	-----------------------	-----------------------	----------------------	-----------------------	-----------------------	----------------------	-----------------------	-----------------------	----------------------	-----------------------	-----------------------

Ingresos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
(Beneficios antes de impuestos)												
IR 30%	2,594.3	3,198.6	3,198.6	2,594.3	3,198.6	3,198.6	2,594.3	3,198.6	3,198.6	2,594.3	3,198.6	3,198.6
	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4

Beneficios después de impuestos	6,053.4	7,463.4	7,463.4	6,053.4	7,463.4	7,463.4	6,053.4	7,463.4	7,463.4	6,053.4	7,463.4	7,463.4
	5	8	8	5	8	8	5	8	8	5	8	8

Fuente: Elaboración propia

Tabla 27. Estado de resultado proyectado a 5 años

Servicios de compras para las operaciones mipymes						
Cuenta de pérdidas y ganancias						
Ingresos	Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año	Total acumulado a los 5 años
Ventas de servicios de moto	422,400.00	478,800.00	554,880.00	680,361.60	898,320.00	3,034,761.60
Ventas de servicios de vehículo	684,000.00	778,080.00	919,680.00	1,173,120.00	1,457,481.60	5,012,361.60
Ingresos Financieros (prestamos)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Ingreso de publicidad en plataformas	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Otros (ingresos por comisión de ventas)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Servicios de compras para las operaciones mipymes

Cuenta de pérdidas y ganancias

Ingresos	Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año	Total acumulado a los 5 años
TOTAL	1,106,400.00	1,256,880.00	1,474,560.00	1,853,481.60	2,355,801.60	8,047,123.20
Costos Fijos del servicio	433,928.86	433,928.86	433,928.86	433,928.86	433,928.86	2,169,644.31
Costos variables del servicio	45,496.32	45,496.32	45,496.32	45,496.32	45,496.32	227,481.61
UTILIDAD BRUTA	626,974.81	777,454.81	995,134.81	1,374,056.41	1,876,376.41	5,649,997.27
Gastos de administración	234,827.46	234,827.46	234,827.46	234,827.46	234,827.46	1,174,137.30

Servicios de compras para las operaciones mipymes

Cuenta de pérdidas y ganancias

Ingresos	Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año	Total acumulado a los 5 años
Alquileres	131,847.48	131,847.48	131,847.48	131,847.48	131,847.48	659,237.40
Seguros contra incendio oficina	4,394.92	4,394.92	4,394.92	4,394.92	4,394.92	21,974.58
Inss patronal 21.50 %	81,221.93	81,221.93	81,221.93	81,221.93	81,221.93	406,109.67
inatec 2%	7,555.53	7,555.53	7,555.53	7,555.53	7,555.53	37,777.64
Gastos de constitución (notarias, registros, ...)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Sueldo personal o colaboradores	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Servicios de compras para las operaciones mipymes

Cuenta de pérdidas y ganancias

Ingresos	Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año	Total acumulado a los 5 años
Suministros (luz, agua, teléfono, gasolina, etc.)	9,807.60	9,807.60	9,807.60	9,807.60	9,807.60	49,038.00
Gastos diversos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos de Ventas	272,259.29	272,259.29	272,259.29	272,259.29	272,259.29	1,361,296.45
Alquileres	87,898.32	87,898.32	87,898.32	87,898.32	87,898.32	439,491.60
Seguros contra incendio oficina	2,929.94	2,929.94	2,929.94	2,929.94	2,929.94	14,649.72
Publicidad y promoción	8,057.35	8,057.35	8,057.35	8,057.35	8,057.35	40,286.73

Servicios de compras para las operaciones mipymes

Cuenta de pérdidas y ganancias

Ingresos	Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año	Total acumulado a los 5 años
Suministros (luz, agua, teléfono, gasolina, etc.)	23,446.89	23,446.89	23,446.89	23,446.89	23,446.89	117,234.43
Gastos por depreciaciones de vehículo y otros	149,926.79	149,926.79	149,926.79	149,926.79	149,926.79	749,633.97
Gastos financieros	-	-	-	-	-	-
Gastos financieros de préstamo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Otros gastos financieros	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Servicios de compras para las operaciones mipymes

Cuenta de pérdidas y ganancias

Ingresos	Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año	Total acumulado a los 5 años
Servicios exteriores (gestorías, ...)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL, DE GASTOS DE OPERACIÓN	507,086.75	507,086.75	507,086.75	507,086.75	507,086.75	2,535,433.75
UTILIDAD BRUTA -GASTOS ADMINISTRACION -GASTOS DE VENTAS =	119,888.06	270,368.06	488,048.06	866,969.66	1,369,289.66	2,994,675.46
(Beneficios antes de impuestos)						

Servicios de compras para las operaciones mipymes						
Cuenta de pérdidas y ganancias						
Ingresos	Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año	Total acumulado a los 5 años
IR 30%	35,966.42	81,110.42	146,414.42	260,090.90	410,786.90	898,402.64
Beneficios después de impuestos	83,921.65	189,257.65	341,633.65	606,878.77	958,502.77	2,096,272.82

Fuente: Elaboración propia

El estado de resultado proyectado nos muestra las utilidades de cada periodo contable desde el año uno hasta el quinto año, demostrándonos el comportamiento de los ingreso, costos y gastos operativo.

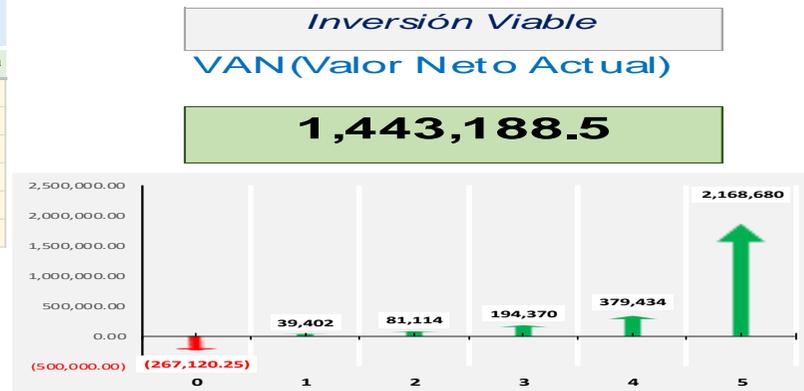
Conforme a los resultados proyectados de forma anual, podemos tomar las decisiones necesarias para generar mayores ingresos, y reduciendo los gastos para obtener mejores resultados.

8. Determinación de indicadores financieros básicos

Tabla 28. Valor actual neto

CALCULADORA VALOR NETO ACTUAL (VAN)

	Rentabilidad	10.00%	
	inversion	267,120.25	
Año	Ingresos	Egresos	Flujo de Caja
0			(267,120.25)
1	1,084,800.0	1,045,398.0	39,402
2	1,160,640.0	1,079,526.0	81,114
3	1,366,560.0	1,172,190.0	194,370
4	1,703,040.0	1,323,606.0	379,434
5	2,178,480.0	9,800.0	2,168,680



Fuente: Elaboración propia

Los resultados del valor actual neto nos muestran, que tenemos que presentar un criterio de inversión donde se mide el valor presente del flujo de efectivo en un futuro, donde se evaluarán cuanto se va a ganar o perder en periodo a largo plazo.

Tabla 29. Tasa interna de retorno

Servicios de compras para las operaciones mipymes					
Cálculo de TIR					
Nombre del proyecto a Evaluar		Proyecto A			
Tasa de descuento		15%			
		Proyecto A			
Período		Flujo de Fondos netos		TIR	92.23%
0		-C\$ 267,120.25		VAN	C\$ 1,336,402.31
1		C\$ 51,281.99			
2		C\$ 185,327.97			

3		C\$ 439,097.96	El proyecto es viable porque tendia
4		C\$ 901,274.82	a los 5 años una tasa de retorno del
5		C\$ 1,639,727.69	76.62% al finalizar el quinto año

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30. Análisis de costo beneficio

Servicios de compras para las operaciones mipyme
RUC. J0310000251088
Análisis costo Beneficio

VP.

Indice

B/C =1 Indiferente

B/C >1 Aceptamos

B/C < 1 Rechazamos

tiempo

Tasa Interna de oportunidad (lo mínimo que se le pide al proyecto)

Matriz de análisis

Año	0	1	2	3	4	5
FCN	267,120.25	51,281.99	185,327.97	439,097.96	901,274.82	1,639,727.69

Inversor	tiempo	B/C	Beneficios	Costos	
1	50%	2.40	C\$640,619.89	267,120.25	Acepta, por que los beneficios a los costos es un 18% para ambos
2	50%	2.40	C\$640,619.89	267,120.25	

por lo tanto los socios creen que es beneficioso crear este proyecto, y dispuesto a crearlo y ponerlo en marcha

9. Análisis de razones financieras

SERVICIOS DE COMPRAS PARA LAS OPERACIONES MIPYMES ANÁLISIS FINANCIEROS

Balance General	B.G	Valor acumulado		
		%	%	
CUENTAS POR PAGAR		Cuentas por pagar / pasivo + capital	0.24	mis pagos se podran suplir un 0.24 ño cua demuestra que se puede solventar
			%	
PRUEBA ACIDA		AC-INV/ PC	2.44	Este proyecto demuestra que mide la capacidad que muestra que puede liquidar sus compromisos
			%	
rotacion de activos fijo		ventas /act. Fijo nc	2.64	las rotacion de mis activos totales nos sirven para evaluar con que eficiencia se
			%	
razon de endeudamiento		pasivos totales / activos totales	0.24	
			%	
razon de pasivo a capital		pas. Lp y Cp /capital social	3.37	el proyecto contara con una relacion de fondo en el que se suministran las
			%	
Estado de Resultado	ER		%	
Margen de utilidad de operación		u.t op/vta	0.30	las utilidades demuestran ser clara ya que no tenemos en cuenta los cargos financieros
			%	
Margen de utilidad neta		util. Despues de imptos /ventas netas	0.24	esto indica la eficiencia promedio relativa de la empresa despues de tomar en cuenta todos los gastos e impuestos
			%	
Rendimiento de la inversion		utilidad neta desp de impto / activos totales	0.00	

Elaborado por

10. Valoración económica general del plan

Durante la elaboración del plan de inversión y sus proyecciones financieras, verificamos que este proyecto puede ser factible y puede generar las ganancias y recuperar la tasa de retorno de lo invertido durante el periodo en marcha (cinco años),

Esta evaluación financiera global del proyecto de inversión se consideraron todos los aspectos económicos involucrados como la inversión Inicial, flujo de caja proyectado, balance general proyectado, estado de resultado proyectado, arrojándonos datos positivos a un periodo a largo plazo.

Por lo tanto, la evaluación financiera de este proyecto de inversión es crucial para determinar su viabilidad desde el punto de vista económico y financiero.

La determinación de los flujos netos de efectivo de un proyecto y luego se presentan varios métodos específicos para la evaluación financiera del proyecto, como son el del periodo de recuperación, el de la tasa interna de rendimiento, que suele denominarse TIR por sus siglas, el método del valor actual neto del proyecto, denominado como VAN, que incluye la definición del punto de equilibrio, estos métodos de;

a. Inversión inicial

En este punto se consideran todos aquellos recursos que son indispensables para la instalación de una oficina, con los equipamientos y equipos que son necesarias en este proyecto de inversión., y que constituyen el capital fijo, activo fijo o mobiliarios; la inversión diferida o activo diferido, y los recursos necesarios para que se realicen las funciones de producción de ventas de servicios, a lo que generalmente se le llama capital de trabajo.

La inversión inicial, deberá incluir el desembolso necesario para adquirir, los equipos necesarios que se requieran para realizar el proyecto y, en su caso, también las mejoras en la oficina, y otros activos fijos que se requieran.

b. Inversión fija

Dentro de las inversiones que se realizan en el capital fijo o mobiliario y equipos de reparto, se encuentran aquellos bienes que son adquiridos inicialmente o durante el proyecto, se entiende por activo tangible o fijo, los bienes propiedad de la empresa, y representa una de las partes de los proyectos de inversión, sobre todo lo que tiene que ver en la operación, tales como equipo, vehículos de transporte, computadoras, etc. entre otros, para el inicio de operación.

c. Plan de inversión

La inversión está definida como el monto de los recursos necesarios para la ejecución del proyecto, los cuales comprenden: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo. Para que el rendimiento de los recursos se considere óptimo debe ser igual o mayor al rendimiento que esa misma inversión.

d. Proyección de ventas

El presupuesto de ventas constituye un elemento básico para la generación de ingresos y es el sostén de las funciones operativas de proyecto servicios de compras para las operaciones mipymes.

e. La proyección de ingresos

Se obtiene de acuerdo al precio promedio y la demanda insatisfecha del producto, derivados del estudio de mercado, el cual representa el soporte del programa de producir servicio y constituye el cimiento de los estimativos acerca del consumo de los usuarios.

Tabla 31. Capacidad de producción

Capacidad de producción					
Incremento de la producción anualmente					
Producción de servicios logísticos	Año 1	Años 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios de entrega	4320	4968	5862	7269	9305
Capacidad máxima de servicios				Cantidad	Unidades
Capacidad máxima por día primer año inicio				12	Horas/días
Capacidad máxima en mes primer mes del primer año				360	Hora/Mes
Capacidad de producción anual, primer año				4,320	Hora/años

Principales características del equipamiento que se debe adquirir para atender los objetivos de producción y establecer de esta manera un incremento del servicio después del primer año, con un 13% para el segundo año, el tercer año un 18%, cuarto año 24% y finalmente el quinto año con un 28%

Incrementar las flotas de transporte para suplir las necesidades del cliente pasar de 5 servicios por día a 8 servicios

Agilizar el proceso de entrega reduciendo el tiempo, en este proceso se puede establecer que el repartidor solamente llegue a retirar el producto e implementando el objetivo a largo plazo

Mantener actualizada la aplicación de forma de que este sea más rápida para que el proceso que compre el usuario sea más rápido

Fuente: Elaboración propia

La estimación de las ventas del proyecto se basará en datos estimados de la cantidad demandada del producto, analizado anteriormente, y considerando el precio establecido del servicio se calculan las ventas anuales.

a. Proyección de egreso: en esta agrupación se encontrarán todas aquellas operaciones que signifiquen un costo o un gasto para el proyecto. El cálculo de los costos de producción, gastos de administración y venta se realizan asignando montos a los distintos recursos requeridos cuantificándolos de acuerdo a lo previsto en el estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero del proyecto.

b. Punto de equilibrio: el punto de equilibrio es la cantidad de ingresos que igualan a la totalidad de costos y gastos en que incurre normalmente una empresa. En el caso de estos proyectos de inversión es la cantidad de ingresos provenientes de la venta de los productos y/o servicios. Además, es necesario calcular el punto de equilibrio de cada año con el fin de conocer si las ventas proyectadas alcanzan a cubrir los costos y gastos del proyecto de inversión.

c. Costos y Gastos: Los costos y gastos incurridos en las proyecciones demuestran de manera real los valores que incurren directamente al proceso de realización del servicio e igual forma los gastos pertinentes que se incurrirán en plazo de cinco años.

d. Periodo de recuperación de la inversión: el método de periodo de recuperación, conocido también como método de reembolso, tiene como objetivo determinar el tiempo necesario para que el proyecto genere los recursos suficientes para recuperar la inversión realizada en él, es decir, los años, meses y días que habrán de transcurrir para que la erogación realizada se reembolse. Conforme a este método de periodo de recuperación de la inversión, calculamos el tiempo requerido para recuperar la inversión inicial.

e. Análisis costo Beneficio: para el cálculo de la relación Beneficio Costo (B/C) también se requiere de la existencia de una tasa de descuento para su cálculo, los beneficios son todos los ingresos actualizados del proyecto, que tienen que ser considerados desde ventas hasta recuperaciones y todo tipo de entradas de dinero y los costos actualizados son todos los egresos actualizados o salidas del proyecto desde costos de operación, inversiones, pago de impuestos, depreciaciones, pagos de créditos, intereses, etc. de cada uno de los años del proyecto. Su cálculo es simple, se divide la suma de los beneficios actualizados de todos los años entre la suma de los costos actualizados de todos los años del proyecto.

11. Conclusión

- a. Este plan de inversión se establece en base de estimaciones de costos y gastos en periodos de cortos y largos plazo, en el que se demuestra de la manera más realista posible al momento de poner en marcha este proyecto.
- b. Los activos y mobiliario reflejado en el plan de inversión de distribuirá de la siguiente manera; los equipos de reparto y entrega será aportado como parte del capital inicial y los demás serán comprado según el efectivo apoderado por ambos inversores.
- c. La proyecciones de ventas (producción de servicios y precios de ventas), se estimaron a través del estudio de mercado e investigaciones que se realizaron en el módulo de mercadeo e investigaciones a los precios del mercado a nivel del departamento de Managua, donde su principales características del equipamiento que se debe adquirir para atender los objetivos de producción y establecer de esta manera un incremento del servicio después del primer año, con un 13% para el segundo año, el tercer año un 18%, cuarto año 24%, y finalmente el quinto año con un 28%, los precios de ventas fueron estimados a los precios de competencia del mercado.
- d. La distribución y la clasificación de los costos se efectuaron de la siguiente manera, costo que incurrían directamente al servicio de producción (costos directos) y los costos variables (indirectos de servicios de producción), donde se identificaron cada uno de ellos para proyectar el costo incurrido de los servicios.

12. Bibliografía

- 3PL, I. (27 de febrero de 2023). *Estrategias de envío para reducir costos y mejorar la eficiencia de entrega*. Obtenido de <https://www.logicos3pl.com/blog/estrategias-env%C3%ADo-reducir-costos-mejorar-eficiencia-entrega>
- Arlen Meryfel Picado Juárez. (15 de diciembre de 2021). *Emprendimientos e innovación, una oportunidad hacia la competitividad de las Mipymes*. Obtenido de <https://multiensayos.unan.edu.ni/index.php/multiensayos/article/view/368/435>
- BCIE. (29 de agosto de 2023). *Más de 3,000 mipymes nicaragüenses han fortalecido sus negocios con el respaldo del BCIE*. Obtenido de <https://www.bcie.org/novedades/noticias/articulo/mas-de-3000-mipymes-nicaragueenses-han-fortalecido-sus-negocios-con-el-respaldo-del-bcie>
- Berrios, M. (2015). *Diagnóstico del entorno de negocios de Nicaragua*. Obtenido de Organización Internacional del trabajo: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_456557.pdf
- Bodan, G. &. (09 de junio de 2021). *La prestación de servicios a través de plataformas digitales en Nicaragua*. Obtenido de <https://garciabodan.com/la-prestacion-de-servicios-a-traves-de-plataformas-digitales-en-nicaragua/>
- CÁMARA DE COMERCIO AMERICANA DE NICARAGUA. (noviembre de 2018). *EMPRENEDORES SE REINVENTAN EN TIEMPOS DE CRISIS*. Obtenido de <https://www.amcham.org.ni/wp-content/uploads/2019/07/revista-business-106.pdf>
- Camila Casarotto. (29 de marzo de 2021). *Cómo enfrentar las demandas y los desafíos de expandir la presencia digital de las empresas*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/presencia-digital-de-las-empresas/>
- Diseñando el futuro [Video]. (31 de enero de 2022). Matriz Maxi Mini. Youtube. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=tYzvV2loCpM>
- El 19 Digital. (17 de enero de 2023). *Nicaragua: Se han creado 584 nuevos emprendimientos y 2 mil 970 nuevos empleos*. Obtenido de

- <https://www.el19digital.com/articulos/ver/titulo:136052-nicaragua-se-han-creado-584-nuevos-emprendimientos-y-2-mil-970-nuevos-empleos>
- Espinoza, S. (17 de abril de 2023). *instituciones estatales y educativas presentan la VI edición de la plataforma Nicaragua Emprende 2023*. Obtenido de <https://www.unan.edu.ni/index.php/relevantes/instituciones-estatales-y-educativas-presentan-la-vi-edicion-de-la-plataforma-nicaragua-emprende-2023.odp>
- Estrategia en Acción con Iván Martínez Lima. (11 de agosto de 2020). ¿Qué DATOS necesito para hacer el análisis FODA? - ANÁLISIS DEL ENTORNO - Planeación Estratégica[Video]. Youtube. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=ZGU6XoNJS34>
- Felipe Delgado. (30 de septiembre de 2017). La Matriz FODA (Fortalezas Oportunidades Debilidades y Amenazas) [Video]. Youtube. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=IZWUYayHLcl>
- Figueiras, S. (08 de octubre de 2021). *LAS 4 PERSPECTIVAS DEL BALANCED SCORECARD*. Obtenido de <https://www.ceupe.mx/blog/que-es-el-balanced-scorecard.html#:~:text=los%20objetivos%20trazados,-,Perspectiva%20Financiera,y%20resultados%20econ%C3%B3micos%20del%20negocio>
- Guevara, G. (17 de abril de 2023). *VI EDICION NICARAGUA EMPRENDE 2023, INSPIRA, CREA Y MATERIALIZA TUS IDEAS*. Obtenido de <https://www.economiafamiliar.gob.ni/websitemefcca-mvc/noticia-edicion-nicaragua-emprende-2023-inspira-crea-materializa-ideas/918>
- Jesus Cardenas. (18 de abril de 2020). *Conoce la historia del comercio electrónico y cómo ha evolucionado hasta hoy*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/historia-del-comercio-electronico/>
- Perspectivas de Mercado*. (s.f.). Obtenido de <https://lagoce.weebly.com/214-perspectivas-de-mercado.html>
- Carlos Romero Rizo. (12 de mayo de 2021). *Linked in*. Obtenido de <https://es.linkedin.com/pulse/comercio-electr%C3%B3nico-y-su-regulaci%C3%B3n-en-nicaragua-carlos-romero>

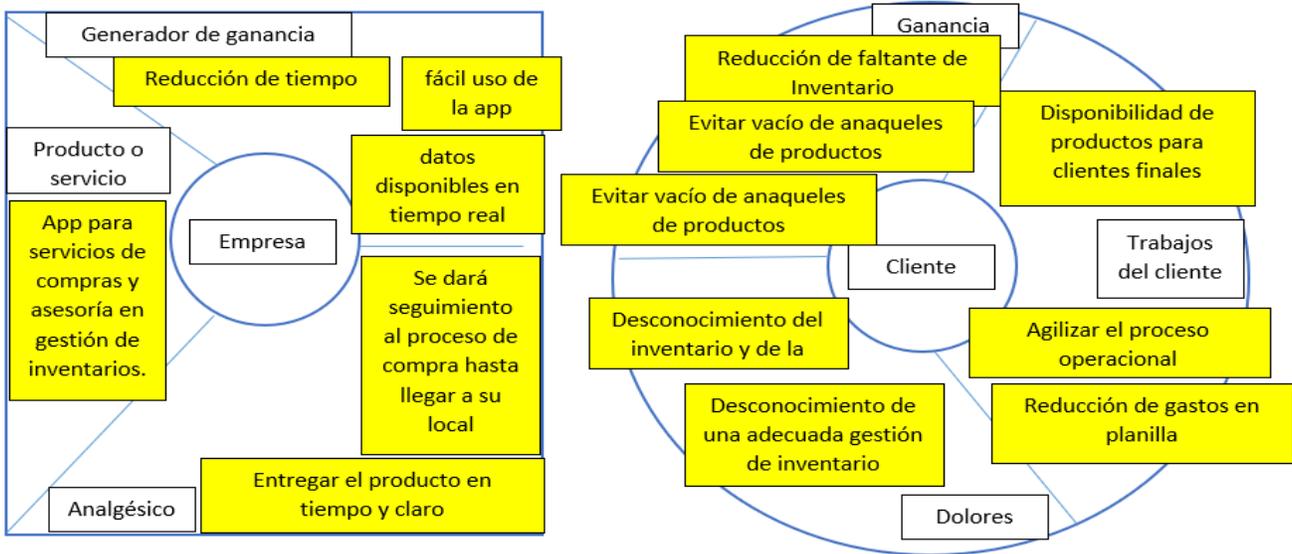
INIDE. (2021). *Anuario Estadístico 2021*. Obtenido de https://www.inide.gob.ni/docs/Anuarios/Anuario2021/Anuario_Estadistico2021.pdf

Maria Jose Ramirez. (14 de septiembre de 2020). *Cómo funciona Pedidos Ya, un modelo de transformación digital basado en una app para pedir comida a domicilio*. Obtenido de <https://marketing4ecommerce.cl/pedidos-ya/>

Uam. (s.f.). *El comercio electrónico llegó y cómo beneficiarnos de él*. Obtenido de <https://uam.edu.ni/el-comercio-electronico-llego-y-como-beneficiarnos-de-el/>

ANEXOS

Anexo 1. Lienzo propuesta de valor



Fuente: Elaboración propia

Anexo 2. Encuesta y sus resultados

A continuación, encontrarás una serie de preguntas destinada a conocer su opinión sobre diversos aspectos sobre adquisición de inventarios mediante plataforma digital para su emprendimiento. Esta encuesta debe de ser llenada con datos reales y seleccionar con una x en el paréntesis que está a la derecha.

1. Edad

18-27

28-37

38-47

48-57

57 o más

2. Género

Masculino ()

Femenino ()

3. ¿Que tipo de emprendimiento usted posee?

Pulpería/Miscelánea

Tienda de cosméticos

Tienda de ropa

Tienda de lencería

Tienda por departamentos

Tienda de calzados

Sala de belleza

Barbería

Carnicería

Farmacia

Librería

Otro tipo _____ especifique _____

4. ¿En qué distrito de Managua, tiene ubicado su emprendimiento?

a) Distrito I ()

b) Distrito II ()

c) Distrito III ()

d) Distrito IV ()

e) Distrito V ()

f) Distrito VI ()

g) Distrito VII ()

h) Distrito VIII ()

5. ¿Cuántos años de operaciones tiene su emprendimiento?

1 año

2 años

3 años

5 años

6-10 años

11-15 años

16-20 años

21 años o más

6. ¿Cuánto es el presupuesto que usted invierte en inventario mensual?

100 dólares

200 dólares

300 dólares

500 dólares

1000 dólares

2000 dólares o más

Otro ____ especifique _____

7. ¿Qué tipo de productos usted requiere comprar para abastecer su inventario?

Cárnicos

Abarrotes

Perecederos

Cosméticos

Artículos de caballero

Medicinas

Artículos para el hogar

Artículos de librería

Otro _____ especifique _____

8. ¿Cuál es la principal problemática para usted, para realizar sus compras de productos de inventarios físicamente donde el proveedor?
- a) Tiempo
 - b) Distancia
 - c) Accesibilidad
 - d) Otro_____ especifique
9. ¿Estaría dispuesto/a a pagar por un servicio donde puedan realizar sus compras de inventario?
- a) Si ()
 - b) No ()
 - c) Tal vez ()
10. ¿Usted se siente seguro en realizar compras en línea?
- a) Si ()
 - b) No ()
 - c) Tal vez
 - d) NS/NR
11. ¿Cuál es el método de pago que usted preferiría utilizar para hacer tu compra de inventario en línea mediante nuestra plataforma?
- a) Efectivo ()
 - b) Pago con tarjeta ()
12. ¿Qué tan seguro/a se siente usted, al compartir los datos de tu tarjeta en la plataforma?
- a) Muy seguro ()
 - b) Seguro ()

- c) Neutro ()
- d) Inseguro ()
- e) Muy inseguro ()

13. ¿Con que frecuencia realizas compras de inventario actualmente?

- a) A diario ()
- b) Dos veces por semana ()
- c) Cada 15 días ()
- d) Cada mes ()

14. ¿Qué tan seguro/a esta de que su información personal de mantiene confidencial cuando compra producto en línea?

- a) Extremadamente seguro/a
- b) Muy seguro/a
- c) Algo seguro/a
- d) No tan seguro/a
- e) Nada seguro/a

15. ¿Ha utilizado el servicio de compras de inventario de alguna otra empresa o similar?

Si

No

NR/NS

16. Mencione el nombre de la empresa a la cual usted ha contratado anteriormente

- a) Pedidos Ya
- b) Hugo Nicaragua
- c) Nica mandados
- d) Otro _____ especifique _____

17. ¿De qué forma estarías preferiría pagar por el servicio de delivery una vez efectuada su compra en línea?

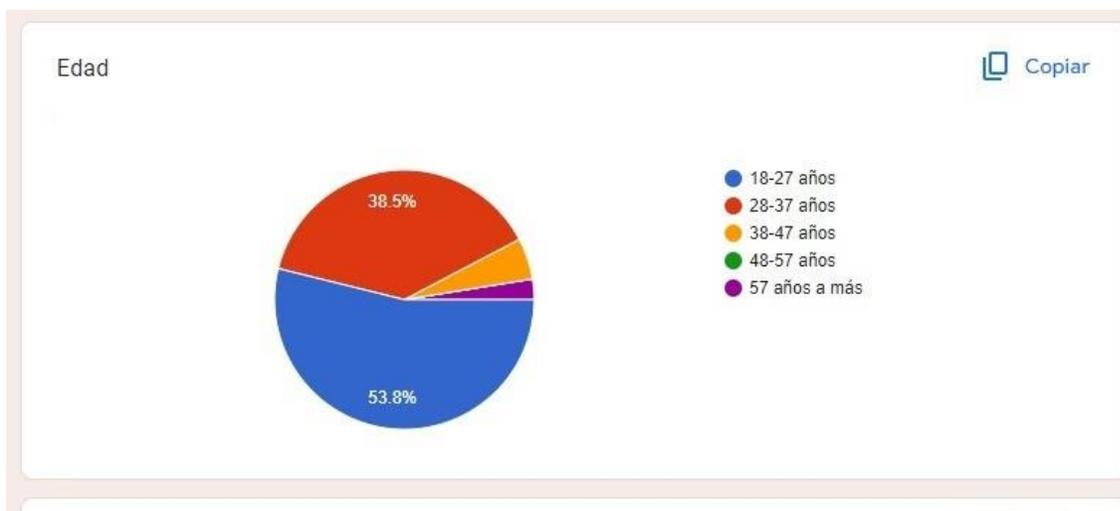
- a) Tarifa considerada
- b) Por kilometraje
- c) Por contrato
- d) Otro _____ especifique

18. En su opinión, ¿Cuáles son los beneficios que le gustaría que le brindara el servicio de la Plataforma digital servicompras?

19. ¿Cuál el medio de comunicación que usted más utiliza?

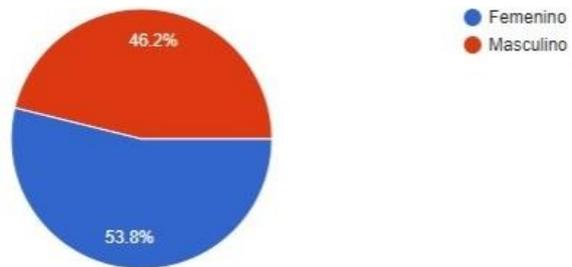
- a) Televisivo ()
- b) Radiofónica ()
- c) RS Facebook ()
- d) RS Instagram ()
- d) RS Tiktok ()

Anexo 3 Resultados de las repuestas



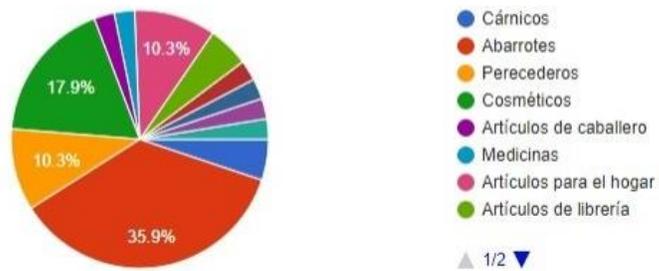
1. Género

 Copiar



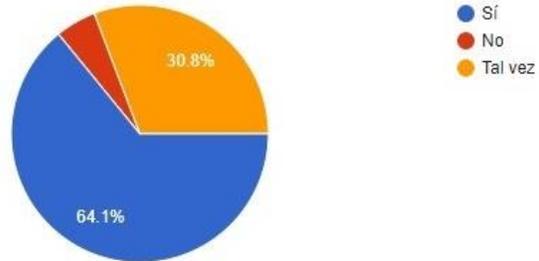
¿Qué tipo de productos usted requiere comprar para abastecer su inventario?

 Copiar



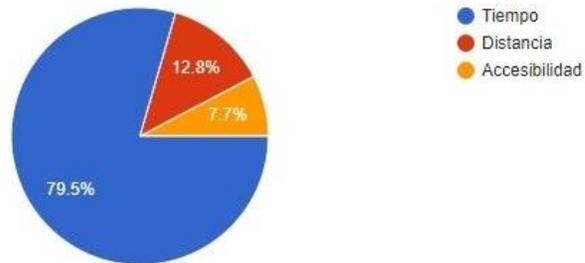
¿Usted estaría dispuesto a pagar por un servicio donde puedan realizar sus compras de inventario?

 Copiar



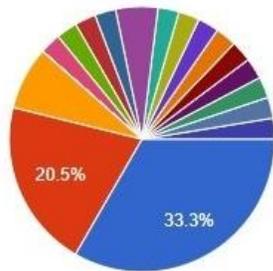
¿Cuál es la principal problemática para usted, para realizar sus compras de productos de inventarios físicamente donde el proveedor?

 Copiar



¿Qué tipo de emprendimiento usted posee?

 Copiar

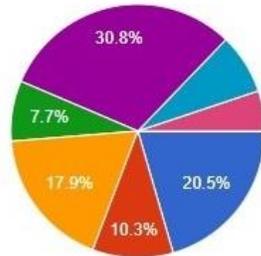


- Pulpería/Miscelánea
- Tienda de cosméticos
- Tienda de ropa
- Tienda de lencería
- Tienda por departamentos
- Tienda de calzados
- Sala de belleza
- Barbería

▲ 1/3 ▼

¿En qué distrito de Managua, tiene ubicado su emprendimiento?

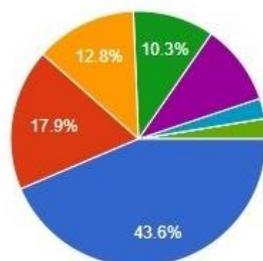
 Copiar



- Distrito I
- Distrito II
- Distrito III
- Distrito IV
- Distrito V
- Distrito VI
- Distrito VII
- Distrito VIII

¿Cuántos años de operaciones tiene su emprendimiento?

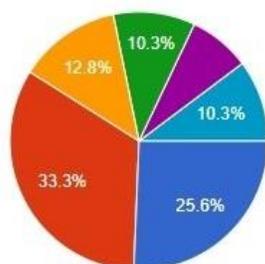
 Copiar



- 1 año
- 2 años
- 3 años
- 5 años
- 6-10 años
- 11-15 años
- 16-20 años
- 21 años o más

¿Cuánto es el presupuesto que usted invierte en inventario mensual?

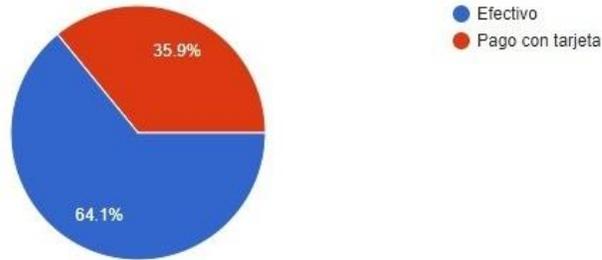
 Copiar



- 100 dólares
- 200 dólares
- 300 dólares
- 500 dólares
- 1000 dólares
- 2000 dólares o más

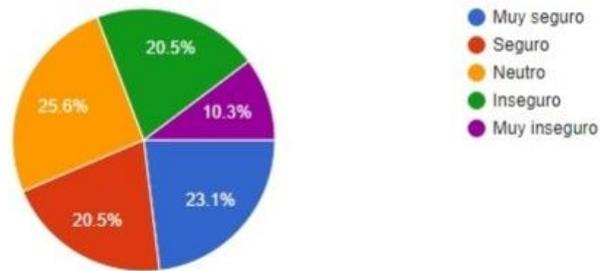
¿Cuál es el método de pago que usted preferiría utilizar para hacer tu compra de inventario en línea mediante nuestra plataforma?

 Copiar



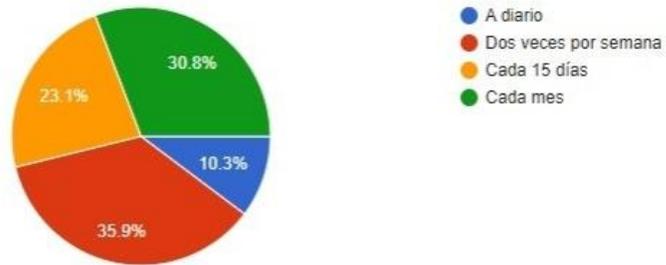
¿Qué tan seguro/a se siente usted, al compartir los datos de tu tarjeta en la plataforma?

 Copiar



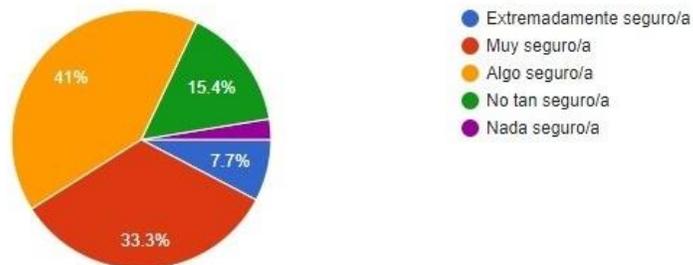
¿Con que frecuencia realizas compras de inventario actualmente?

 Copiar



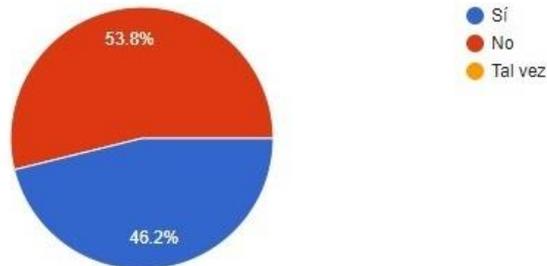
¿Qué tan seguro/a esta de que su información personal de mantiene confidencial cuando compra producto en línea?

 Copiar



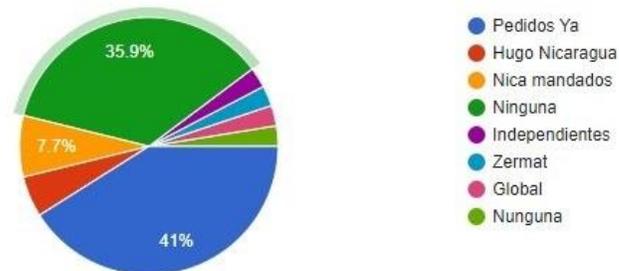
¿Ha utilizado el servicio de compras de inventario mediante una aplicación de alguna otra empresa o similar?

 Copiar



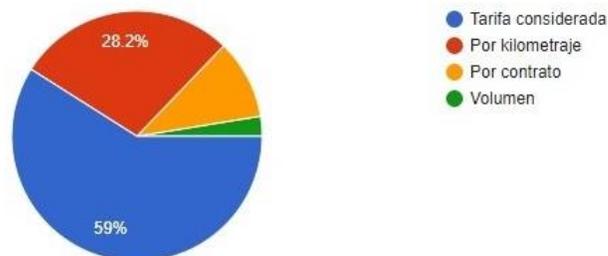
¿Cual es el nombre de la empresa la cual usted ha contratado anteriormente?

 Copiar



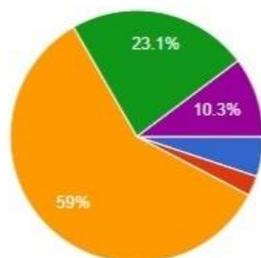
¿De qué forma preferiría pagar por el servicio de delivery una vez efectuada su compra en línea?

 Copiar



¿Cuál el medio de comunicación que usted más utiliza?

 Copiar



- Televisivo
- Radiofónica
- RS Facebook
- RS Instagram
- RS Tiktok

Anexo 3. Nomina correspondiente a un mes de salario

No Inss	Nombre Completo	Ingreso	Salario Mensual	Días Lab.	Salario Quincenal	Total, Devengado Salario	Inss Laboral 7.00%	Inss Patronal 21.50%	IR	MONTO A CANCELAR	Pago electrónico
	Trabajador a		C\$ 10,493.79	30.00	C\$10,493.79	C\$ 10,493.79	C\$ 734.57	C\$ 2,256.16	C\$ 213.88	C\$ 9,545.34	C\$ 9,545.34
	Trabajador b		C\$ 10,493.79	30.00	C\$10,493.79	C\$ 10,493.79	C\$ 734.57	C\$ 2,256.16	C\$ 213.88	C\$ 9,545.34	C\$ 9,545.34
	Trabajador c		C\$ 10,493.79	30.00	C\$10,493.79	C\$ 10,493.79	C\$ 734.57	C\$ 2,256.16	C\$ 213.88	C\$ 9,545.34	C\$ 9,545.34
TOTALES GENERALES			C\$ 31,481.37		C\$31,481.37	C\$ 31,481.37	C\$ 2,203.70	C\$ 6,768.49	C\$ 641.64	C\$ 28,636.03	C\$ 28,636.03
							C\$ 629.63	INATEC 2%			

NOTA:	

Autorizado por:

Elaborado por:

Revisado por:

Fuente: Elaboración propia

Anexo 4. Mobiliario y equipos

Cedula informativa

Información tomada documento Operaciones

t/c

36.6243

Depreciacion de activos						CALCULOS DE FACTORES DE DEPRECIACION Y AMORTIZACION							
Depreciacion de activos						RUBROS DE INVERSION							
Numero	Equipos de trabajo	Unidad	Marca	Costos / unitarios	Costos TOTAL EN CORDOBAS	%	AÑOS	Pormes	TOTAL AÑOS 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Vehículo de 4 rueda	1	Kia forte 2009	\$ 6,000.00	C\$ 219,745.80	47%	5	C\$ 3,662.43	C\$ 43,949.16				
2	Vehículo de 2 rueda	1	Pulsar Ns125	\$ 2,060.00	C\$ 75,446.06	16%	5	C\$ 1,257.43	C\$ 15,089.21				
3	Computadoras de escritorio	4	don	\$ 360.00	C\$ 52,738.99	11%	2	C\$ 2,197.46	C\$ 26,369.50				
4	Servidor de red y almacenador de datos	1	Base de Datos PostgreSQL	\$ 800.00	C\$ 29,299.44	6%	2	C\$ 1,220.81	C\$ 14,649.72	C\$ 14,649.72			
5	plataforma Digital	1	-	\$ 300.00	C\$ 10,987.29	2%	2	C\$ 457.80	C\$ 5,493.65	C\$ 5,493.65			
6	Celulares de alta gama	2	Samsung	\$ 360.00	C\$ 26,369.50	6%	2	C\$ 1,098.73	C\$ 13,184.75	C\$ 13,184.75			
7	Aire acondicionado mini Split	2	Confort	C\$15,000.00	C\$15,000.00	3%	5	C\$ 250.00	C\$ 3,000.00				
8	Escritorio	4	Estándar	C\$5,000.00	C\$5,000.00	1%	2	C\$ 208.33	C\$ 2,500.00	C\$ 2,500.00			
9	Impresora semi industrial	1	HP L 2100	C\$7,000.00	C\$7,000.00	1%	2	C\$ 291.67	C\$ 3,500.00	C\$ 3,500.00			
10	Sillas de oficinas	4	Estándar	C\$2,500.00	C\$2,500.00	1%	5	C\$41.67	C\$500.00	C\$500.00	C\$500.00	C\$500.00	C\$500.00
					C\$444,087.08			C\$ 10,686.33					

Amortizaciones Diferidas					CALCULOS DE FACTORES DE DEPRECIACION Y AMORTIZACION								
	Gastos de constitucion	1	S/M	C\$5,493.65	C\$5,493.65	1%	5	C\$91.56	C\$ 1,098.73	C\$1,098.73	C\$1,098.73	C\$1,098.73	C\$1,098.73
	papeleria	1	FORCON	C\$2,800.00	C\$2,800.00	1%	5	C\$233.33	C\$ 2,800.00				
	seguros	1	LA FISE	C\$17,792.08	C\$17,792.08	4%	5	C\$1,482.67	C\$ 17,792.08				
					C\$26,085.73			C\$1,807.57					
					C\$470,172.81		100%						

C\$4,394.92

Fuente: Elaboración propia