



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

FAREM – Carazo

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

**Informe Final de Seminario de Graduación para optar al Título de Licenciado en
Administración de Empresa**

Tema: Plan de emprendimiento para la creación de empresas en la IV región del país

Subtema:

Propuesta de plan de emprendimiento, para el diseño de la microempresa, Taller de Confecciones Angeluz fashion, dedicada a la elaboración de vestidos de niñas entre las edades de 1mes a 9 años de edad, para eventos especiales con asesoramiento y catálogos exclusivo, en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo en el segundo semestre del año 2017.

Autores:

Alemán Calero Erika Elizabeth

Gaitán Jiménez Ángela Nidia

No de carné

13093654

13092686

Tutor:

Lic. Idalia del Carmen Guillen

Jinotepe, 11 Diciembre del año 2017



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

FAREM – Carazo

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

**Informe Final de Seminario de Graduación para optar al Título de Licenciado en
Administración de Empresa**

Tema:

Plan de emprendimiento para la creación de empresas en la IV región del país

Subtema:

Propuesta de plan de emprendimiento, para el diseño de la microempresa, Taller de Confecciones Angeluz fashion, dedicada a la elaboración de vestidos de niñas entre las edades de 1mes a 9 años de edad, para eventos especiales con asesoramiento y catálogos exclusivo, en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo en el segundo semestre del año 2017.

Autores:

No de carné

Alemán Calero Erika Elizabeth

13093654

Gaitán Jiménez Ángela Nidia

13092686

Tutor:

Lic. Idalia del Carmen Guillen

Jinotepe 11 Diciembre del año 2017

Dedicatorias.....	i
Agradecimientos.....	iii
Resumen	vi
1. Introducción del tema y el subtema.....	1
2. Justificación.....	3
3. Objetivos	4
3.1 Objetivo general	4
3.2 Objetivos específicos.....	4
4. Desarrollo del subtema.....	5
4.1 Plan de Mercadotecnia	5
4.1.1 Descripción de la innovación.	5
4.1.2 Comparación del producto con la competencia.	14
4.1.3 Mercado/ Zona comercial.....	21
4.1.4 Segmentación de mercado (clientes potenciales).....	22
4.1.5 Demanda total.	26
4.1.6 Participación de mercado esperada.	29
4.1.7 Estrategia de mercado.	31
4.1.8 Estimación de venta	34
4.1.9 Presupuesto de mercadotecnia.	36
4.2 Plan de producción	37
4.2.1 El proceso de producción.	37
4.2.2 Proveedores y condiciones de compra de los equipos.	46
4.2.3 Capital fijo y vida útil.....	49
4.2.4 Capacidad planificada.	54
4.2.5 Ubicación y distribución física de la empresa.....	55
4.2.6 Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad.	61
4.2.7 Mano de obra, su costo y disponibilidad.....	66
4.2.8 Gasto generales de fabricación.....	67
4.3 Plan de organización y gestión	68

4.3.1 Marco legal (forma jurídica).....	68
4.3.2 Estructura de la organización.....	74
4.3.3 Experiencia y habilidades básicas del empresario.....	78
4.3.4 Actividades y gastos preliminares.....	87
4.3.5 Equipos de oficina.....	89
4.3.6 Gasto administrativo.....	94
4.4 Plan financiero.....	96
4.4.1 Inversión y fuente de financiamiento.....	96
4.4.2 Ingresos, egresos y costos.....	101
4.4.2.5 Flujo de caja.....	111
4.4.3 Análisis financiero.....	112
5. Conclusiones.....	114
6. Bibliografía.....	116
7. Anexos.....	118
Anexo 1: Diseño metodológico.....	118
Anexo 2: plan de mercadotecnia.....	132
Anexo 3: plan de producción.....	136
Anexo 5: plan organizacional.....	138
Anexo 5.1 Acta de constitución.....	138
Anexo 5.2 Formulario de inscripción.....	143
Anexo 5.3 contrato de trabajo.....	148
Anexo 6: plan financiero.....	150
6.1 Balance de apertura.....	150
6.2 Balance general.....	151
6.3 Estado de resultado 2018.....	152
6.4 Estado de resultado proyectado.....	152

Imagen 1 : El catálogo.....	6
Imagen 2: La plataforma	7
Imagen 3: Logotipo	11
Imagen 4: bolsa de empaque	13
imagen 5:área número 1	59
Imagen 6: Área número 2.....	59
Imagen 7: plano del taller de confecciones	60
Imagen 8: cedula de RUC	143
Ilustración 1: Marca del Taller de confecciones	12
Ilustración 2: Etiqueta	12
Ilustración 3: canal directo	21
Ilustración 4: Ubicación de la empresa (Macrolocalizacion).....	56
Ilustración 5: Pasos para registro mercantil	70
Ilustración 6: pasos en la DGI.....	70
Ilustración 7: pasos para la alcaldía.....	71
Ilustración 8: proceso de inscripción del INSS	72
Ilustración 9: Licencia de higiene y seguridad.....	72
Ilustración 10: proceso de registro la marca	73
Ilustración 11: Registro	144
Ilustración 12: certificado de inscripción.....	144
Ilustración 13: Licencia de higiene y seguridad.....	145
Gráfica 1: competencia.....	14
Gráfica 2: Competencia directa.....	15
Gráfica 3: competencia Indirecta	16
Gráfica 4: Edad.....	23
Gráfica 5: Sexo.....	23
Gráfica 6: comportamiento de los clientes potenciales.....	24
Gráfica 7: ingresos familiares.....	25

Gráfica 8: Demanda del taller de confecciones.....	26
Gráfica 9: satisfacción de los cliente.....	28
Gráfica 10: participación de mercado por segmento.....	30
Tabla 1: Ventaja competitivo	8
Tabla 2: producto sustituto	17
Tabla 3: competencia Directa.....	18
Tabla 4: Competencia Indirecta	19
Tabla 5: segmentación.....	25
Tabla 6: proyección de la demanda total.....	27
Tabla 7: proyección anual de la demanda Real.....	27
Tabla 8: Incremento de la demanda a cubrir	29
Tabla 9: Estrategia del producto.....	31
Tabla 10: Estrategia de precios	32
Tabla 11: Estrategia de plaza.....	33
Tabla 12: venta física	34
Tabla 13: venta monetaria en el primer semestre.....	35
Tabla 14: venta monetaria del segundo semestre.....	35
Tabla 15: presupuesto de mercadotecnia al inicio de sus operaciones para el primer mes.....	36
Tabla 16: publicidad para los siguientes meses.....	36
Tabla 17: La calidad por AQL	45
Tabla 18: Proveedores de maquinaria	47
Tabla 19: Máquina de coser eléctrica.....	49
Tabla 20: Maquina Overlock.....	50
Tabla 21: Maquinaria y herramienta	52
Tabla 22: Vida útil de la maquinaria.....	53
Tabla 23: Capacidad planificada	54
Tabla 24: ubicación de la empresa Microlocalizacion	58
Tabla 25: Materiales para el primer mes	62
Tabla 26: producción mensual en el primer semestre	63
Tabla 27: producción mensual en el segundo semestre	63

Tabla 28: Materia prima indirecta en el primer semestre.....	64
Tabla 29: Materia prima Indirecta en el segundo semestre.....	64
Tabla 30: Mano de obra indirecta.....	66
Tabla 31: Mano de obra Directa.....	66
Tabla 32: costo de producción en el primer semestre	67
Tabla 33: costo de producción en el segundo semestre.....	67
Tabla 34: Leyes que rige la microempresa.....	68
Tabla 35: n° de cargo	74
Tabla 36: Nomina del taller de confecciones	77
Tabla 37: Gasto de constitución	87
Tabla 38: Gastos de instalación.....	88
Tabla 39: computadora.....	89
Tabla 40: Impresiones	89
Tabla 41; Escritorio.....	90
Tabla 42; silla ejecutivo	90
Tabla 43: depreciación del mobiliario.....	91
Tabla 44: útiles de oficina	92
Tabla 45: útiles de limpieza.....	92
Tabla 46: papelería de oficina	93
Tabla 47: Gasto preoperativo en el primer semestre.....	94
Tabla 48: Gasto preoperativo en el segundo semestre	95
Tabla 49: Activos fijos	97
Tabla 50: Activos Intangible	97
Tabla 51: Capital de trabajo	98
Tabla 52: inversión total.....	99
Tabla 53: participación de los socios	100
Tabla 54: Venta física.....	101
Tabla 55: Estimación de venta monetaria en el 1er semestre.....	102
Tabla 56: Estimación Monetaria del 2 do semestre	102
Tabla 57: Otros Ingresos en el primer semestre.....	103
Tabla 58: Otros ingresos en el segundo semestre.....	103

Tabla 59: Gasto Preoperativo del primer semestre	104
Tabla 60: Gasto preoperativo en 2do semestre	105
Tabla 61: Estructura de costo anual del segmento de 1 a 3años	106
Tabla 62: estructura de costo de 4 a 6 años.....	107
Tabla 63: Estructura de costo del segmento de 7 a 9 años en C\$.....	108
Tabla 64: Precio para el segmento	109
Tabla 65: punto de equilibrio	110
Tabla 66: Flujo de caja.....	111
Tabla 67: Flujo de fondo proyectado	112
Tabla 68: Tabla de variable de operaciones	128
Tabla 69: cronograma.....	130
Tabla 70: Medios publicitario	135
Tabla 71: compra de materia prima directa física	136
Tabla 72 compra de materia prima indirecta en monetaria.....	136
Tabla 73: inventario final	137
Tabla 74: Balance de apertura.....	150
Tabla 75: Balance general	151
Tabla 76: Estado resultado	152
Tabla 77: Estado resultado proyectado	152

Dedicatorias

En primer lugar a **Dios**: por brindarme su amor, misericordia, fortaleza, salud y guiarme en todo momentos de mi vida principalmente en las dificultades que son pruebas y desafíos que pude superar con su ayuda hoy, mañana y siempre.

A mi Madre **Sra. María Inés Calero Gutiérrez** un ser especial por darme la vida, su esfuerzo para sacarme adelante, estar siempre conmigo en todo momento, brindando consejos, apoyo y motivación, por ser un ejemplo a seguir, por haberme enseñado valores tales como la responsabilidad y creer en mí en todo momento .

Por ultimo a mi pequeña hermana **Elieth Escarleth Alemán Calero** por su apoyo y comprensión en todo momento que se me presentaron las dificultades.

Br. Erika Elizabeth Alemán Calero

Dedicatoria

Este seminario de graduación se lo dedico en primer lugar a **Dios** por haberme dado la vida y permitido llegar hasta culminar mis estudios universitarios.

A mi Hermana **Rosa María Gaitán Jiménez** a quien quiero como una madre, por creer siempre en mí, apoyarme en todo esos momentos, por su confianza y sentirse orgullosa de todos mis logros.

A mis **padres María Inés Jiménez y José Rene Gaitán Ortiz** por el apoyo que me han brindado durante todo este transcurso de mi vida, sin importar que hayan existido muchas diferencias de opiniones entre nosotros, por cada momento que han estado conmigo.

A cada una de mis amigas de la universidad por su amistad y su apoyo incondicional que me han brindado en estos cinco años de la Carrera, por estar ahí en los buenos y malos momentos.

BR. Ángela Nidia Gaitán Jiménez

Agradecimientos

Agradezco principalmente a **Dios** nuestro padre celestial por permitirme la vida y darme fuerza necesaria para culminar mis estudios universitarios con salud, gracias.

A si mismo expreso mi agradecimiento a mi **madre Sra. María Inés Calero Gutiérrez** como reconocimiento a su esfuerzo por sacarme adelante, frente las adversidades y por darme el apoyo para finalizar mis estudios, gracias.

A todo los profesores que ha estado conmigo y me han apoyado por medio de su conocimiento y enseñanza que me ayudaron para culminar mis estudios, sobre todo a mi tutora **Idalia del Carmen Guillen** ha sido una guía, concejera dentro de la realización de seminario de graduación y gracias a su paciencia dentro de esta etapa, gracias .

Por ultimo pero no menos importante a la profesora **Adelaida Sanabria y Raúl Medrano** por creer, confiar en mi capacidad, habilidades, conocimiento para culminar la carrera de administración de empresa, gracias.

Br. Erika Elizabeth Alemán Calero

Agradecimiento

Agradezco a **Dios** por verme regalado la vida y por permitirme llegar hasta este momento en mi vida, por darme fuerzas para superar tantos obstáculos y dificultades a lo largo de mi vida, gracias.

A mi hermana **Rosa María Gaitán Jiménez** por siempre estar conmigo, por cada consejo brindado, por comprenderme siempre y estar presente en los buenos y malos momentos, gracias.

A mis padres **María Inés Jiménez** y **José Rene Gaitán Ortiz** por el apoyo que me han brindado hasta esta nueva etapa que estoy viviendo, casi por graduarme si Dios así lo permite, Gracias.

A mis amigas que me han apoyado en estos cinco años de la carrera por verme escuchado y ayudado en cada momento que lo he necesitado, por todas esas victorias y derrotas que hemos compartido juntas, Gracias.

A la Profesora **Adelaida Sanabria** y a todos esos profesores que nos han apoyado y compartido sus conocimientos en el transcurso de la carrera, Gracias.

A mi Compañera **Érika Elizabeth Alemán Calero** y Tutora Idalia del Carmen Guillen por este trabajo de seminario de graduación porque sin su ayuda y dedicación no hubiese logrado culminar dicho seminario, Gracias.

BR. Ángela Nidia Gaitán Jiménez

Valoración docente



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

2017: "Año de la Universidad Emprendedora"

Viernes 01 de diciembre 2017

MSc. Elvira Azucena Sánchez
Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas
Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

Estimada maestra,

Por este medio entrego formalmente informe de seminario de graduación, bajo el Tema: **Plan de Emprendimiento para la creación de empresas en la IV Región del país**, presentado por los bachilleres:

Nº	Apellidos y Nombres	Carné
1	Alemán Calero Erika Elizabeth	13-09365-4
2	Gaitán Jiménez Ángela Nidia	13-09268-6

Siendo el subtema:

Propuesta de plan de emprendimiento, para el diseño de la microempresa, Taller de Confecciones Angeluz fashion, dedicada a la elaboración de vestidos de niñas entre las edades de 1 mes a 9 años de edad, para eventos especiales con asesoramiento y catálogos exclusivo, en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo en el segundo semestre del año 2017.

El cual ha cumplido con los requisitos técnicos y metodológicos establecidos de acuerdo a la normativa de Seminario de Graduación. Este trabajo contribuye a desarrollar y obtener habilidades y conocimientos relacionados al perfil de la carrera y sobre todo se ajusta a las exigencias del entorno económico y laboral actual.

Por tanto el presente trabajo puede ser defendido de acuerdo a los procedimientos académicos establecidos por la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua, para ostentar al título de Licenciatura en Administración de Empresas.

Sin más que agregar, me suscribo, deseando bendiciones a usted y a cada persona que lea este documento, el cual es el resultado de mucho esfuerzo y dedicación.

Atentamente,


Lic. Lidia del Carmen Guillén Aburto
Tutor de Seminario de Graduación

Cc/ Archivo

¡A la libertad por la Universidad!

De la Policía Nacional 2 cuadra al Oeste, Jinotepe, Carazo, Escribo Reynaldo Rosales
Tél: 2532 2055 / Ed. 7712-7723 | depto.econom.fatim@unan.edu.ni | www.fatimcarazo.unan.edu.ni

Resumen

La presente propuesta del plan de emprendimiento para el diseño de la microempresa Taller de Confecciones “**Angeluz fashion**”, dedicada a la elaboración de vestidos de niñas entre las edades de 1mes a 9 años de edad para eventos especiales en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, cuyo carácter innovador de la propuesta radica en el servicio al cliente que se basa en brindar un asesoramiento al cliente, un catálogo exclusivo, la alta costura del taller.

En el desarrollo del plan se presentan los 4 planes que son mercadotecnia, producción, organizacional y el financiero, que permiten determinar los principales lineamientos, como la rentabilidad, viabilidad para la puesta en marcha de la microempresa y así poder satisfacer las necesidades de los padres de familia jinotepino.

En el primer plan se determina los elementos mercadológico que permite obtener la viabilidad del taller por medio de su elaboración que abarca la descripción de la innovación, la determinación de la oferta; se muestra la demanda total, real e insatisfecha y los principales resultados de la investigación de mercado realizada que permiten definir cada una de la variable con son el tipo mercado, comportamiento de los clientes, frecuencia de compra, concluyendo con las estrategias de mercado.

Posteriormente en el plan de Producción se obtiene información de los recursos técnicos que se necesitan para ponerlo en marcha donde se detalla la capacidad real de la planta de producción para esto es necesario especificar el capital fijo y vida útil, los términos de las condiciones de la compra, ubicación y distribución física del taller de confecciones, la materia prima y mano obra necesaria (costo, disponibilidad).

Por consiguiente en el plan de Organización y Gestión conlleva la identificación de normativas, regulaciones legales y constitutivas de la empresa ,además de abarca la estructura organizativa, las fichas ocupacionales de los colaboradores, los gastos y actividades preliminares, así como la inversión necesaria en equipos de oficina.

Por último se encuentra el plan Financiero incluye el plan de inversión y fuentes de financiamiento; así como también los presupuestos referentes a costos y gastos., muestran los resultados de la evaluación de los indicadores financieros VAN y TIR, donde se demuestra la viabilidad económica de la micro empresa. Este plan financiero permite brinda información detallada que ayudan a determinar la rentabilidad del taller de confección de vestidos “Angeluz Fashion.

1. Introducción del tema y el subtema

El plan de emprendimiento es “un documento de planificación estratégica orientado a los negocios en el cual debe contener de forma detallada la visión y misión de lo que el empresario o productor quiere realizar. Es también una carta de presentación para posibles inversionistas o para obtener financiamiento. “(CEI, 2010, pág. 3)

Hoy en día el gobierno de Nicaragua está promoviendo la innovación y emprendimiento debido al contexto económico, social del país, por tal motivo se propicia el desarrollo de micro y pequeñas empresas por medio del aprovechamiento de las políticas relacionadas para incremento de empresas nacionales enfocadas a motivar a pequeños empresarios nacionales a emprender sus ideas de negocios fortaleciendo sus habilidades y las oportunidades existentes en el mercado nicaragüense.

La innovación se basa en esfuerzo y perseverancia de impulsar cambios significativos, por medio de la creatividad que se basa en la creación, mejoras a la hora de emprender donde se identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para posteriormente tomar la iniciativa para llevarlo a la práctica.

En este contexto se ha diseñado la propuesta del plan de emprendimiento, para el diseño de la microempresa, Taller de Confecciones “**Angeluz fashion**”, dedicada a la elaboración de vestidos de niñas entre las edades de 1mes a 9 años de edades, en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo se plantea una propuesta innovadora con base a la iniciativas de mejorar la atención al cliente tomando en cuenta las necesidades que tienen los padres de familias.

El taller de confecciones contara con un catálogo de diseños exclusivo con asesoramiento al cliente en colores de tela, cortes, estilos, ocasión y diseños que estén acorde con su hija tomando en consideración el tipo de evento que utilizará el vestido, por último la utilización de las redes sociales como un medio de publicidad y comunicación con los clientes.

Para llevar a cabo la confección de los vestidos se toma en cuenta tres tipos de corte de vestidos que son imperial este corte es ajustados abajo del pecho y tiene caída larga, en cambio Princesa es abundante en tela la parte de abajo y es el más usado, por último el corte canesú que se caracteriza por ser ajustado encima del busto además de ser el más cómodo al usarlo, estos tipos de corte son los más adecuados para eventos especiales como recepciones, fiestas, bodas entre otra.

En el plan de emprendimiento se determinan la parte mercadológicos, productivos, organizacionales y financieros; tomando en cuenta los elementos metodológicos que facilitaron y permitieron la obtención de información clave que posteriormente fue procesado y analizado para tomar decisiones.

2. Justificación

El presente plan de emprendimiento para la creación de la microempresa “Angeluz fashion”, fue diseñado con la finalidad de establecer los planes mercadológicos, producción, organizacional y financieros que son necesario para el aprovechamiento de las oportunidades en el mercado jinotepino por medio de la determinación de la viabilidad y rentabilidad de la microempresa

Ante la necesidad de brindar un servicio de confecciones de vestidos que sea en corto tiempo y con alta costura, con diseño exclusivo por medio de la utilización de un catálogo que permite el surgimiento de la propuesta de un “taller de confecciones Angeluz Fashion” a si mismo crear conciencia de rescatar las tradiciones partiendo del recate de los talleres de confecciones.

Para llevar a cabo el plan de emprendimiento se acude al empleo de técnica de investigación como son la encuesta observación y documentación, la utilización de métodos para la obtención de información que permitieron conocer las condiciones para el taller de confecciones “Angeluz Fashion” por medio de la puesta en práctica de los conocimientos obtenidos hasta la fecha dentro de la carrera de administración de empresa así mismo fortalecerlo y consolidarlo.

De igual modo, se pretende que la investigación sea fuente de aportes a futuros estudios que sirva de base para la realización de nuevas investigaciones en el desarrollo de la innovación y el emprendedurismo en la FAREM, Carazo y en la puesta en marcha del taller de confecciones “**Angeluz Fashion**” “permitirá brindar fuente de empleo, ingresos económico al municipio de Jinotepe y al país por medio del pago de los impuesto que pasan al presupuesto general de la republica de Nicaragua.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Proponer un plan de emprendimiento para la microempresa Angeluz fashion dedicada a la elaboración de vestidos de niñas entre las edades de 1mes a 9 años de edad, para eventos especiales con asesoramiento y catálogos exclusivo, ubicada en el municipio de Jinotepe ,departamento de Carazo , durante el segundo semestre del año 2017.

3.2 Objetivos específicos

1. Elaborar un plan de mercadotecnia para la identificación de la viabilidad comercial del producto.
2. Estructurar un plan de producción para la microempresa “**Angeluz fashion**” especificando los costos de producción, mantenimiento de equipos y gastos generales de la misma.
3. Crear una estructura organizacional y marco legal con el fin de definir funciones y establecer leyes que permitan la constitución formal del taller de confecciones
4. Establecer un plan financiero para la evaluación de la rentabilidad y viabilidad de la microempresa Angeluz fashion.

4. Desarrollo del subtema

4.1 Plan de Mercadotecnia

El plan de mercadotecnia es la parte del plan de innovación y emprendedurismo en donde se investiga la respuesta del mercado ante un producto (Salinas, 2012, pág. 50); en este caso el grado de aceptación que tendrá el taller de confecciones “**Angeluz fashion**”.

4.1.1 Descripción de la innovación.

La descripción de la innovación se basa en la explicación del producto o servicio y el tipo innovación que se diferencia de la competencia. Por consiguiente el taller de confecciones “**Angeluz fashion**” surge por la identificación de las necesidades que tienen los padres de familia en las confecciones de vestidos para niñas y esto brinda una oportunidad en un mercado para un taller de confecciones de vestidos para niñas entre las edades de 1 mes a 9 años.

Entre los principales factores que incidieron en la decisión de crear el taller se encuentra la falta de talleres que brindan un buen servicio debido que la mayoría de veces existen un retraso de la entrega de los vestidos, otro factor importante que estos talleres no se encuentran segmentado y los vestidos para niñas confeccionado no se encuentran personalizado, por tal motivo se decide emprender una microempresa que brinde el servicio para la confección de vestidos de niñas.

Esta microempresa tiene como objetivo fomentar el hábito de la confección de ropa recuperando la cultura, tradición, la idiosincrasia de nuestro pueblo retomando la iniciativa del departamento de Carazo y sus municipios para salvar las tradiciones en general mediante diferente proyecto.

Se plantea una propuesta innovadora con base a la iniciativa en el producto realizando significativamente mejoras, en cuanto a sus características entre ellas están primero que toda la innovación será en el tiempo de entrega del vestido para los padres de familia y niñas que será de 1 semana.

Por otra parte en la innovación para una mejor relación con los clientes se realizará un catálogo de diseños exclusivo por parte del taller tanto en físico y digital, donde se estará actualizando cada 3 meses para estar siempre acorde con las nuevas tendencias de modas que existe con el fin de la satisfacción del cliente



Imagen 1 : El catálogo

Fuente: Equipo investigativo

Como se muestran en la siguiente imagen del catálogo que contendrán un índice con los códigos que tiene cada vestido y la pagina que se encuentra el vestido tendrán una tabla colores que son las que se pueden utilizar para el vestido



Por otra parte, se utilizará las redes sociales como un medio de publicidad, de comunicación con los clientes tanto potenciales como los actuales además tanto los clientes y nosotros como microempresa estará publicando los vestidos de sus hijas así mismo se les estarán dando algunos tips para vestir a sus hijas para toda ocasión.



Imagen 2: La plataforma

Fuente: Equipo investigativo

Otro tipo de innovación que ofrecerá la microempresa son que los vestidos son diseñados por el taller donde se retoma lo mencionado por los padres de familia que estos trajes sean cómodos, elegantes y alta costura para las niñas que lo utilicen en eventos especiales. Por último, se brindará un asesoramiento al cliente por ejemplo en colores de tela, cortes, estilos, ocasión y diseños que estén acorde con su hija tomando en consideración el tipo de evento que utilizará el vestido.

Tabla 1: Ventaja competitivo

Ventajas competitivas.
• Vestidos confeccionado en el taller de confecciones
• El tiempo de confección y entrega para los vestidos.
• Especialización en vestidos para niños
• Vestidos diseñado propio de la empresa
• La utilización de un catálogo personalizado
• Se confecciona para todo evento.
• La utilización de las redes sociales como medio publicitario

Fuente: Equipo investigativo

La utilización de estos vestidos será para ocasiones especiales y formales, como: fiestas, bautizos, comuniones, bodas, quince años, graduación, eventos formales entre otras. Algún evento que quiera que sus hijas vayan con el atuendo apropiado de diseño único, es importante que se escoja un vestido para una niña, tomando en cuenta la comodidad, frescura de ella.

Según el cuestionario realizado se llegó que las madres compran y dan confeccionar vestidos para sus hijas con corte de costura que se utilizaran para el diseño de los vestidos de acuerdo a la siguiente ilustración, esos tipos de corte se seleccionaron porque son los más utilizados para eventos especiales y más apropiados. Por otro lado, el resultado obtenido en la encuesta arroja que las madres le gustan que los vestidos que utilicen para sus hijas sean de colores tales como:

- Azul
- Rosado
- Combinación de colores
- Celeste
- Blanco
- Pasteles



Corte imperial

- Es elegante y se puede llevar a cualquier eventos .
- Las característica de este corte son ajustados abajo del pecho y la tela que va por debajo debe tener caída.
- Este es confeccionado en telas con caída para favorecer la silueta de las niñas.
- Son cómodos, discretos, elegantes, justo para chicas como tu que les encanta estar a la moda en colores, diseños y desean lucir glamorosas en todas ocasión .
- Este corte la diferencia que tiene de los otros es que inicia desde su busto hasta 8 cm hacia abajo.



Corte princesa

- Los paneles verticales de material están conformadas para seguir el contorno de la figura..
- Es el mas comun la parte de abajo es mas abundante.
- Se toman las medidas para este tipo de corte de la mitad del hombro pasando por la altura de busto .



Corte canesu

- Este tipo de corte se caracteriza porque viene ajustado por encima del busto.
- Es uno de los vestidos más cómodos para que las niñas usen que por el ancho de la parte de abajo.
- Se podrán mover con más seguridad y facilidad.
- Su hija se puede mover con mucha tranquilidad.
- se utiliza para niñas que tiene entre las edades de 1 mes a 6 años pero son recomendable para niñas que esten recién nacidas .

Ilustración 1 : corte del taller de confecciones Angeluz fashion

Fuente:Equipo investigativo

- **Nombre del producto**

El nombre del producto que se escogió para el taller de confecciones dedicado a la elaboración de vestidos para niña es “**Angeluz fashion**” debido:

1. Ángel: las niñas son angelitos de Dios además es una forma de acercarse al cliente y al segmento que está dirigido la empresa.
2. Luz: significa brillar ante todo las cosas dando realce que cuando vista a tu hija con un vestido del taller brilla como una princesa.
3. Fashion: cuando se toma esta palabra que significa moda representa que los vestidos son diseñados propios y son diseños exclusivos por el taller.

- **Eslogan**

El eslogan “frase o grupo de palabras, también originales, que representan la imagen de la empresa o su producto”. (Alcaraz, 2008).

“Vestidos de cuento de hadas para la princesa amada, lo mejor para lucir y vestir única original en toda ocasión”

- **Logotipo**

Para realizar una identidad al taller de confecciones “**Angeluz fashion**” que se dedica a la confección de vestido se diseñó un logotipo, que consiste en la unión de texto en este caso el nombre y la imagen se utiliza es el ilustrativo debido que representa de manera bastante explícita la actividad.

Los colores que utilizan son:

1. Morado: es el color favorito de los niños en general.
2. Negro: representa la elegancia de los vestidos que se elaboraran en el taller.



Imagen 3: Logotipo

Fuente: Equipo investigativo

- **Marca**

La marca según Fischer y Espejo (2011), “es un nombre, término simbólico o diseño que sirve para identificar los productos o servicios de un vendedor o grupo de vendedores, para diferenciarlos de los productos de los competidores” (pág. 119).

La marca Princess girl hace referencia a la confección del producto que se está y a quienes está dirigiendo que son las niñas entre las edades de 1 mes a 9 años, así como también se toma como referencia que ellas son las consentidas por todas las personas se le asocia con princesa y girl por el sexo permitiendo también dar una imagen al segmento al que está dirigido, así mismo brinda prestigio a la microempresa mediante el posicionamiento de la marca en la mente del consumidor.

Los significados de los colores a utilizar son:

1. Morado: se utiliza ese color en la marca porque se asocia con los niños en general y es un medio para atraerlo y refleja energía.
2. Rosado: representa al segmento que se está dirigiendo que son las niñas entre las edades de 1 mes a 9 años.



Ilustración 1: Marca del Taller de confecciones

Fuente: Equipo investigativo

- **Etiqueta**

La etiqueta “es parte del producto o forma parte a si mismo permitiendo identificar al producto y describe varios aspectos de éste “según (Kotler y Armstrong,2008, pág. 249). La etiqueta de los vestidos del taller de confecciones “**Angeluz fashion**” está plasmada en el empaque, contendrá los elementos siguientes:

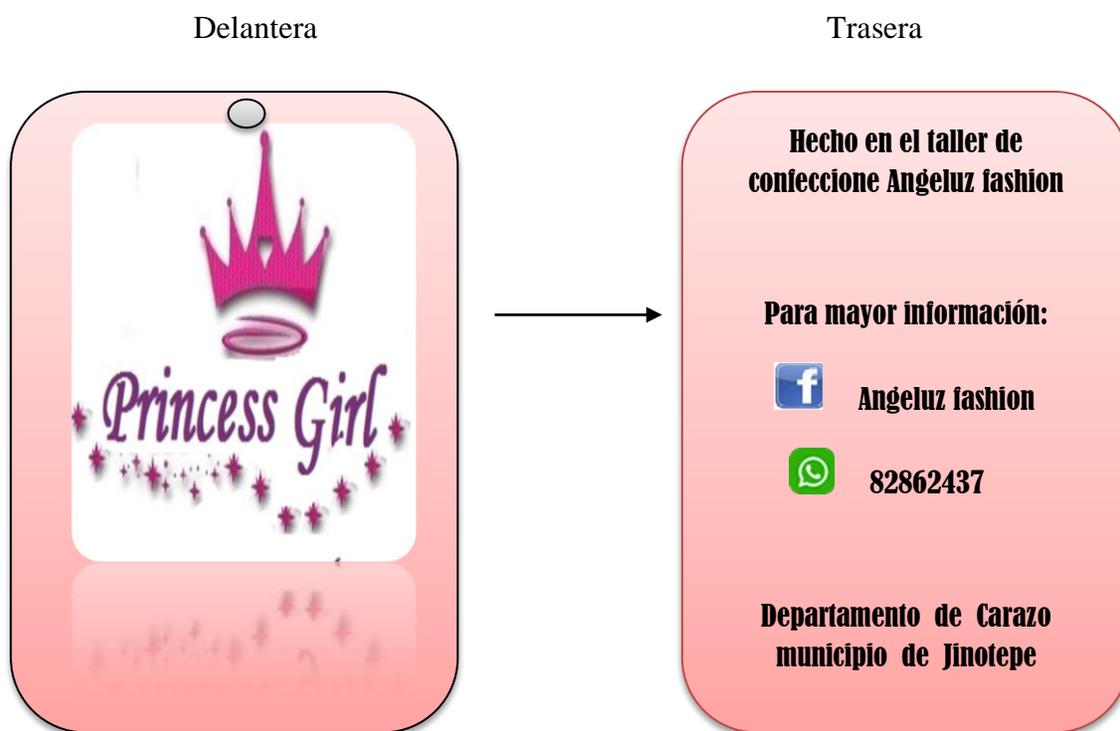


Ilustración 2: Etiqueta

Fuente: Equipo investigativo

- **Empaque**

El empaque “material que cubrirá un artículo con el fin de preservar y facilitar su entrega al consumidor, además de promoverlo dentro del canal de distribución. De acuerdo a”(Fischer y Espejo, 2011, pág. 126).para la microempresa del taller de confecciones “Angeluz fashion”Con el fin de preservar y para poder facilitar la entrega ante el consumidor los vestidos después de haber sido confeccionado se utiliza bolsa para vestidos en el cual está llevara el logotipo de la empresa y su marca de la empresa.



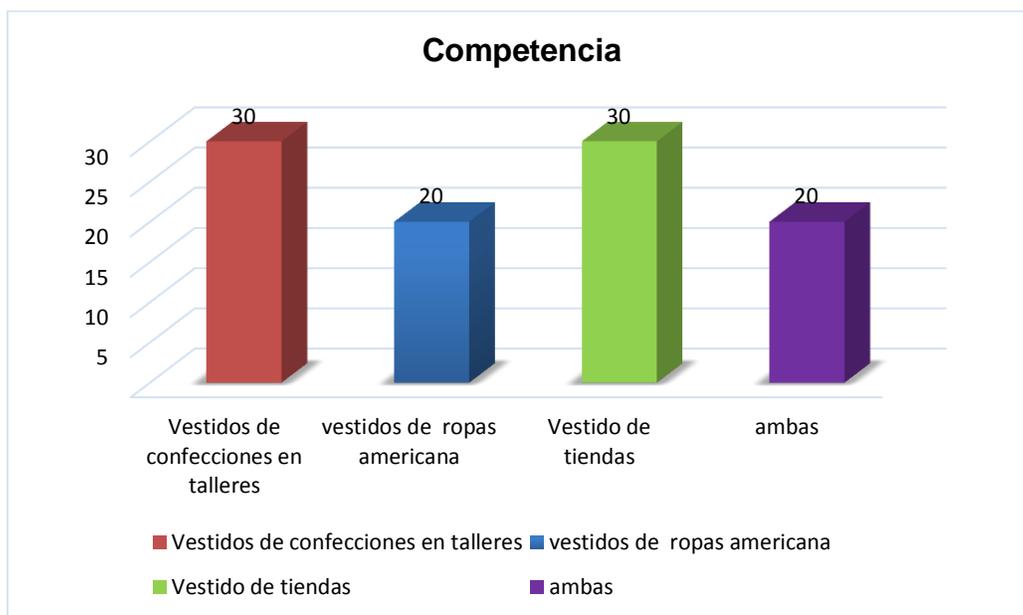
Imagen 4: bolsa de empaque

Fuente: Equipo investigativo

4.1.2 Comparación del producto con la competencia.

Las competencias son “los proveedores más importantes que ofrecen un producto similar, y analizar cuál es su cuota de participación en el mercado, cómo trabajan, cuáles son sus fortalezas, debilidades y cómo el mercado los valora” de acuerdo a (CEI, 2010,pág.10)

Dentro del desarrollo del plan de mercadotecnia se identifica la competencia que son talleres ,las tiendas de vestidos nuevas y usados .por consiguiente en la puesta en marcha de la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados sobre la competencia que demuestra un 30% siguen manteniendo las costumbres de dar a confeccionar la ropa en talleres y un 30% en tienda para toda ocasión, donde un 20% compran vestidos de ropa americana ,el otro indica que un 20% de la población jinotepina utiliza las dos tipos de competencia de acuerdo a los encuestados va depender del tiempo, el precio, la ocasión que escojan entre tienda o talleres.



Gráfica 1: competencia

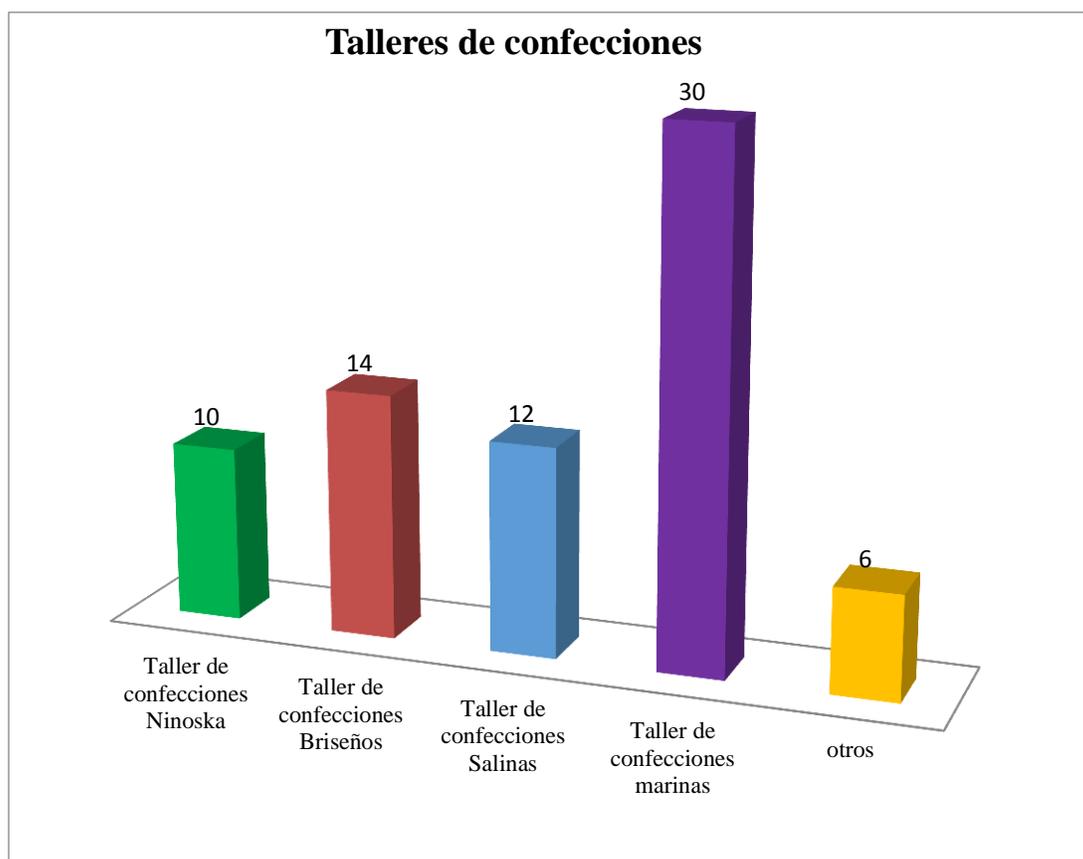
Fuente: Equipo Investigativo

Al haber determinado la competencia en el municipio de Jinotepe se procede a dividirla en:

1. Los competidores directo

son los talleres de confección de prenda de ropa en general que se encuentra en el municipio de Jinotepe que de acuerdo al banco central de Nicaragua se encuentra registrada 14 talleres dentro del municipio de las cuales los principales talleres se encuentran en la tabla 3 más adelante.

Por consiguiente el resultado obtenido de la encuesta suministro que el taller más utilizado y reconocido por los encuestados es el taller de confecciones marinas con un 30%.



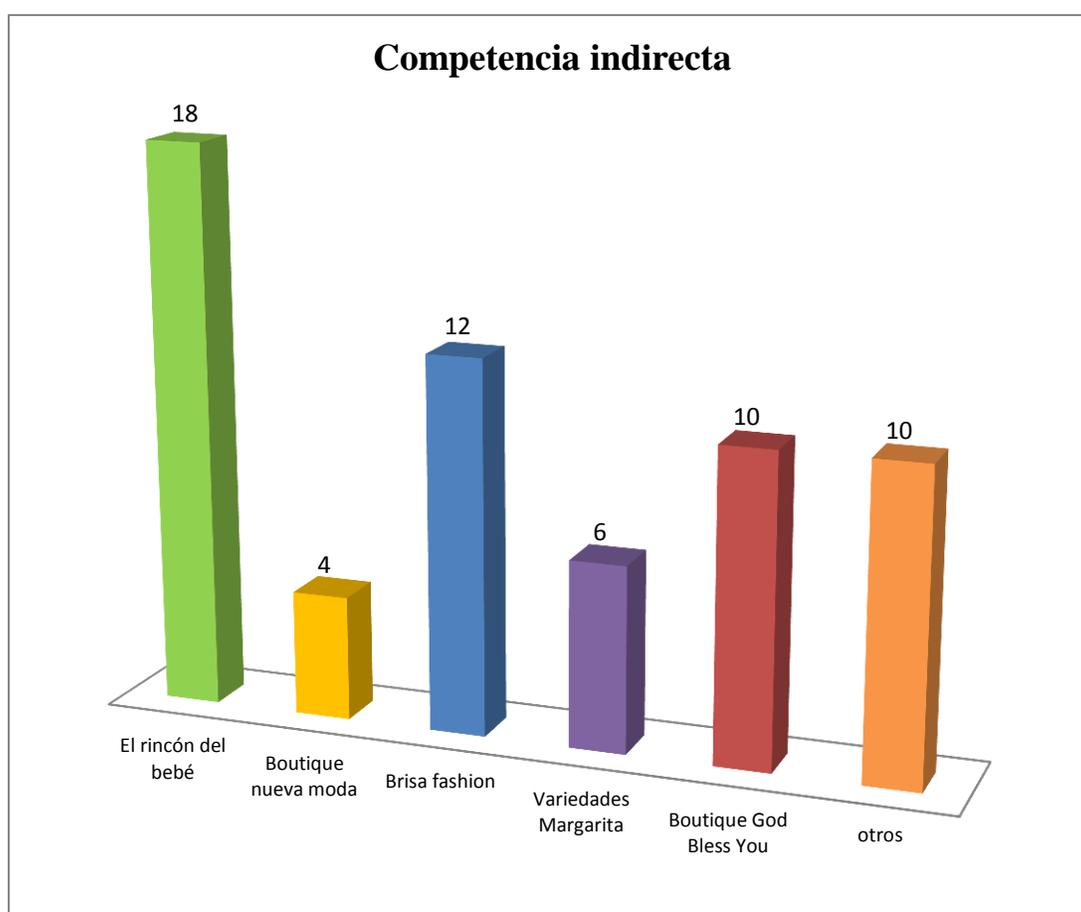
Gráfica 2: Competencia directa

Fuente: Equipo investigativo

2. Competencia indirecta

son las tiendas de ropa nueva que se dedican a vender ropa en general el han ganado terreno poco a poco, ya que los consumidores se han llevado por el hábito de comprar en las tiendas que se encuentra en el municipio ver la tabla número 4 .

en la gráfica número 3 se obtuvo que la principal competencia Indirecta que tiene el taller de confecciones “Angeluz fashion” que es el rincón de bebe con un 18 %.



Gráfica 3: competencia Indirecta

Fuente: Equipo investigativo

3. **Productos Sustitutos:** En el taller de confecciones vestidos para niñas su principal competencia indirecta se encuentra los bienes sustitutos en este caso se encuentra los vestidos de segunda en otras palabras “ropa usada” que hoy en día ha tomado gran ventaja ante el otro tipo de competencia entre las principales que se encuentra son:

Tienda de ropa usada	Ventaja	Desventaja
Closet out (a lado del BANCENTRO del municipio de Jinotepe)	<ul style="list-style-type: none"> • Vestidos de niño de buena calidad • Ubicación apropiada 	<ul style="list-style-type: none"> • Precio en dólares de los vestidos
Tienda Gaby (Del gallo más gallo 1 cuadra hacia al norte)	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad del tipo de vestidos • Precio accesible 	<ul style="list-style-type: none"> • Distribución del espacio y acomodo de las prendas
Tienda de ropa americana besth Brand	<ul style="list-style-type: none"> • Excelente calidad en la prenda de vestir • Precio accesible 	<ul style="list-style-type: none"> • Atención de los clientes

Tabla 2: producto sustituto

Fuente: Equipo investigativo

Tabla 3: competencia Directa

competidores directo	Ubicación	Ventaja	Desventaja
Confecciones Ninoska	De Hertilandia 2 cuadra al este.	<ul style="list-style-type: none"> • La alta calidad de los vestidos. • La utilización de un catálogo. • La existencia de bastante demanda 	<ul style="list-style-type: none"> • La ubicación del taller. • Alto precios para la elaboración de un vestido. • Dilatación de tiempo en la realización de un vestido.
Confecciones Salinas	De la gasolinera eso 2 cuadra hacia abajo	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento de la población. • Calidad en las confecciones. Precios favorables. • La dilatación de tiempo es poco. 	<ul style="list-style-type: none"> • La ubicación del taller no es la inadecuada. • La atención al cliente no es muy buena.
Taller de confecciones Briseño	Del portón principal del estadio pedro selva 75 varas al este.	<ul style="list-style-type: none"> • La utilización de un catálogo de vestidos. • Elaboran todo tipo de prendas en general. 	<ul style="list-style-type: none"> • Precios altos por los vestidos. • Baja estándares de calidad en los vestidos. • Existencia de insatisfacción del cliente
Variedades marina	Del gallo más gallo una media cuadra buscando la terminal.	<ul style="list-style-type: none"> • Los precios son muy bajos de los vestidos para niñas • Mantenimiento de la alta costura. • Diseños exclusivos. • Ubicación apropiada. 	<ul style="list-style-type: none"> • La falta de utilización de medios publicitario. • La atención del cliente no es apropiada.

Tabla 4: Competencia Indirecta

Competencia indirecta	Ubicación	ventaja	Desventaja
Todo para bebe	Del parque central cuadra y media al este Jinotepe	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de tipo de vestidos. • Los vestidos son para la edad de 1 a 5 años. 	<ul style="list-style-type: none"> • Precios altos que se encuentra entre los C\$ 1000.00 a C\$1,500.00. • No es reconocido. • La inexistencia de la utilización de la publicidad. • La ubicación de la tienda no es la adecuada.
fashion Nicaragua	Contigo a la farmacia Carazo.	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de vestidos para todas las edades. • Ubicación excelente • Contiene tallas, grande y pequeñas. 	<ul style="list-style-type: none"> • La falta de utilización de publicidad.
Brisa fashion	Frente al centro comercial del municipio de Jinotepe.	<ul style="list-style-type: none"> • Precios no están elevados anda entre C\$ 400 a Más. • La ubicación es adecuada. 	Los diseños son muy comunes, no son atractivo a la vista del cliente
Betty mary	Contigo al mercado nuevo de Jinotepe	<ul style="list-style-type: none"> • Precios accesibles al bolsillo del cliente. • Lugar céntrico y estratégico 	Local muy pequeño.
La tienda de los niños	A lado del pali de Jinotepe	<ul style="list-style-type: none"> • Es para un nivel de status social alto. • Solo hay entre las edades de 0 a 5 años • Existen una gran variedad de vestidos para niñas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los precios son en dólares. • Los precios son altos

Betty boutique	Del gallo más gallo una cuadra hacia arriba	<ul style="list-style-type: none"> • Los precios oscilan entre 400 además son precios módicos. • La ubicación es excelente por la transición de gente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los vestidos no son aceptado por los clientes.
Variedades Karina	Del gallo una cuadra media	<ul style="list-style-type: none"> • Los precios se encuentran accesible. • La ubicación es apropiada. • Existen una gran variedad de vestidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • La forma de ubicar los vestidos no son las adecuadas.

Fuente: Equipo investigativo

4.1.3 Mercado/ Zona comercial.

El mercado del taller de confecciones “**Angeluz Fashion**” que se dedica a la elaboración de vestidos para niñas estará ubicado en el Municipio de Jinotepe, Departamento de Carazo cuya dirección es de la ZERMAT 1 cuadra hacia arriba se seleccionó esta ubicación porque está en el centro de la ciudad y estar siempre cerca de los clientes que tiene hijas entre las edades de 1 mes a 9 años, los padres de ellos tienen que tener un alto poder adquisitivo..

El canal de distribución para el taller de confecciones “**Angeluz fashion**” utilizará para la comercialización del producto canal directo cómo se puede observar en la ilustración que consisten en un contacto directo con el cliente a si siempre va hacer la relación. Además, se usará este canal debido a que la empresa estará en una zona al alcance de los clientes potenciales. Este sistema permitirá cubrir la demanda en potencia de manera eficaz y eficiente.

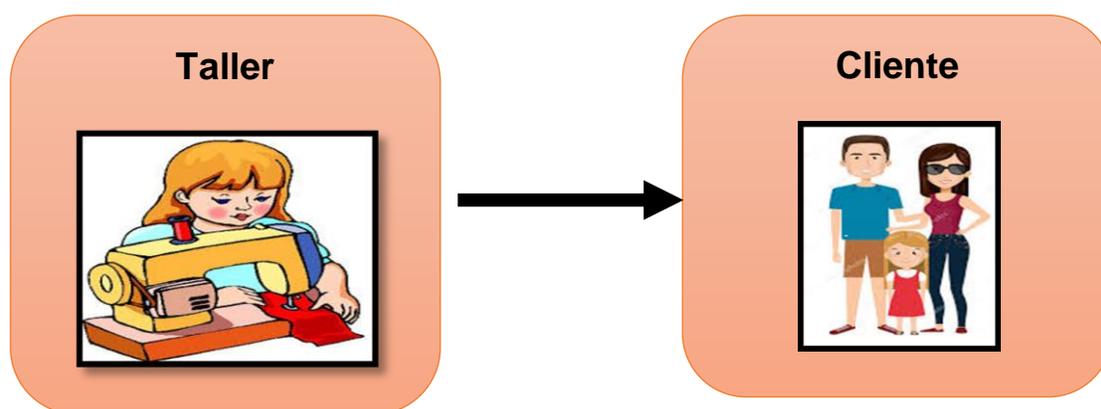


Ilustración 3: canal directo

Fuente: El equipo investigador

4.1.4 Segmentación de mercado (clientes potenciales).

La segmentación de mercado se basa que “los consumidores se pueden agrupar y atender de diversas maneras con base en factores geográficos, demográficos, psicográficos, y conductuales. El proceso de dividir un mercado en distintos grupos de compradores con base en sus necesidades, características o comportamientos, y que podrían requerir productos o mezclas de marketing diferentes.” según (Kotler y Amstromg, 2008,p.50)

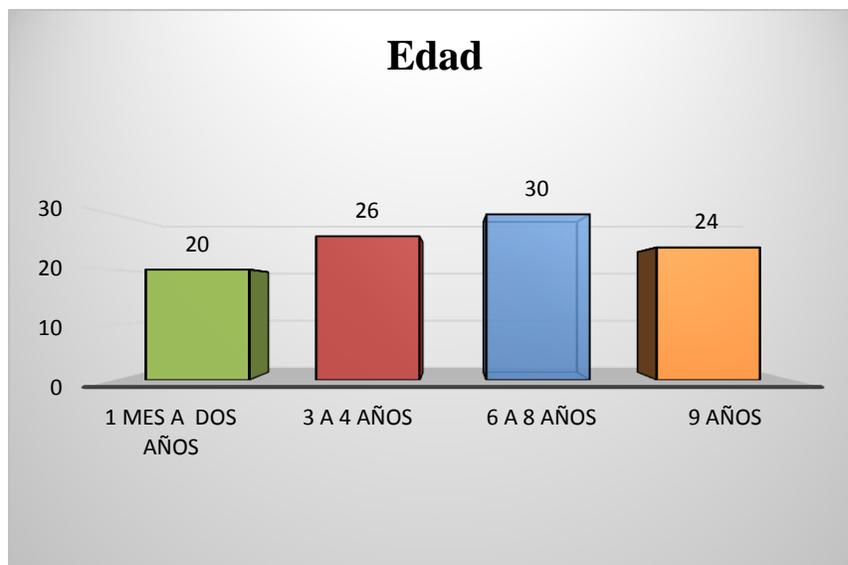
Como anteriormente se mencionaba el segmento que está dirigido son las niñas entre las edades de 1 mes a 9 años de edad que son 4,844 pero ellos no tienen el poder adquisitivo entonces son los padres lo que tienen el dinero por eso todo medio de publicidad está dirigido a los padres y se buscarán a padres que se encuentren en la zona ocupada.

Comportamiento del cliente

Para el análisis del comportamiento del cliente se realizará lo siguiente:

- La edad

La edad es un punto importante para segmentar al cliente dentro del plan de marketing donde se obtuvo los resultados que la edad predominante es de 1 mes a 2 años con un 38% y entre las edades de 3 a 4 años, un 26%, la de 6 a 8 años esto quiere decir que los principales clientes se encuentran entre esas edades mencionada anteriormente. Las estrategias están dirigidas a padres que tengan hijas entre las edades mencionada anteriormente.

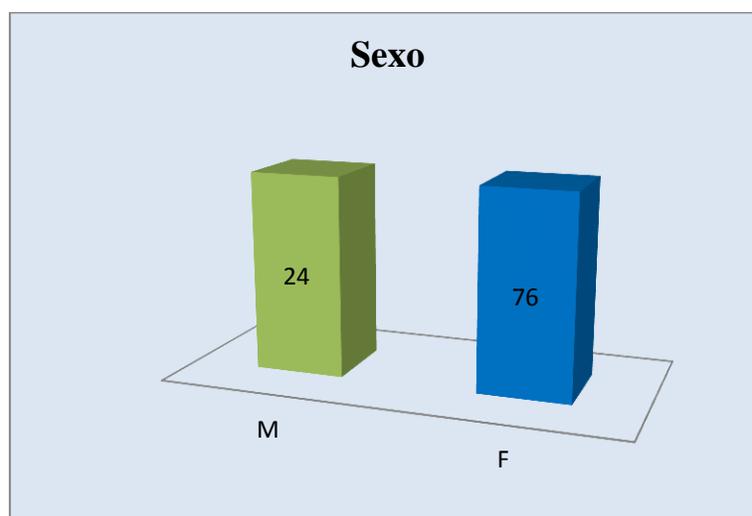


Gráfica 4: Edad

Fuente: Equipo investigador

- Sexo

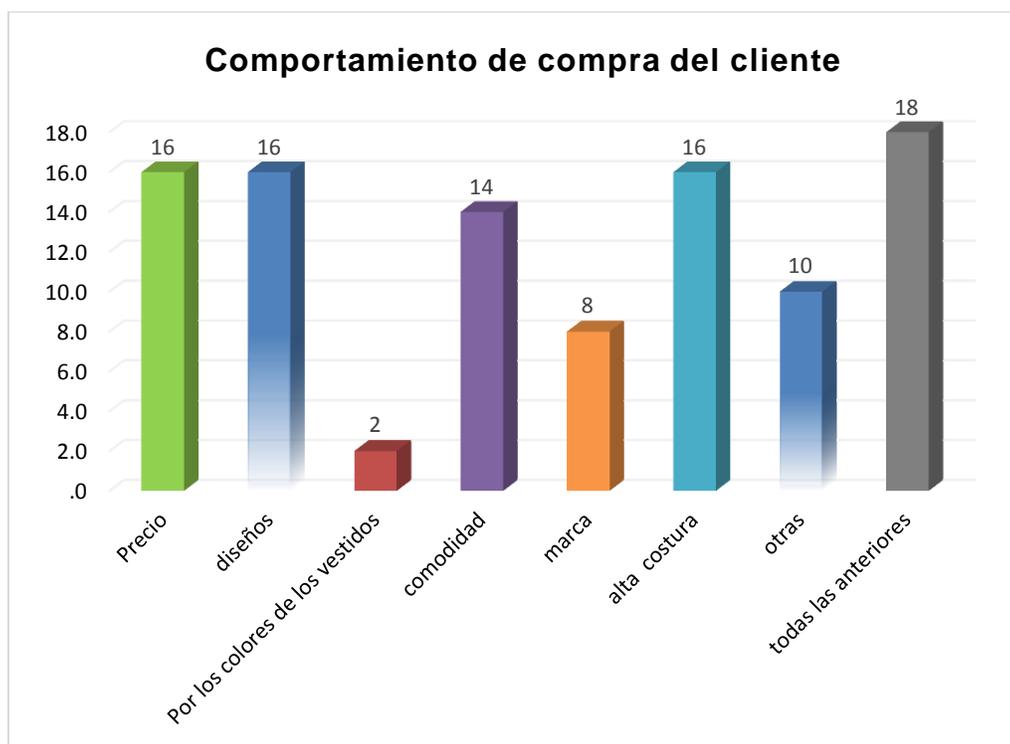
Para determinar entre el padre y la madre quien compra más vestidos para sus hijas, reflejos que eran las mujeres con un 76% compra da a confeccionar un vestido por los estereotipos de la mujer además porque conoce sobre moda, colores, tela entre otras.



Gráfica 5: Sexo

Fuente: El equipo investigador

- Los clientes para dar a confeccionar un vestido en la encuesta realizada se tomaron varios factores (precio, la marca, diseños, comodidad, alta costura) obteniendo un promedio total del 18% como se puede observar en la gráfica. Tomando en cuenta también que ellos son conservadora tradicional de acuerdo a su comportamiento de niñas con vestidos delicadas.

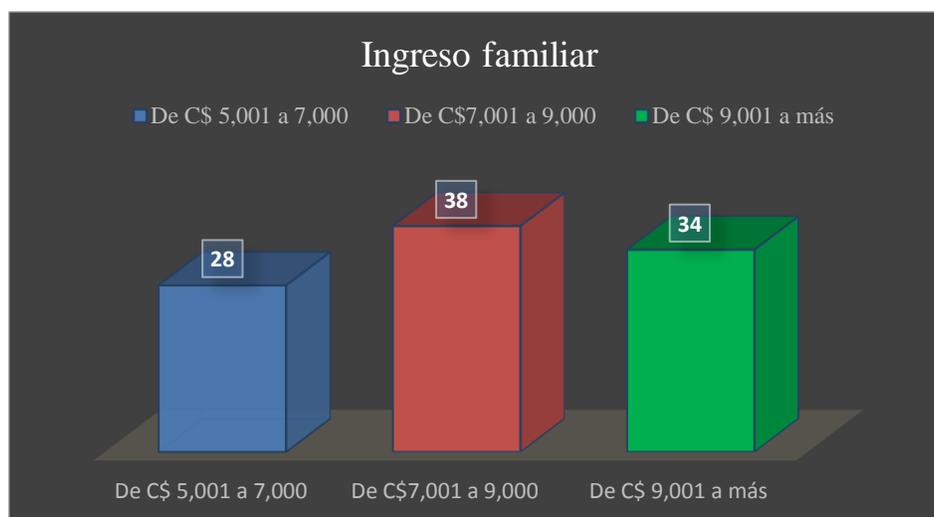


Gráfica 6: comportamiento de los clientes potenciales

Fuente: El equipo investigador

- Ingresos económicos

El ingreso económico familiar según la encuesta aplicada refleja un 34% de las personas es de C\$ 9,001.00 a más y un 28% que es de C\$5,001.00 a 7,000.00 el otro es de 38% que es de C\$ 7,000.00 a 9,000.00 esto quiere decir que el segmento que tiene un ingreso económico arriba del salario mínimo son los que van a comprar los vestidos para sus hijas para ocasiones especiales.



Gráfica 7: ingresos familiares

Fuente: El equipo investigador

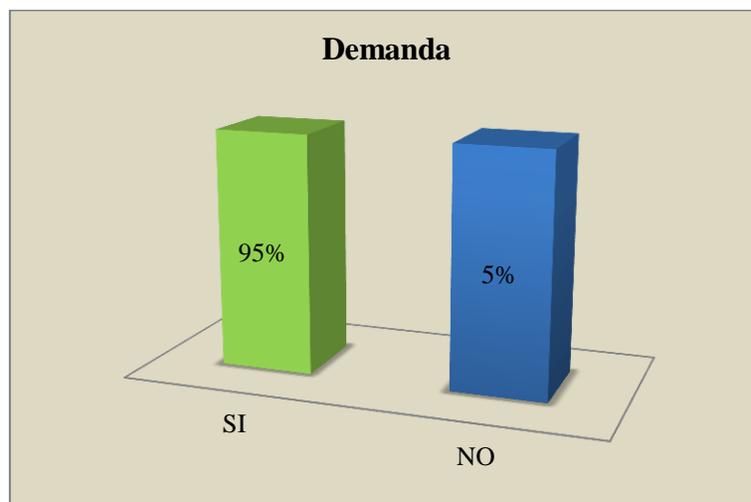
Tabla 5: segmentación

Segmentación	Datos
Edad	Niñas entre las edades de 1 mes a 9 años.
Sexo	Solo sexo femenino
Ingreso	Más de C\$ 5,000.00a más.
Ocupación	Se encuentran a los padres de familia con trabajo y que tenga hijas entre las edades mencionada anteriormente.
Clase social	Los padres de familia que se encuentran en la siguiente escala: clase media alta, clase media. (Todo aquel que tenga el alcance y accesibilidad para poder consumir dicho producto).
Demográfico	Municipio de Jinotepe

Fuente:Equipo Investigativo

4.1.5 Demanda total.

Según los resultados obtenidos de la encuesta en relación con la aceptación del taller de confecciones “**Angeluz fashion**” por parte de los encuestados se determinó que un 95% de estas personas estarían dispuestas a comprar un vestido en el taller de confecciones, esto refleja que la microempresa es rentable de acuerdo a los que contestaron las personas encuestadas.



Gráfica 8: Demanda del taller de confecciones

Fuente: Equipo Investigativo

Para calcular la demanda real se hará uso de las siguientes formulas:

1. $DT = 4,844$

Este dato se tomó de las proyecciones realizadas para los años 2017 tomando el último censo del año 2005. El dato mencionado anteriormente se toma las niñas que tienen las edades de 1 mes a 9 años y el resultado de la proyección es la demanda total.

Nota¹: ver el anexo para saber el método de proyección y la obtención de la muestra para realizar la encuesta.

Tabla 6: proyección de la demanda total

2018	2019	2020	2021	2022
4,844	4,897	4,951	5,006	5,061

Fuente: Equipo investigativo

Las proyecciones de la demanda total se realizaron tomando en cuenta el incremento de la población es del 1.1% tomado este dato del banco central de Nicaragua

2. Demanda real = Demanda total (DT) X porcentaje de aceptación del producto

Demanda real = 4,844 x 95%

Demanda real = 4,601 niñas y a entre las edades de 1 mes a 9 años.

La obtención de la demanda real se determinó de la demanda total que anteriormente se mencionaba como se obtuvo y se multiplica por la aceptación de producto de un 95 % que este porcentaje se determinó mediante la encuesta realizada a los padres de familia que tienen niñas entre las edades de 1 mes a 9 años.

Tabla 7: proyección anual de la demanda Real

2018	2019	2020	2021	2022
4601	4652	4703	4755	4807

Fuente: Equipo investigativo

Dentro de la proyección de la demanda real se realiza tomando en cuenta el incremento de la población que tiene un porcentaje de 1.1% de acuerdo al banco central de Nicaragua.

3. Demanda insatisfecha =demanda real x demanda satisfecha por parte de la competencia.
(nota: ver gráfica en la participación del mercado)

$$\text{Demanda insatisfecha} = 4,601 \times 50\% = 2300$$

$$\text{Demanda insatisfecha} = 4,601 - 2,300 = 2301$$

Para la obtención de la demanda insatisfecha se realiza el cálculo de la demanda real que se explica anteriormente; para determinar la demanda satisfecha de la competencia se sacó de una pregunta de la encuesta realizada a los padres de familia que refleja un 50% de aceptación a la competencia y un 50 % no aceptación de la competencia.



Gráfica 9: satisfacción de los cliente.

Fuente: Equipo Investigativo

4.1.6 Participación de mercado esperada.

La participación de mercado es un índice de competitividad que nos indica que tan bien se desempeña el taller de confecciones “Angeluz fashion” en el mercado con relación a nuestros competidores de acuerdo con los datos que se presentan en la gráfica anterior dice que la oferta actual de este producto.

Demanda a satisfacer: $2,301 \times 39\% = 897$

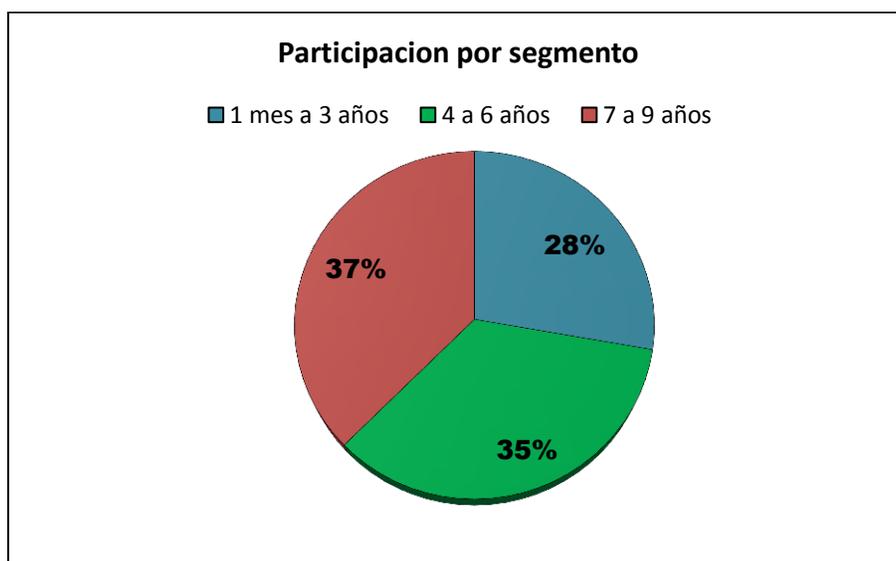
Se ha determinado que la demanda a cubrir es del 39 % de la población esto debido a que esta empresa iniciará operaciones, y por lo tanto su capacidad productiva no es suficiente para cubrir la demanda determinada, sin embargo se estima que a medida que la microempresa va tomando posición en el mercado se aumentará la capacidad productiva anualmente un 10% de esta, y poder obtener mayores resultados como se puede ver en la siguiente tabla

Tabla 8: Incremento de la demanda a cubrir

2018	2019	2020	2021	2022
897	987	1086	1094	1314

Fuente: Equipo Investigativo

De acuerdo a la encuesta realizada se determinó que la participación por segmento anualmente será:



Gráfica 10: participación de mercado por segmento

Fuente: Equipo Investigativo

4.1.7 Estrategia de mercado.

Según Kotler y Armstrong define la Estrategia de Marketing como: "La lógica de mercadotecnia con el que la unidad de negocios espera alcanzar sus objetivos de mercadotecnia, y consiste en estrategias específicas para mercados meta, posicionamiento, la mezcla de mercadotecnia y los niveles de gastos en mercadotecnia “para esto se lleva a cabo mediante las 4 P (producto, precio, plaza y promoción).

Tabla 9: Estrategia del producto

Estrategia de producto	Justificación	Objetivo	Actividades	Evaluación
1. Penetración de mercado (en el primer mes)	objetivo de introducir los productos a ofrecer en los segmentos	Suministrar información sobre el taller de confecciones “ Angeluz fashion ” bajo la marca Princess girl a la demanda potencial del taller de confecciones Angeluz fashion.	La utilización de publicidad (volantes y perifoneo)	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados de ventas. • Utilidades de la empresa • Comentarios positivos por parte de la población
2. Diferenciación de una nueva marca en el mercado (Es mensualmente)	Permite diferenciar los productos de la empresa y dar prestigio a la misma, la marca permite mediante la promoción posicionar los productos en la mente del consumidor	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar información a la población de las principales características que tiene los vestidos para niñas de los que tiene la competencia por medio de la marca de la empresa. • Posicionar la marca en la mente del consumidor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de la marca • Publicidad de la marca por medio de volantes 	

Fuente: Equipo Investigativo

Tabla 10: Estrategia de precios

Estrategia de precio	Justificación	Objetivos	Actividades	Evaluación
Diferenciación por precio (estará siempre mensualmente)	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de fijación de precio basado en los costos de producción y márgenes de ganancia con el objetivo de lograr una participación en el mercado potencial • Se basa en diferenciarlo de la competencia por medio de un precio de bajo de la competencia 	<ul style="list-style-type: none"> • Proveer un precio que se diferencie de los existentes en el mercado 	Ofrecer mayores beneficios que justifican el precio igual a lo de la competencia pero con la diferencia que el taller se dará un asesoramiento a las personas que confeccionen. Se estará siempre utilizando este tipo de estrategia..	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados de ventas. • Utilidades de la empresa
Fijación de precios discriminativo (estará siempre mensualmente)	Se hace para tomar en cuenta las diferencias en consumidores, productos y ubicaciones, estas pueden ser con base en el cliente, la forma del producto, el lugar, tiempo por tal motivo para la fijación de precio se segmento por edades para tener un precio estable no importa el tipo de vestido que desee realizar el cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar seguridad al cliente de la calidad del producto en cuanto al precio 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer precio por segmento. 	

Fuente: Equipo Investigativo

Tabla 11: Estrategia de plaza

Estrategia de plaza	Justificación	Objetivos	Actividades	Evaluación
Plaza (estará siempre mensualmente)	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de Pull “jalón o aspiración”: Esta estrategia concentra los esfuerzos de promoción sobre el consumidor final, evitando a los intermediarios. El objetivo es crear en el consumidor unas actitudes positivas hacia el producto o la marca de tal manera que el cliente demande el producto a los intermediarios. (Fiche y Espejo, 2011) • Estrategia de distribución directa, no tiene niveles de intermediarios está compuesto por un fabricante que vende, de manera directa, a los consumidores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar la cartera de cliente del taller de confecciones “Angeluz fashion “ • Llegar a los consumidores del municipio de Jinotepe en un determinado periodo de tiempo. • Incursionar en el resto del departamento de Carazo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer vestido por redes sociales. • Ubicar nuestros productos solamente en un punto de venta que sea exclusivo • Dirigirse únicamente con una sola oferta al segmento • Se utilizará la de gestión de pedido es decir que solo cuando el cliente pida los vestidos se realizaran 	Mayor demanda del producto..

Fuente: Equipo Investigativo

4.1.8 Estimación de venta

Dentro de la operación de la microempresa “**Angeluz fashion**” la principal fuente de ingresos son las ventas (los ingresos) son lo que permite al taller seguir y pagar los egresos. En la estimación de venta es importante conocer el comportamiento o variación de las ventas para poder hacer una estimación de las mismas y poder evaluar la situación financiera de la microempresa.

Una vez conocida la demanda insatisfecha se puede hacer una estimación de venta, de acuerdo al porcentaje que se desea cubrir, esto se hará por medio de las proyecciones de venta en el primer año, Para tener un mejor cálculo a continuación se muestra en la siguiente tabla los diferentes estilos y la cantidad proyectada a vender.

Para realizar la estimación de venta se tomar en cuenta la frecuencia de compra que se obtuvo por los resultados obtenido en la encuesta donde se determinó que un 50% compraría vestidos , al mes ,en cambio otro compraría a los 6 meses que equivale a 10% y por ultimo una vez al año que es un40%..

Dentro de la estimación de venta en los últimos meses de octubre a diciembre hay un incremento de un 3 % debido que esto meses se celebran varias festividades y los padres compran más para esas temporadas del año por los diversos eventos que se participan y la venta monetaria anual son de C\$ 853,437.36 en el año 2018 donde física equivale a 877 vestidos

Taller de confecciones "Angeluz Fashion"													
Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas													
Año 2018													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago.	Sep.	Oct	Nov	Dic	Total
1 mes a 3 años	20	20	20	20	20	20	20	20	20	21	21	22	242
4 a 6 años	25	25	25	25	25	25	25	25	25	26	27	27	305
7 a 9 años	27	27	27	27	27	27	27	27	27	28	29	30	329
total	72	74	76	79	877								

Tabla 12: venta física

Tabla 13: venta monetaria en el primer semestre

Taller de confecciones "Angeluz Fashion"							
Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias							
1er Semestre							
Descripción	CU	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
1 mes a 3 años	C\$ 972.6	C\$19,460.00	C\$19,460.00	C\$19,460.00	C\$19,460.00	C\$19,460.00	C\$ 19,460.00
4 a 6 años	C\$ 950	C\$ 23,753.85	C\$23,753.85	C\$23,753.85	C\$23,753.85	C\$23,753.85	C\$ 23,753.85
7 a 9 años	C\$ 992	C\$ 26,774.57	C\$26,774.57	C\$26,774.57	C\$ 26,774.57	C\$26,774.57	C\$26,774.57
Total		C\$69,989.43	C\$69,989.43	C\$69,989.43	C\$69,989.43	C\$69,989.43	C\$69,989.43

Taller de confecciones "Angeluz Fashion"								
Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias								
Descripción	CU	Jul	Ago.	Sep.	Oct	Nov	Dic	Total
1 mes a 3 años	C\$972.6	C\$19,460.00	C\$19,460.00	C\$19,460.00	C\$19,452.57	C\$20,645.11	C\$21,264.47	C\$237,482.58
4 a 6 años	C\$950	C\$23,753.85	C\$23,753.85	C\$23,753.85	C\$23,753.85	C\$25,200.46	C\$25,956.48	C\$289,645.63
7 a 9 años	C\$ 992	C\$26,774.57	C\$26,774.57	C\$26,774.57	C\$26,774.57	C\$28,405.15	C\$29,257.30	C\$326,399.85
Total		C\$69,989.43	C\$69,989.43	C\$69,989.43	C\$69,989.43	C\$74,250.84	C\$76,478.72	C\$853,528.06

Tabla 14: venta monetaria del segundo semestre

4.1.9 Presupuesto de mercadotecnia.

Tabla 15: presupuesto de mercadotecnia al inicio de sus operaciones para el primer mes

Cantidad	Ubicación y nombre de la empresa	Medidas	Concepto	Costo Total Para el primer mes enero
12 veces al mes	De la funeraria heráldica 100 metros hacia arriba buscando la carretera panamericana		Cuña radial	C\$1,000.00
3 veces al mes	Empresa julio Hernández del torreón universitario dobla a la segunda casa		Perifoneo los días sábados por un mes.	C\$900.00
1000 volante	Librería la libertad	1/16 bond 40 1 color	Volante	C\$400.00
2	Taller salinas	Tela de 45 pulgadas Varios colores	Manta	C\$1,300.00
Total				C\$3,600.00

Fuente: Equipo investigador

Nota: Ver anexo 2 planes de medio de publicidad.

Para el mes de enero siempre se mantendrán los C\$ 3, 600,00 y para los siguientes meses debidos que tiene un estable posicionamiento en la mente de consumidor se llevara a cabo lo siguiente:

Tabla 16: publicidad para los siguientes meses

Concepto	Costo de febrero a diciembre
2000 volante	C\$ 800.00

4.2 Plan de producción

El plan de producción “se basa en la transformación de insumos, a través de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores”. Por tal motivo se realiza el plan de producción, donde “hay que tomar en cuenta la capacidad para cubrir su demanda proyectada para su mercado.” (CEI, 2010, pág.12)

4.2.1 El proceso de producción.

“En relación al proceso de elaboración del producto, se debe describir las actividades para producir el bien, organizar las actividades de manera secuencial y establecer los tiempos requeridos para llevar a cabo las actividades.”(CEI, 2010, pág. 13)

Descripción del proceso de producción.

A continuación, se describirá el proceso de confección de vestidos donde se detalla los pasos del proceso de producción: (ver el flujograma más adelante)

1. Relación con los clientes:

Este proceso se basa en una relación con el cliente con la Gerente administrativa que se encarga de la atención del cliente darle un breve saludo. El proceso tiene como fin en atraer a esta persona al taller de confecciones “**Angeluz Fashion**” y tienen las siguientes actividades:

1.2 La llegada del cliente: inicia desde la llegada del cliente al taller de confecciones “**Angeluz fashion**” desde que desea dar a confeccionar un vestido para su hija y esta cuenta con las siguientes fases.

- ✓ Solicitud del cliente: En esta fase el cliente comunica porque se encuentra aquí, que desea y como lo quiere.
- ✓ Elección del vestido: Se determina mediante un catálogo el vestido que desea dependiendo de la ocasión y que desea el cliente ,en esta etapa se le brindara asesoramiento ,consejos tomando en cuenta:

- ✚ La ocasión que se utilizara el vestido.
- ✚ El color de piel de la niña.
- ✚ La edad de la niña.
- ✚ El tamaño y la estatura de la niña.

1.3 En esta fase el cliente decide si confeccionar el vestido o no ,en cual se toma en cuenta el tipo de corte de vestidos esto dependerá para determinar qué tipo de proceso se llevara en la fase (realización del molde) dentro de la fase existirá una conversación con el cliente donde se brinda una serie de información como son:

- El precio del vestido.
- El día de tallado y entrega.
- El tipo de tela que se utilizara.
- El color.
- Si existen un cambio en el vestido.

2. **Medida:** comienza posteriormente de tomar la decisión se toma las medidas de la niña que son :

- ✓ Busto
- ✓ Espalda y largo. Se mide desde la primera vértebra cervical, algo saliente, a lo largo del medio de la espalda hasta la cintura, o la cinta métrica que tienes anudada.
- ✓ Ancho de espalda. Medir desde el nacimiento es importante adoptar una postura recta pero relajada.
- ✓ Ancho de hombros. Toma la medida desde el nacimiento del cuello hasta el extremo exterior del hombro.
- ✓ Contorno de cintura. Se mide el punto más estrecho del tronco. Anúdate en este punto, la cinta métrica auxiliar de la cintura.
- ✓ Contorno de caderas. Coloca la cinta en la parte más ancha de las caderas.
- ✓ Contorno de brazo. Se mide en el punto más grueso del brazo
- ✓ El escote: son trazadas básicas puedes obtener esta medida calculando $1/6$ de la medida del contorno de cuello + 2 cm. Para prendas con escotes más profundos, se mide desde el comienzo del hueso del esternón hasta donde queramos nuestro escote.

3. Elaboración del Vestido: se basa en la confección del vestido esta se divide en la siguiente fase:

3.1 La selección de la materia prima: En esta fase se escoge la materia prima directa e indirecta a utilizar como son telas, zíperes, hilo entre otras y se tomara en cuenta lo siguiente:

- ✓ Determinación de la cantidad de la materia prima.
- ✓ El tipo de materia prima.

3.2 Realización del molde: esto dependerá del tipo de vestido que prefiere el cliente. Como se mencionaba anteriormente en capítulo de la descripción de la innovación que se mencionaba tres tipos de vestidos que son de acuerdo al tipo de corte que son princesa, imperial canesú desde allí cambiara el tipo de molde

- ✓ Dibujar los moldes en el papel
- ✓ Corta los moldes de acuerdo a la forma.
- ✓ Realización en la tela y forro de acuerdo a los moldes
- ✓ Dibujar en la tela de acuerdo al molde se deja un espacio de 1 a 2 centímetro uno para coser el vestido y el otro para el forro.
- ✓ Cortar la tela de acuerdo al molde

3.3 unificación de la tela: se trata de coser e ir uniendo la tela y el forro para dar forma al vestido.

✓ Dar forma al cuerpo esto abarca la parte de arriba de los vestidos esto se divide en lo siguiente:

- unir las mangas.
- unir los costados.
- unir los cuellos

✓ Realización de la falda del vestido: se está confeccionando la parte de bajo aquí se está realizando son siguiente actividades

- Realización de los quiebres del vestido.
- Realización del ruedo del vestido.

3.4. Unir el cuerpo y la falda para realizar el vestido.

- Poner zíper de vestidos

- Realizar arreglo de decoración.
- Planchado del vestido.

3.5. Aviso del tallado del vestido.

✓ tallado del vestido: aquí la niña se realiza el tallado del vestido de acuerdo a como le queda se seguirá a la siguiente etapa

3.6 modificaciones del vestido.

4. Entrega al cliente

Flujograma N° 1 Relación con los cliente

Proceso : Relación con los clientes		Inicio					Observaciones
		Operación					
		Espera					
		Decisión					
		Almacenamiento					
Fecha de realización :10/08/17		Actividad					Observaciones
Descripción	Tiempo						
Inicio		●					
Llegada del cliente	1 minuto			●			
solicitud del cliente	5 minuto			●			
Selección del vestido utilizando el catálogo	10 minuto			●			
Decisión de la confección por parte del cliente	15 minuto			●			
Fin		●					
Subtotal		31 minutos					

Fuente: Equipo Investigativo

Flujograma N° 2: Toma de medidas

Proceso :Tomar medidas		Inicio	Operación	Espera	Decisión	Almacenamiento	
Fecha de realización :10/08/17		Actividad					
Descripción	Tiempo						Observaciones
Inicio		●					
Medida de busto.	1 minuto			●			
Espalda y largo	1 minuto			●			
Ancho de espalda	1 minuto			●			
Ancho de hombros	1 minuto			●			
Contorno de cintura.	1 minuto			●			
Contorno de caderas	1 minuto			●			
Contorno de brazo.	30 segundo			●			
El escote	30 segundo			●			
Final		●					
Subtotal		7 minutos					

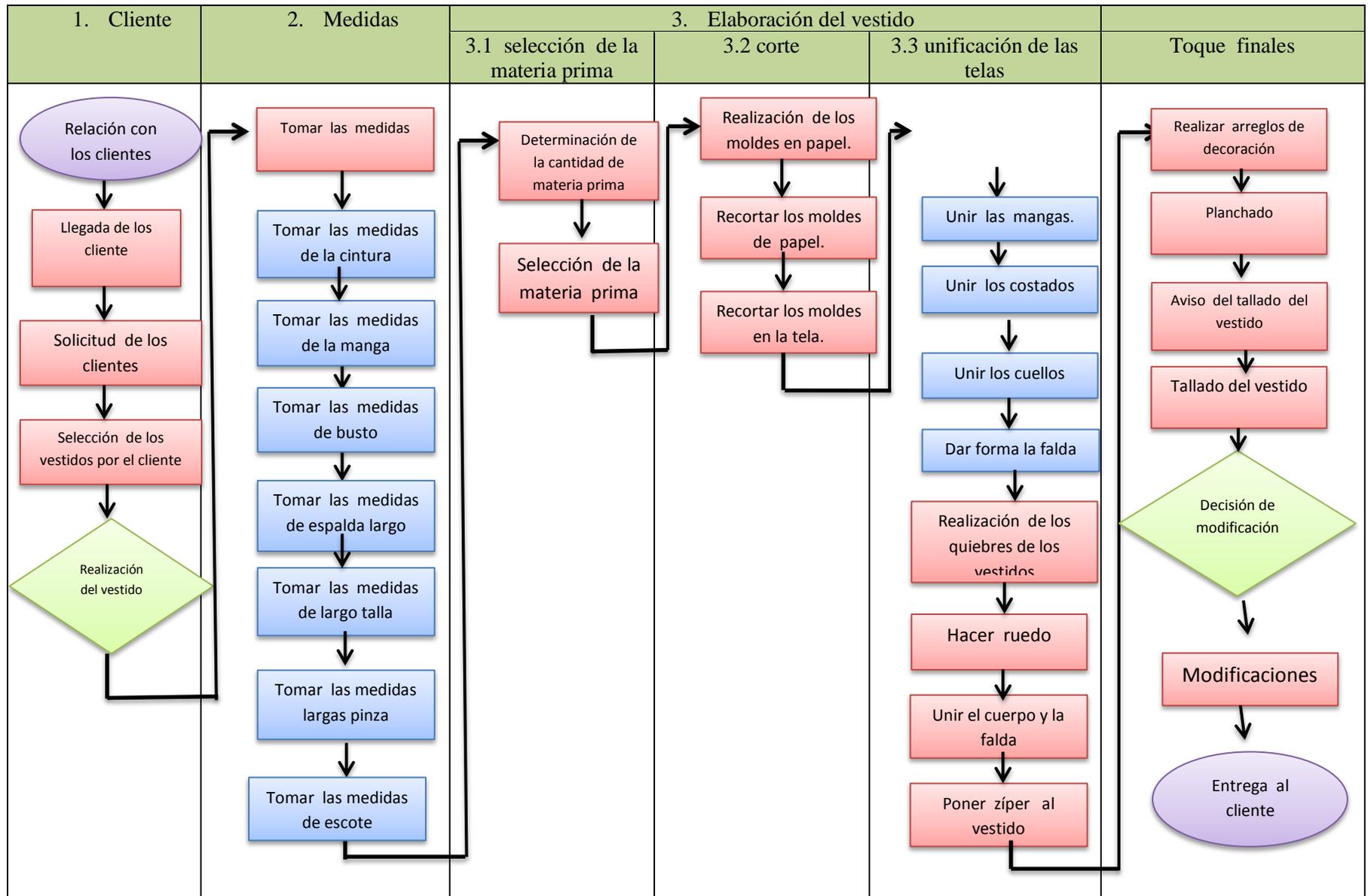
Fuente: Equipo Investigativo

Flujograma N° 3 para la confección de un vestido

Curso Grama Analítico: Operario (costurera) _x_ Equipo _x_ Material _x_								
Área: producción		Resumen						
		Actividad				Actual	Propuesta	
Actividad: confección de un vestido		Inicio						
		Operación						
		Espera						
		Decisión						
		Almacenamiento						
Fecha de realización :10/08/17		Actividad						
Descripción		Tiempo						Observaciones
Inicio			●					
Selección del tipo de la materia prima	Subtotal	10 minutos			●			
✓ Determinación de la cantidad de materia prima		3 minutos			●			
✓ Selección de la materia prima que se va ocupar		7 minutos			●			
Elaboración de los moldes	Subtotal	40 minutos			●			
✓ Realización de los moldes en papel		30 minutos			●			
✓ Cortar los croquis		20 minutos			●			
✓ Realización de las telas y foro	Subtotal	60 minutos			●			
✓ Dibujar en la tela conforme a la forma		35 minutos			●			
✓ Cortar la telas de acuerdo al croquis		25 minutos			●			
Unificación de la tela		55 minutos			●			
✓ Dar forma al cuerpo					●			
Unir las mangas.		10 minutos			●			
Unir los costados.		10 minutos			●			
Unir los cuellos		10 minutos			●			

✓ Dar forma a la falda		10 minutos		●				
Realización de los quiebres del vestidos		15 minutos		↓				
Hacer ruedo		15 minutos		↓				
✓ Unir el cuerpo y la falda.		15 minutos		↓				
✓ Poner zíper al vestido		10 minutos		↓				
Realizar arreglos de decoración.		30 minutos		↓				
Planchado		15 minutos		↓				
Aviso del tallado del vestido por parte de		5 minutos		↓				
Tallado del vestido		10 minutos		●				
Decisión de modificaciones por parte del cliente.		3 minutos				●		
Realización de las modificaciones solicitado por parte del cliente.		30 minutos		←				
Entrega del cliente		10 minutos		↓				
Fin				●				
Total		268 minutos		●				

Nota: En los tres flujograma da en total 306 minutos para la elaboración de un vestido



Dentro del proceso de confección de un vestido se debe de medir de la calidad dentro del taller de confecciones “Angeluz Fashion” Se trabajó con patrones estandarizados para poder medir la calidad en las confecciones ya sea en costura o en medidas mediante la utilización de la AQL que mide “el máximo porcentaje de defectos que puede ser considerado satisfactorio para la muestra escogida”. Primero que todo se selecciona una muestra con base en las tablas AQL y luego se inspeccionar para encontrar los defectos. Siendo clasificados en 3 categorías Menores, Mayores y Críticos. Aunque el criterio puede variar entre clientes por lo general se considera lo siguiente:

Tabla 17: La calidad por AQL

Cantidad de Talla	Nivel de inspección general			Nivel de inspección especial			
	1	2	3	1	2	3	4

Fuente: Equipo investigativo

4.2.2 Proveedores y condiciones de compra de los equipos.

Dentro la selección de los proveedores se estableció criterios; entre ellos se encuentra:

- Cumplimiento en fechas de entrega.
- Calidad.
- Precio.
- Servicios que ofrece.
- Créditos.
- Localización del proveedor.

Por tal motivo se identificaron varios proveedores, para la selección del tipo de materia prima que se desee utilizar en el proceso de producción del bien. Es recomendable identificar a varios proveedores, y evaluar a cada uno de ellos con base en los criterios ya establecidos. Asimismo, es conveniente diversificar la adquisición de la materia prima entre varios proveedores.

Tipo de proveedor	Nombre del proveedor	Dirección y teléfono	Condiciones
Materia prima	Imperio textil en el oriental Managua	Cd jardín d_01 Managua ,Managua Nicaragua Teléfono (2)249-7110	50% en depósito una vez encargado y el resto una vez realizada la entrega mediante un contrato y entrega a la empresa
Materia prima	Textiles saddam	De la carioca 1c al oeste ciudad jardín ,Managua Teléfono :22498380	50% en depósito una vez encargado y el resto una vez realizada la entrega mediante un contrato no se entrega a la empresa ,calidad en el servicio
Materia prima	El palacio de las telas	Teléfono (505)22772126	Ninguno al contado
Materia prima	Almacén Ruiz	Managua Teléfono :22784081	Ninguno al contado
	Tienda Téllez	De la parroquia antigua 1 cuadra al oeste	50% en depósito una vez encargado y el resto una vez realizada la entrega mediante un

		Masaya teléfono 25222597	contrato también se pueden realizar al crédito las compras de materia prima de acuerdo a la ambigüedad por compra .
--	--	-----------------------------	---

De acuerdo al análisis realizado de disponibilidad de materias primas se considera que para la elaboración son de fácil adquisición. Sin embargo, por las características de confección se deben establecer condiciones de compras con los proveedores de las mismas para garantizar su aprovisionamiento.

Tabla 18: Proveedores de maquinaria

Tipo de proveedor	Nombre del proveedor	Dirección y teléfono	Condiciones
Máquina de coser	La Curacao	Frente a la parque central del municipio de Jinotepe	Al crédito
Maquina overlock	Materiales generales	Teléfono :88854481 Managua	Al contado
Mesa	Mueblería el chele	Teléfono (505)22772126	50% de depósito y lo demás después de entregar.
Maniquí	Mercado oriental		Al contado no existe poder de negociación
Herramientas	Materiales generales	Teléfono :88854481 Managua	Al contado pero por la compra de más de C\$ 2,000.00 descuento de un 15%.

Formato 1: Requisa De Materia Prima

Fecha **Hora**
N° de requisita
Destino
concepto

Descripción	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Total	Forma de Pago	proveedor
total						

Entrega conforme

Recibe
conforme

4.2.3 Capital fijo y vida útil

El capital fijo se identifica mediante “El proceso productivo permite determinar las actividades a realizar, así como el equipo, herramientas e instalaciones requeridas para llevar a cabo la elaboración de productos y/o prestación de servicios de la empresa” (Alcaraz, 2008, pág.130), en el cual se debe de realizar un análisis del proceso, elaborar una lista de todo el equipo y herramienta a utilizar.

4.2.3.1 Maquinaria para la confección de vestidos

Ficha técnica n°1

Cantidad	Equipo	Marca
2	Máquina de coser eléctrica	Brother
Dibujo de referencia	Proveedores	Precio
	La Curacao www.lacuracaonline.com	Precio unitario C\$3,669.00
		Precio total C\$ 7,338.00
<p>Para agilizar el trabajo de realización de un vestido desliza, la máquina sin necesidad de agujas ni dedales, se realiza las tareas rápidamente que con costura manual.</p>		

Tabla 19: Máquina de coser eléctrica

Fuente: proforma

Ficha Técnica N° 2

Cantidad	Equipo	Marca
1	Maquina overlock industrial	SIGER
Dibujo de referencia	Proveedores	Precio
	Materiales generales Managua Teléfono :88854481	C\$12,000.00
<p>Se realiza sobre el borde de una piezas de tela para definir el borde o encapsularlo, o bien para unir las dos piezas. Por lo general una máquina de coser overlock corta los bordes de la tela a la vez que le son insertados y es necesaria para dar un fino acabado a los vestidos.</p>		

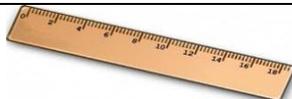
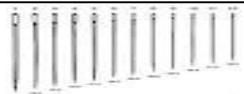
Tabla 20: Maquina Overlock

Herramienta para la confección de vestidos

Ficha técnica n°3

Fuente: proforma

Tipo de maquinaria	Cant.	Modelo	Cu	CT	Funciones	Imagen
--------------------	-------	--------	----	----	-----------	--------

Regla recta	2	TIGO	C\$ 30.00	C\$60.00	Se utilizan para elaborar los patrones de la prenda, las necesarias son rectas y curvas.	
Regla curva	2	ASAKI	C\$45.00	C\$90.00		
Regla en forma de L			C\$40.00	C\$80.00		
Alfileres con cabeza	1 caja de 100	ORITZ	C\$ 20.00	C\$ 20.00	para hilvanar y facilitar el trabajo	
Alfilerero	2	No tiene marca	C\$ 10 .00	C\$20.00	Para poner los alfileres de manera segura.	
Centímetro	3		C\$ 8.00	C\$24.00	Para tomar las medidas a las niñas	
Tijeras	2	SONY	C\$ 80	C\$160.00	Para cortar tela y los croquis en papel.	
Aguja de máquina de coser eléctrica	5	SINGER	20	C\$100.00		
Agujas de mano	2 paquete de 20	SCHMET Z	C\$ 25.00	C\$50.00	Para cocer y realizar los vestidos	
Closet de rejillas	1	Darlo hacer	C\$ 2600.00	C\$ 2600.00	Para poner los vestidos ya terminado.	
Soltadores de telas	1		C\$15.00	C\$15.00	Es necesario en caso que se cometa un error.	

Planchador	1	PLATINI UM	C\$ 1000.00	C\$ 1000.00	Sirve para poner encima los vestidos y plancharlo.	
Plancha	1	sankey	C\$800.00	C\$800.00	Sirve para planchar.	
Mesa de madera para cortar	1	Se darán hacer	C\$ 1500.00	C\$ 1500.00	Para hacer el corte de la tela.	
Mesa normal	3	Se darán hacer	C\$ 700.00	C\$2,100.00	Para seguir realizando lo demás de trabajo	
Sillas	5	Neo plast sa	C\$ 120 .00	C\$600.00	Para la costurera y los clientes.	
Maniquí	2		C\$1200.00	C\$2,400.00	Para utilizarlo para poner los vestidos y como mostradores.	
Perchas	50	JIAXU PLASTIC	C\$ 7.00	C\$ 350.00	Para poner en el closet los vestidos.	
Total				C\$10,686.00		

Fuente: proforma

Maquinaria y herramienta	C\$ 30,024.00
Maquinaria	C\$ 19,338.00
herramientas o utensilios	C\$10,686.00

Tabla 21: Maquinaria y herramienta

- Vida útil de maquinaria

- ✚ Para la vida útil se realiza las depreciaciones haciendo referencia la ley 822 (concertación tributaria) ver la tabla en anexo de depreciaciones y amortizaciones según el arto 34.
- ✚ El método de depreciación utilizado es el método de línea recta establecido en el artículo 19 de la ley de equidad fiscal, el cual establece en su reglamento el artículo 63.

Tipo de maquinaria	Cant.	Precios	CT	vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
máquina de coser eléctrica	2	c\$ 3,669.00	c\$7,338.00	5	c\$1,467.60	c\$122.30
maquina overlock	1	c\$12,000.00	c\$12,000.00	5	c\$2,400.00	c\$200.00
closet de rejillas	1	c\$1,500.00	c\$1,500.00	5	c\$300.00	c\$25.00
Planchador	1	c\$1,000.00	c\$1,000.00	5	c\$200.00	c\$16.67
plancha	1	c\$750.00	c\$750.00	5	c\$150.00	c\$12.50
mesa de madera para cortar	1	c\$1,500.00	c\$1,500.00	5	c\$300.00	c\$25.00
mesa normal	3	c\$700.00	c\$2,100.00	5	c\$420.00	c\$35.00
sillas	4	c\$120.00	c\$480.00	5	c\$96.00	
maniquí	2	c\$1,200.00	c\$2,400.00	5	c\$480.00	c\$40.00
total		c\$22,439.00	c\$29,068.00		c\$5,813.60	c\$476.47

Tabla 22: Vida útil de la maquinaria

Fuente: Equipo investigativo

4.2.4 Capacidad planificada.

La capacidad instalada “se refiere al nivel máximo de producción que puede llegar a tener una empresa con base en los recursos con los que cuenta, principalmente en cuanto a maquinaria, equipo e instalaciones físicas”. (Alcaraz, 2008, pág.135.)

Una vez calculado el tiempo en la elaboración de un vestido que se requiere para producir una unidad fue posible calcular la capacidad con la que cuenta la empresa por día y por mes. Se ha tomado en especial cuidado el tipo de jornada a realizar de acuerdo al horario establecido; tomando como referencia el artículo 51 del código del trabajo, la jornada laboral se clasifica como mixta y esta no podrá exceder las 48 horas semanales de trabajo

La capacidad que tiene el taller de confecciones “Angeluz Fashion” como se demuestra en la siguiente tabla donde se toma en cuenta el proceso de producción de acuerdo a la maquinaria mencionada anteriormente y también debe ser acorde con el mercado (mercado potencial y planes de ventas), así como con los recursos limitantes de la empresa (mano de obra, disponibilidad de materia prima, entre otras).

Periodo	Cantidad del producto por una persona	Cantidad del producto para dos persona
1 día	1 vestido y medio	3 vestidos y dos iniciado
1 semana	10 vestido	20 vestidos
1 mes	40 vestido	80 vestidos
Anual	480 vestidos	960 vestidos

Tabla 23: Capacidad planificada

Fuente: Equipo Investigativo

4.2.5 Ubicación y distribución física de la empresa.

4.2.5.1 Ubicación

Para la determinación de la ubicación del taller de confecciones “Angeluz fashion” donde se analiza resulta más apropiado la localización esto se realizó mediante:

1. Macrolocalizacion

Para determinar la Macrolocalizacion del taller de confecciones “**Angeluz fashion**” se debe estudiar una serie de factores esto son:

- Aspecto Geográfico

La Macrolocalizacion del taller de confecciones “**Angeluz fashion**” estará ubicada en el municipio de Jinotepe en el departamento Carazo debido que el mercado meta, a quien se está dirigiendo y por las características de la microempresa. El municipio de Jinotepe está ubicada en la zona pacifica de Nicaragua con una extensión territorial de 292 km² y una superficie de 280.52km² este municipio cuenta con 30 barrio urbano y 23 rurales

- La materia prima

La materia prima constituye el insumo básico del proceso de elaboración del producto, por lo que se investigó cuidadosamente la existencia de las materias primas y sus precios, no es un elemento primordial debido que la materia prima no se puede dañar como por ejemplo la tela y la mayoría de los proveedores se encuentra en Masaya.

- Cercanía del mercado

Este factor se tomó muy en cuenta, puesto que ubicar las instalaciones del taller de confecciones “Angeluz fashion” cerca del mercado otorga muchas ventajas y permite influir sobre las decisiones de compra de las personas del entorno debido al impacto social de la misma por tal motivo se ubicó la empresa donde se encuentra el mercado meta del municipio de Jinotepe en el departamento de Carazo.

- Mano de obra disponible

La mano de obra requerida para la microempresa es un punto indispensable para esto se busca costureras que se encuentra dentro del municipio de Jinotepe.

- Medios y costos de transporte

Para la ubicación de la empresa se toma en cuenta la existencia de carreteras, medios de transportación terrestre y algunos aspectos relacionados como la confiabilidad, los tiempos, las distancias y los costos, es un punto primordial para la ubicación ya que llegan también diferentes personas de otros municipios.

- Vías de comunicación

Las vías de comunicación constituida por: vías o instalaciones de accesos, vías de circulación y estacionamientos, bodegas, áreas verdes, entre otros, se determina básicamente por el proceso y los equipos y como complemento de la obra física del producto, es por eso que la microempresa “Angeluz fashion” debe estar ubicada en un lugar con acceso a vías que comunican a las personas y que sirva para llevar mercancías a sus futuros clientes.

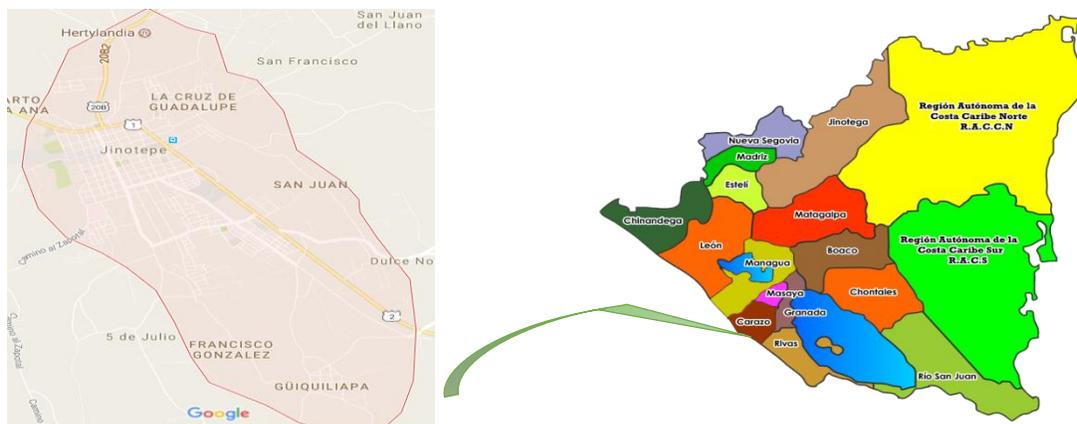


Ilustración 4: Ubicación de la empresa (Macrolocalización)

2. Microlocalización

Una vez elegida la Macrolocalización se hace un análisis cuantitativo para llevar a cabo la selección más adecuada del establecimiento se llegó a los resultados que debe ser la zona céntrica de la ciudad, por ser las principales vías de acceso y permita al cliente que tenga un fácil acceso a la microempresa del taller de confecciones y también para ciudades aledañas. Para la obtención de la Microlocalización se tomó los siguientes factores

- Energía eléctrica

Es un factor importante, a medida que la tecnificación de la confección de vestidos para niñas, el empleo de máquina de coser eléctrica y otras máquinas por tal motivo es importante tener un acceso confiable a la energía eléctrica. En cambio, una conexión con la red telefónica es de buen servicio, sobre ya sea por los pedidos o solicitud de materia prima en caso de emergencia.

- Transporte urbano

En el municipio de Jinotepe existe el número suficiente de empresas dedicadas al autotransporte público en el que pueden proporcionar sus servicios para el transporte de los insumos requeridos para la elaboración del producto, por lo que no se contempla alguna limitante en éste sentido.

- Agua potable

La ubicación del terreno y se cuenta con red de agua potable municipal, red de drenaje sanitario, pavimentación, acceso rápido y seguro a las principales vías de comunicación además no es un punto primordial para la microempresa por el giro.

- Seguridad

El lugar donde se encontrará ubicada el taller de confecciones “Angeluz fashion” es una zona segura, no incurre en peligros por la ubicación en la que se encuentra”.

Tabla 24: ubicación de la empresa Microlocalización

Factor	Peso Relativo	Dirección 1		Dirección 2		Dirección 3	
		Escala	Total	Escala	Total	Escala	Total
Energía eléctrica	0.3	4	1.2	2	0.36	4	1.2
Transporte urbano	0.05	2	0.1	3	0.005	3	0.15
Agua potable	0.15	2	0.3	4	0.045	4	0.6
ubicación de los cliente	0.2	4	0.8	3	0.16	4	0.8
ubicación de local	0.2	3	0.6	4	0.12	4	0.8
Seguridad	0.1	2	0.2	3	0.02	4	0.4
Total	100%		3.2	19	0.71	23	3.95

Fuente: Equipo Investigativo

De acuerdo a la siguiente tabla anterior se seleccionó la dirección 3 ubicado en el Municipio de Jinotepe, Departamento de Carazo cuya dirección es de la ZERMAT 1 cuadra hacia arriba que dio como resultado 3.95 esto se realizó por medio del método de ponderación.

4.2.5.2 Distribución física

Para la realización de la distribución física se toma en cuenta:

- Las relaciones de trabajo entre las unidades que la componen.
- Los sistemas de información y procesos de comunicación establecidos.
- Naturaleza, volumen, frecuencia y modo de desarrollo de las funciones asignadas a cada unidad, procurando seguir una secuencia lógica que permita una adecuada supervisión del trabajo y comodidad en su realización.
- Tomando en cuenta la apertura de las gavetas, los archiveros deben disponer de un área mínima de 1.90 m para que pueda maniobrar la persona que trabaja en ellos.
- El ancho mínimo de este acceso deberá ser de 1.20 y 1.60 m de acuerdo con la colocación de los escritorios

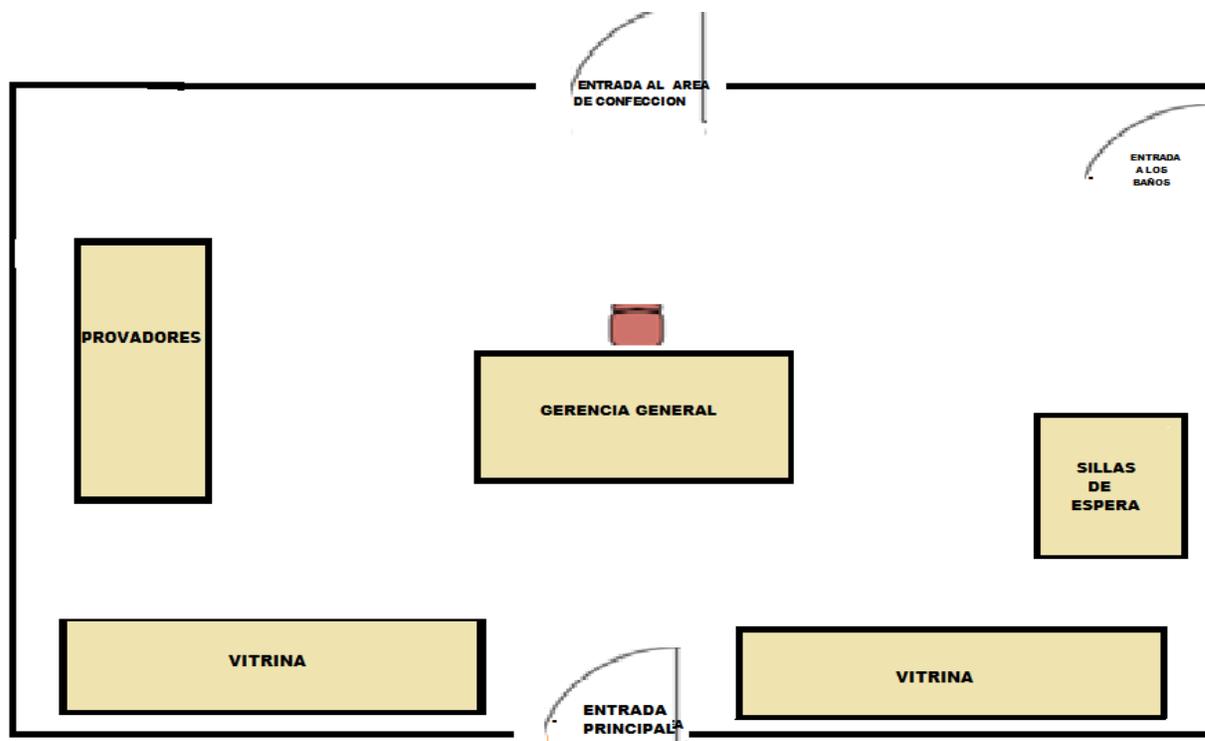


imagen 5:área número 1

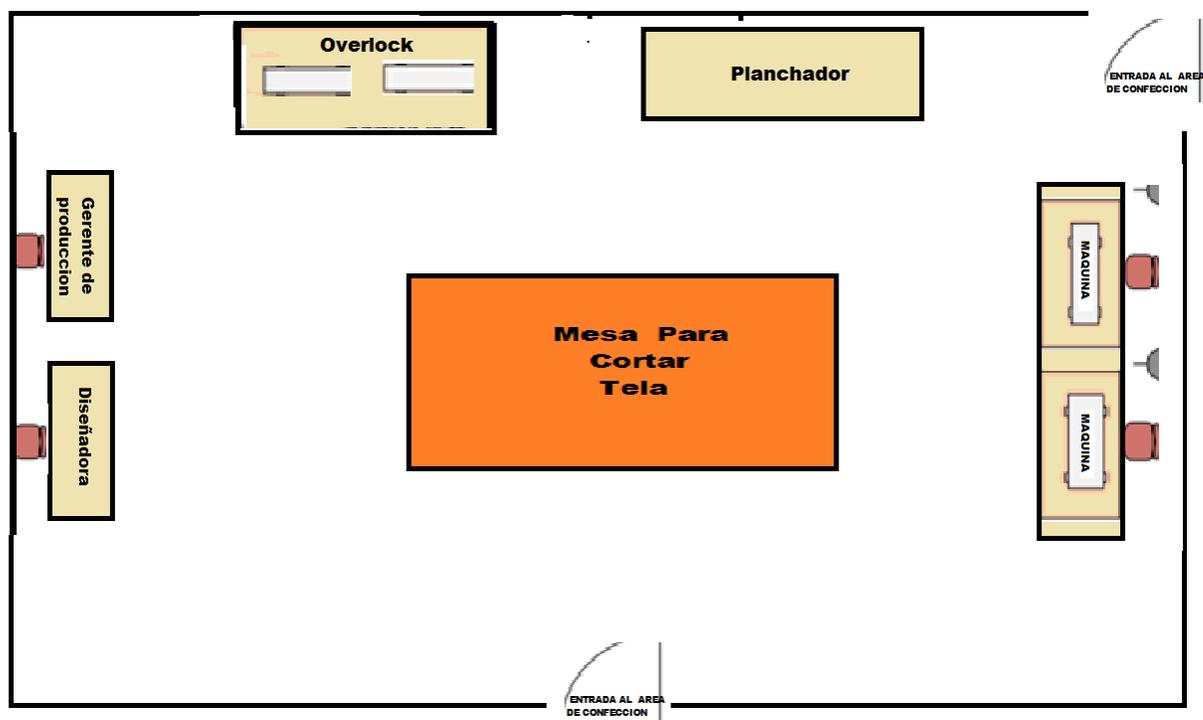


Imagen 6: Área número 2

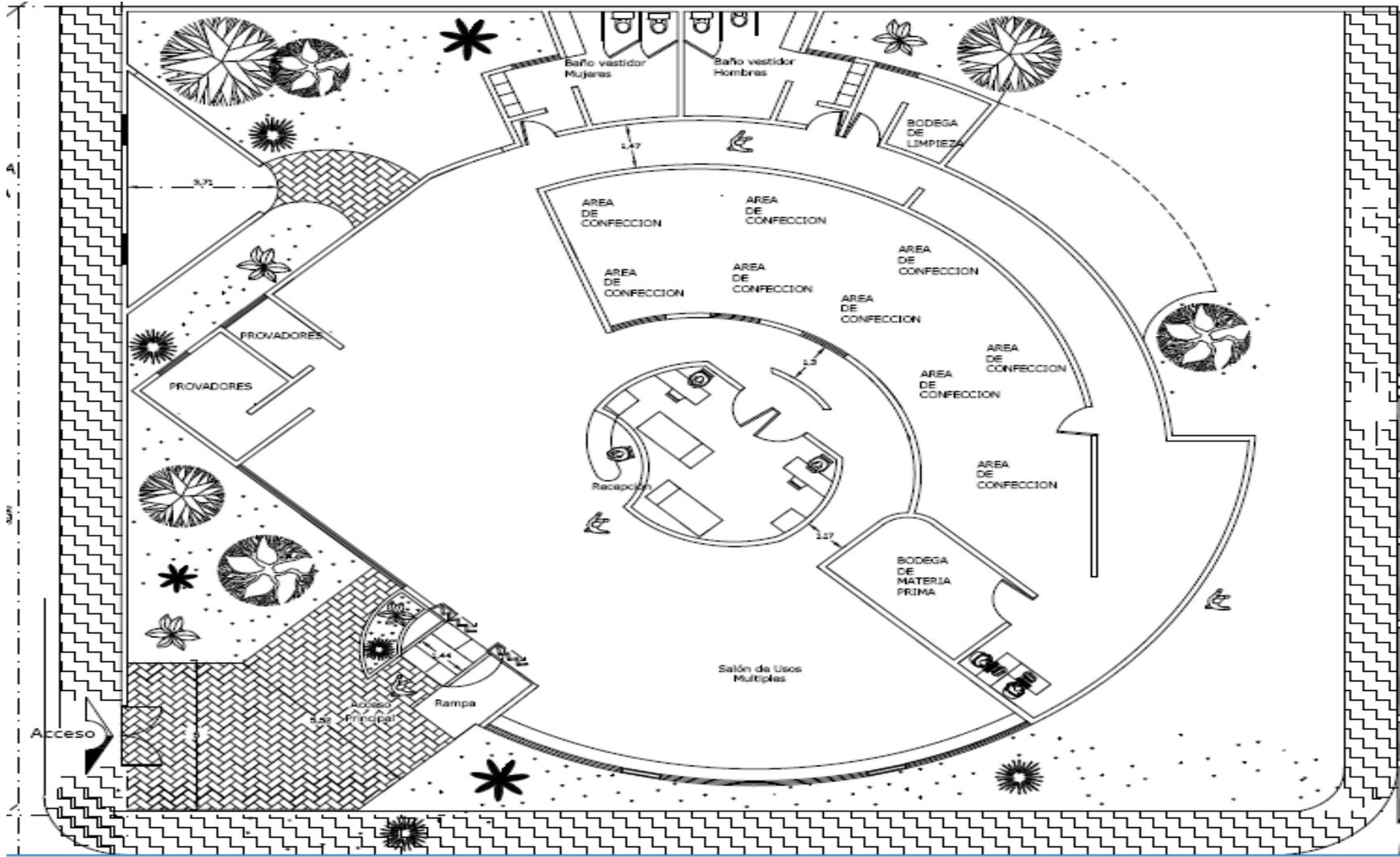


Imagen 7: plano del taller de confecciones

4.2.6 Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad.

La materia prima “se refiere a los elementos, partes o sustancias de las que está compuesto el producto de la empresa o a los insumos necesarios para prestar un servicio. Es conveniente que, cuando se especifiquen las cantidades a utilizar de materia prima, se contemple cuánto se requerirá por un volumen dado de producción o en relación con cierto periodo.” (Alcaraz, 2008, pág.132).

Segmento	Materiales para el primer mes	CU	CT Mensual
1 mes a 3 años	Materiales Directo para 20 vestidos		
	30 yarda de seda	C\$ 45.00	C\$1,350.00
	30 yarda de punto	C\$ 40.00	C\$1,200.00
	30 yarda de crepe	C\$ 40.00	C\$1,200.00
	30 yarda de can	C\$40 ,00	C\$1,200.00
	Total de materiales Directo	C\$165,00	C\$4,950.00
	Materiales Indirecto para 20 vestidos		
	Etiqueta	C\$1.00	C\$20.00
	Empaque	C\$8.00	C\$160.00
	Zíper	C\$10.00	C\$200.00
	Decoraciones	C\$30.00	C\$1,000.00
	Hilos		C\$50.00
	Total de materiales indirecto		C\$1,430.00
4 años a 6 años	Materiales Directo para 25 vestidos		
	40 yarda de seda	C\$ 45.00	C\$1,800.00
	40 yarda de punto	C\$ 40.00	C\$1,600.00
	40 yarda de crepe	C\$ 40.00	C\$1,600.00
	40 yarda de can can	C\$40 ,00	C\$1,600.00
	Total de materiales Directo	C\$165,00	C\$6,600.00
	Materiales Indirecto para 25 vestidos		
	Etiqueta	C\$1.00	C\$25.00
	Empaque	C\$8.00	C\$200.00

	Zíper	C\$10.00	C\$250.00
	Decoraciones	C\$30.00	C\$750.00
	Hilos		C\$ 75.00
	Total de materiales indirecto		C\$1,800.00
7 años a 9 años	Materiales directo		
	67 yarda de seda	C\$ 45.00	C\$3,015.00
	67 yarda de punto	C\$ 40.00	C\$2,680.00
	67 yarda de crepe	C\$ 40.00	C\$2,680.00
	67yarda de can can	C\$40 ,00	C\$2,680.00
	Total de materiales Directo	C\$168,00	C\$11,055.00
	Materiales Indirecto		
	Etiqueta	C\$1.00	C\$27.00
	Empaque	C\$8.00	405.00
	Zíper	C\$10.00	C\$262.44
	Decoraciones	C\$30.00	C\$750.00
	Hilos		C\$ 50.00
	Total de materiales indirecto		2.094.44
	Total Materiales directo		C\$22,605.00
Total Materiales indirecto		C\$5,324.44	

Tabla 25: Materiales para el primer mes

Fuente: proforma

Taller de confecciones "Angeluz Fashion"							
Proyecciones de Materia Prima Directa enviada a producción (Unidades Monetarias) en el primer semestre							
Descripción	CU	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Crep	C\$40.00	C\$ 5,480.00	C\$5,480.00	C\$ 5,480.00	C\$5,480.00	C\$ 5,480.00	C\$ 5,480.00
Punto	C\$40.00	C\$ 5,480.00	C\$5,480.00	C\$ 5,480.00	C\$5,480.00	C\$ 5,480.00	C\$ 5,480.00
Can	C\$40.00	C\$5,480.00	C\$5,480.00	C\$ 5,480.00	C\$5,480.00	C\$ 5,480.00	C\$ 5,480.00
seda	C\$45.00	C\$ 6,165.00	C\$6,165.00	C\$ 6,165.00	C\$6,165.00	C\$ 6,165.00	C\$ 6,165.00
Total		C\$22,605.00	C\$22,605.00	C\$22,605.00	C\$22,605.00	C\$22,605.00	C\$22,605.00

Tabla 26: producción mensual en el primer semestre

Taller de confecciones "Angeluz Fashion"								
Proyecciones de Materia Prima Directa enviada a producción (Unidades Monetarias) en el segundo semestre								
Descripción	CU	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total anual
crepe	C\$40.00	C\$5,480.00	C\$5,480.00	C\$5,480.00	C\$5,720.00	C\$5,880.00	C\$6,000.00	C\$66,920.00
Punto	C\$40.00	C\$5,480.00	C\$5,480.00	C\$5,480.00	C\$5,720.00	C\$5,880.00	C\$ 6,000.00	C\$ 66,920.00
Can can	C\$ 40.00	C\$5,480.00	C\$5,480.00	C\$5,480.00	C\$5,720.00	C\$5,880.00	C\$ 6,000.00	C\$ 66,920.00
seda	C\$45.00	C\$6,165.00	C\$6,165.00	C\$6,165.00	C\$6,435.00	C\$ 6,395.00	C\$6,530.00	C\$ 74,845.00
Total		C\$22,605.00	C\$22,605.00	C\$22,605.00	C\$23,595.00	C\$24,035.00	C\$24,530.00	C\$275,605.00

Tabla 27: producción mensual en el segundo semestre

Taller de confecciones "Angeluz Fashion"							
Proyecciones de Materia Prima indirecta enviada a producción (Unidades Monetarias) en el primer semestre							
Descripción	CU	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Hilo	C\$ 58.33	C\$ 175.00	C\$ 175.00	C\$ 175.00	C\$ 175.00	C\$175.00	C\$ 175.00
Zíper	C\$ 9.90	C\$ 712.44	C\$ 712.44	C\$ 712.44	C\$ 712.44	C\$ 712.44	C\$ 712.44
Empaque	C\$10.63	C\$ 765.00	C\$ 765.00	C\$ 765.00	C\$ 765.00	C\$ 765.00	C\$ 765.00
Etiqueta	C\$ 1.00	C\$72.00	C\$ 72.00				
Decoraciones	C\$ 50.00	C\$3,600.00	C\$3,600.00	C\$ 3,600.00	C\$ 3,600.00	C\$ 3,600.00	C\$ 3,600.00
Total		C\$5,324.44	C\$ 5,324.44				

Tabla 28: Materia prima indirecta en el primer semestre

Taller de confecciones "Angeluz Fashion"								
Proyecciones de Materia Prima indirecta enviada a producción (Unidades Monetarias)								
Descripción	CU	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Hilo	C\$58.33	C\$ 175.00	C\$ 175.00	C\$ 175.00	C\$ 175.00	C\$ 175.00	C\$175.00	C\$ 2,100.00
Zíper	C\$ 9.90	C\$712.44	C\$ 712.44	C\$ 712.44	C\$ 732.16	C\$707.88	C\$ 735.60	C\$ 8,587.60
Empaque	C\$ 10.63	C\$ 765.00	C\$ 765.00	C\$ 765.00	C\$ 796.00	C\$ 873.00	C\$ 906.00	C\$ 9,460.00
Etiqueta	C\$1.00	C\$ 72.00	C\$ 72.00	C\$ 72.00	C\$ 75.00	C\$ 77.00	C\$ 80.00	C\$ 880.00
Decoraciones	C\$ 50.00	C\$ 3,600.00	C\$ 3,600.00	C\$3,600.00	C\$3,750.00	C\$3,995.00	C\$4,300.00	C\$ 44,445.00
Total		C\$ 5,324.44	C\$ 5,324.44	C\$5,324.44	C\$5,528.16	C\$5,827.88	C\$6,196.60	C\$ 65,472.60

Tabla 29: Materia prima Indirecta en el segundo semestre

FORMATO DE CONTROL DE MATERIA PRIMA.

No: _____

Nombre: _____

Fecha de salida: ___/___/___

Tipo de Materia prima	Cantidad en existencias	Cantidad utilizada	Cantidad de existencia después del proceso de adquisición.

Formato 2: Control de la materia prima

Fuente: Equipo Investigativo

4.2.7 Mano de obra, su costo y disponibilidad.

La mano de obra “engloba a las personas que forman parte del proceso productivo o prestan el servicio, que con su esfuerzo y trabajo transforman la materia prima y obtiene producto terminado.” (Alcaraz, 2008, pág.140) .

Tabla 30: Mano de obra indirecta

Mano de obra de Producción Indirecta		Mensual	Año
1	Responsable de producción	C\$ 4,200.00	C\$50,400.00
2	Diseñadora	C\$ 4,150.00	C\$49,800.00
Total de producción		C\$4,500.00	C\$100,200.00

Fuente .Equipo investigativo

Tabla 31: Mano de obra Directa

Mano de obra Directa	Mensual	Año
Costurera	C\$ 4,060.00	48,720.00
Costurera	C\$ 4,060.00	48,720.00
Total de Mano Directa	C\$ 8,120.00	C\$ 97,440.00

Fuente .Equipo investigativo

4.2.8 Gasto generales de fabricación

Taller de confecciones "Angeluz Fashion"						
Proyecciones de Costos de Producción Mensual en el 1er semestre						
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Materia Prima Directa	C\$ 22,605.00	C\$ 22,605.00	C\$ 22,605.00	C\$22,605.00	C\$ 22,605.00	C\$ 22,605.00
Mano de Obra Directa	C\$ 8,120.00	C\$8,120.00	C\$ 8,120.00	C\$ 8,120.00	C\$ 8,120.00	C\$ 8,120.00
CIF	C\$ 23,347.91	C\$ 23,347.91	C\$ 23,347.91	C\$23,347.91	C\$ 23,347.91	C\$ 23,347.91
Total	C\$ 54,072.91	C\$ 54,072.91	C\$ 54,072.91	C\$54,072.91	C\$ 54,072.91	C\$ 54,072.91

Tabla 32: costo de producción en el primer semestre

Taller de confecciones "Angeluz Fashion"							
Proyecciones de Costos de Producción Mensual en el segundo semestre							
Descripción	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total anual
Materia Prima Directa	C\$22,605.00	C\$22,605.00	C\$22,605.00	C\$22,605.00	C\$22,605.00	C\$22,605.00	C\$271,260.00
Mano de Obra Directa	C\$ 8,120.00	C\$ 97,440.00					
CIF	C\$23,347.91	C\$23,347.91	C\$23,347.91	C\$23,347.91	C\$23,347.91	C\$23,347.91	C\$280,174.88
Total	C\$54,072.91	C\$54,072.91	C\$54,072.91	C\$54,072.91	C\$54,072.91	C\$54,072.91	C\$648,874.88

Tabla 33: costo de producción en el segundo semestre

4.3 Plan de organización y gestión

Se basa en la formalización y constitución de la empresa para esto se debe determinar una serie de factores como el diseño de la estructura organizacional y los aspectos legales.

4.3.1 Marco legal (forma jurídica).

Tabla 34: Leyes que rige la microempresa

Constitución de la empresa (ver anexo la acta de constitución)

LEY	ARTICULO	IMPACTO
Código de trabajo:	Art. 93-95 CT Art. 76 CT	El código laboral funciona como guía para establecer el salario de los colaboradores, el uso tiene un impacto grande en cualquier empresa y se puede conocer el tipo de sanciones que se aplican por incumplimiento de las leyes, al mismo tiempo regula la relación entre los colaboradores y sus superiores, estableciendo las obligaciones y deberes de cada una de las partes.
Ley de higiene y seguridad ocupacional	Título V Arto. 100-129	Esta ley beneficia tanto a los colaboradores como a la empresa, con el uso de las disposiciones de esta ley se establecen normas y parámetros para asegurar y proteger la vida de todos los colaboradores, aunque esto requiera de inversiones significativa para la empresa.
Ley de justicia tributaria y comercial	Ley No.257	Esta ley tiene por objeto establecer una política impositiva, en consonancia con los principios de generalidad, neutralidad y equidad de los tributos, y de facilitación de las actividades económicas en el marco de la democracia económica y social. Dicta los referentes en cuanto a las retenciones o exenciones de IGV.
Ley de marcas y otros signos distintivos	LEY No. 380, Aprobada el 14 de Febrero del 2001	Esta ley tiene como objetivo establecer las disposiciones que regulan la protección de las marcas y otros signos distintivos. Favorece al propietario de la marca en este caso signo que lo tiene registrado de tal manera que cualquier otro producto o empresa similar no puede hacer uso de su distintivo.
Ley de concertación tributaria.	Reglamento de la Ley 822	La presente Ley tiene por objeto crear y modificar los tributos nacionales internos y regular su aplicación, con el fin de proveerle al Estado los recursos necesarios para financiar el gasto público.

La razón social será la Siguiete: **“Angeluz Fashion”** como una persona natural principalmente por el beneficio de tener trámites más sencillos y rápidos, ante el registro mercantil, en el departamento de Carazo, así como en la Alcaldía Municipal (matricula) y en dirección General de Ingresos (DGI), para obtener el número RUC, cumpliendo con todos los requisitos de índole legal.

Estará regida por la Ley 645 la Ley de promoción fomento desarrollo de las micro, pequeñas y medianas Empresa, en este contexto es necesario establecer el marco Legal de promoción y fomento de las micro, pequeña y medianas empresas, que contribuyen a promover el desarrollo empresarial de las Mipyme, y el desarrollo económico nacional a través del fomento y creación de nuevas empresas de este sector en un contexto competitivo nacional e internacional, con una dinámica propia de generar empleos estables en el municipio de Jinotepe Departamento de Carazo para de esta manera mejorar el nivel de vida de los nicaragüenses y la incursión de nuevos mercado que contribuyen a la riqueza nacional.

De acuerdo a la ley de la Mipyme en el arto.4 que habla de clasificación nos consideramos una microempresa ya iniciamos las operaciones con un total de cinco trabajadores. Nos inscribiremos como una pequeña empresa donde podemos obtener un sin número de beneficios. Estaremos Regidos ante las instancias siguientes: La DGI, Alcaldía municipal de Jinotepe, Instituto de Seguro Social (INSS), Ver anexo

Inscripciones

Dentro del procedimiento para constituir y legalizar la empresa de forma natural se llevaron a cabo los siguientes:

- a) Registro mercantil.

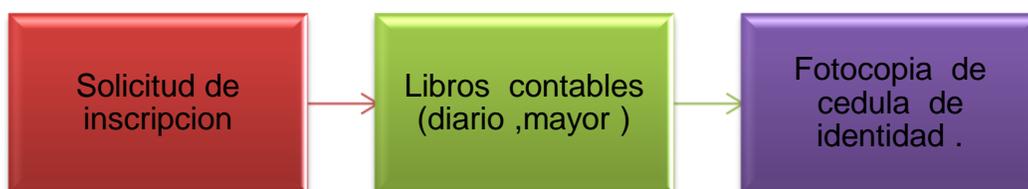


Ilustración 5: Pasos para registro mercantil

- b) Dirección General de Ingresos (DGI). Registro Único del Contribuyente (RUC)

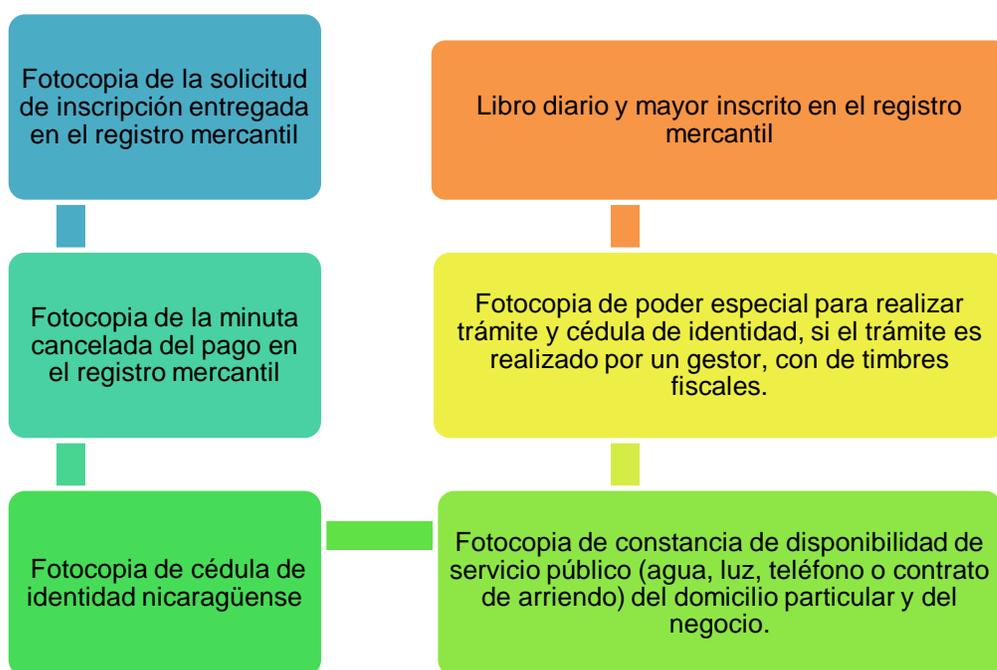


Ilustración 6: pasos en la DGI

c) alcaldía

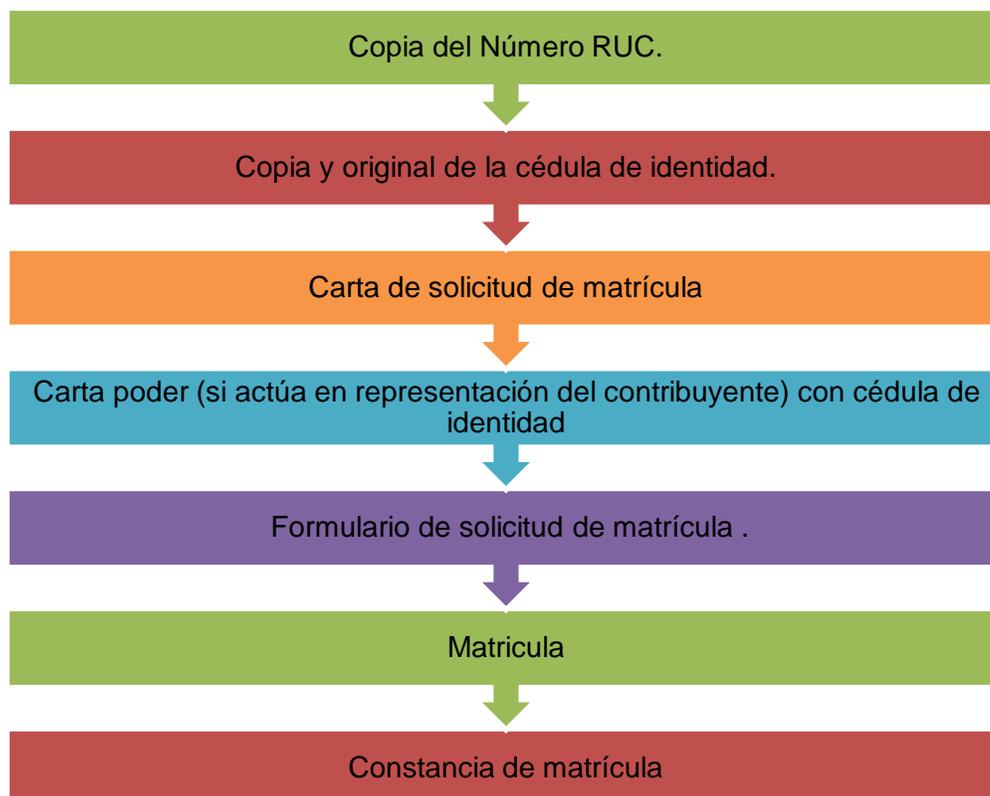


Ilustración 7: pasos para la alcaldía

Fuente: Alcaldía municipal de Jinotepe

d) Trámites para afiliarse como patrono al INSS (El trámite se realiza en el Departamento de afiliación y fiscalización.) como el taller de confecciones se registra como persona natural por tal motivo se procede a lo siguiente :

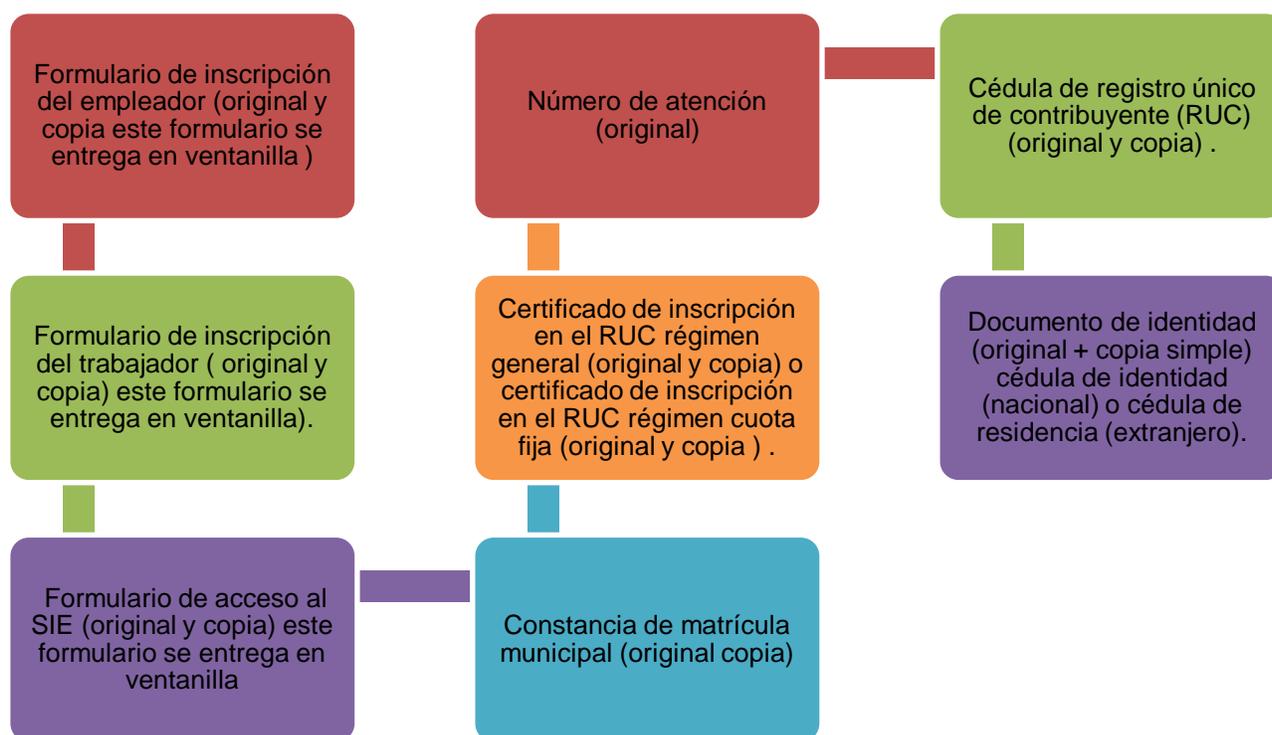


Ilustración 8: proceso de inscripción del INSS

FUENTE:INSS

e) Licencia de higiene y seguridad del trabajo (HST) – MITRAB

Todo empleador tiene la obligación de tener su licencia HST vigente para poder iniciar operaciones. Este proceso conlleva hacer gestiones ante el INSS, MITRAB, entidades de capacitación y medicas

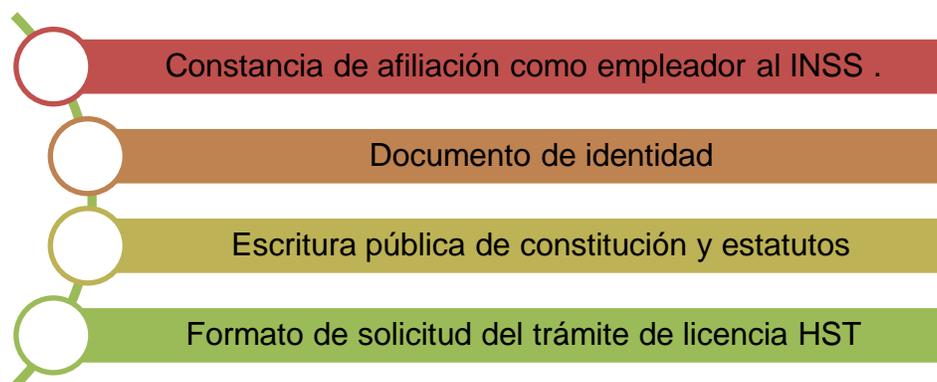
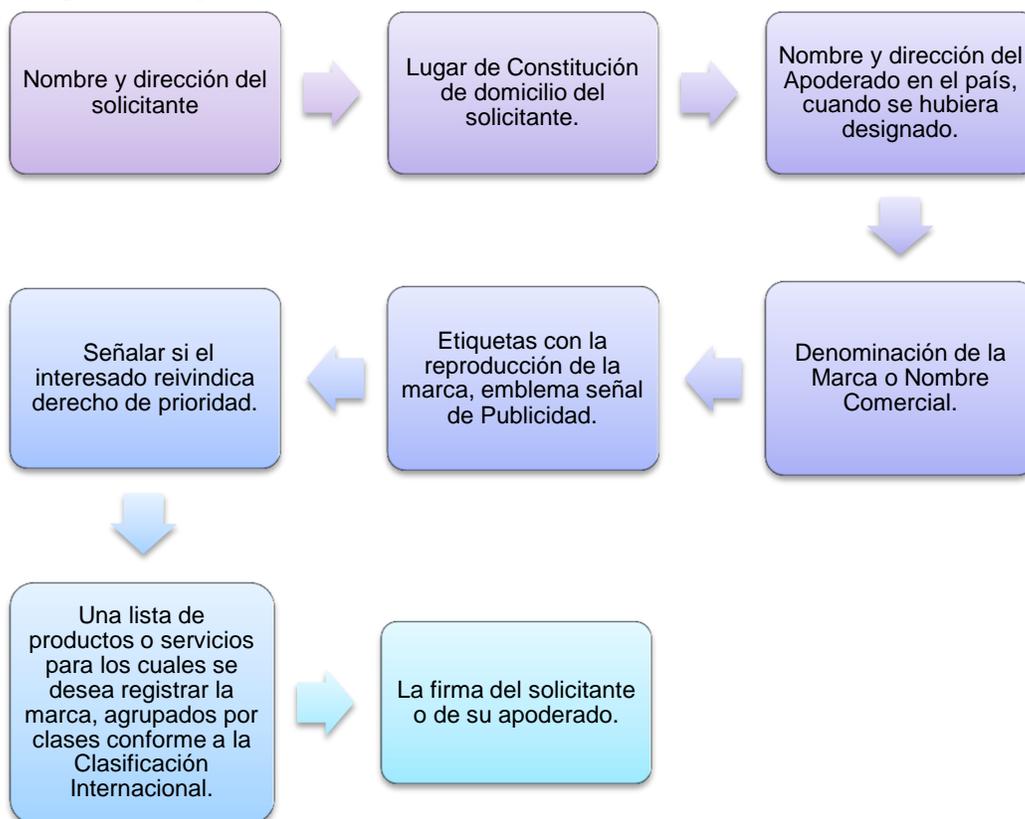


Ilustración 9: Licencia de higiene y seguridad.

f) Registro de la marca o de la propiedad intelectual

La solicitud de registro de una marca, nombre comercial, emblema o señal de propaganda y cualquier otra solicitud, se presenta ante la Secretaría del Registro de la Propiedad Intelectual, en el formulario correspondiente. Este formulario debe incluir:

Ilustración 10: proceso de registro la marca



4.3.2 Estructura de la organización.

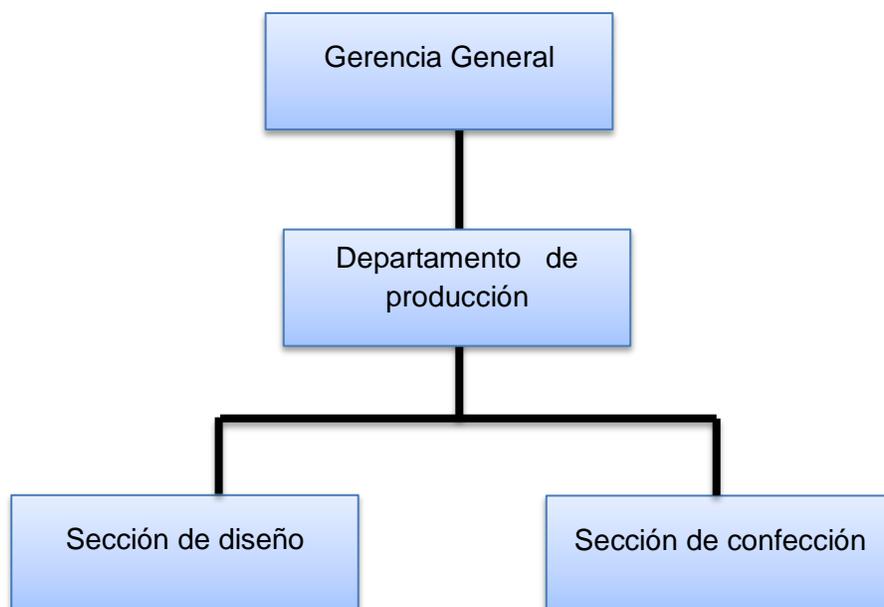
Organigrama

“Un organigrama es la gráfica que muestra la estructura organizacional formal de una empresa, el agrupamiento de sus principales funciones, sus niveles jerárquicos y sus relaciones.” (MEDRANO, 2013. pag.50). Dentro de la realización del organigrama del taller de confecciones “Angeluz fashion” se tomó en cuenta:

1. El tamaño de la organización: el taller de confecciones es una microempresa debido que esta conforma por 5 personas como la demuestra la tabla número.
2. la naturaleza del negocio: la microempresa pertenece al sector textil.
3. La división de funciones
4. Las líneas de autoridad y responsabilidad, los canales formales de la información, el número de empleados que debe tener la empresa.
5. La nomenclatura de acuerdo al master Raúl Medrano en el dossier de organización y métodos se refiere a los nombres de los cargos que se utilizarán en general, no hay convenciones universales para la nomenclatura de los cargos en los niveles de la organización, cada país adopta los suyos según el grado de desarrollo empresarial y la cultura local

Tabla 35: n° de cargo

Nombre del cargo	N° de personas en el cargo
Gerente general	1
Gerente de Producción	1
Diseñadora	1
Costurera.	2
Total	5



El taller de confecciones Angeluz fashion cuenta con 5 empleados distribuidos en las diferentes áreas de la empresa donde clasifica de acuerdo al reglamento de la ley MIPYME como una microempresa retomando el número de empleados.

- Misión

Somos una pequeña empresa dedicada a la confección de vestidos de niñas para eventos especiales, con asesoramiento, diseños exclusivos estando en constante innovación y con alto nivel de confección y excelencia en el servicio, logrando plena satisfacción de los padres de familia de Jinotepe por encima de sus expectativas y contribuyendo al desarrollo económico del país.

- Visión

Ser reconocida como una empresa líder en confecciones de vestidos para niñas en el municipio de Jinotepe Departamento de Carazo a través de la alta confección, excelencia en el servicio, para lograr un posicionamiento de la mente del consumidor y siempre buscando nuevas oportunidades de mercado en el país.

- Valores

Nuestros valores como taller de confecciones Angeluz fashion, permitiendo asumir con responsabilidad nuestros retos, ajustándonos a las normas y políticas que hacen la diferencia ante la otra empresa:

- ✚ Excelencia:

Por excelencia en atención, servicio al cliente y alta costura en las confecciones realizadas por parte de nuestros colaboradores.

- ✚ Integridad:

Somos una empresa emprendedora con alto valores morales y ético rescatando tradiciones del departamento de Carazo

- ✚ Responsabilidad con nuestros clientes ante la entrega a tiempo de nuestro producto.

- ✚ Compromiso: en una buena atención al cliente y el trato al cliente como socios en el taller.

- Objetivo de la empresa

Objetivo a corto plazo:

Confeccionar vestidos para niñas para la demanda potencial de los padres de familia y sus hijas entre las edades de 1 a 9 años.

Objetivo Mediano plazo:

Expandirse el mercado del taller de confecciones “**Angeluz Fashion**” a todo el departamento de Carazo y a otros departamentos aledaños.

Objetivo Largo plazo:

Diversificar nuestra línea para aumentar la cartera de cliente del taller de confecciones “**Angeluz fashion**”.

Nómina del taller de confecciones “Angeluz Fashion”

Tabla 36: Nomina del taller de confecciones

Taller de confecciones "Angeluz Fashion "									
Nómina Mensual									
N°	Nombres y Apellidos	Salario Base	Deducciones	Salario Neto	INSS Patronal	Prestaciones Sociales			Firma
			INSS Laboral			Vacaciones	Treceavo Mes	Indemnización	
Administración									
1	gerente general	C\$4,300.00	C\$ 268.75	C\$ 4,031.25	C\$ 774.00	C\$ 358.33	C\$ 358.33	C\$358.33	
Sub Total Administración		C\$4,300.00	C\$268.75	C\$ 4,031.25	C\$ 774.00	C\$358.33	C\$ 358.33	C\$358.33	
Producción									
2	Responsable de producción	C\$ 4,200.00	C\$262.50	C\$ 3,937.50	C\$756.00	C\$350.00	C\$ 350.00	C\$350.00	
3	Costurera	C\$4,060.00	C\$253.75	C\$ 3,806.25	C\$730.80	C\$338.33	C\$ 338.33	C\$ 338.33	
4	costurera	C\$4,060.00	C\$253.75	C\$ 3,806.25	C\$730.80	C\$338.33	C\$ 338.33	C\$338.33	
5	Diseñadora	C\$ 4,150.00	C\$259.38	C\$ 3,890.63	C\$747.00	C\$345.83	C\$ 345.83	C\$345.83	
Sub Total producción		C\$ 16,470.00	C\$1,029.38	C\$ 15,440.63	C\$ 2,964.60	C\$1,372.50	C\$1,372.50	C\$1,372.50	
Total		C\$ 20,770.00	C\$1,298.13	C\$19,471.88	C\$ 3,738.60	C\$1,730.83	C\$1,730.83	C\$1,730.83	

4.3.3 Experiencia y habilidades básicas del empresario.

	Taller de Confecciones "Angeluz fashion"	Fecha :	03/09/17
	Ficha de cargo del Gerente General	Pagina	1 a 3
DESCRIPCION DEL CARGO			
<u>Identificación y relaciones del cargo</u>			
Cargo: Gerente General.		Código :00001	
Dependencia jerárquica: ninguno		N° de plazas :1	
Cargos dependiente :Gerente de producción			
Ámbito de operación: gerencia general			
Objetivo general			
Planificar, organizar, dirigir y conllevar las acciones de la microempresa con la finalidad de asegurar los cumplimientos de los objetivos y metas propuestas.			
Funciones			
1 .Planificar, dirigir y administrar el cumplimiento de las funciones de su departamento y los de su cargo.			
2.Coordinar la organización y ejecución de las distinta actividades de la microempresa para el cumplimiento de los programas y planes establecidos			
3. Reclutar, seleccionar y contratar personal para el taller de confecciones " Angeluz fashion ".			
4. Realizar la toma decisiones tanto interno y externa frente cualquier situación que se presente en la microempresa.			
5.Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos			
6. Organiza, asigna y supervisa el trabajo del personal bajo su cargo.			
7. Elaborar nómina de pago mensual del personal del taller de confecciones.			
8. Elabora informe de salarios de los empleados de la empresa, para que sean reportados al INSS, por la administración general.			
9. Organizar la estructura actual de la empresa y a futuro así como también las funciones y cargos.			
10. Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado.			
11. Analizar los problemas de la microempresa en el aspecto financiero y administrativo, entre otros.			
12. Realizar el presupuesto y análisis contable de las operaciones de la microempresa.			
13. Coordinar reuniones con los colaboradores del taller de confecciones.			
14.Establecer salarios y garantizar las prestaciones sociales del personal			

15. Planificar capacitación al personal del taller de confecciones Angeluz fashion.
16. Velar por la seguridad laboral de los colaboradores
17. Proveer al personal de Instrumentos que resguarde la seguridad del personal de acuerdo la ley de Higiene y Seguridad.
18. Controlar la emisión y aprobación de órdenes de pago, cheques entre otros.
19. Garantizar el funcionamiento del sistema de contabilidad , controlar las actividades y operaciones contables y financieras
20. Dar un servicio personalizado a los clientes ofreciendo un producto de alta calidad.
21. Prospeccionar clientes potenciales del taller de confecciones Angeluz fashion.
22. Realizar el cierre de la venta de un vestido en el taller de confecciones.

Experiencia

Nivel académico: Licenciado en Administración de Empresa o Carreras afines: Contabilidad, mercadotecnia y Banca finanza.

Experiencia laboral: 3 años en cargos similares.

Requisito del cargo

1. Licenciado en Administración de empresas
2. Mayor de 25 años.
3. Manejo de programas de computación: Microsoft Excel, Word, Power Point
4. Estudios complementarios en ventas ,producción y finanzas
5. Buenas relaciones humanas

Aptitudes

- Liderazgo
- Responsable
- innovador y creativo
- Trabajo en equipo
- Honesto
- trabajo bajo presión
- Iniciativa estratégica
- Líder ,Emprendedor
- Trabajar bajo presión
- Dinámico y Proactivo
- Amplio criterio y visión prospectiva en mejoras del negocio
- Relaciones Humanas y laborales de respeto mutuo.

Relaciones del cargo		
A nivel interno	A nivel externo	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Gerente general 2. Diseñadora 3. Costurera 	Proveedores, clientes.	
Responsabilidades		
<p>Por supervisión Tiene a cargo la supervisión de todo el personal del taller de confecciones.</p> <p>Por errores Una mala decisión puede repercutir en la desorganización del taller de confecciones “Angeluz fashion”</p>		
Elaborado Erika alemán	Revisado Ángela Gaitán	Autorizado Idalia guillen

	Taller de Confecciones Angeluz fashion	Fecha :	03/09/17
	Ficha de cargo del Gerente de producción	Página	1 a 2

DESCRIPCION DEL CARGO

Identificación y relaciones del cargo

Cargo: Gerente de producción

Código :00002

Dependencia jerárquica: Gerente general

Nº de plazas :1

Cargos dependiente : Diseñadora y Costurera

Ámbito de operación: Departamento de producción

Objetivo general

Planificar, organizar y controlar el departamento de producción del taller de confecciones Angeluz fashion.

Funciones

1. Controlar la entrada y salida de la materia prima de las bodegas de la microempresa.
2. Supervisar la producción de vestidos del taller de confecciones Angeluz fashion.
3. Controlar el suministro de materiales por los proveedores para el taller de confecciones Angeluz fashion.
4. Inspeccionar el inventario físico de materia prima en el almacén de la microempresa.
5. Determinar el número de materia que se necesita para la producción por día, mensual.
6. Seleccionar a los proveedores de materiales para la suministración a las demás área.
7. suministrar información al gerente general sobre la compra realizada.
8. Tomar decisiones sobre la producción y tomar en cuenta al gerente general.
9. Realizar acta de entrega a de los materiales que necesitaba cada área.
10. Buscar proveedores que brinden mejores beneficios para la empresa.
11. Verificar las unidades existentes y lleva un control ordenado de cada una de las mercancías.
12. Prepara y remite al gerente general inmediato la documentación sobre la entrada y salida de

mercancía.

13. Planificar, organiza, dirige y controla el proceso de recepción, traslado, y entrega a las bodegas de bienes para asegurar en tiempo y forma los requerimientos.

Experiencia

Nivel académico: Licenciado en Administración de Empresa.

Experiencia laboral: 3 años en cargos similares.

Requisito del cargo

1. Licenciado en Administración de empresas o ingeniero industrial
2. Mayor de 25 años.
3. Manejo de programas de computación: Microsoft Excel, Word, Power Point

Habilidades

1. Liderazgo
2. Trabajo en equipo.
3. Creativo
4. Innovador
5. Responsable y honesto

Relaciones del cargo

A nivel interno

Operario

A nivel externo

Proveedores, clientes.

Responsabilidades

Por supervisión

Tiene a cargo la supervisión de todo el personal del departamento de producción.

Por errores

Una decisión errónea tanto interna como externa puede influir en la producción de los vestidos

Elaborado

Erika Alemán

Revisado

Ángela Gaitán

Autorizado

Idalia guillen

	Taller de Confecciones Angeluz fashion	Fecha :	03/09/17
	Ficha de cargo de la diseñadora	Página	1 a 2
DESCRIPCION DEL CARGO			
<u>Identificación y relaciones del cargo</u>			
Cargo: Diseñadora		Código :00002.1	
Dependencia jerárquica: Gerente de producción		Nº de plazas :1	
Cargos dependiente : Ninguno			
Ámbito de operación: Departamento de producción			
Objetivo general			
Diseñar los vestidos del taller de confecciones Angeluz fashion.			
Funciones			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar los vestidos para el catálogo del taller de confecciones Angeluz fashion. 2. Brindar el asesoramiento a los clientes que lleguen al taller de confecciones. 3. Ayudar en las confecciones de los vestidos cuando no tenga ninguna actividad. 4. Estar en constante recopilación de información sobre las tendencias de las temporadas para una mejor atención al cliente . 5. Enseñarle el catálogo al cliente para tomar la decisión. 6. Determinar el tiempo de cambio del catálogo de la microempresa. 7. Determinar los tipos de corte de cada vestido. 8. Determinar la cantidad de vestidos que tendrá el catálogo del taller de confecciones. 			
Experiencia			
Nivel académico: Diseñadora.			
Experiencia laboral: 1 años en cargos similares.			
Requisito del cargo			
Mayor de 25 años.			
Manejo de programas de computación de diseños.			
Habilidades			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Trabajo en equipo. 2. Creatividad 3. Innovación. 			

Relaciones del cargo		
A nivel interno	A nivel externo	
1. costurera 2. Diseñadora	Ninguna	
Responsabilidades		
De llevar a cabo la realización de los diseños de los vestidos para niñas que se encuentra de acuerdo a las nuevas tendencias de moda.		
Elaborado Erika alemán	Revisado Ángela nidia	Autorizado Idalia Guillen

	Taller de Confecciones Angeluz fashion	Fecha :	03/09/17
	Ficha de cargo de la costurera	Pagina	1 a 2
DESCRIPCION DEL CARGO			
<u>Identificación y relaciones del cargo</u>			
Cargo: Costurera		Código :00002.2	
Dependencia jerárquica: Gerente de producción		Nº de plazas :2	
Cargos dependiente : ninguna			
Ámbito de operación: Departamento de producción			
Objetivo general			
Confeccionar los vestidos del taller de confecciones Angeluz fashion.			
Funciones			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tomar las medidas a los clientes del taller de confecciones. 2. Realizar las formas en papel para posteriormente confeccionar el vestido. 3. Recortar las formas para después utilizarlo en la confección. 4. Realizar por medio de la forma elaborada en papel en la tela. 5. Recortar de acuerdo a las forma la tela para la confección del vestido. 6. Unir las piezas del vestidos de la microempresa del taller de confecciones Angeluz fashion. 7. Mantener los equipos y materiales de trabajo en correctas condiciones de aseo y funcionamiento. 8. Hacer uso adecuado y económico de los materiales. 9. Colaborar con el adiestramiento del personal de ingreso, si fuera necesario. 			
Experiencia			
Nivel académico: Bachiller			
Experiencia laboral: 3 años en experiencia en la confección de los vestidos.			
Requisito del cargo			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mayor de 25 años. 2. Manejo de máquina de coser eléctrica y la overlock. 			
Habilidades			

<ol style="list-style-type: none"> 1. Trabajo en equipo. 2. Creativo 3. Innovador 4. Responsable 		
Relaciones del cargo		
A nivel interno	A nivel externo	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Gerente de producción 2. Diseñadora 	Ninguno.	
Responsabilidades		
<p>Por errores En la calidad de la prenda de vestir para llevar a cabo el proceso de confección de vestidos.</p>		
Elaborado Erika Alemán	Revisado Ángela Gaitán	Autorizado Idalia Guillen

4.3.4 Actividades y gastos preliminares.

4.3.4.1 Gastos de constitución

Los gastos de constitución de “Angeluz fashion” corresponden a aquellos gastos necesarios para la legalización de la misma y poder empezar sus operaciones en el municipio de Diriamba; dentro de los cuales están:

Tabla 37: Gasto de constitución

Escritura de constitución	C\$1,000.00
Subtotal	C\$1,000.00
Constitución mercantil	
1. Solicitud	C\$ 50.00
2. Libros mercantiles	C\$ 140.00
libro mayor	C\$70 .00
libro diario	C\$ 70.00
3. Colilla de cotización de inscripción como comerciante y libros	C\$ 650.00
4. Fotocopia de cedula de identidad	C\$ 1.00
subtotal	C\$841.00
Inscripción a la DGI	
1. Fotocopia de la solicitud de inscripción	C\$ 1.00
2. Fotocopia de la minuta cancela del pago	C\$ 1.00
3. Fotocopia de la cedula	C\$ 1.00
4. Fotocopia de constancia de disponibilidad de servicio público	C\$ 15.00
5. Cedula del ruc	C\$ 150.00
subtotal	C\$168.00
Matricula de la alcaldía	
1. Copia de n° ruc	C\$ 1.00
2. Copia de cedula de identidad	C\$1.00
3. Carta de solicitud de matricula	C\$ 1.00
4. Formulario de solicitud de matricula	C\$30.00
5. Matricula	C\$ 500.00
6. Constancia de matricula	C\$ 200.00
Subtotal	C\$733.00
Afiliación al INSS	
1. Formulario de inscripción del empleador	C\$5.00
2. Formulario de inscripción del trabajador	C\$ 3.00

3. Formulario de acceso al SIE	C\$ 3.00
4. Certificado de inscripción en el RUC régimen general copia	C\$ 1.00
5. constancia de matrícula copia	C\$1.00
6. Cedula de registro del contribuyente copia	C\$1.00
7. Cedula de identidad copia	C\$1.00
subtotal	C\$ 15.00
Licencia de higiene y seguridad del trabajo (HST) – MITRAB	
• constancia de afiliación al INSS copia	C\$1.00
• Cedula de identidad	C\$1.00
• Formato de solicitud del trámite de licencia HST	C\$ 20.00
subtotal	C\$ 22.00
Inscripción de la marca	
1. Inscripción de la marca	C\$4,220.00
Total de gasto de constitución	C\$6,999.00

4.3.4.2 Gastos de instalación

En la siguiente tabla se muestra los gastos para el acondicionamiento que realizará en el taller de confecciones “**Angeluz fashion**” para comenzar operaciones:

Tabla 38: Gastos de instalación

Descripción	UM	cantidad	CU	CT
Pintura de aceite	Galón	1	C\$380.00	C\$380.00
Pintura acrílica	Bidón	1	C\$900.00	C\$900.00
Diluyente	1 litro	1	C\$ 65.00	C\$65.00
Brocha	unidad	1	C\$ 35.00	C\$35.00
Rodos	unidad	1	C\$50.00	C\$50.00
Espátula	unidad	1	C\$30.00	C\$30.00
Mano de obra	unidad	1	C\$1,000.00	C\$1,000.00
Subtotal			C\$2,460.00	C\$2,460.00

Fuente: Proforma

4.3.5 Equipos de oficina.

- Mobiliario y equipo de oficina del área de administración.

Ficha técnica n°4

Tabla 39: computadora

Cantidad	Equipo	Marca
1	Computadora de escritorio	Hp
Dibujo de referencia	Proveedores	Precio
	La Curacao www.lacuracaonline.com	Precio unitario
		C\$9,995.00
		Precio total
		C\$9,995.00
Servirá para llevar toda la información de la microempresa		

Fuente: Proforma

Ficha técnica no 5

Tabla 40: Impresiones

Cantidad	Equipo	Marca
1	Impresora	EPSON
Dibujo de referencia	Proveedores	Precio
	La Curacao www.lacuracaonline.com	C\$1,500.00

Fuente: Proforma

Ficha técnica n°6

Tabla 41; Escritorio

Cantidad	Equipo	Marca
1	Computadora de escritorio	
Dibujo de referencia	Proveedores	Precio
	joya comercial (Banco LAFISE ciudad jardín 75 vrs al oeste Managua)	Precio unitario
		C2,000.00
		Precio total
		C2,000.00
se ocupa para la oficina de administración .		

Fuente: Proforma

Tabla 42; silla ejecutivo

Cantidad	Equipo	Marca
1	Computadora de escritorio	
Dibujo de referencia	Proveedores	Precio
	joya comercial (Banco LAFISE ciudad jardín 75 vrs al oeste Managua)	Precio unitario
		C\$1,500.00
		Precio total
		C\$1,500.00
Se ocupa para la oficina de administración.		

Fuente: Proforma

Cantidad	Equipo	Marca
1	Archivador metálico	
Dibujo de referencia	Proveedores	Precio
	joya comercial (Banco LAFISE ciudad jardín 75 vrs al oeste Managua)	Precio unitario C\$2,000.00
		Precio total C\$2,000.00
Se ocupa para la oficina de administración.		

Fuente: El equipo investigador

Nota: se utiliza el mismo método de depreciación como de la vida útil del capital fijo

Equipo	costo unitario	costo total	vida útil	depreciación anual	depreciación mensual
computadora	C\$9,995.00	C\$9,995.00	2	C\$4,997.50	C\$416.46
Impresora	C\$1,500.00	C\$1,500.00	2	C\$750.00	C\$62.50
Escritorio	C\$2,000.00	C\$2,000.00	5	C\$400.00	C\$33.33
silla ejecutiva	C\$1,500.00	C\$1,500.00	2	C\$750.00	C\$62.50
Archivador metálico de 2 gavetas	C\$2,000.00	C\$2,000.00	2	C\$1,000.00	C\$83.33
Total	C\$16,995.00	C\$16,995.00		C\$7,897.50	C\$658.13

Tabla 43: depreciación del mobiliario

- Útiles de oficina administrativo: esto son necesario para realizar las labores del área administrativa y no se realiza la compra mensual.

Útiles de oficina	CU	CT	Proveedor
Engrapadora	C\$75.00	C\$75.00	Librería San Felipe 25322902
Saca grapa	C\$12.00	C\$12.00	
Perforadora	C\$ 90.00	C\$90.00	
Tijera	C\$35.00	C\$35.00	
Calculadora	C\$250.00	C\$250.00	
Regla	C\$ 5.00	C\$5.00	
Sello Múltiple	C\$77.00	C\$77.00	
organizador de escritorio de metal	C\$250.00	C\$250.00	
Total	C\$794.00	C\$1,171.00	

Tabla 44: útiles de oficina

Fuente: El equipo investigador

- Útiles de limpieza : estos son necesario para realizar limpieza del local además que permite brindar una mirada ante la vista del cliente

Útil	CU	Costo total	Proveedores
Recipiente de basura	C\$ 45.00	C\$45.00	importadora y distribuidora guerrero Dirección Barrio santama Sur del arbolito 2 1/2c al sur 1c al oeste Teléfono 2222-2302 / Celular 5854-2265 / Correo importdistriguerrero001@gmail.com
Escoba	C\$35.00	C\$35.00	
Palo de lampazo	C\$ 98.00	C\$98.00	
Mecha de lampazo	C\$ 65.00	C\$65.00	
	C\$ 243.00	C\$243.00	

Tabla 45: útiles de limpieza

Fuente: El equipo investigador

Tabla 46: papelería de oficina

Cant	Papelería de oficina	Proveedor	CU	CT para 6 meses	para mes	para 3 meses
3	grapap	Librería San Felipe 25322902	C\$ 23.00	C\$ 69.00	C\$15.33	C\$ 46.00
1	Faster		C\$ 35.00	C\$ 35.00	C\$11.67	C\$35.00
4	Resma del block		C\$ 98.00	C\$588.00	C\$ 98.00	C\$294.00
2	Resma de folder		C\$ 150.00	C\$ 450.00	C\$ 75.00	C\$225.00
2	Lapicero		C\$10.00	C\$ 20.00	C\$3.33	C\$10.00
4	Lapigrafito		C\$24.00	C\$ 96.00	C\$16.00	C\$ 48.00
2	Clip pequeños		C\$15.00	C\$15.00	C\$ 5.00	C\$15.00
1	Almohadilla		C\$ 450.00	C\$ 355.00	C\$ 75.00	C\$225.00
	Total		C\$805.00	C\$1,796.00	C\$ 299.33	C\$898.00

Fuente: El equipo investigador

Taller de confecciones "Angeluz Fashion"
--

4.3.6 Gasto administrativo

Son aquellos que tienen que ver directamente con la administración general del negocio y no con sus actividades operativas. No son Gastos de Ventas, no son Costos de Producción. Contienen los salarios del Gerente General, secretarias, contadores, alquileres de oficinas, papelería de oficinas, suministros entre otras. (Muños).en el caso del taller de confecciones solo el salario del gerente general y sus prestaciones, además de las depreciaciones, amortizaciones, servicio, alquiler, papelería de oficina y publicidad

Tabla 47: Gasto operativo en el primer semestre

Taller de confecciones "Angeluz Fashion"						
Proyecciones de Gastos operativo en 1mer semestre						
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Salarios	C\$4,300.00	C\$4,300.00	C\$ 4,300.00	C\$ 4,300.00	C\$4,300.00	C\$ 4,300.00
Vacaciones	C\$358.33	C\$358.33	C\$358.33	C\$ 358.33	C\$ 358.33	C\$ 358.33
Treceavo mes	C\$358.33	C\$358.33	C\$ 358.33	C\$ 358.33	C\$ 358.33	C\$ 358.33
Indemnización	C\$358.33	C\$ 358.33				
INSS Patronal	C\$774.00	C\$ 774.00	C\$774.00	C\$ 774.00	C\$774.00	C\$ 774.00
Depreciación	C\$658.13	C\$658.13	C\$658.13	C\$658.13	C\$658.13	C\$658.13
Amortización	C\$226.67	C\$226.67	C\$226.67	C\$226.67	C\$226.67	C\$226.67
servicio triple casa(teléfono y cable)	C\$364.90	C\$364.90	C\$ 364.90	C\$ 364.90	C\$ 364.90	C\$ 364.90
Alquiler de local incluido agua y energía eléctrica	C\$1,750.00	C\$ 1,750.00	C\$1,750.00	C\$ 1,750.00	C\$1,750.00	C\$1,750.00
papelería de oficina	C\$154.50	C\$ 154.50	C\$154.50	C\$ 154.50	C\$ 154.50	C\$154.50
Publicidad	C\$3,600	C\$800.00	C\$ 800.00	C\$ 800.00	C\$ 800.00	C\$ 800.00
Total	C\$13,243.19	C\$10,443.19	C\$10,443.19	C\$10,443.19	C\$10,443.19	C\$10,443.19

Proyecciones de Gastos operativo en el segundo semestre							
Descripción	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Salarios	C\$ 4,300.00	C\$4,300.00	C\$4,300.00	C\$4,300.00	C\$4,300.00	C\$ 4,300.00	C\$ 51,600.00
Vacaciones	C\$358.33	C\$ 358.33	C\$358.33	C\$358.33	C\$358.33	C\$ 358.33	C\$ 4,300.00
Treceavo mes	C\$358.33	C\$358.33	C\$ 358.33	C\$ 358.33	C\$358.33	C\$ 358.33	C\$ 4,300.00
Indemnización	C\$358.33	C\$358.33	C\$ 358.33	C\$358.33	C\$358.33	C\$ 358.33	C\$ 4,300.00
INSS Patronal	C\$774.00	C\$ 774.00	C\$ 774.00	C\$774.00	C\$774.00	C\$ 774.00	C\$9,288.00
Depreciación	C\$658.13	C\$658.13	C\$658.13	C\$658.13	C\$658.13	C\$658.13	C\$7,897.50
Amortización	C\$226.67						
servicio triple casa	C\$364.90	C\$364.90	C\$ 364.90	C\$364.90	C\$364.90	C\$364.90	C\$4,378.80
alquiler de local incluido agua y energía eléctrica	C\$1,750.00	C\$ 1,750.00	C\$ 1,750.00	C\$1,750.00	C\$1,750.00	C\$1,750.00	C\$21,000.00
papelería de oficina	C\$154.50	C\$154.50	C\$ 154.50	C\$154.50	C\$154.50	C\$154.50	C\$1,854.00
Publicidad	C\$ 800.00	C\$800.00	C\$ 800.00	C\$800.00	C\$800.00	C\$800.00	C\$12,400.00
Total	C\$10,443.19	C\$10,443.19	C\$10,443.19	C\$10,443.19	C\$10,443.19	C\$10,443.19	C\$128,118.30

Tabla 48: Gasto operativo en el segundo semestre

Nota:

1. En caso de los servicio de triple casa y alquiler del local se dividirán en un 50% para administración y el otro para producción.
2. Dichos servicios mencionados anteriormente del servicio de triple casa van incluido el teléfono e internet en cambio en el alquiler de local va incluido dentro del contrato de alquiler es decir que arrendador pago de los servicios de agua y energía eléctrica

4.4 Plan financiero

El plan financiero determina de manera cuantitativa y monetaria el costo de la operación y evaluar la rentabilidad del proyecto de la microempresa permitiendo visualizar su rentabilidad y recuperación en el mismo tiempo. “Aborda las finanzas, se describen los costos, el precio, el margen de utilidad, el flujo de caja, análisis de resultado o el alcance financiero que le queramos dar en dependencia del monto de la inversión así como del periodo en que se proyecta la recuperación de la misma, estos aspectos son importantes para tomar decisiones sobre el rumbo que tomará la empresa.” (INPYME, 2009)

A continuación se muestran todos los elementos informativos cuantitativos que permiten conocer la viabilidad del plan de emprendimiento de “Angeluz Fashion” donde se integra el comportamiento de las operaciones necesarias para que la empresa marche, visualizando a su vez el crecimiento de la misma en el tiempo.

4.4.1 Inversión y fuente de financiamiento.

El plan de inversión de la microempresa requiere el establecimiento de las fuentes de financiamiento, teniendo en consideración el monto total de la inversión.

4.4.1.1 Activos fijos.

Los activos fijos “es el valor de todos los bienes que posee la empresa; vehículos, maquinarias, equipos, edificios, terrenos, muebles y enseres.” (CEI, 2010,pag.27). Todos los activos que componen denominada la “inversión fija” deben ser valorizados mediante licitaciones o cotizaciones. En la siguiente tabla se presentan los activos clasificados como fijos, cuyo monto total asciende a **C\$ 49,479.00**

Tabla 49: Activos fijos

No Corriente	
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$ 16,995.00
Maquinaria y herramientas	C\$ 30,024.00
Acondicionamiento de local	C\$ 2,460.00
Sub total No Corriente	<u>C\$ 49,479.00</u>

Nota: para ver completamente los mobiliario e equipo y maquinaria ver en el plan organizacional y maquinaria e herramienta en el plan de producción.

4.4.1.2 Activos intangibles.

Los activos intangible “Son otros que no se pueden clasificar ni como activos corrientes ni como fijos, ejemplo; patentes y los gastos anticipados.” (CEI, 2010,pag.27).En la tabla presentada a continuación se muestran los activos intangibles que corresponden a todos aquellos gastos que intervienen en el proceso de inscripción de “**Angeluz fashion**” para constituirse como una microempresa.

Tabla 50: Activos Intangible

Otros Activos	
Gastos Organización	C\$ 6,999.00
Publicidad al inicio de las operaciones	C\$ 3,600.00
papelería y útiles de oficina	C\$ 1,500.50
Sub total Otros Activos	<u>C\$ 12,099.50</u>

4.4.1.3 Capital de trabajo.

Es el capital trabajo es lo “adicional requerido para funcionar el negocio antes de recibir los ingresos” (CEI, 2010,pag.15). En el capital de trabajo se detallan todos aquellos costos de materia prima directa e indirecta, gastos de nómina, suministros y herramientas y costos indirectos de fabricación, requeridos para comenzar la producción del producto a comercializar.

El taller de confecciones “Angeluz Fashion” cuenta con un capital de trabajo cuyo total se establece a continuación y asciende a **C\$ 194,015.70** correspondiente a 3 meses de operación y en los gastos operativos no se incluyeron el salario del administrador ni las prestaciones debidas que están dentro del capital de trabajo.

Tabla 51: Capital de trabajo

Capital de Trabajo	
Compra de materia prima directa	C\$68,310.00
Compra de materia prima indirecta	C\$22,951.95
Sueldos y Salarios (3 meses)	C\$62,310.00
Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses)	C\$11,215.80
prestaciones sociales	C\$15,577.50
Gastos operativos	C\$13,650.45
Sub total Capital de Trabajo	C\$ 194,015.70

4.4.1.4 *Inversión total.*

La inversión inicial incorpora todas las inversiones en activos fijos o tangibles, activos intangibles y capital de trabajo requeridos para iniciar operaciones.

Tabla 52: inversión total

Taller de confeccion "Angeluz Fashion" Plan de Inversión

Descripción	Total
Inversión Fija	
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$ 16,995.00
Maquinaria y herramienta	C\$ 30,024.00
Maquinaria	C\$ 19,338.00
herramientas o utensilios	C\$ 10,686.00
Acondicionamiento de local	C\$ 2,460.00
Sub total Inversión Fija	C\$ 49,479.00
Inversión Diferida	
Gastos Organización	C\$ 6,999.00
Publicidad al inicio de las operaciones	C\$3,600.00
papelaría y útiles de oficina	C\$ 1,500.50
útiles de oficina	C\$ 794.00
Enseres de limpieza	C\$ 243.00
papelaría de oficina	C\$463.50
Sub total Inversión Diferida	C\$ 12,099.50
Capital de Trabajo	
Compra de materia prima directa	C\$ 68,310.00
Compra de materia prima indirecta	C\$ 22,951.95
Sueldos y Salarios (3 meses)	C\$ 62,310.00
Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses)	C\$ 11,215.80
prestaciones sociales	C\$ 15,577.50
Gastos operativos	C\$ 13,650.45
Sub total Capital de Trabajo	C\$ 194,015.70
Inversión Total	C\$ 255,594.20

4.4.1.5 Estructura del financiamiento.

Dentro de la puesta en marcha de la microempresa del taller de confecciones “**Angeluz Fashion**” “no es necesario un préstamo porque los socios que están conformando la empresa podrán todo para la inversión como son dos socios será:

Tabla 53: participación de los socios

Socios	Participación
Erika Elizabeth alemán calero	50%
Ángela Nidia Gaitán Jiménez	50%

Fuente: Equipo investigativo

Para decidir que no se necesita financiamiento para poner en marcha del taller de confecciones debido que la inversión no es demasiado además que retoma los ingresos y egresos para ver que rápidamente se puede ver los beneficios.

4.4.2 Ingresos, egresos y costos.

4.4.2.1 Presupuesto de ingreso.

Los ingresos representan los recursos que reciben el negocio o empresa por la venta de sus servicios o mercancías, ya sean en efectivo o al crédito. Los ingresos deben calcularse con la información del estudio de mercado, se obtienen multiplicando los volúmenes de producción que se esperan vender por el precio de venta esperado para un período determinado en la tabla siguiente se presentan los ingresos de la microempresa que comprenden las ventas mensuales que realizará durante el primer año de sus operaciones.

Cabe señalar que las proyecciones se determinaron considerando el tipo de demanda (explicado en apartados anteriores) y las metas de la empresa en cuanto a incremento de ventas.

Tabla 54: Venta física

Taller de confecciones "Angeluz Fashion"													
Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas													
Año 2018													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
1 mes a 3 años	20	20	20	20	20	20	20	20	20	21	21	22	242
4 a 6 años	25	25	25	25	25	25	25	25	25	26	27	27	302
7 a 9 años	27	27	27	27	27	27	27	27	27	28	29	30	326
total	72	72	72	72	72	72	72	72	72	74	76	79	877

Tabla 55: Estimación de venta monetaria en el 1er semestre

Taller de confecciones "Angeluz Fashion"							
Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias							
1er Semestre							
Descripción	CU	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
1 mes a 3 años	C\$ 972.6	C\$19,460.00	C\$19,460.00	C\$19,460.00	C\$19,460.00	C\$19,460.00	C\$ 19,460.00
4 a 6 años	C\$ 950	C\$ 23,753.85	C\$23,753.85	C\$23,753.85	C\$23,753.85	C\$23,753.85	C\$ 23,753.85
7 a 9 años	C\$ 992	C\$ 26,774.57	C\$26,774.57	C\$26,774.57	C\$ 26,774.57	C\$26,774.57	C\$26,774.57
Total		C\$69,989.43	C\$69,989.43	C\$69,989.43	C\$69,989.43	C\$69,989.43	C\$69,989.43

Taller de confecciones "Angeluz Fashion"								
Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias								
Descripción	CU	Jul	Ago.	Sep.	Oct	Nov	Dic	Total
1 mes a 3 años	C\$972.6	C\$19,460.00	C\$19,460.00	C\$19,460.00	C\$19,452.57	C\$20,645.11	C\$21,264.47	C\$237,482.58
4 a 6 años	C\$950	C\$23,753.85	C\$23,753.85	C\$23,753.85	C\$23,753.85	C\$25,200.46	C\$25,956.48	C\$289,645.63
7 a 9 años	C\$ 992	C\$26,774.57	C\$26,774.57	C\$26,774.57	C\$26,774.57	C\$28,405.15	C\$29,257.30	C\$326,399.85
Total		C\$69,989.43	C\$69,989.43	C\$69,989.43	C\$69,989.43	C\$74,250.84	C\$76,478.72	C\$853,528.06

Tabla 56: Estimación Monetaria del 2 do semestre

Estos otros ingresos son la venta de retazos de tela que se venderán a una mueblería que lo ocuparán para hacer almohadas para los muebles

Taller de confecciones “Angeluz fashion”						
Expresado en Córdoba						
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Otros ingresos	C\$700.00	C\$700.00	C\$700.00	C\$700.00	C\$700.00	C\$700.00

Tabla 57: Otros Ingresos en el primer semestre

Taller de confecciones “Angeluz fashion”							
Expresado en Córdoba							
Descripción	Jul	Agos	Sep.	Oct	Nov.	Dic	Total Anual
Otros ingresos	C\$700.00	C\$700.00	C\$700.00	C\$700.00	C\$700.00	C\$700.00	C\$8,400.00

Tabla 58: Otros ingresos en el segundo semestre

4.4.2.2 Presupuesto de egresos.

Los egresos que contraerá “**Angeluz Fashion**” corresponden al salario de cada uno de los colaboradores que forman parte de la microempresa con sus respectivas prestaciones y obligaciones sociales establecidas en el código del trabajo. Además se reflejan las debidas depreciaciones tanto de los equipos de ventas como de administración.

Taller de confecciones "Angeluz Fashion"						
Proyecciones de Gastos operativo en el 1er semestre						
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Salarios	C\$ 4,300.00	C\$ 4,300.00	C\$ 4,300.00	C\$ 4,300.00	C\$ 4,300.00	C\$ 4,300.00
Vacaciones	C\$ 358.33	C\$ 358.33	C\$ 358.33	C\$ 358.33	C\$ 358.33	C\$ 358.33
Treceavo mes	C\$ 358.33	C\$ 358.33	C\$ 358.33	C\$ 358.33	C\$ 358.33	C\$ 358.33
Indemnización	C\$ 358.33	C\$ 358.33	C\$ 358.33	C\$ 358.33	C\$ 358.33	C\$ 358.33
Inss Patronal	C\$ 774.00	C\$ 774.00	C\$ 774.00	C\$ 774.00	C\$ 774.00	C\$ 774.00
Depreciación	C\$ 658.13	C\$ 658.13	C\$ 658.13	C\$ 658.13	C\$ 658.13	C\$ 658.13
Amortización de inversión Diferida	C\$ 566.67	C\$ 566.67	C\$ 566.67	C\$ 566.67	C\$ 566.67	C\$ 566.67
servicio triple casa	C\$ 364.90	C\$ 364.90	C\$ 364.90	C\$ 364.90	C\$ 364.90	C\$ 364.90
alquiler de local incluido agua y luz	C\$ 1,750.00	C\$1,750.00	C\$1,750.00	C\$1,750.00	C\$1,750.00	C\$1,750.00
papelería de oficina	C\$ 154.50	C\$ 154.50	C\$ 154.50	C\$ 154.50	C\$ 154.50	C\$ 154.50
publicidad	C\$ 3,600.00	C\$ 800.00				
Total	C\$ 13,243.19	C\$10,443.19	C\$10,443.19	C\$10,443.19	C\$10,443.19	C\$10,443.19

Tabla 59: Gasto operativo del primer semestre

Taller de confecciones “Angeluz fashion”							
Gasto operativo del 2 do semestre							
Descripción	Jul	Ago.	Sep.	Oct	Nov	Dic	Total
Salarios	C\$4,300.00	C\$4,300.00	C\$4,300.00	C\$4,300.00	C\$4,300.00	C\$4,300.00	C\$ 51,600.00
Vacaciones	C\$ 358.33	C\$ 4,300.00					
Treceavo mes	C\$ 358.33	C\$ 4,300.00					
Indemnización	C\$ 358.33	C\$ 4,300.00					
Inss Patronal	C\$ 774.00	C\$ 9,288.00					
Depreciación	C\$ 658.13	C\$ 7,897.50					
Amortización de inversión Diferida	C\$ 566.67	C\$ 6,800.00					
servicio triple casa	C\$ 364.90	C\$ 4,378.80					
alquiler de local incluido agua y luz	C\$1,750.00	C\$1,750.00	C\$1,750.00	C\$1,750.00	C\$1,750.00	C\$1,750.00	C\$21,000.00
papelería de oficina	C\$ 154.50	C\$ 1,854.00					
publicidad	C\$ 800.00	C\$12,400.00					
Total	C\$10,443.19	C\$10,443.19	C\$10,443.19	C\$10,443.19	C\$10,443.19	C\$10,443.19	C\$128,118.30

Tabla 60: Gasto operativo en 2do semestre

4.4.2.3 Presupuesto de costos.

La siguiente estructura contiene todos los costos mensuales incurridos en el proceso de producción de los productos como materia prima directa e indirecta, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación por los cuales se determinó el precio de venta unitario de cada producto.

Tabla 61: Estructura de costo anual del segmento de 1 a 3años

Taller de confecciones "Angeluz Fashion"													
Estructura de Costos Año 2018													
Segmento:1 mes a 3 años c\$													
Descripcion	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Materia prima indirecta	4,950.00	4,950.00	4,950.00	4,950.00	4,950.00	4,950.00	4,950.00	4,950.00	4,950.00	5,280.00	5,280.00	5,445.00	60,555.00
crepe	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,280.00	1,280.00	1,320.00	14,680.00
Punto	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,280.00	1,280.00	1,320.00	14,680.00
Can can	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,280.00	1,280.00	1,320.00	14,680.00
seda	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,440.00	1,440.00	1,485.00	16,515.00
Mano de obra directa	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	32,480.00
operario 1	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	16,240.00
operario 2	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	16,240.00
CIF	7,437.82	7,437.82	7,437.82	7,437.82	7,437.82	7,437.82	7,437.82	7,437.82	7,437.82	7,496.82	7,506.82	7,575.82	89,519.87
Costos Fijos													
Depreciación de maq	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	1,905.87
Renta de local	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	7,000.00
internet y telefono	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	1,459.60
Sub total Costos Fijos	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	10,365.47
Costos Variables													
Materia prima indirecta	1,430.00	1,430.00	1,430.00	1,430.00	1,430.00	1,430.00	1,430.00	1,430.00	1,430.00	1,489.00	1,499.00	1,568.00	17,426.00
Hilo	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	600.00
Zipper	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	210.00	220.00	2,430.00
Empaque	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	168.00	168.00	176.00	1,952.00
Eliqueta	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	21.00	21.00	22.00	244.00
Decoraciones	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,050.00	1,050.00	1,100.00	12,200.00
Mano de obra indirecta	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	33,400.00
Responsable de produccion	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	16,800.00
Diseñadora	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	16,600.00
Prestaciones	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	28,328.40
Sub total Costos Variables	6,574.03	6,574.03	6,574.03	6,574.03	6,574.03	6,574.03	6,574.03	6,574.03	6,574.03	6,633.03	6,643.03	6,712.03	79,154.40
Total Costos	15,094.49	15,094.49	15,094.49	15,094.49	15,094.49	15,094.49	15,094.49	15,094.49	15,094.49	15,483.49	15,493.49	15,727.49	182,554.87

Tabla 62: estructura de costo de 4 a 6 años

Taller de confecciones "Angeluz Fashion"													
Estructura de Costos Año 2017													
Segmento:4 a 6 años c\$													
Descripcion	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Materia prima indirecta	6,600.00	6,600.00	6,600.00	6,600.00	6,600.00	6,600.00	6,600.00	6,600.00	6,600.00	6,930.00	7,040.00	7,040.00	80,410.00
crepe	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,680.00	1,760.00	1,760.00	19,600.00
Punto	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,680.00	1,760.00	1,760.00	19,600.00
Can can	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,680.00	1,760.00	1,760.00	19,600.00
seda	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,890.00	1,760.00	1,760.00	21,610.00
Mano de obra directa	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	32,480.00
operario 1	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	16,240.00
operario 2	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	16,240.00
CIF	7,807.82	7,807.82	7,807.82	7,807.82	7,807.82	7,807.82	7,807.82	7,807.82	7,807.82	7,876.82	7,945.82	8,014.82	94,107.87
Costos Fijos													
Depreciación de maq	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	1,905.87
Renta de local	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	7,000.00
internet y telefono	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	1,459.60
Sub total Costos Fijos	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	10,365.47
Costos Variables													
Materia prima indirecta	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,869.00	1,938.00	2,007.00	22,014.00
Hilo	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	900.00
Zipper	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	260.00	216.00	224.00	2,950.00
empaque	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	208.00	270.00	280.00	2,558.00
etiqueta	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	26.00	27.00	28.00	306.00
Decoraciones	1,250.00	1,250.00	1,250.00	1,250.00	1,250.00	1,250.00	1,250.00	1,250.00	1,250.00	1,300.00	1,350.00	1,400.00	15,300.00
Mano de obra indirecta	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	33,400.00
Responsable de produccion	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	16,800.00
Diseñadora	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	16,600.00
prestaciones	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	28,328.40
Sub total Costos Variables	6,944.03	6,944.03	6,944.03	6,944.03	6,944.03	6,944.03	6,944.03	6,944.03	6,944.03	7,013.03	7,082.03	7,151.03	83,742.40
Total Costos	17,114.49	17,114.49	17,114.49	17,114.49	17,114.49	17,114.49	17,114.49	17,114.49	17,114.49	17,513.49	17,692.49	17,761.49	206,997.87

Tabla 63: Estructura de costo del segmento de 7 a 9 años en C\$

Taller de confecciones "Angeluz Fashion													
Estructura de Costos Año 2017													
SEGMENTO :7a 9 años													
Descripcion	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Materia prima indirecta	11,055.00	11,055.00	11,055.00	11,055.00	11,055.00	11,055.00	11,055.00	11,055.00	11,055.00	11,385.00	11,715.00	12,045.00	134,640.00
crepe	2,680.00	2,680.00	2,680.00	2,680.00	2,680.00	2,680.00	2,680.00	2,680.00	2,680.00	2,760.00	2,840.00	2,920.00	32,640.00
Punto	2,680.00	2,680.00	2,680.00	2,680.00	2,680.00	2,680.00	2,680.00	2,680.00	2,680.00	2,760.00	2,840.00	2,920.00	32,640.00
Can can	2,680.00	2,680.00	2,680.00	2,680.00	2,680.00	2,680.00	2,680.00	2,680.00	2,680.00	2,760.00	2,840.00	2,920.00	32,640.00
seda	3,015.00	3,015.00	3,015.00	3,015.00	3,015.00	3,015.00	3,015.00	3,015.00	3,015.00	3,105.00	3,195.00	3,285.00	36,720.00
mano de obra directa	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	2,706.67	32,480.00
operario 1	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	16,240.00
operario 2	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	1,353.33	16,240.00
CIF	8,102.26	8,102.26	8,102.26	8,102.26	8,102.26	8,102.26	8,102.26	8,102.26	8,102.26	8,177.98	8,398.70	8,629.42	98,126.47
Costos Fijos													
Depreciación de maq	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	158.82	1,905.87
Renta de local	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	583.33	7,000.00
internet y telefono	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	121.63	1,459.60
Sub total Costos Fijos	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	863.79	10,365.47
Costos Variables													
Materia prima indirecta	2,094.44	2,094.44	2,094.44	2,094.44	2,094.44	2,094.44	2,094.44	2,094.44	2,094.44	2,170.16	2,390.88	2,621.60	26,032.60
Hilo	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	600.00
Zipper	262.44	262.44	262.44	262.44	262.44	262.44	262.44	262.44	262.44	272.16	281.88	291.60	3,207.60
Empaque	405.00	405.00	405.00	405.00	405.00	405.00	405.00	405.00	405.00	420.00	435.00	450.00	4,950.00
Etiqueta	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00	28.00	29.00	30.00	330.00
Decoraciones	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,400.00	1,595.00	1,800.00	16,945.00
Mano de obra indirecta	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	2,783.33	33,400.00
Responsable de produccion	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	16,800.00
Diseñadora	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	1,383.33	16,600.00
prestaciones	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	2,360.70	28,328.40
total de los costo variable	7,238.47	7,238.47	7,238.47	7,238.47	7,238.47	7,238.47	7,238.47	7,238.47	7,238.47	7,314.19	7,534.91	7,765.63	87,761.00
	21,863.93	21,863.93	21,863.93	21,863.93	21,863.93	21,863.93	21,863.93	21,863.93	21,863.93	22,269.65	22,820.37	23,381.09	265,246.47

Tabla 64: Precio para el segmento

Segmento	De 1 mes a 3 años	De 4 a 6 años	De 7 a 9 años
Costo total	C\$182,554.87	C\$206,997.87	C\$265,246.47
Unidades	244	305	329
Costo Total Unitario	C\$748.18	C\$678.68	C\$ 806.22
Margen de utilidades	30%	40%	23%
Precio de venta	C\$973	C\$950.15	C\$ 992

4.4.2.4 Punto de equilibrio.

El análisis del Punto de Equilibrio es un método que se utiliza para determinar el momento donde las ventas cubrirán exactamente los costos, es decir, el punto en que la empresa se equilibrara, pero también muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas exceden o caen por debajo de ese punto.

Este se puede calcular en unidades monetarias y en unidades física. Aquí interviene mucho la “mezcla de producto”, es decir, la proporción en que son vendidos el producto, para que el punto de equilibrio calculado coincida con lo real. En otras palabras, es decir, que la utilidad en el punto de equilibrio es cero, no se pierde ni se gana. Con la característica de vender tres tipos de segmento a diferentes a precios diferentes se presenta el punto de equilibrio para el año 2018.

	Segmento de 1 a 3 años	Segmento de 4 años a 6 años	Segmento de 7 a 9 años
costos fijos			
Gastos de admón.	C\$ 42,706.10	C\$42,706.10	C\$ 42,706.10
Mano de obra directa	C\$ 32,480.00	C\$32,480.00	C\$32,480.00
CIF fijos	C\$ 10,365.47	C\$10,365.47	C\$ 10,365.47
sub total	C\$ 85,551.57	C\$ 85,551.57	C\$85,551.57
cotos variables			
materia prima directa	C\$ 248.18	C\$ 263.64	C\$409.24
CIF variables	C\$ 324.40	C\$ 274.57	C\$ 266.75
Subtotal	C\$ 572.58	C\$ 538.20	C\$ 675.99
Precio de venta	C\$973	C\$ 950.15	C\$ 991.65
margen de contribución	C\$ 400.42	C\$ 411.95	C\$ 315.66
Punto de equilibrio unidades físicas	214	208	271
PE unidades monetarias	C\$207,885.65	C\$197,323.13	C\$ 268,761.57
margen de contribución promedio	C\$ 383.47		
Punto de equilibrio	669		

Tabla 65: punto de equilibrio

Fuente: Equipo investigativo

4.4.2.5 Flujo de caja

El flujo de caja “son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado para una empresa” (Negocios). Este provee información relevante sobre los ingresos y egresos de efectivo durante un período de tiempo. En la siguiente tabla se muestran los flujos que posee “Angeluz Fashion” en los 5 primeros años de su funcionamiento donde refleja que la microempresa cuenta con suficiente disponibilidad de efectivo para cumplir con sus obligaciones.

Tabla 66: Flujo de caja

Concepto	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Total
Saldo Inicial	C\$102,753.75	C\$ 181,194.50	C\$ 183,187.64	C\$ 185,202.71	C\$ 187,239.94	C\$ 839,578.54
Ingresos por venta	C\$ 850,613.25	C\$ 935,674.58	C\$ 1,029,242.04	C\$ 1,132,166.24	C\$ 1,245,382.87	C\$ 5,193,078.98
otros ingresos	C\$ 8,400.00	C\$ 9,072.00	C\$ 9,797.76	C\$ 10,581.58	C\$ 11,428.11	C\$ 49,279.45
Disponibilidad	C\$ 961,767.00	C\$ 1,125,941.08	C\$ 1,222,227.44	C\$ 1,327,950.53	C\$ 1,444,050.91	C\$ 6,081,936.97
Egresos						
Materia Prima Directa	C\$ 271,260.00	C\$ 298,386.00	C\$ 328,224.60	C\$ 361,047.06	C\$ 397,151.77	C\$ 1,656,069.43
Mano de Obra Directa	C\$ 97,440.00	C\$ 107,184.00	C\$ 117,902.40	C\$ 129,692.64	C\$ 142,661.90	C\$ 594,880.94
CIF	C\$ 281,754.20	C\$ 309,929.62	C\$ 340,922.58	C\$ 375,014.84	C\$ 412,516.32	C\$ 1,720,137.57
Gasto preoperativo	C\$ 128,118.30	C\$ 140,930.13	C\$ 155,023.14	C\$ 170,525.46	C\$ 187,578.00	C\$ 782,175.03
Total Egresos	C\$ 778,572.50	C\$ 856,429.75	C\$ 942,072.73	C\$ 1,036,280.00	C\$ 1,139,908.00	C\$ 4,753,262.97
Disponibilidad Efectiva banco	C\$ 183,194.50	C\$ 269,511.33	C\$ 280,154.72	C\$ 291,670.53	C\$ 304,142.91	C\$ 1,328,674.00
Caja Mínima Requerida	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 10,000.00
Excedente o Déficit sobre la caja mínima	C\$ 181,194.50	C\$ 267,511.33	C\$ 278,154.72	C\$ 289,670.53	C\$ 302,142.91	C\$ 1,318,674.00
Disponibilidad Neta Final	C\$ 181,194.50	C\$ 183,187.64	C\$ 185,202.71	C\$ 187,239.94	C\$ 189,299.58	C\$ 1,318,674.00

4.4.3 Análisis financiero

El flujo de fondos brindó una perspectiva general de la situación de liquidez de la microempresa, debido a que en comparación de sus ingresos con sus egresos existe un margen de utilidad por lo que se considera rentable. A través del cálculo del valor actual neto (VAN) C\$105,176.86 se determinó la viabilidad de “Angeluz Fashion” en términos monetarios. Por otra parte, la tasa interna de retorno (TIR) es de 34.07 % lo cual indica que la inversión generada por la microempresa es aceptable en términos porcentuales, debido a su resultado ya que entre mayor sea la TIR mayor es la estabilidad de dicha microempresa.

4.4.3.1 Flujo de fondo.

Tabla 67: Flujo de fondo proyectado

Taller de confecciones "Angeluz Fashion" Flujo de Fondos

Descripción	Años					
	0	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Ingresos por Ventas		C\$850,613.25	C\$ 935,674.58	C\$1,029,242.04	C\$1,132,166.24	C\$1,245,382.87
otros ingresos		C\$ 8,400.00	C\$ 9,072.00	C\$ 9,797.76	C\$ 10,581.58	C\$ 11,428.11
Total de ingresos		C\$859,013.25	C\$ 944,746.58	C\$1,039,039.80	C\$ 1,142,747.82	C\$1,256,810.97
Costos de Producción		C\$650,454.20	C\$ 715,499.62	C\$ 787,049.58	C\$ 865,754.54	C\$ 952,329.99
Utilidad bruta		C\$208,559.05	C\$ 229,246.96	C\$ 251,990.22	C\$ 276,993.28	C\$ 304,480.98
Gasto operativo		C\$128,118.30	C\$ 140,930.13	C\$ 155,023.14	C\$ 170,525.46	C\$ 187,578.00
Utilidad antes de Impuesto		C\$ 80,440.75	C\$ 88,316.83	C\$ 96,967.07	C\$ 106,467.82	C\$ 116,902.98
Depreciación		C\$ 13,711.10	C\$ 13,711.10	C\$ 13,711.10	C\$ 13,711.10	C\$ 13,711.10
Amortización		C\$ 6,800.00	C\$ 6,800.00	C\$ 6,800.00	C\$ 6,800.00	C\$ 6,800.00
Inversión Fija	-C\$ 49,479.00					
Inversión Diferida	-C\$ 12,099.50					
Capital de Trabajo	-C\$ 194,015.70					
Flujo Neto de Efectivo	-C\$ 255,594.20	C\$100,951.85	C\$ 108,827.93	C\$ 117,478.17	C\$ 126,978.92	C\$ 137,414.08

Valor actual neto (VAN).

Uno de los indicadores de gran utilidad para la evaluación del plan de negocio es el valor actual neto (VAN); la cual puede entenderse como un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a aganar o perder con esa inversión. (Economipedia, 2016)

Es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos los ingresos y egresos expresados en moneda actual. Con una Tasa de descuento al 20 %

$$VAN = -I + \frac{BN}{(1+i)^n}$$

Tasa de descuento al 18%

VAN	C\$ 105,176.86
-----	----------------

4.4.3.3 Tasa interna de retorno (TIR).

Por otro lado, la TIR conocida también como tasa interna de rendimiento, es un instrumento o medida usada como indicador al evaluar la eficacia de una inversión. Es la tasa que reduce a cero las equivalencias del valor presente neto, valor futuro o valor anual en una serie de ingresos y egresos. Es un índice de rentabilidad ampliamente aceptado, el cual va a mostrar si conviene invertir en un determinado plan de negocio. (Nieto, 2009)

Evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual

$$TIR = \frac{BN}{(1+r)^n - I} = 0$$

TIR	34.07%
-----	--------

Conclusiones

En la presente propuesta del plan de emprendimiento de la microempresa dentro del desarrollo de los planes de mercado, producción, organización y el plan financiero que permitieron determinar que el taller de confecciones “**Angeluz fashion**” es rentable y viable para ponerlo en marcha.

Dentro de la elaboración del plan de mercado se estableció la aceptación del taller de confecciones “**Angeluz Fashion**” que existe una demanda total de personas de 4,844 con un 95% además De esta demanda el 50% se considera insatisfecha la cual está representada por 2,301 y de las cuales se cubrirá en un 39% correspondiente a 897 personas también se identificó de los gustos y preferencias de los clientes potenciales, los que manifestaron sentirse atraídos por los vestidos en el cual permitió conocer las estrategias a utilizar para el mercado meta donde se determinó que existen un mercado para la microempresa.

En cambio, en la estructuración del plan de producción se identificaron las actividades que intervienen en el proceso de producción de los vestidos, de la microempresa y la forma de ejecución más eficiente y eficaz, para maximizar la producción y también es necesario identificar los costos (Materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación)y capital fijo de acuerdo a la capacidad instalada de “**Angeluz fashion**” que es de 960 .

En la creación del plan de organización donde se determinó la cantidad de personal que se necesita para iniciar con sus labores que está conformado por 5 colaboradores gestiones legales que garanticen el buen funcionamiento de la microempresa, mediante la descripción de todos los pasos que conllevan a inscribir el negocio.

Por ultimo en el establecimiento del plan financiero se obtuvo la sostenibilidad que tiene la microempresa en un periodo determinado y se pudo conocer el monto de la inversión total que C\$255,594.20 necesario para constituir la e iniciar sus operaciones en el mercado, así como la consolidación de los ingresos ,egresos y los costos de producción, los cuales permitieron realizar

las proyecciones de los principales estados financieros mediante el análisis de los mismos se demuestra la factibilidad del plan de innovación.

Finalmente para la evaluación de la rentabilidad del negocio se calculó el Valor Actual Neto (VAN), la cual dio como resultado C\$ 105,176.86y la Tasa Interna de Retorno (TIR) con un 34.07%%, estos indicadores muestran que el emprendimiento de la empresa es rentable.

5. Bibliografía

- Alcaraz, R. (2008). *El Emprendedor De Exito* (cuarta ed.). Mc GRAW .GIL.
- CEI. (2010). *Manual Básico de Plan de Negocios para Pequeñas y Medianas Empresas Rurales*. Managua.
- Definicion de equipo de oficina* . (s.f.). Recuperado el 15 de junio de 2017, de Definicion de equipo de oficina : <http://definicion.de/equipo-de-oficina/>
- FRANFLIN, B. (2009). *ORGANIZACION DE EMPRESAS* (TERCERA EDICION ed.).
- Glosario de terminos*. (s.f.). Recuperado el 15 de junio de 2015 , de Glosario de terminos: <https://docs.google.com/document/d/1544cBvGN7kXZAYRvFhHXoO73c1B01EXzIObHVpsWBd8/edit?hl=es>
- Glosario doc* . (s.f.). Recuperado el 15 de junio de 2015 , de Glosario doc : <https://docs.google.com/document/export?format=docx&id=1544cBvGN7kXZAYRvFhHXoO73c1B01EXzIObHVpsWBd8>
- INPYME. (2009). *Manual de Plan de Negocios con Prácticas de Género, “Una empresa con mirada de mujer*. Managua.
- kotler , P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing version latinoamericana* (Decimoprimer ed.).
- Lecuana, M. L. (2016). *5 características de la innovación*. Recuperado el 15 de junio de 2017, de 5 características de la innovación: <http://www.buenosnegocios.com/notas/430-5-caracteristicas-la-innovacion>
- MEDRANO, R. (2013). *DOSSIER DE ORGANIZACION Y METODOS*.
- Mendez, C. (2003). *Metodologia de la investigacion* (3ra ed.).
- Mtra. Nora González Navarro, M. M. (s.f.). *Que integra el estudio financiero en un plan de Negocios*. Recuperado el 15 de junio de 2017, de Que integra el estudio financiero en un plan de Negocios: http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudio_financiero.pdf
- Münch, L. (2010). *ADMINISTRACIÓN Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*.
- Muños, E. (s.f.). *Diferencia entre Gasto Administrativo y Gasto Financiero*. Recuperado el 15 de junio de 2017, de Diferencia entre Gasto Administrativo y Gasto Financiero:

<http://www.fundapymes.com/cual-es-la-diferencia-entre-un-gasto-administrativo-y-un-gasto-financiero/>

Palemo, F. (s.f.). *Definición de estilo* . Recuperado el 15 de junio de 2017 , de Definición de estilo : http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/1377_2851.pdf

plan de marketing 4:elecciones de las estrategias de marketing . (s.f.). Recuperado el 15 de Junio de 2017 , de plan de marketing 4:elecciones de las estrategias de marketing : <https://mglobalmarketing.es/blog/plan-de-marketing-4-eleccion-de-las-estrategias-de-marketing/>

PYME.NET, E. (s.f.). *¿Qué es ser emprendedor?* Recuperado el 15 de junio de 2017, de ¿Qué es ser emprendedor?: <http://www.emprendepyme.net/que-es-ser-emprendedor.html>

Sampieri , R. (2010). *Metodología de la Investigación* (5 ta ed.).

Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (3 ra ed.). Bogota.

UNAN, M. (2015). *Normativa de la JUDC*. Managua .

6. Anexos

Anexo 1: Diseño metodológico

Estudio

El estudio a utilizar dentro del diseño metodológico es de dos tipos de estudio el primero es descriptivo porque “ tales estudios se muestran, narran, reseñan o identifican hechos, situaciones, rasgos, características de un objeto de estudio, o se diseñan productos, modelos, prototipos, guías, etcétera, pero no se dan explicaciones o razones de las situaciones, los hechos, los fenómenos” (Torres, 2010) . En otra palabra nos permite describir los diferentes síntomas, causas, pronóstico y el control al pronóstico que se presenta sobre el plan emprendimiento de un taller de confecciones para vestidos para niña

Por último se utilizó el estudio analítico que expresa a través de herramientas de la calidad y encuestas realizadas al mercado meta que tiene el taller de confecciones de vestidos para niñas.

Método y técnicas de investigación

Los métodos a utilizar dentro de la investigación son:

1. La observación ayudara a la investigación del problema permitiendo así dar continuidad a la búsqueda de rasgos existentes en el mercado que conforma el objeto de estudio, permitiendo el proceso de conocimiento.
2. El inductivo tomando en cuenta la explicación de (Torres, 2010) “utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría.

Fuentes de información

- Fuentes primarias.

Para la recopilación de información se usará la escrita y la visual de forma directa, para poder obtener información para llegar a emprender el plan de emprendimiento sobre el taller de confecciones de vestidos para niños se encuentra:

1. Observación: es herramienta utilizada para obtener información directa sobre el fenómeno de estudio
2. Entrevistas: orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información. A diferencia de la encuesta, que se ciñe a un cuestionario, la entrevista, si bien puede soportarse en un cuestionario muy flexible, tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta. Durante la misma, puede profundizarse la información de interés para el estudio.
3. Encuesta: Es una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas.
4. Sondeos: esta herramienta se utiliza al momento que está investigando sobre la idea, permite obtener información relevante ante de realizar cualquier plan.

- **Fuentes secundarias.**

Están representadas por las consultas bibliográficas o de documentos, a fin de obtener información teórica fundamental para abordar la investigación como:

5. Documentos: se utiliza al momento de recopilación de los datos que sirve para el marco referencial por ejemplo seminario que tiene semejanza al tema.
6. Internet: este fue uno de los principales para obtener información en general sobre datos que permitieron obtener información como por ejemplo la determinación de la maquinaria .

Población y muestra

Población.

Realización de la proyección

Ante de realizar el muestreo se debe de realizar la proyección de la población al año 2016 porque el último dato es del años 2005 para esto se utilizara el método de mínimo cuadrado

$$P_p = P_o (1 + TAC)^n$$

- **Pp: población proyectada**

Este dato se obtendrá por medio de la utilización de la fórmula del mínimo de cuadrado.

- **Po: población inicial 4295**

Para la obtención de estos datos se utilizó como referencia el censo 2005 tomando en cuenta el segmento al que está dirigido a las edades entre:

Rango	Datos del censo del 2005
00	390
1-04	1581
05 -09	2324
Total	4295

- TAC: tasa anual de crecimiento (1.1%)

Este porcentaje se tomó la tasa de crecimiento poblacional de acuerdo a los datos del banco central de Nicaragua.

- n: intervalos de años (11 años)

Se tomos primero que todo el último censo el año 2005 hasta nuestros días.

$$P_p = 4,295 (1+1.1\%)^{11}$$

$$P_p = 4,295 (1.011)^{11}$$

$$P_p = 4,295 (1.12787)$$

PP.= 4,844

Para realizar el muestreo se necesitó proyectar a la población de 6,877 a 7,756 retomando el rango de edades de 0 a 9 años

Determinación del marco de muestra

$$n = \frac{Z^2PQN}{E^2(N-1) + Z^2PQ}$$

Formula 1: muestra

Dónde: n=muestra que sirve para realizar las encuesta

Z=intervalo de confianza

El intervalo de confianza es de 1.96 a un nivel de confianza del 95

E=margen de error se le conoce como es el intervalo donde se espera encontrar el dato que quiero medir de mi universo.

P=probabilidad que ocurra el evento es la proporción que espera encontrar. La razón de que esta p aparezca en la fórmula es que cuando una población es muy uniforme, la convergencia a una población normal es más precisa, lo que permite reducir el tamaño de muestra. La población se distribuye a partes iguales, por lo que p=50%.

Como regla general, usaremos p=50% si no tengo ninguna información sobre el valor que espero encontrar.

Q=probabilidad que no ocurra el evento N= población

N =población

Es el universo que está constituido por un conjunto de todos los elementos que tienen una característica común. Una población puede ser finita o infinita. Es población finita cuando está delimitada y conocemos el número que la integra.

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(4,844)}{0.05(4,844-1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 356$$



FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO

FAREM CARAZO

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

No. ____

Somos alumnos del V año de la carrera de licenciatura en administración de empresas y deseamos conocer la aceptación sobre el establecimiento de un taller de confecciones de vestidos para niñas, llamada Angeluz fashion, ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo para el primer semestre del año 2017.

Le agradecemos, su valiosa colaboración en brindarnos sus aportes para el logro de los objetivos del estudio.

A continuación, le presentamos una serie de preguntas y le sugerimos marcar con una X la respuesta correspondiente.

I. Datos generales

1) Sexo: M ₁ F ₂

2) Tienes hijas: SI ₁ NO

3) Tiene hijas pequeñas

Sí ₁ No

4) ¿Cuántas niñas hay en su familia?

1 hija ₁ 3 hijas más de 5 hijas

2 hijas ₂ 4 hijas

5) Edad de tu hija

1 meses a 2 años 6 a 8 años

3 a 4 años ₂ 9 años

6) Ingreso familiar: menos de

Menos C\$ 5,000

De C\$ 5,001 a 7,000

De C\$7,001 a 9,000

De C\$ 9,001 a más

II. DESARROLLO

Aspecto relacionado con el producto

1. ¿Utiliza vestidos su hija?

SI _1 NO _rque

2. ¿Si tuvieras la oportunidad de escoger entre vestidos de tienda y vestido de confección cual prefieres para tu hija?

Vestidos de confecciones en talleres _1

Vestido de tiendas _2

Si su respuesta es el indicador número 1 se prosigue a la pregunta 2.1

Si su respuesta es el indicado número 2 se prosigue a la pregunta 2.2

2.1 ¿Qué taller de confecciones utilizas de los siguientes mencionada?

Taller de confecciones Ninoska

Taller de confecciones Bendaña _2

Taller de confecciones Salinas

Taller de confecciones marinas

Otros (especifique y explique) _____

2.2 ¿En qué tiendas compra usted vestidos de los siguientes mencionada?

El rincón del bebé

Variedades Margarita

Boutique nueva moda

Boutique God Bless You

Brisa fashion

Otros (especifique y explique) _____

3. ¿Porque das a confeccionar o compras en ese taller o tienda?

Confianza

Calidad de los vestidos _2

Desconocimiento del mercado

Lealtad

4. le gustaría que a su hija se le confeccione un vestido solo para eventos especiales

Si ₁ No porqué _____

5. ¿Está dispuesto a dar a confeccionar un vestido en el taller de confecciones Angeluz fashion?

Si ₁ No ₂ porque

6. ¿Con qué frecuencia lo compraría usted un vestido para su hija?

Una vez al mes ₁ Dentro de 4 meses ₅

Dentro de dos meses ₂ Dentro de 6 meses ₆

Dentro de Tres meses ₃ solo para eventos especiales ₇

Especifique la frecuencia en caso que ninguna de la sugerida fuera _____

7. ¿En qué ocasiones compra vestido para su hija?

Eventualmente ₁

Ocasiones especiales ₂

Casi nunca ₃

8. ¿En cuáles de los siguientes tipos eventos compras o das a confeccionar un vestido para su hija?

Cumpleaños ₁ Recepciones ₄

Bautizo ₂ Disfraces ₅

Jardinera ₃ otras especifiquen _____

9. Al momento de comprar un vestido para su hija que es lo primero que toma en cuenta

Precio ₁ marca ₅

Diseño ₂ calidades en la confección ₆

Por los colores de los vestidos ₃ calidad de la tela ₇

Comodidad 4 otras especifique _____

10. ¿Qué colores de telas para vestidos prefiere para que use su hija?

Rosado 1 celeste 5

Azul 2 Amarillo 6

Rojo 3 Blanco 7

Combinación de colores 4 Otros especifiquen _____

11. ¿Qué tipo de telas prefieres para los vestidos que utilice su hija?

Seda 1

Chifon 6

Dacron 2

Marbella 7

Algodón 3

Blonda 8

Tela punto con 4

Otros especifiquen _____

Chantul 5

12. ¿Qué tipo de cortes de vestido prefieres para que su hija utilice?

Vestido de Corte recto 1 Vestido Corte Cintura Baja 5

Vestido Corte Imperial 2 Vestido Corte Evasé 6

Vestido Corte Canesú 3 otros especifiquen _____

Vestido corte princesa 4

ASPECTOS RELACIONADOS A LA PROMOCION Y PUBLICIDAD

13. ¿Cómo le gustaría que se le brindara la atención por parte del taller a usted como comprador? (puede responder más de un indicador)

Con amabilidad 1

Con una buena presentación 2

Con eficiencia y eficacia 3

Tenga manejo sobre los catálogos 4

14. ¿Qué tipo de medio publicitario crees que sea los más adecuada para publicitar los vestidos del taller de confecciones Angeluz fashion?

Vallas 1 Mantas 4

Brochures 2 pancartas 5

Radio 3

Otros especifiquen _____

15. ¿Qué tipo de redes sociales le gustaría para promocionar y comunicar nuestro servicio que brinda el taller de Angeluz fashion?

Facebook 1 Twitter 4

Snapshap 2 WhatsApp

Instagram 3 Block 5

16. ¿Cuáles de las siguientes promociones le gustaría que se utilicen en el taller de confeccione Angeluz fashion?

Descuento 1

Mitad de precio por la confección del segundo. 2

Rifas en días especiales 3

Todas 4

Aspecto relacionado con el precio

17. ¿Cuánto has estado dispuesto a pagar por un vestido para su hija en talleres o tiendas?

C\$400.00 a C\$ 550 .00 1 \$800.00 a C\$950 .00

C\$600.00 a C\$ 650.00 2 C\$ 1000 A Más

C\$ 700.00 a C\$ 750.00 3

Gracias por su tiempo y su colaboración que será

Tabla 68: Tabla de variable de operaciones

Variable independiente	variable dependiente	Pregunta	Indicadores de medida	Técnica
Demográfico	Sexo		1) F 2) M	Encuesta
	Zona		1) Urbana 2) Rural	Encuesta
	Ingreso familiar		1) Menos C\$ 5,000 2) De C\$ 5,001 a 7,000 3) De C\$7,001 a 9,000 4) De C\$ 9,001 a más	Encuesta
Producto	Utilización de vestido	¿Utiliza vestidos su hija?	1) Si 2) No	Encuesta
	Tipo de tela	¿Qué tipo de telas prefieres para los vestidos que utilice su hija?	1) Seda Chifon 2) Dacron Marbella 3) Algodón Blonda 4) Tela punto con 5) Chantul 6) Otros especifiquen	Encuesta ,entrevista y observación
	Tipo de corte	¿Qué tipo de cortes de vestido prefieres para que su hija utilice?	1) Vestido de Corte recto. 2) Vestido Corte Cintura Baja. 3) Vestido Corte Imperial 4) Vestido Corte Canesú 5) Vestido corte princesa. 6) Vestido Corte Evasé 7) otros especifiquen	Encuesta y documentación
	Colores de tela	¿Qué colores de telas para vestidos prefiere para que use su hija?	Rosado celeste Amarillo Azul Rojo Blanco Combinación de colores Otros especifiquen	Encuesta
Demanda	Decisión de compra	le gustaría que a su hija se le confeccione un vestido solo para eventos especiales	1) Si 2) No	Encuesta
	Frecuencia de compra	¿Con qué frecuencia lo compraría usted un vestido para su hija.	1) Una vez al mes 2) Dos veces al mes 3) Dentro de Tres meses. 4) solo para eventos especiales.	Encuesta
		¿En cuáles de los siguientes tipos eventos compras o das a confeccionar un	1) Cumpleaños 2) Bautizo 3) Recepciones 4) Disfraces	Encuesta y observación

		vestido para su hija?	5) Jardinera 6) otras especifique	
	Comportamiento de compra	Al momento de comprar un vestido para su hija que es lo primero que toma en cuenta	1) Precio 2) marca 3) Diseño calidades en la confección 4) Por los colores de los vestidos. 5) calidad de la tela 6) Comodidad otras especifique	Encuesta y observación
Oferta	Competencia	¿Si tuvieras la oportunidad de escoger entre vestidos de tienda y vestido de confección cual prefieres para tu hija	1) Vestidos de confecciones en talleres 2) Vestido de tiendas	Encuesta y observación
	Competencia directa	¿Qué taller de confecciones utilizas de los siguientes mencionada	1) Taller de confecciones Ninoska 2) Taller de confecciones Bendaña 3) Taller de confecciones Salinas 4) Taller de confecciones marinas	Encuesta
	Competencia indirecta	¿En qué tiendas compra usted vestidos de los siguientes mencionada?	1) El rincón del bebé. 2) Boutique nueva moda 3) Brisa fashion 4) Variedades Margarita 5) Boutique God Bless You 6) Otros especifique	Encuesta
	Precio de la competencia	¿Cuánto has estado dispuesto a pagar por un vestido para su hija en talleres o tiendas?	C\$400.00 a C\$ 550 .00 C\$600.00 a C\$ 650.00 C\$ 700.00 a C\$ 750.00 C\$800.00 a C\$950.00 C\$ 1000 A Más	Encuesta y observación
Promociones	Publicidad	¿Qué tipo de medio publicitario crees que sea los más adecuada para publicitar los vestidos del taller de confecciones Angeluz fashion?	1) Vallas 2) Brochures 3) Mantas 4) pancartas 5) Radio 6) Otros especifiquen	Encuesta
	Relaciones con el cliente	¿Cómo le gustaría que se le brindara la atención por parte del taller a usted como comprador?	1) Con amabilidad 2) Con una buena presentación 3) Con eficiencia y eficacia 4) Otras especifique	Encuesta
	Promociones	¿Cuáles de las siguientes	Descuento Mitad de precio por la confección del	Encuesta Observación

Anexo 2: plan de mercadotecnia

Plan de medios

Objetivo del plan de medio

Diseñar un plan de medio para el taller de confecciones bajo la marca Princess Girl con el propósito de que la población jinotepina conozca el servicio de confeccion de vestidos que ofrece, generando un posicionamiento de mercado en el municipio de Jinotepe departamento de Carazo.

Diseño del mensaje publicitario: Mediante el mensaje clave se quiere llegar:

- Dar a conocer el atributo de la marca Princess Girl a los padres de familia que posea niñas entre las edades 1 mes a 9 años de edad.
- Lograr el posicionamiento de la marca Princess Girl en la mente del consumidos ofertando la variedad de diseños y calidad del producto.
- Persuadir a los consumidores a través de las promociones de la marca Princess Girl dirigido a los posibles clientes.



“Vestidos de cuentos de hadas para la princesa amada del hogar, lo mejor para lucir y vestir única en toda ocasión especial.”



6.2

Viñeta radial:

Taller de confecciones Angeluz fashion bajo la marca princess girl te ofrece, confecciones de vestidos para niñas entre las edades de 1 mes a 9 años, con diseños exclusivos, te brinda asesoramiento sobre moda y combinación completamente gratis, convierte el sueño de tu hija en realidad a través de los diseños de la marca princess girl ubicado en el municipio de Jinotepe del parque central 1 cuadra al norte Para atenderle como usted se lo merece para mayor información contáctanos al teléfono 87970355 o en Facebook búscanos como taller de confecciones Angeluz fashion.

Manta

“Angeluz Fashion” abre sus puertas bajo la marca Princess Girl



Del parque central 1 cuadra al norte para mayor información contáctanos:

Teléfono: 8797 0355

Facebook: como taller de confecciones Angeluz fashion

“Vestidos de cuentos de hadas para la princesa amada, lo mejor para lucir y vestir única, original en toda ocasión.”

Taller de confecciones Angeluz fashion bajo la marca princess girl le ofrece vestidos de alta costura, Visítanos en el municipio de Jinotepe del parque central 1 cuadra al norte Para atenderle como usted se lo merece, llama al Teléfono: 86443273 – 86488391

Volante:

Vestidos de cuentos de hadas para la princesa amada del hogar, lo mejor en diseños exclusivos y lucir siempre bella en ocasiones especial solo lo encuentra en el taller de confecciones Angeluz fashion bajo la marca princess girl.

Visítanos ubicado del parque central 1 cuadra al norte Para atenderle como usted se lo merece

.

Para mayor información contáctanos

Teléfono: 8797 0355

Facebook: como taller de confecciones Angeluz fashion

Para atenderle como usted lo merece

La utilización de la red social el Facebook

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta la red social a utilizar es Facebook por el cual se dará a conocer el catálogo de los diseños de vestidos y utilizarlo para llevar a cabo la publicidad BTL bajo la línea.

Tabla de medios publicitario

Tabla 70: Medios publicitario

Medios	Localización	Impacto esperado	Cantidad	Frecuencia	Veces a repetir
Radio	Estéreo sur.	Es la radio más escuchada a nivel de Carazo considerando que se transmitirá la cuña radial en los programas que tienen mayor rating, con el objetivo de que la información llegue a todo el público.	-	12 veces por un mes	Los días domingo, miércoles y viernes
perifoneo	El casco urbano de los municipios del departamento de Carazo	Posicionar en la mente de los clientes, la existencia de la marca princess girl	-	4 veces al mes	Los domingo por la tarde
Volante	Dentro del taller de confecciones y utilización cuando se participe en la ferias de la alcaldía ,INTUR y fuera del taller .	Que los clientes reales y potenciales conozcan los servicios que les brinda el taller de igual manera la marca que ofrecen.	1000	Mensual	En la participación en la feria y también 2 veces al mes se darán en el parque central .
Manta	Se pondrá una por el parque central de Jinotepe y en el semáforo que queda por el torreón.		2	Mensual	-
La utilización de las red Facebook	Se llevara a cabo para publicitar el taller de confecciones Angeluz fashion.	Para tener una mejor relación con los clientes potenciales	-	Todos los días	Se hará 3 veces al día la actualización de la página de Facebook.

Anexo 3: plan de producción

Tabla 71: compra de materia prima directa física

Taller de Confecciones Angeluz Fashion													
Proyecciones de Compra de Materia Prima Directa (Unidades Monetarias)													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
SEDA	5,520.00	5,520.00	5,520.00	5,520.00	5,520.00	5,520.00	5,520.00	5,520.00	5,520.00	6,000.00	6,400.00	6,400.00	68,480.00
crepe	5,520.00	5,520.00	5,520.00	5,520.00	5,520.00	5,520.00	5,520.00	5,520.00	5,520.00	6,000.00	6,400.00	6,400.00	68,480.00
punto	5,520.00	5,520.00	5,520.00	5,520.00	5,520.00	5,520.00	5,520.00	5,520.00	5,520.00	6,000.00	6,400.00	6,400.00	68,480.00
can can	6,210.00	6,210.00	6,210.00	6,210.00	6,210.00	6,210.00	6,210.00	6,210.00	6,210.00	6,750.00	7,200.00	7,200.00	77,040.00
Total	22,770.00	24,750.00	26,400.00	26,400.00	282,480.00								

Tabla 72 compra de materia prima indirecta en monetaria

Taller de confecciones Angeluz fashion													
Proyecciones de Compra de Materia Prima indirecta (Unidades Monetarias)													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Hilo	1,354.25	1,354.25	1,354.25	1,354.25	1,354.25	1,354.25	1,354.25	1,354.25	1,354.25	1,625.10	2,166.80	2,166.80	18,146.95
Zipper	874.80	874.80	874.80	874.80	874.80	874.80	874.80	874.80	874.80	972.00	972.00	972.00	10,789.20
Empaque	956.70	956.70	956.70	956.70	956.70	956.70	956.70	956.70	956.70	1,063.00	1,063.00	1,063.00	11,799.30
Etiqueta	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	100.00	100.00	100.00	1,110.00
Decoraciones	4,374.90	4,374.90	4,374.90	4,374.90	4,374.90	4,374.90	4,374.90	4,374.90	4,374.90	4,374.90	4,374.90	4,374.90	52,498.80
Total	7,650.65	8,135.00	8,676.70	8,676.70	94,344.25								

Tabla 73: inventario final

Taller de confecciones "Angeluz Fashion"												
Proyecciones de Inventario Final c\$												
Descripción	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Materia Prima Directa												
SEDA	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	280.00	520.00	400.00	1,560.00
crepe	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	280.00	520.00	400.00	1,560.00
punto	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	280.00	520.00	400.00	1,560.00
can can	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	315.00	805.00	670.00	2,195.00
Materia Prima indirecta												
Hilo	2,358.50	3,537.75	4,717.00	5,896.25	7,075.50	8,254.75	9,434.00	10,613.25	12,063.35	14,055.15	16,046.95	95,231.70
Zipper	324.72	487.08	649.44	811.80	974.16	1,136.52	1,298.88	1,461.24	1,701.08	1,965.20	2,201.60	13,174.08
Empaque	383.40	575.10	766.80	958.50	1,150.20	1,341.90	1,533.60	1,725.30	1,992.30	2,182.30	2,339.30	15,140.40
Etiqueta	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	25.00	23.00	20.00	230.00
Decoraciones	774.90	774.90	774.90	774.90	774.90	774.90	774.90	774.90	624.90	379.90	74.90	8,053.80
Total	3,249.62	4,782.93	6,316.24	7,849.55	9,382.86	10,916.17	12,449.48	13,982.79	16,936.73	20,590.65	22,477.85	130,651.18

Anexo 5: plan organizacional

Anexo 5.1 Acta de constitución

ESCRITURA PÚBLICA NUMERO REGISTRO (03).-CONSITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA Y SUS ESTATUTOS.- En Managua, a las doce y dos minutos de la mañana del veinticinco de Diciembre de Mil Novecientos Noventa y Ocho.- Ante mí, _____, Notario Público y Abogado de la República de Nicaragua, con domicilio y residencia en esa ciudad, debidamente que autorizado por la Corte Suprema de Justicia para cartular y dar Fe, durante el quinquenio que vencerá el Vente de Diciembre del año Dos Mil Trece, comparecen los señores: _____, Abogado; don _____, Administradora de empresas; don _____, de oficio propio del hogar; todos casados, mayores de edad y de este domicilio.-El suscrito Notario da fé, de conocer personalmente a los comparecientes de que mi juicio tiene la capacidad legal y civil, plena y necesaria para contratar y obligarse y en particular para otorgar la presente Escritura, y en la cual cada uno comparecen por si, en su propio nombre e interés, carácter con el cual ante mí exponen y conjuntamente dicen: “Que por el presente documento han convenido en organizar como en efecto constituyen una : **PRIMERA: CARACTER Y DOMINACIÓN:** La Sociedad que mediante este acto se constituye es anónima, se denominará “ **RAZON SOCIAL**”, a las cuales podrán agregarse las palabras “**SOCIEDAD ANÓNIMA**” o las o iniciales “**S.A**” Cualesquiera de estas de estas menciones referidas a la Sociedad hará de ella suficiente identificación en cualquier otro giro; también podrá usarse en diferentes lenguas, sin que ello se considere mal o impropriamente denominada a la Sociedad.- **SEGUNDA: DOMICILIO** :El domicilio de “**RAZON SOCIAL**” será la ciudad de Masaya Departamento de Masaya, pudiendo establecer Sucursales, Franquicias, Agencias, Oficinas o Corresponsalías en cualquier lugar de la república o fuera de ella, cuando así lo resuelva la Junta Directiva.-**TERCERA: DURACION:** La duración de “**RAZON SOCIAL**” será de Noventa y Nueve (99) años, a contarse a partir de la fecha de inscripción en el Registro respectivo del Testimonio que de la presente Escritura libre el suscrito notario pudiendo prorrogarse o reducirse dicho termino por igual a diferentes lapsos, mediante acuerdo de la Junta General de Accionistas, sin necesidad de Escritura Pública.- **CUARTA: OBJETIVO:** “**RAZON SOCIAL**” se dedicará a realizar operaciones e inversiones agrícolas , comerciales e industriales de cualquier naturaleza o nombre , especialmente relacionadas a la compra, venta permuta o construcción, arrendamiento explotación, intermediación en la comercialización, administración y manejo de empresas, de propiedad urbana, suburbana y rurales, incluyendo todo tipo de ellas como edificaciones aisladas o en serie litificaciones, centros comerciales, hoteles y restaurantes; así como brindar los respectivos servicios de asesoría, así como de mantenimiento de maquinaria y de los relacionados edificios.- Para cumplir con su fin, pará brindar servicios con propósitos publicitarios, tales como diseños, logotipos, grabados, impresiones, artes y pinturas, colocar de espacios de anuncios de productos, bienes o servicios; su administración y manejo y brindar asesoría especializada.- En consecuencia, “**RAZON SOCIAL**” podrá comprar, vender, permutar, importar y exportar productos elaborados y semielaborados, establecer y operar sistemas, que desarrollen la construcción y desarrollo de vivienda y hotelería, talleres y plantas industriales y agrícolas que desarrollen integralmente sus fines pudiendo en consecuencia importar maquinarias o equipos industriales y otros artículos necesarios para sus industria y/o comercialización .- De igual manera “**RAZON SOCIAL**” podrá manejar representación, distribución y agencia de manufactureros y entes extranjeros, y cuando “**RAZON SOCIAL**” goce de estas concesiones que signifiquen traslado de tecnología, bienes de capital y otros valores, la compañía los podrá manejar dentro del Régimen de Inversiones Extranjeras.- Como tal “**RAZON SOCIAL**”, podrá crear o constituir negocios y establecimientos destinados a la venta al público de productos de procedencia ocal o extranjera, y en tal caso dicho establecimiento podrá usar cualquier denominación o referencia que lo relacione a “**RAZON SOCIAL**”.- Podrá así mismo desarrollar actividades de transporte en cualquier vía;

negociar toda clase de títulos valores; dar y tomar dinero en préstamo con garantía o sin ella; financiar y participar en negocios comerciales o industriales; suscribir acciones-, intervenir en la constitución o modificación de Sociedades o negocios, creando, aportando administrando o liquidándolos; negociar con nombres de fábrica o comerciales de sus respectivas marcas.- Al efecto a desarrollar su objeto, “RAZON SOCIAL” podrá ejecutar o llevar a cabo cualquier acto y otorgar cualquier contrato sin ninguna limitación y con la misma capacidad de una persona natural; En fin “RAZON SOCIAL” podrá dedicarse a cualquier operación, pues la enumeración anterior es explicativa y de ninguna limitativa.- Si por alguna razón se llegare a pensar que alguna negociación o transacción o actividad comercial no estuviere comprendida dentro de la enumeración anterior, bastará una resolución de la Junta General de Accionistas o de Directores, explicando la naturaleza de la negociación proyectada y su relación con algunos de los propósitos enumerados para considerar que se comprende dentro de los fines sociales.- **QUINTA: CAPITAL SOCIAL:** El Capital Social de “RAZON SOCIAL”, será de _____ (C\$ 0.00), divididos e incorporados en _____ (X) ACCIONES, con valor de _____ (C\$ 0.00), cada una .-

SEXTA: SUSCRIPCIÓN Y PAGO DE CAPITAL: El compareciente don _____, suscribe en este acto ___ (X) ACCIONES y paga en dinero en efectivo la suma de _____ (C\$0.00); la otorga don _____, suscribe en este momento _____ (X) ACCIONES, y paga en efectivo la cantidad de _____ (C\$0.00); y la otorgante don _____ suscribe en este momento _____ (x) ACCION, y paga en efectivo la cantidad de _____ (C\$ 0.00).- De esta manera, pues suscrito y pagado el total del Capital Social.-

SEPTIMA: IGUALDAD ENTRE ACCIONISTAS Y ACCIONES: Los otorgantes como fundadores no se reservan ninguna ventaja o derecho particular.- No hay acciones remuneratoria.- Los socios pueden ceder, traspasar o vender libremente sus acciones.- **OCTAVO: DERECHO DE PREFERENCIA POR UN AUMENTO DE CAPITAL:** En caso de aumentos de Capital, se establece el derecho de opción para adquirir preferentemente las acciones correspondientes al aumento, en proporción al número de acciones que los tenedores posean.- **NOVENA: CARACTERÍSTICAS DE LAS ACCIONES:** Salvo las limitaciones o restricciones establecidas en la presente Escritura cada acción da derecho a un voto.- Las acciones serán nominativas, inconvertibles al portador y conferirán iguales derechos y obligaciones correlativas a sus titulares.- **DÉCIMA: TITULOS:** Mientras no se emitan los Títulos Definitivos de las Acciones, podrán emitirse Resguardos Provisionales, que para todos los efectos se tendrán equiparados a aquellos.- **DECIMA PRIMERA: SUMICION AL VOTO E LA MAYORÍA:** El accionista por el simple hecho de serlo se somete a las regulaciones del presente Pacto Social, de los Estatutos que se emitan, y a las resoluciones de las Junta Generalas de Accionistas.- Se reconoce, por parte de los socios, la sumisión al voto de la mayoría en las Juntas o Asambleas Generales de Accionistas Ordinarias o Extraordinarias.- **DECIMA SEGUNDA: JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS:** La Junta General de Accionista es el órgano supremo y máxima autoridad de “EL MIRADOR DE POCHOMIL”, por lo que sus resoluciones legalmente adoptadas obligan a todos, Sociedad y Accionistas ausentes o disidentes.- Se reconoce, por parte de los socios, la sumisión al voto de la mayoría en las Juntas o Asambleas Generales de Accionistas Ordinarias o Extraordinarias, entendiéndose que las resoluciones de la Junta General de Accionistas se forman con más de la mitad de los votos presentes, sin perjuicio de los casos en que la ley, el Contrato Social o los estatutos exijan un número determinado de votos para los acuerdo de la Junta.- Habrá Junta Generales de Accionistas Ordinarios y Extraordinarios.- Las Primeras se reunirán una vez cada año, durante los Seis (6) meses posteriores al Cierre de cada Ejercicio Financiero de la Compañía.- Las Extraordinarias sesionaran, cuando sean convocadas por la Junta de Directores, por iniciativa propia o a solicitud de accionistas que represente, al menos la Vigésima Parte del Capital Social suscrito.- Las convocatorias para Asambleas Ordinarias y Extraordinarias deberán publicarse con un mínimo de quince (15) días de anticipación mediante avisos que la Junta de Directores publicará en la Gaceta o en Dos (2), Diarios de circulación nacional en el país, y además por carta, télex, fax, correo electrónico intercomputarizado, o cualquier otro medio de comunicación dirigido a cada accionista, con señalamientos de lugar, local, fecha, día, hora, Agenda a tratar.- Para que pueda constituirse legalmente cualquier Junta General, será necesario que concurra a las mismas , personas que representen al menos el Cincuenta y Uno por Ciento (51%), de las acciones suscritas en que se distribuye el Capital Social.- Si no

hubiere quórum en la primera reunión, se citará por segunda con Diez días de anticipación por lo menos, con las mismas formalidades de convocatorias que para la primera y en este caso la sesión podrá celebrarse con los que lleguen, pero siendo necesario que al menos concurren y voten favorablemente la mitad mas uno del Capital Social suscrito. – Las convocatorias podrán efectuarse por el Presidente o Secretario de la Sociedad con los días señalados de anticipación como mínimo, sin tomar en cuenta la fecha en que la citación se publique y sin mediar más de treinta (30) días en la celebración de la Junta, sin considerar tampoco el día de la Sesión. – La Junta generales de accionistas serán presididas por el Presidente o en el que haga sus veces o el que designe la misma junta. – El Presidente, en caso de empate, no tendrá doble voto. – Se podrá presidir de fuera del Territorio Nacional, cuando estuviere presente o representada la totalidad de las acciones suscritas. – **DECIMA TERCERA: JUNTA DIRECTIVA:** La administración y dirección inmediata de “RAZON SOCIAL”, y sus negocios, estará a cargo de una Junta Directiva o Junta de Directores o Directorio, escogidos sus miembros de entre los mismos accionistas y de los legítimos representantes de estos en el caso en que el accionista fuese una persona jurídica. – La Junta Directiva se compondrán del número de miembros que al momento de la elección decida la Junta General de Accionistas, pero en ningún caso será inferior a dos, no importando si el numero resulta en suma par o impar. Los Directores con sus respectivos cargos y funciones serán electos directamente por la Asamblea General de Accionistas, quien elegirá de entre sus miembros, como mínimo, un Presidente y un Secretario de la Junta de Directores quienes lo serán al mismo tiempo y por ese solo hecho Presidente y Secretario de la Sociedad. – si se eligieren por la Junta General de Accionistas mas miembros para ocupar otros cargos que los anteriormente expuestos, según el numero de los electos, se designara de entre los mismos un Vicepresidente; los demás miembros se llamaran simplemente Vocales o Directores. – los Directores duraran en sus cargos Cinco (5) Años, periodo que se contara a partir de la fecha de su elección, pudiendo ser reelecto para diferentes periodos consecutivos o alternativos. – En caso de una vacante definitiva de un miembro, una mayoría de los miembros Directores restante, elegirá dentro de los socios la persona que deberá llevar la vacante; el nuevo director nombrado durara en el cargo únicamente por el tiempo que le faltare al sustituido para completar su periodo. – por falta de elección de una Junta Directiva, continuara en vigencia la existente a cada fecha. – La Junta de Directores sesionara por lo menos cada tres (3) meses o cuando los juzgare conveniente; se efectuaran cuando las convoque el presidente, a través de secretaria, por iniciativa propia o por pedimento de cualquiera de sus miembros. – Las reuniones se llevaran a cabo en las Oficinas de “RAZON SOCIAL” o en cualquier otro lugar que sea indicado en el acto de convocatoria, el que necesariamente contendrá la fecha, el día, lugar, local y hora de la Sesión a celebrarse. – La convocatoria debe efectuarse por escrito y a través de cualquiera de los medios modernos de comunicación. – podrá prescindirse de todo requisito de convocatoria y formalidad y aun celebrarse la reunión fuera del Territorio Nacional, cuando estuviere presente todos los directores. – para que puedan reunirse válidamente la Junta de Directores, deben estar presentes la mitad mas uno de sus miembros. – las soluciones se tomaran en base a la mayoría de votos presentes en cada Junta. En caso de empate, el Presidente no tendrá doble voto. – Durante las ausencias del Presidente, se dará sus veces el Vicepresidente a falta de este último, la suplencia del Presidente será llenada por el secretario, o el miembro Director que designen los restantes. – Las ausencias del Secretario serán llenadas por el Tesorero y en ausencia corresponderá ejercer el cargo al Presidente o al miembro de la Junta Directiva que designen los restantes miembros del Consejo Directivo. – cada Director Propietario, con su autorización del Consejo de Directores, podrá designar a su respectivo Suplente, quien podrá ser o no accionista, quien sus actuaciones tendrá funciones numerarias, pero no en sustitución del cargo del titular, responsabilizándose al igual por sus actuaciones. – La Junta Directiva tendrá las más amplias facultades de administración y de disposición propias del Mandato Generalísimo sin limitación o restricción alguna, pudiendo ejecutar, por medio del Presidente o persona o personas designadas al efecto, los actos o contratos que resuelva otorgar.-La Junta de Directores autorizara expresamente para que los Directores, sus parientes o personas vinculadas económicamente a los mismos puedan negociar con “RAZON SOCIAL” En condiciones no más favorables que las acostumbradas con extraños, o bien puedan participar en negocios similares.- **DECIMA CUARTA: REPRESENTACION:** La Representación Legal de “RAZON SOCIAL” De cualquier clase ,corresponde al Presidente, quien además tendrá las facultades propias que le confiere un

mandato generalísimo, sin restricción alguna ni límite de suma.-El Presidente en sus actuaciones ,no necesitara acreditar que procede con mandato o autorización del Directorio.-En caso hiciere las veces de Presidente otros miembro Director que no hubiere sido designado como Presidente, por razones o falta temporal u otra causa, el mismo únicamente ostentara la representación legal de “RAZON SOCIAL”, sin ostentar, cualesquier mandato ,u otros poderes, delegaciones o facultades que se le hayan conferidos adicionalmente el presidente, excepto que fuere expresamente autorizado por el Director, o mediante poder conferido por el Presidente de “RAZON SOCIAL”.- **DECIMA QUINTA:FISCALIZACION:** La Vigilancia de la Administración social estará a cargo de de uno o más Vigilantes, nombrados por la Junta General de Accionista para el mismo periodo de la Junta de Directores, pudiendo recaer el cargo en accionista o no en firma de Contadores Públicos.- La Asamblea General de Accionista, en cualquier tiempo, puede revocar su nombramiento, sin ninguna justificación.- El Vigilante o Fiscales señalaran las irregularidades que detecten en el desempeño de sus funciones.- **DECIMA SEXTA: GERENCIA:** La parte Ejecutiva de la Administración social podrá confiarse a algún miembro del Directorio o a uno o más gerentes o funcionarios, quienes tendrán las facultades, deberes y delegaciones que la Junta Directiva resolverá.-**DECIMA SEPTIMA: CONTABILIDAD:** Las Cuentas de “RAZON SOCIAL” se llevaran por Partida Doble o por sistemas permisibles legalmente en Libros y Formas, pudiendo implantarse en Libros Auxiliares y Sistemas Mecanizados o Computarizados que la índole de los negocios requiera.-La compañía realizara sus actividades por Ejecución Anuales Consecutivos a Fijarse discrecionalmente por la Junta de Directores, mismos que podrán variarlos en cualquier momento conformes en circunstancias y conveniencias.-Los Inventarios y Balances se formaran anualmente al final de cada ejercicio y se someterán a la Junta General de Accionistas en su reunión ordinaria de cada año, agregándose al Estado de Ganancias y Pérdidas del mismo periodo.-Se prepararan Balances mensuales de pruebas y demás Estados Contables que permitan que la Junta Directiva aprecie oportunamente la situación financiera de la sociedad.-**DECIMA OCTAVA: GANANCIAS:** Para determinar el monto de las utilidades netas de “RAZON SOCIAL” En cada ejercicio, se deducirán las cantidades correspondientes a los gastos generales administrativos, impuestos, partidas requeridas para amortización de los activos depreciable, porción del Fondo de Reserva Legal y Especiales, y bajas o deducciones que ordene el Director, la ley o una sana practica contable.-**DECIMA NOVENA: DIVIDENDO:** La junta Directiva determinara la política de dividendo de la compañía ,la cuantía u oportunidad de estos, tomando en consideración utilidades acumuladas si distribuir, Balances y Estados mensuales de pruebas ,Reservas especiales de capital durante el transcurso de cada ejercicio,. Cada acción confiere derecho a los accionistas a los dividendos que se decreten en caso de liquidación del, “RAZON SOCIAL”, a una parte proporcional del Activo Neto.-**VIGESIMA: PERDIDA:** Las pérdidas de cada ejercicio se cubrirán mediante aplicaciones equivalentes de Fondos de Reservas Especiales creados para tal fin, así como el Fondo de Reserva Legal. Si las pérdidas afectaren el Fondo de Reserva Legal, este deberá reintegrarse a partir del próximo ejercicio mediante separación de una cantidad doble de la que normalmente destina su constitución.- Si las pérdidas afectaren al capital cualquier ganancia futura servirá para reintegrarlo .-**VIGESIMA PRIMERA: RESERVA:** El Fondo de Reserva referido por el Arto. 249 C.c., debe formarse obligatoriamente; al final de cada ejercicio se separará la Vigésima Parte de la ganancia liquida hasta que se logre un monto igual a la Décima parte del Capital Social reintegrándose cuantas veces fuese necesario.- La Junta Directiva podrá ordenarla formación de otro fondo de reserva para fines específicos.- **VIGÉSIMA SEGUNDA: SOLUCIÓN O LIQUIDACIÓN DE LA SOCIEDAD:** “RAZON SOCIAL” terminará por cualesquiera de los casos previstas por las Leyes Mercantiles y demás atinentes de la República con las modificaciones que se establezcan en los presentes Estatutos .- Disuelta la sociedad, se procederá de inmediato a la liquidación del patrimonio y de los haberes por medio de una Comisión de liquidación designada por la Asamblea General de Accionista , debiendo sujetarse el procedimiento de liquidación las disipaciones legales pertinentes, a los Estatutos o a la disipaciones General de Accionistas.- **VIGESIMA TERCERA: ARBITRAMENTO:** Los litigios que pudieran surgir entre los accionistas entre sí, con la sociedad o entre los organismos administrativos y aquellos y en relación con administración social , la presente Escritura, los Estatutos que se emitan; se decidirán por arbitramentos de amigables componedores, nombrados por las partes en discordia y con sujeción a lo que establezcan los Estatutos.-**VIGESIMA CUARTA:**

REFORMA Y DEROGATORIA: La Junta General podrá reformar cualesquiera de las disposiciones contenidas en el Contrato Social o en los presentes Estatutos sin necesidad de Escritura Pública bastando para ello que así se haga contar en el acta respectiva cuya certificación de la misma se inscriba en el Registro competente.- En caso de Reforma o Derogatoria de las leyes del estado que tenga relación con el Contrato Social o los Estatutos que se emitan, quedarán automáticamente incorporadas las disposiciones atinentes en conformidad con las Leyes respectivas .- **VIGESIMA QUINTA:** A continuación, los otorgantes , únicos y totales accionistas de “RAZON SOCIAL” representante de la totalidad del Capital Social Suscrito y Pagado deciden constituirse como Asamblea General de Accionistas, con el objeto de promulgar los **ESTATUTOS** que regirán a la Sociedad, los que por Unanimidad de Votos que dan aprobados de la siguiente manera: Arto. Uno: La sociedad tendrá por denominación, domicilio, duración, objeto y Capital Social, lo estipulado en esta Escritura respecto al Contrato Social.- Arto. Dos: Las acciones conferirán iguales derechos y obligaciones a sus tenedores. No habrá acciones remuneratorias.- Arto. Tres: Los títulos de las acciones podrán ser mecano grafiadas, impresa, firmada por el Presidente y Secretario de la Sociedad y contendrán los requisitos de Ley. Podrán emitirse títulos que amparen una o más acciones, a solicitud del accionista.- Mientras no se emitan los títulos definitivos, los accionistas recibirán resguardo provisional firmado por el Presidente y Secretario de “RAZON SOCIAL”.- La propiedad y transferencia de las acciones no producirá efecto para la “RAZON SOCIAL”, los accionistas sino desde la fecha de la respectiva inscripción en el Registro del libro de acciones que para tal efecto llevará la compañía.-La acción para todos los efectos legales se reputará a favor de aquel cuyo nombre se encuentre inscrito.- Arto. cuatro: Las resoluciones de la Junta General de Accionistas y de la Junta Directiva, se harán del conocimiento público cuando así se requiera mediante certificación extendida por el Secretario o quien haga sus veces, Notario público, con expresión del hecho de haber tenido al vista el Libro respectivo de Actas, o de Registro y transcribiendo las partes atinentes.- Arto cinco: La Junta directiva estará compuesta, al menos por un Presidente y un Secretario, quienes durarán cinco (5) Años en sus funciones, electos por la Junta General de Accionistas, continuando en su cargo hasta que los nuevos a sustituirlos sean electos.- La Junta de Directores celebrará sesiones cuando lo celebre prudente; las acta podrán ser levantadas en el mismo libro destinado ara asentar las reuniones, de la Junta General de Accionistas, debiendo firmarse por el Presidente y Secretario y los que así lo desearan.- La Junta Directiva tendrá las siguientes atribuciones: a) Otorgar toda clase de poderes ; b)Organizar, dirigir y disponer todos lo relativo a los negocios de “RAZON SOCIAL”; c)Nombrar delegados del directorio o Funcionario Ejecutivo así como Gerente o Gerentes, removerlos y aceptar sus renunciaciones, cuando lo considere oportuno.- Arto. Siete: Corresponde al presidente ejercer la representación judicial de la “RAZON SOCIAL” con la facultad del Mandatario Generalísimo, sin restricción alguna ni límite de suma, y desempeñar las demás funciones inherentes a su cargo.- Arto. Ocho: Corresponde al secretario ser el órgano de Comunicación Social, custodiar y llevar los Libros de Actas y de Registro de Acciones y desempeñar las funciones inherentes a su cargo.- Arto. Nueve: La Junta Generales Ordinarias conocerán del informe de la Junta Directiva y Vigilante y examinarán el balance respectivo, y además, conocerán, aprobarán o rechazarán los asuntos que se le sometan.- Las actas serán firmadas por el Presidente y Secretario o quienes hagan sus veces.-Arto. diez: Los accionistas podrán hacerse representar en las sesiones por medio de simple poder extendido por escrito y dirigido al secretario, a favor de cualquier otra persona, ya sea por carta, telegrama, télex, fax, correo electrónico intercomputarizado, o cualquier otro medio de comunicación.-Arto. once: Sin necesidad de convocatoria y sin previo aviso, la totalidad de los accionistas puede celebrar Asamblea General de Accionistas; y el total de los miembros del directorio reunirse en Junta Directiva, válidamente en cualquier lugar dentro o fuera del Territorio Nacional.- Arto. Doce: La Junta Generales Ordinaria y Extraordinarias tendrán las atribuciones que señalan la Ley, la Escritura Social y los presentes Estatutos.-Arto Trece: El vigilante y Fiscales podrán ser o no Accionistas, ser personas naturales o jurídicas, o Despacho de Contadores Públicos: deberán ser nombrado por la Junta General de Accionistas, de quien dependerán y a quien rendirán sus informes.- Arto catorce: La Contabilidad se llevara de acuerdo a la Ley por la persona o personas que designen la Junta de Directores.- EL Ejercicio Económico será de un año; Las cuentas se cerraran el ultimo día de cada ejercicio. El Balance Anual será aprobado o rechazado por La Asamblea General de Accionistas.- Arto Quince: En

Relación al arbitraje, cada parte nombrara un árbitro, quienes se pondrán de acuerdo; el tercero será designado por la Corte Suprema de Justicia.- Arto Dieciséis: Cualquier Accionista tiene el derecho de conocer el movimiento Administrativo y el empleo de los fondos de “EL MIRADOR DE POCHOIL”.- Arto Diecisiete: En lo no previstos en la Escritura Social y los Estatutos se aplicaran las disposiciones de las leyes vigentes en materia Mercantil.-**VIGESIMA SEXTA:** A continuación se procedió a elegir a los Miembros de la Junta de Directores definitivas que habrá de actuar en el primer periodo, quedando organizada de la siguiente manera: **PRESIDENTE: Señor _____; SECRETARIO: Señor _____; VICEPRESIDENTE: señor _____.**-Todos los electos aceptan su nombramiento y el Presidente les da posesión de sus cargos.- Así se expresaron los comparecientes, a quienes advierto y hago conocer el valor y trascendencias legales de este acto, el objeto de las clausulas Especiales que contiene, el de las que envuelven renunciias y estipulaciones explicitas e implícitas, el de las generales que aseguran la validez de este instrumento y sobre la necesidad de inscribir el testimonio que de la presente libre en el registro competente.- Leído que fue por el suscrito notario íntegramente todo lo escrito a los otorgantes, estos lo encuentran conforme, aprueban la presente acta y ratifican en toda y cada una de sus partes si hacerle modificación alguna.- firman todos conmigo.- Doy fe de todo lo relacionado.

Anexo 5.2 Formulario de inscripción

 Ministerio de Hacienda y Crédito Público DIRECCION GENERAL DE INGRESOS CEDULA - RUC		
Número RUC		PERSONA JURIDICA
Razón Social		
Nombres y Apellidos del Representante Legal		
Número de Identidad del Representante Legal		
Firma del Representante Legal	Administrado por Renta	
Fecha de Emisión	Fecha de Vencimiento	

Imagen 8: cedula de RUC



REPUBLICA DE NICARAGUA
MINISTERIO DE FOMENTO, INDUSTRIA Y COMERCIO
REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
RPI

Habiéndose examinado la solicitud y cumplido con los requisitos de la Ley 380 Marcas y Otros Signos Distintivos y su Reglamento inscribir el Registro de Marca de fábrica y comercio:

Numero: _____

Folio: _____

Tomo: _____

Fecha de Resolución: 13 de Julio, 2009

Fecha de Vencimiento: 12 de Julio, 2019

Titular: _____

Domicilio: _____

Número y fecha de la Solicitud: 2008-XXXXX del 28 de Marzo, 2008

Publicaciones, La Gaceta, D.O.: 91 de 15-05-2008

Protege y Distingue: VITAMINAS, MINERALES Y SUPLEMENTOS NUTRICIONALES

Clase: 5 International

Extiéndase el aviso de Concesión para su publicación en la Gaceta D.O. No hubo Oposición. Dado en la Ciudad de Managua a los trece días del mes de Julio del año Dos Mil Nueve.

IVANIA CORTES
Directora Registradora

Ilustración 11: Registro



**CERTIFICADO DE INSCRIPCIÓN EN EL
REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE
- RÉGIMEN DE CUOTA FIJA -**

NÚMERO RUC: _____

CONTRIBUYENTE: _____

DOMICILIO: _____

ACTIVIDAD ECONÓMICA: _____

LOCAL: _____ VENCIMIENTO: _____

El presente documento certifica que el contribuyente se encuentra registrado en la Administración de Rentas de:

Ilustración 12: certificado de inscripción



Ilustración 13: Licencia de higiene y seguridad

FICHA DE INSCRIPCIÓN DEL ASEGURADO

DATOS DEL ASEGURADO/A									
1) NSS del Asegurado/a:		2) Tipo de Documento de Identidad: Cédula CSE: <input type="checkbox"/> Residencia: <input type="checkbox"/> Pasaporte: <input type="checkbox"/>			4) Fecha de Nacimiento:				
		3) No. de Doc. de Identidad:							
5) Primer Nombre:		Segundo Nombre:		Primer Apellido:		Segundo Apellido:		6) Sexo: H <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/>	
Datos de Nacimiento									
7) País:		8) Departamento:			9) Municipio:				
Datos de Residencia									
10) Departamento:		11) Municipio:		12) Distrito/Zona:		13) Comarca:			
14) Barrio:									
15) Dirección Exacta:									
16) Teléfonos:		No. Convencional:		No. Celular:		17) Correo Electrónico:			
18) Nombres y Apellidos del Padre:					No. de Cédula de Identidad:				
19) Nombres y Apellidos de la Madre:					No. de Cédula de Identidad:				
20) Estado Civil: Soltero/a: <input type="checkbox"/>		Casado/a: <input type="checkbox"/>		Unión de Hecho Estable: <input type="checkbox"/>					
21) Nombres y Apellidos de Cónyuge / Compañera/o de vida:					No. de Cédula de Identidad:				
OBLIGATORIO									
22) Registro Patronal:		23) Nómina:		24) Razón Social:					
25) Departamento:		26) Municipio:		27) Distrito/Zona:		28) Comarca:			
29) Barrio:									
30) Dirección Exacta del Empleador (donde está la Nómina):					31) No. Convencional:		Teléfonos:		
32) Fecha de Ingreso:		33) Total Ingreso del Mes:		34) Salario Mensual:		35) Cargo que Desempeña:			
Día Mes Año		C\$		C\$					
36) Sistema de Pago: Mensual <input type="checkbox"/>		Quincenal <input type="checkbox"/>		Catorcenal <input type="checkbox"/>		Semanal <input type="checkbox"/>		37) Día de Cierre : (cierres especiales)	
38) Novedades Atrasadas: (máximo 6 meses)									
Meses Atrasados	Total Ingreso del Mes	Salario Mensual	Meses Atrasados	Total Ingreso del Mes	Salario Mensual	Meses Atrasados	Total Ingreso del Mes	Salario Mensual	
Enero			Mayo			Septiembre			
Febrero			Junio			Octubre			
Marzo			Julio			Noviembre			
Abril			Agosto			Diciembre			
FACULTATIVO									
39) Modalidad: Integral <input type="checkbox"/>		IVM <input type="checkbox"/>		Salud <input type="checkbox"/>		40) Ingreso Mensual:		41) Aporte Mensual:	
42) Actividad Ocupacional:						43) Mes de Aplicación:			
Dirección de Envío de Factura (Llenar en caso de ser diferente a la dirección de residencia)									
44) Departamento:		45) Municipio:		46) Distrito/Zona:		47) Comarca:			
48) Barrio:									
49) Dirección Exacta:									
PARA USO INSS									
50) Municipio de Inscripción:			51) Fecha de Inscripción en el INSS:			52) Nómina asignada (Facultativo):			
53) Fotocopias de Documentos que se adjuntan:									
Cédula Identidad: <input type="checkbox"/>		Pasaporte: <input type="checkbox"/>		Certificado de Nacimiento/ Apostilla: Asegurado/a: <input type="checkbox"/>		Hija(s)/o(s): <input type="checkbox"/>		Certificado Matrimonio: <input type="checkbox"/>	
								Certificado de Unión de Hecho Estable: <input type="checkbox"/>	
								Acreditación como Religioso/a: <input type="checkbox"/>	
54) Observaciones:									
55) Nombre y apellido del Afiliador/a			56) Firma del Empleador/Representante Legal/Asegurado			57) Firma y sello autorizada-INSS			
Asegurado/a: Para la inscripción de sus beneficiarios, favor presentar en el área de Afiliación de la Delegación más cercana el certificado de nacimiento de hijas(os), certificado de matrimonio y cédula de su esposa/compañera de vida. En el Seguro Facultativo después de cotizar un (1) año de manera continua tendrá derecho a subsidio.									
Edificio 1907, Dupla Norte, Managua. Teléfonos: 2222-5103/2222-5602/2222-7142. http://www.inss.gob.ni									
Original: Oficina de Afiliación // Copia: Empleador o Asegurado Facultativo									



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



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

Original: Expediente empleador
Copia: Afiliación INSS Central

Cod : 0931064-1
PEOPLE SOFT 2598

Formato 2: Ficha de inscripción del empleador

Anexo 5.3 contrato de trabajo

La microempresa Angeluz fashion representada por su administrador _____ mayor de edad, soltero y de domicilio del municipio de Jinotepe, departamento de Carazo y quien es lo sucesivo para efectos de presente contrato, será conocido como el empleador, y _____ De cédula de identidad ciudadana número _____ y de domicilio de _____, quien lo sucesivo será conocido como el colaborador, ambos hemos convenido en celebrar el siguiente contrato individual de trabajo el cual se registrá por las siguientes clausulas.

Clausula primera: objeto y descripción de la contratación

El trabajador se obliga a trabajar para el empleador como _____ Angeluz fashion, ubicado en 1 cuadra hacia arriba de la zermat municipio de Jinotepe, en la ciudad de Jinotepe, departamento de Carazo a partir del _____ del mes de _____ del año _____.

Clausula segunda: condiciones y horarios de trabajo

El trabajador se compromete a cumplir con las funciones específicas del puesto de _____, extendiéndose como tales: _____, _____, _____ entre otras estipulaciones en el manual de funciones de la organización.

La jornada de trabajo será de 8 horas diarias de lunes a sábado las que se distribuyen de la siguiente manera: 8:00 am a 5:00 pm con descanso de 12:00 a 1:00 pm, de conformidad con el artículo 51 del código del trabajo. En el caso que el colaborador realice trabajo extraordinario este será de forma voluntaria, la cual no podrá ser mayor de tres horas diarias y nueve semanales, según art.58 CT.

Clausula tercera: Salario, lugar y forma de pago.

El empleador se compromete a pagar al trabajador en concepto de salario por la prestación de sus servicios la cantidad de C\$_____ córdobas netos en la oficina del Administrador de la microempresa contratante, se pagara de forma quincenal los días 15 y 30 de cada mes, en monedas de curso legal. En caso de que el día designado para el pago fuese fin de semana, feriado o de asueto, el pago se realizara el día hábil anterior.

Cláusula cuarta: vigencia del contrato de trabajo

El presente contrato es de tiempo indefinido, con un periodo de prueba de treinta días de acuerdo con el art.28 del código del trabajo, tiempo en el cualquiera de las dos partes podrá dar terminada la relación laboral sin mayor responsabilidad que las establecidas en la ley.

Cláusula quinta: captación

El colaborador está obligado a participar en todas las actividades de captación al que el empleador le envía, estando claro que al no asistir a las mismas constituye causa justa de despido.

Cláusula sexta: responsabilidad por daños y pérdidas

El colaborador se obliga a cuidar como propio los instrumentos, útiles, materiales, y equipos que le suministren el empleador para el desempeño de sus actividades y será responsable por perdidas que ocasione en los mismos.

Cláusula séptima: terminación del contrato

El contrato puede darse por terminado:

1. Mutuo acuerdo
2. Causas establecidas en el art 41 CT
3. Incumplimiento de las obligaciones establecidas en el art 48 CT, considerándose en este artículo como violación de sus obligaciones el no cumplimiento de las políticas y normas internas de la empresa, código de ética y responsabilidad asignada de forma verbal o escrita.
4. Incumplimiento de las obligaciones establecidas en el presente contrato.

Estando de acuerdo con las cláusulas establecidas firmamos el presente contrato en tres tantos de un mismo tenor, en la ciudad de Jinotepe, departamento de Carazo, a los _____ días del mes de _____ año

Firma del empleador

Firma del representante

.

Anexo 6: plan financiero

6.1 Balance de apertura

Tabla 74: Balance de apertura

Taller de confecciones "Angeluz Fashion" Balance de Apertura

Expresado en Córdoba

Activos

Corriente

Efectivo en Caja y Banco	C\$ 102,753.75	
Cuentas por Cobrar		
Inventarios	91,261.95	
Sub total Activo Corriente		C\$ 194,015.70

No Corriente

Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$ 16,995.00	
Maquinaria y herramientas	C\$ 30,024.00	
Acondicionamiento de local	C\$ 2,460.00	
Sub total No Corriente		C\$ 49,479.00

Otros Activos

Gastos Organización	C\$ 6,999.00	
Publicidad al inicio de las operaciones	C\$ 3,600.00	
papelería y útiles de oficina	C\$ 1,500.50	
Sub total Otros Activos		C\$ 12,099.50

Total Activos		C\$ 255,594.20
----------------------	--	-----------------------

Pasivo

Corriente

Proveedores		
Total Pasivos		C\$ -

Patrimonio

Capital Contable	C\$ 255,594.20	
Total Patrimonio		C\$ 255,594.20
Total Pasivo más capital		C\$ 255,594.20

6.2 .Balance general

Tabla 75: Balance general

Balance General Proyectado

	Expresado en Córdoba		
<u>Activos</u>			
Corriente			
Efectivo en Caja y Banco	C\$	102,753.75	
Cuentas por Cobrar			
Inventarios		C\$ 130,651.18	
Sub total Activo Corriente			C\$ 233,404.93
No Corriente			
Mobiliario y Equipo de Oficina		16,995.00	
Maquinaria		19,338.00	
Vehículo para distribución		10,686.00	
Depreciación de activo no corriente			
Sub total No Corriente			C\$ 47,019.00
Otros Activos			
Gastos Organización		6,999.00	
Publicidad al inicio de las operaciones		3,600.00	
Amortización de otros activos			
Sub total Otros Activos			C\$ 10,599.00
Total Activos			C\$ 291,022.93
<u>Pasivo</u>			
Corriente			
Proveedores			
Total Pasivos			C\$ -
<u>Patrimonio</u>			
Capital Contable	C\$	255,594.20	
Utilidad o Perdida del Ejercicio	C\$	80,440.75	
Total Patrimonio			C\$ 336,034.95
Total Pasivo más capital			C\$ 336,034.95

6.3 Estado de resultado 2018

Tabla 76: Estado resultado

Expresado en Córdoba													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	total
Ventas	C\$69,988.43	C\$69,988.43	C\$ 69,988.43	C\$ 69,988.43	C\$ 69,988.43	C\$69,988.43	C\$ 69,988.43	C\$ 69,988.43	C\$ 69,988.43	C\$ 69,988.43	C\$74,250.72	C\$ 76,478.25	C\$850,613.25
Costo de Ventas	54,072.91	54,072.91	54,072.91	54,072.91	54,072.91	54,072.91	54,072.91	54,072.91	54,072.91	54,276.63	54,576.35	54,945.07	C\$650,454.20
Utilidad Bruta	C\$15,915.52	C\$15,915.52	C\$ 15,915.52	C\$ 15,915.52	C\$ 15,915.52	C\$15,915.52	C\$ 15,915.52	C\$ 15,915.52	C\$ 15,915.52	C\$ 15,711.80	C\$19,674.38	C\$ 21,533.18	C\$200,159.05
Gastos Operativos													
Gastos de Venta													
Gastos de Admsitración	13,243.19	10,443.19	10,443.19	10,443.19	10,443.19	10,443.19	10,443.19	10,443.19	10,443.19	10,443.19	10,443.19	10,443.19	128,118.30
Total gastos operativos	C\$13,243.19	C\$10,443.19	C\$ 10,443.19	C\$ 10,443.19	C\$ 10,443.19	C\$10,443.19	C\$ 10,443.19	C\$ 10,443.19	C\$ 10,443.19	C\$ 10,443.19	C\$10,443.19	C\$ 10,443.19	C\$128,118.30
Utilidad de Operación	C\$ 2,672.33	C\$ 5,472.33	C\$ 5,472.33	C\$ 5,472.33	C\$ 5,472.33	C\$ 5,472.33	C\$ 5,472.33	C\$ 5,472.33	C\$ 5,472.33	C\$ 5,268.61	C\$ 9,231.19	C\$ 11,089.99	C\$ 72,040.75
Otros ingresos	C\$ 700.00	C\$ 700.00	C\$ 700.00	C\$ 700.00	C\$ 700.00	C\$ 700.00	C\$ 700.00	C\$ 700.00	C\$ 700.00	C\$ 700.00	C\$ 700.00	C\$ 700.00	C\$ 8,400.00
Utilidad antes de impuesto	C\$ 3,372.33	C\$ 6,172.33	C\$ 6,172.33	C\$ 6,172.33	C\$ 6,172.33	C\$ 6,172.33	C\$ 6,172.33	C\$ 6,172.33	C\$ 6,172.33	C\$ 5,968.61	C\$ 9,931.19	C\$ 11,789.99	C\$ 80,440.75

6.4 Estado de resultado proyectado

Tabla 77: Estado resultado proyectado

Estado de Resultado Proyectado					
Expresado en Córdoba					
Descripción	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Ventas Totales	C\$ 850,613.25	C\$ 935,674.58	C\$ 1,029,242.04	C\$ 1,132,166.24	C\$ 1,245,382.87
Venta Netas	C\$ 850,613.25	C\$ 935,674.58	C\$ 1,029,242.04	C\$ 1,132,166.24	C\$ 1,245,382.87
Costos de Producción	C\$ 650,454.20	C\$ 715,499.62	C\$ 787,049.58	C\$ 865,754.54	C\$ 952,329.99
Utilidad Bruta	C\$ 200,159.05	C\$ 220,174.96	C\$ 242,192.46	C\$ 266,411.70	C\$ 293,052.87
Gastos de Administración	C\$ 128,118.30	C\$ 140,930.13	C\$ 155,023.14	C\$ 170,525.46	C\$ 187,578.00
Total gastos operativos	C\$ 128,118.30	C\$ 140,930.13	C\$ 155,023.14	C\$ 170,525.46	C\$ 187,578.00
Utilidad de Operación	C\$ 72,040.75	C\$ 79,244.83	C\$ 87,169.31	C\$ 95,886.24	C\$ 105,474.87
otros ingresos	C\$ 8,400.00	C\$ 9,072.00	C\$ 9,797.76	C\$ 10,581.58	C\$ 11,428.11
Utilidad antes de impuesto	C\$ 80,440.75	C\$ 88,316.83	C\$ 96,967.07	C\$ 106,467.82	C\$ 116,902.98

<p>Socios claves</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cooperativa de talleres de costura. 2. Negociación con los proveedores. 3. El gobierno por su constante apoyo a empresas pequeñas. 	<p>Actividades claves</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. producción de las prendas. 2. calidad de las prendas. 3. publicidad. <hr/> <p>Recurso clave</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ recursos humano <p>Diseñadora Costurera Recursos materiales</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ recursos materiales a corto plazo <p>Hilo Tela Botones Zíperes</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ recursos materiales a largo plazo <p>Máquina de coser Máquina de coser eléctrica</p>	<p>Propuesta del valor <u>Taller de costura de confecciones Angeluz fashion</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. En el tiempo de realización de la ropa. 2. Empaque 3. Marca 4. En renovación constante de nuevos diseños. 5. No solo realizamos prenda con el diseño si también al gusto del tiempo. 	<p>Relaciones con los clientes</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. por medio de una página web como medio de publicidad 2. Atención directa con el cliente si intermediario <hr/> <p>Canales de distribución</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Contacto directo con el cliente. 2. Contacto por vía telefónica 3. Servicio mediante las redes sociales. 	<p>Segmentación de los Clientes</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Estará dirigido para niños entre la edades de 1 a 10 años. 2. la zona será urbana. 3. se realizara lo que son camisas ,pantalones ,chores y faldas
<p>Estructura de los costos</p> <p>Costos fijos Tela Hilo</p> <p>Costo variables</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gasto electricidad 2. Alquiler 3. Teléfono 4. Internet 			<p>Fuente de ingresos</p> <p>Recursos propios y con financiamiento al inicio de la puesta en marcha del negocio.</p>	

