



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa
Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

PROYECTO DE GRADUACION

Para optar al Título de Licenciatura en Contaduría Pública y Finanzas

Tema

Factibilidad para la formulación de una empresa comercial de textil en el municipio El Tuma La Dalia departamento de Matagalpa II semestre 2019.

Autores

Br. Iliana del Carmen Castiblanco Monge.

Br. Rosa Madeling Gutiérrez

Br. Sury Lisseth Vanegas Salgado.

Tutor

MSc: Oscar Danilo Miranda Trujillo.

Matagalpa, Mayo 2019

CARTA AVAL DEL DOCENTE

El presente documento es presentado por los bachilleres, Ileana Castilblanco, Rosa Gutiérrez y Sury Vanegas, desarrollan el proyecto de grado: **Factibilidad para la formulación de una empresa comercial de textil en el municipio El Tuma La Dalia departamento de Matagalpa II semestre 2019**. Para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública y Finanzas

La presente hace constar de su preparación técnico-científico atendiendo las líneas de investigación que establece la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, FAREM Matagalpa – UNICAM La Dalia, en los programas de pregrado para efectos de presentación y defensa del proyecto ante el honorable tribunal examinador.

El documento contiene información sobre la formulación y evaluación del proyecto, mediante los estudios de factibilidad que requieren estos informes de graduación, la novedad del trabajo es que presenta resultados de la implementación del proyecto que demuestra la contribución al desarrollo del municipio que aporta la empresa. La industria de la confección se sitúa en el centro de la creatividad y es el mejor espejo de la sociedad y su cultura, esto nos permite percibir que el comportamiento del mercado es bastante activo, y que igualmente se ha convertido en una herramienta estratégica para implementar empresas emprendedoras.

Para este proyecto se usaron los conocimientos propios adquiridos en su formación superior relacionados con las asignaturas de su carrera que lo convierten no solo en una idea innovadora sino también en una base fundamental para el logro de las metas académicas.

Se extiende la presente en la ciudad de Matagalpa, a los tres días del mes de mayo del año dos mil diecinueve.

MSc. Oscar Danilo Miranda Trujillo

Tutor de Proyecto.

DEDICATORIA

A Dios en primer lugar por ser mi fuente de inspiración.

A mis padres quienes han sido pilares fundamentales en mi vida, sin ellos jamás hubiese podido conseguir lo que hasta ahora, sus luchas insaciables han hecho un gran ejemplo para seguir y destacar, a cada uno de los que son parte de mi familia por siempre darme fuerza, apoyo incondicional y hacer de mi vida una sonrisa.

AGRADECIMIENTO.

Este proyecto es el resultado del esfuerzo conjunto de los que formamos este grupo de trabajo por esto agradezco a mis padres que a lo largo de mi vida han apoyado y motivado mi formación académica, creyeron en mí en todo momento y no dudaron de mis habilidades.

A nuestro tutor, MSc Oscar Danilo Miranda que han sido fuentes de conocimientos.

A mis amigos quienes a lo largo de este tiempo han puesto a prueba sus capacidades y conocimientos en el desarrollo de este plan de negocio el cual ha finalizado llenando nuestras expectativas.

Finalmente, un eterno agradecimiento a esta prestigiosa Universidad la cual abrió las puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

1.1. RESUMEN EJECUTIVO.

La industria de la confección se sitúa en el centro de la creatividad y es el mejor espejo de la sociedad y su cultura.

A esta combinación se le agregó una idea fundamental para hacer que fuera más atractiva. La idea se resume en: formular, la viabilidad de una microempresa de producción y comercialización de camisetas, en el Departamento de Matagalpa, Municipio el Tuma La Dalia correspondiente al II semestre de 2019.

Más allá de plantear la viabilidad y factibilidad de la microempresa comercial NUEVAS HOJAS, MISMAS RAÍCES S.A; se dedicará a la producción de prendas de vestir mediante la elaboración de camisetas con serigrafías, inspiradas en nuestros poetas quienes son el motivo del cual surgió esta idea emprendedora también auto diseñaremos al gusto del cliente, utilizando una combinación de factores previamente escogidos para facilitar la creación, dando realce a estilos modernos.

Cabe mencionar que el equipo emprendedor de la microempresa está constituido por tres socias: Iliana Del Carmen Castilblanco Monge, gerente general, Rosa Madeling Gutiérrez y Sury Liseth Vanegas Salgado, encargadas del área de producción, cuentan con un curso de corte y confección.

Se pretende comercializar las prendas a un precio acorde al valor de la prenda. La inversión total es de C\$ 269341,413 aportados por los socios, los siguientes indicadores financieros demuestran buenas utilidades y lo que es rentable la inversión del proyecto. El TIR es de 75%.

CONTENIDO

I. GENERALIDADES DEL PROYECTO	1
1.1 Solución	1
1.2 DISEÑO O MODELO 3D	3
1.3. Oportunidad en el mercado	5
1.4 Propuesta de valor	5
1.5 La novedad de mi proyecto desde la base de la propiedad intelectual	6
1.6 Ciclo del proyecto	7
1.7 PRESUPUESTO	12
II. OBJETIVOS DEL PROYECTO	17
2.1 actividades del proyecto	19
2.3 indicadores	22
2.4 MEDIOS DE VERIFICACIÓN	23
2.5 Resultados Esperados	24
III ESTUDIO DE MERCADO.	38
3.1 Objetivo del estudio	38
3.2 Análisis del sector	38
3.3 Análisis del mercado	40
3.4 Análisis del consumidor	41
3.5 Análisis de la competencia	41
3.6 Estrategias del mercado	42
3.7 El producto	42
3.8 Marketing Mix:	42
3.9 Estrategias de promoción	43
3.1.2 Estrategias de comunicación	43
IV. PLAN DE PRODUCCIÓN.	45
4.1 Materia prima	48
4.2 Tecnología requerida	48
4.4 Almacenamiento y manejo de inventario	50
4.5 Localización y tamaño de la empresa	51
Micro localización	51

V. PLAN DE ORGANIZACIÓN	53
5.1 Mision	54
5.2 CONSTITUCIÓN EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES	55
VI . PLAN FINANCIERO	58
6.1 INVERSIONES.....	58
6.2 (FLUJO DE CAJA)	59
6.3 CATALOGO DE CUENTAS NUEVAS HOJAS MISMAS RAICES	60
6.4REGISTROS DE LIBRO DE DIARIO	63
6.5 BALANZA DE COMPROBACION	71
6.6 ESTADO DE RESULTADOS	72
6.7 BALANCE GENERAL	73
VII PLAN DE CONTINGENCIA	77
VIII.CONCLUSIONES	78
VIII CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	79

I. GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1 Solución

El punto de partida del emprendedor es la idea, se encuentra una posibilidad de crear un negocio en base a la necesidad de la población.

La industria de la confección se sitúa en el centro de la creatividad y es el mejor espejo de la sociedad y su cultura, esto nos permite percibir que el comportamiento del mercado es bastante activo, y que igualmente se ha convertido en una herramienta estratégica para implementar empresas emprendedoras con eficiencia, conocimiento y sobre todo creatividad.

Nuestro proyecto se basa en la implementación de una empresa comercial de textiles en el Municipio El Tuma La Dalia departamento de Matagalpa, donde se estará ofreciendo camisetas en diferentes diseños al gusto de los clientes.

Se procura brindar solución a las necesidades de nuestro Municipio mediante servicios de instalación, nuevas oportunidades en el mercado, diseñando modelos distintos y atractivos, inspirados en nuestra cultura nicaragüense, a precios accesibles, expresando creatividad e innovación en cada uno de los diseños.

De acuerdo con los razonamientos que se han venido realizando empresa nuevas hojas, mismas raíces” generará ingresos y empleos para el desarrollo de nuestro municipio, departamento y país, aprovechando la necesidad de producir a precios accesible, aplicando la innovación en las confecciones con serigrafías, de esta misma forma concientizar a la población en general en inspiración en nuestro gran poeta universal Rubén Darío con lemas que siempre estarán en nuestro corazón, como en el poema, “LO FATAL” “No hay dolor más grande que dolor de ser vivo” sin obviar la esencia de ser humano, que impregna toda su literatura.

ANTECEDENTES

El sector textil-vestuario nicaragüense difiere de ser uniforme. Además de las diferencias del sector textil y el vestuario en términos de números de empresas y volúmenes de producción y exportación, existen otras subdivisiones de mucha relevancia que exigen un análisis separado de los distintos grupos de empresas que lo conforman.

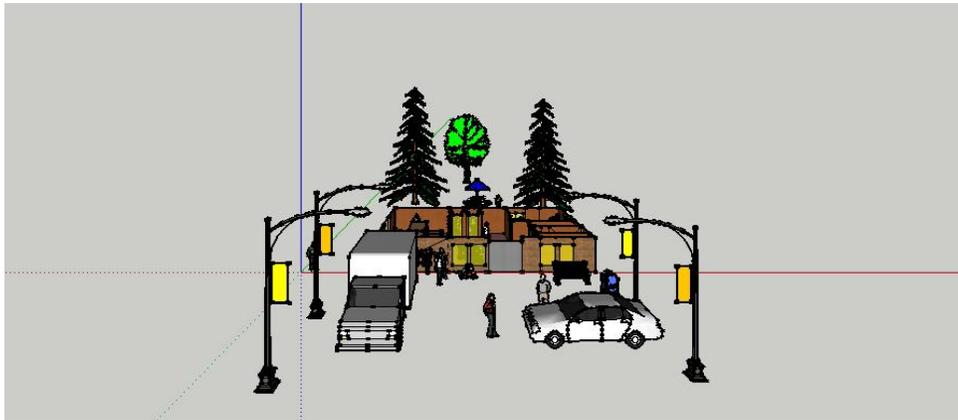
La mayor parte del sector textil-vestuario se compone de empresas dedicadas a la confección de prendas de vestir. La rama textil es casi inexistente, consta únicamente de tres empresas, dos bajo el RZF y una fuera. La empresa fuera del RZF llamada Tricotextil es de capital nicaragüense y utiliza su producción textil para su auto consumo, dado que se dedica también a la confección de prendas de vestir. Las empresas textiles bajo RZF son extranjeras – Alpha Textil, de capital estadounidense y utilizan su producción de telas tanto para autoconsumo como para comercialización (Hidalgo, 2010).

La mayor parte de las empresas nacionales son muy pequeñas, se dedican a la producción para consumo interno, y son muy pocas las que exportan sus productos. El sector exportado consta de empresas grandes y de origen extranjeras.

El origen de la camiseta no está muy claro, pero empezó su desarrollo desde California la Gran Bretaña a partir de primeros del siglo XX. Algunos dicen que la idea de “camiseta” llegó a Estados Unidos durante la primera guerra mundial (Lacayo, 2010)

1.2 DISEÑO O MODELO 3D

Realizamos las infografías 3D de un local de 6*3 para el proyecto de interiorismo de un taller textil-vestuario, el objetivo es visualizar de aspecto sencillo, formal y a la vez elegante, sin sobrecargo de elementos que dificulten la circulación. El local cuenta con una sala de espera, una oficina, taller de costura, baño y vestidores para dama y caballeros. En este caso se utilizó el programa SketchUp El local estará ubicado en el barrio el recreo del Municipio el Tuma La Dalia



Fuente.Elaboracion Propia

Vista frontal: en la infografía anterior podemos observar que el local tiene un formato cuadrado cuenta con un parqueo exclusivo para clientes ,tambien cuenta con iluminaciones.



Fuente.Elaboracion Propia

Vista en corte contrapicado del local incluyendo mobiliario entre ella se seleccionó la más adecuada teniendo en cuenta la situación del almacén, permitiendo que la sala de espera quedara al centro facilitando la movilización del cliente



Fuente.Elaboracion Propia

Vista en corte contrapicado del local incluyendo mobiliario entre ella se seleccionó la más adecuada teniendo en cuenta la situación del almacén, permitiendo que la sala de espera quedara al centro facilitando la movilización del cliente



Fuente.Elaboracion Propia. Perspectiva 3D del interior de la oficina ,vista a partir de la puerta de la oficinas. .

1.3. Oportunidad en el mercado

El mercado local es atractivo, puesto que existen diferentes plataformas como Nicaragua Diseña para las nuevas generaciones de diseñadores donde puedan presentar sus proyectos e interactúen con otros miembros de la industria a nivel local y regional con el fin de agradar a compradores nacionales y extranjeros en el país que están dispuestos a invertir directamente, mostrándose como una buena oportunidad de negocio. (Nicaragua Diseña, 2015)

La población juvenil del municipio el Tuma la dalia, presenta un gran potencial en comercialización de estas prendas.

Demanda

Según nuestro Análisis de mercado mediante la aplicación de encuesta tenemos una demanda insatisfecha del 81% equivalente al monto global de la población, con una muestra de 360 de habitantes de la población urbana del el municipio El Tuma- La Dalia, esto nos permite mantener la idea emprendedora e innovadora a implementar, el cual nos accede ser objetivos en la aceptación de la empresa textil-vestuario a nivel municipal con un nivel de ventas satisfactoria.

1.4 Propuesta de valor

Tener una propuesta de valor es el alma de nuestro negocio, es primordial en la industria de confecciones y lo que nos hace diferentes de nuestros competidores para lograr tener excelentes relaciones con nuestros clientes.

Unos de los factores importantes es el diseño de las prendas y la calidad de las mismas puesto que nuestras prendas buscan tener exclusividad, además de esto se le da suma importancia al proceso de diseño y creatividad, razón por la que nuestra empresa busca la innovación en el mercado textil-vestuario, se pretende retomar la esencia de nuestra idiosincrasia con la moda moderna sin obviar nuestra identidad nicaragüense.

Se pretende comercializar las prendas a un precio acorde al valor de la prenda, con esto se explica que si una camiseta tiene un costo de 203.25 córdobas, elaborada en licra algodónada, esto incluye el precio de serigrafía, el empaque, servicios básicos, renta, impuesto mano de obra indirecta y gastos de administración, sería un precio módico presentarla al mercado con un valor de 220 córdobas, tomando en cuenta la calidad del producto, con un margen de utilidad de 16.75 córdobas por camisetas.

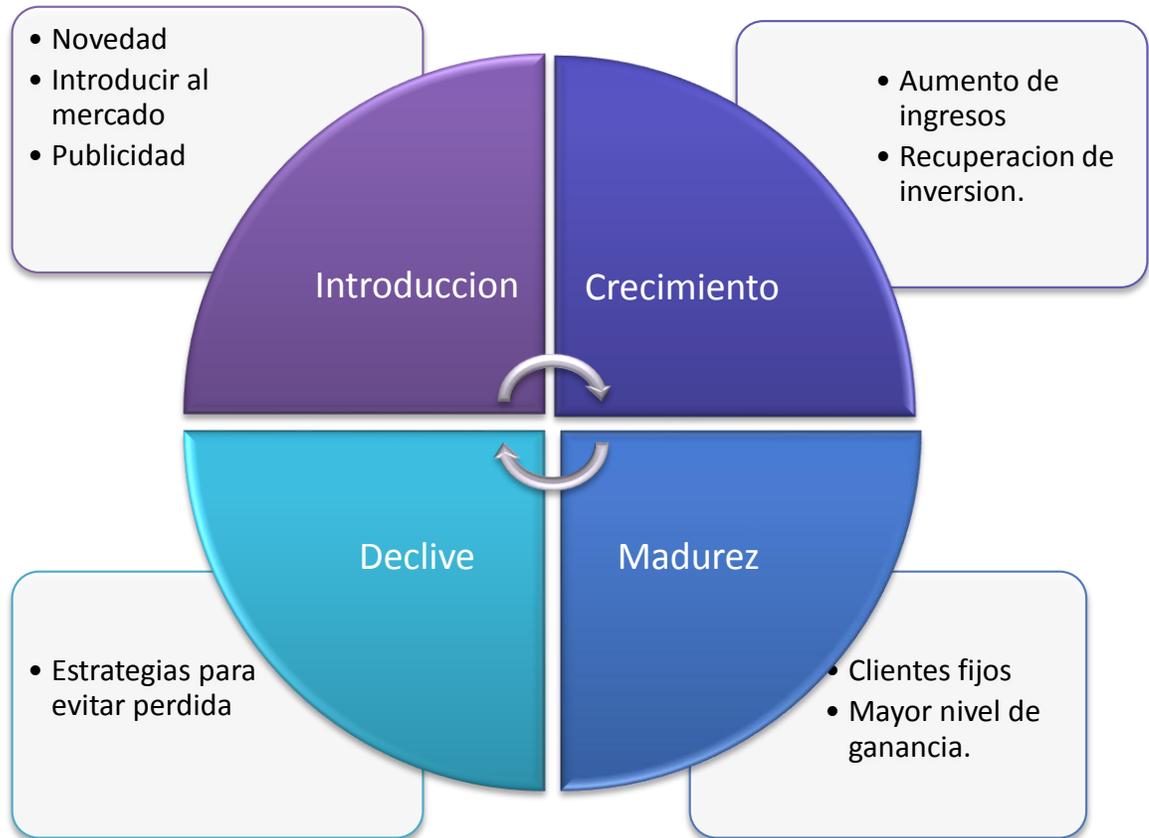
1.5 La novedad de mi proyecto desde la base de la propiedad intelectual

Desarrollaremos una nueva idea y la pondremos en práctica, mostraremos estrategias competitivas como la innovación la cual nos permite crear diseños únicos fusionando la moda con nuestra cultura, también ampliaremos innovaciones radicales: como prendas nuevas y perfeccionadas que cumpla las expectativas del cliente esto nos permite darle un valor agregado y comunicarnos con los clientes potenciales.

Cabe mencionar que la carrera de contabilidad nos ofrece herramientas necesarias para la elaboración del presente proyecto como: contabilidad de costo mediante la cual se puede hacer la relación costo beneficio y así calcular un margen de ganancia que permita el desarrollo eficiente de la organización a la vez se puede también desarrollar un análisis financiero con exactitud con datos concretos que nos facilite a los propietarios de la empresa tomar decisiones correctas.

1.6 Ciclo del proyecto

Es importante puntualizar esta parte introductoria como el desarrollo de una idea emprendedora



la cual surge la creación de una empresa confeccionadora de camisetas con serigrafías personalizadas, mostrando creatividad e innovación. Para ello es necesario ubicar el proyecto en el contexto de inversión económica y social mediante la investigación aplicada al mercado tomando en cuenta el desarrollo trascendental de la formulación del mismo.

Se procura brindar solución a las necesidades de nuestro municipio mediante el servicio de una empresa comercial-textil vestuario ya que cubre necesidades básicas como vestir, y sociales como la moda enlazada con la cultura nicaragüense y poblacional.

Introducción

Las estrategias de publicidad y promoción, son técnicas y medios que utilizara la empresa NUEVAS HOJAS, MISMAS RAICES para poder potenciar la venta y el posicionamiento de la marca en el punto de venta y en los sitios donde se distribuirá el producto, se establecerán una serie de aspecto sobre la publicidad de tal forma que se cumplan con los objetivos de la empresa.

Tomando en cuenta las estrategias de posicionamiento, imagen, la diferenciación que se han dispuesto, se tiene que la empresa utilizara los siguientes canales de publicidad y promoción para lograr las expectativas que se requieren:

1. **Canales digitales:** se buscara crear una página web lo cual sirva de información para los potenciales compradores, para este fin se dispondrá de catálogos online y atención personalizada por medio de chat en la diferentes redes sociales: Facebook, WhatsApp, otros y así correr voz a voz la información sobre la empresa.
2. También los **anuncios radiales** estarán constantemente para que la población en general pueda informarse sobre el punto de venta de la empresa y sus debidas promociones y ofertas.
3. Es importante mencionar que continuamente estaremos relacionados con la alcaldía municipal de El Tuma La Dalia en las **ferias demostrativas** de productos que generan el desarrollo del mismo.

Crecimiento

El crecimiento implica utilizar los elementos y herramientas metodológicas que integran un proyecto, así mismo la comprensión analítica del estudio de factibilidad como iniciativa para la implementación de la mejor alternativa de inversión, realizando una planeación de proyecto que permita reducir y mejorar el control de tiempo, costos y riesgos del proyecto, lo cual conlleva a ser más eficiente, tener mayor rentabilidad, crecimiento organizacional y brindar al cliente un mayor nivel de satisfacción, conquistando su lealtad y confianza hacia nuestra empresa.

Es evidente entonces que este nivel de confianza propiciara el crecimiento de la empresa que implica el desarrollo organizacional y contratación de personal para dar una mejor imagen y seriedad a la organización, además nos permitirá expandirnos y descubrir nuevos mercados, no solamente en el municipio El Tuma La Dalia, sino también en municipios aledaños, hasta extendernos en toda Nicaragua.

De acuerdo con el razonamiento es importante mencionar que el desarrollo de dicha empresa también se basa en la compra de máquinas modernas como: maquina cortadora de tela ya que se volvería una necesidad.

Dando continuidad a este crecimiento se utilizan las mismas estrategias de publicidad con un mayor grado de satisfacción y claridad, es significativo mencionar la recuperación de la inversión dando salida a las necesidades y cumplir con la demanda en este periodo.

Es introducir al mercado estableciendo los elementos y herramientas metodológicas que integran un proyecto es decir la identificación de una estrategia y capacidades correctas para después saber ejecutarlas, así mismo la comprensión analítica de las etapas que anteceden a la puesta en marcha de la empresa, secuenciando el estudio de factibilidad de una iniciativa mediante el cumplimiento de la mejor alternativa de inversión y los alcances de su realización.

Madurez

En este ciclo se describen el grado de efectividad con que se administra y alinean los procesos continuos con la estrategia general de la administración con una mayor calidad en el producto, costos más bajos, más motivación en el equipo organizacional con amplia habilidades para el manejo de procesos de tal forma que se puedan visualizar los errores continuos y hayan Roles y responsabilidades claramente definidas generando gran satisfacción en los clientes.

La evolución industrial crecerá de manera significativa con la obtención de clientes fijos teniendo un mayor nivel de ganancias ya que la producción crecerá y nos expandiremos a otros mercado esto le sumaremos nuevas estrategias de innovación como una nueva tendencia de prendas personalizadas.

Finalmente en esta etapa los planes para crecer es menor por lo que ya no es tan agresivo y se adopta una estrategia más bien defensivo como el mejoramiento de los productos generando un valor agregado, cuidando los márgenes, los servicios, la atención al cliente que es lo primordial para la consolidación de la imagen de tal forma que se innoven nuevas ideas, mayormente externa

a través de las funciones y adquisiciones de la competencia trabajando de la mano con la tecnología y redes sociales de manera que la información sea divulgada a nivel nacional.

Declive

Podremos evitar llegar al declive y todo lo que esto conduce mediante la implementación de nuevas estrategias que nos permitirá mantener nuestro producto cada vez más atractivo por más tiempo. Uno de los factores esenciales es la tecnología para el crecimiento de la empresa ya que el declive se puede dar al inicio, en el crecimiento o en la madurez de la organización, para evitar esto es importante entender el comportamiento de los clientes y de la población en general ya que nos encontramos en un ambiente bastante dinámico es decir cambiante en el marco de la industria de las empresas textil- vestuario.

Para ello se efectuarán estrategias como:

- 1) Mantener registros y controles continuos llevando una inspección constante de cada paso que se realiza en el área de marketing, lo cual permitirá subsanar cualquier desfasaje que pueda surgir y así contar con información actualizada para tomar decisiones concretas.
- 2) Estar atentos y a la vanguardia de los avances que surgen en la sociedad. Los fuertes cambios en la sociedad con sus usos y gusto implica que se generen nuevas estrategias innovadoras manteniéndonos firmes en el mercado, ya que bien se detallaba anteriormente la sociedad es un ser cambiante según su cultura o su naturaleza.
- 3) Se analizan aspectos reales de los avances en la sociedad demostrándose observaciones que lo que fue útil en el pasado ya no lo es y es probable que para hoy ya no lo sea y la manera más eficaz para evitar un desfasaje en la empresa es estar optimizado la tecnología al máximo, y mantener una relación fluida con los clientes.
- 4) Contar con asesores en diferentes Áreas. Estaremos en un marco de asesoramiento continuo por especialistas que contribuya a orientar acciones y tomas de decisiones concretas lo cual permitirá acercarnos a los objetivos plasmados y estar atentos a las informaciones, sugerencias que transmite el personal de la empresa y poder identificar los cambios que se están dando en el proceso de comercialización y afrontarlos.

- 5) Mantener actualizada la estrategia del negocio. Establecer modificaciones, optimizar recursos, por ejemplo, dirigirse a otros clientes, abrir otros canales de ventas, renovar la dinámica de adquisición del producto, innovar en la comunicación de marketing.
- 6) Replantear estrategias del negocio haciendo un análisis de mercado, si es necesario aplicar encuestas y estudiar de manera más detallada a los clientes donde pueda recopilar información para detectar ¿qué quieren? ¿Cuánto están dispuesto a pagar? ¿De qué prescindirían? y en base a esto innovar y plegarse a las necesidades actuales del mercado.
- 7) Comunicar los cambios. Es importante evidenciar los cambios de la empresa y antes de lanzar un producto nuevo proporcionar el portafolio al cliente para brindar la adecuada comunicación,

1.7 PRESUPUESTO

MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA					
Cantidad	Descripción	Unidad de medida	Costo Unitario	Costo Total	total mensual
	ADMINISTRACION				C\$40.600,00
10	Silla	Unidad	C\$700,00	C\$7.000,00	C\$7.000,00
1	Mesa Pequeña	Unidad	C\$800,00	C\$800,00	C\$800,00
1	Escritorio para oficinas	Unidad	C\$5.000,00	C\$5.000,00	C\$5.000,00
1	Computadora Lenovo	Unidad	C\$13.000,00	C\$13.000,00	C\$13.000,00
1	Estantes	Unidad	C\$7.000,00	C\$7.000,00	C\$7.000,00
1	Archivador	Unidad	C\$5.000,00	C\$5.000,00	C\$5.000,00
2	Espejo Pequeño	Unidad	C\$800,00	C\$1.600,00	C\$1.600,00
1	Impresora	Unidad	C\$1.200,00	C\$1.200,00	C\$1.200,00
	PRODUCCION				C\$40.200,00
2	Máquina de Pedal Regina	Unidad	C\$6.000,00	C\$12.000,00	C\$12.000,00
2	Plancha Oster	Unidad	C\$900,00	C\$1.800,00	C\$1.800,00
2	Maquina Eléctrica Brother JX3135F	Unidad	C\$5.000,00	C\$10.000,00	C\$10.000,00
2	Mesa Grande	Unidad	C\$1.200,00	C\$2.400,00	C\$2.400,00
2	Estantes	Unidad	C\$7.000,00	C\$14.000,00	C\$14.000,00
Total					C\$80.800,00

Tabla 1 **Fuente.**Elaboracion Propia

Enceres					
Cantidad	Descripción	Unidad de medida	Costo Unitario	Costo Total	total mensual
2	cinta métrica	Unidad	C\$5,00	C\$10,00	C\$10,00
2	Alfiler	Caja	C\$5,00	C\$10,00	C\$10,00
2	tijera	Unidad	C\$55,00	C\$110,00	C\$110,00

4	tiza para tela	Unidad	C\$5,00	C\$20,00	C\$20,00
Total					C\$150,00
Tabla 2					

Fuente.Elaboracion Propia

PAPELERIA Y UTILES DE OFICINA					
Cantidad	Descripción	Unidad de medida	Costo Unitario	Costo Total	total mensual
1	Recibos de ingreso	Block	C\$80,00	C\$80,00	C\$80,00
1	Constancia de retención	Block	C\$80,00	C\$80,00	C\$80,00
1	Pagare	Block	C\$150,00	C\$150,00	C\$150,00
5	Facturas	Block	C\$80,00	C\$400,00	C\$400,00
3	Recibos de egreso	Block	C\$80,00	C\$240,00	C\$240,00
4	Cuadernos universitarios	Unidad	C\$18,00	C\$72,00	C\$72,00
2	Calculadora	Unidad	C\$300,00	C\$600,00	C\$600,00
1	Libro diario	Unidad	C\$80,00	C\$80,00	C\$80,00
1	libro mayor	Unidad	C\$80,00	C\$80,00	C\$80,00
2	order book	unidad	C\$20,00	C\$40,00	C\$40,00
1	Papel	Caja	C\$115,83	C\$115,83	C\$115,83
6	lápiz	Caja	C\$5,00	C\$30,00	C\$30,00
3	Correctores	unidad	C\$15,00	C\$45,00	C\$45,00
1	Folder tamaño carta	Caja	C\$130,00	C\$130,00	C\$130,00
1	Folder tamaño legal	Caja	C\$145,00	C\$145,00	C\$145,00
1	Papel carbón	Pack	C\$75,00	C\$75,00	C\$75,00
4	Clan	caja	C\$30,00	C\$30,00	C\$30,00
2	Caja de fastenes	caja	C\$30,00	C\$60,00	C\$60,00
2	Saca grapas	Unidad	C\$20,00	C\$40,00	C\$40,00
1	Tajador	unidad	C\$2,00	C\$2,00	C\$2,00
1	Grapas	caja	C\$26,00	C\$26,00	C\$26,00
6	Selladores	Unidad	C\$20,00	C\$120,00	C\$120,00
1	Perforadora	Unidad	C\$120,00	C\$120,00	C\$120,00
24	Ampos	Unidad	C\$60,00	C\$1.440,00	C\$1.440,00
1	Engrapadora	Unidad	C\$50,00	C\$50,00	C\$50,00
1	Tintas para sello	Unidad	C\$20,00	C\$20,00	C\$20,00

1	Tinta para impresora	Unidad	C\$600,00	C\$600,00	C\$600,00
5	SELLOS (ANULADO, CANCELADO, CONTABILIZADO, SELLO DE LA ADMINISTRACION, ENTREGADO)	Unidad	C\$350,00	C\$1.750,00	C\$1.750,00
Total				C\$2.117,83	C\$6.620,83

Tabla 3

Fuente.Elaboracion Propia

MATERIALES DE LIMPIEZA					
Cantidad	Descripción	Unidad de medida	Costo Unitario	Costo Total	total mensual
3	bote de basura	Unidad	C\$50,00	C\$150,00	C\$150,00
1	Bolsas para basura	Pack	C\$40,00	C\$40,00	C\$40,00
1	lampazo	Unidad	C\$70,00	C\$70,00	C\$70,00
2	mecha de lampazo	Unidad	C\$50,00	C\$50,00	C\$100,00
1	escoba	Unidad	C\$45,00	C\$45,00	C\$45,00
1	ambientador	Galón	C\$180,00	C\$180,00	C\$180,00
1	cloro	Galón	C\$100,00	C\$100,00	C\$100,00
1	detergente	Kilo	C\$60,00	C\$60,00	C\$60,00
Total			C\$595,00	C\$695,00	C\$745,00

Tabla 4

Fuente.Elaboracion Propia

EMPAQUE					
Cantidad	Descripción	Unidad de medida	Costo Unitario	Costo Total	C\$14.000,00
20	Bolsos transparentes	Unidad	C\$3,50	C\$70,00	C\$70,00
100	Bolsas Gabachas	Unidad	C\$1,20	C\$120,00	C\$120,00
700	Empaque	Unidad	C\$0,40	C\$280,00	C\$280,00
Total			C\$5,10	C\$470,00	C\$470,00

Tabla 5 Fuente.Elaboracion Propia

MATERIA PRIMA					
Cantidad	Descripción	Unidad de medida	Costo Unitario	Costo Total	total mensual
13	pieza de tela	Pieza	C\$4.000,00	C\$52.000,00	C\$52.000,00
5	Hilo	Unidad	C\$50,00	C\$250,00	C\$250,00
Total				C\$52.250,00	C\$52.250,00

Tabla 6 **Fuente.**Elaboracion Propia

SUELDOS Y SALARIOS					
Cantidad	Descripción	Unidad de medida	Costo Unitario	Costo Total	Total mensual
1	serigrafía	Unidad	C\$50,00	C\$22.500,00	C\$22.550,00
2	Sastra	Contrato	C\$7.440,00	C\$14.880,00	C\$14.880,00
1	recepcionista	Contrato	C\$6.200,00	C\$6.200,00	C\$6.200,00
1	Administración	Contrato	C\$9.920,00	C\$9.920,00	C\$9.920,00
Total					C\$53.550,00

Tabla 7 **Fuente.**Elaboracion Propia

PUBLICIDAD					
Cantidad	Descripción	Unidad de medida	Costo Unitario	Costo Total	Total mensual
1	Viñetas radiales	Contrato	C\$600,00	C\$600,00	C\$600,00
1	Banner	Unidad	C\$2,2000	C\$2,2000	C\$2.200,00
Total			C\$602,20	C\$300,00	C\$2.800,00

Tabla 8

Fuente.Elaboracion Propia

ALQUILER					
Cantidad	Descripción	Unidad de medida	Costo Unitario	Costo Total	Total mensual
1	Alquiler	Contrato	C\$4.000,00	C\$4.000,00	C\$4.000,00
				C\$4.000,00	C\$4.000,00

Tabla 9

Fuente.Elaboracion Propia

IMPUESTOS	
Descripción	suma mensual
Basura	C\$30,00
Mensualidad de impuestos	C\$110,00
Bienes y muebles	C\$808,00
Matricula	C\$202,00
TOTAL	C\$1.150,00

Tabla 10

Fuente.Elaboracion Propia

PAGO DE SERV BASICOS

Descripción	Total me mensual
Teléfono	C\$ 3000
Internet	C\$ 1200
Energía Eléctrica	C\$2.000,00
Agua	C\$100,00
Total	C\$6.300,00

Tabla 11

Fuente.Elaboracion Propia

GASTOS DE ORGANIZACIÓN E INSTALACIÓN	
Descripción	Total me mensual
Diseño de marca	C\$12.000,000
Inscripción de la marca	C\$6.520,000
Abogado y notario	C\$13.000,000
Instalación	C\$4.500,000
TOTAL	C\$36.020,000

Tabla 12

Fuente.Elaboracion Propia

INVERSION TOTAL	C\$244.855,83
-----------------	---------------

Representa la compra de materiales para la iniciación de la empresa Nuevas hojas, mismas raíces, del aporte de cada uno de los socios para las compras de materiales, con una inversión inicial de C\$244.855,83

II. OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivos generales.

1. Formular la viabilidad de una empresa de producción y comercialización de textil en el Departamento de Matagalpa, Municipio el Tuma La Dalia correspondiente al II semestre de 2019.

Objetos específicos.

1. Elaborar estudio de mercado para determinar el nivel de aceptación de nuestros productos textil.
2. Definir un modelo operativo para la creación de la una empresa comercial de productos textil vestuario.
3. Describir un estudio de organización legal para la formulación de una empresa comercial de productos textil vestuario.
4. Establecer un estudio financiero para determinar la viabilidad que se necesita para llevar a cabo el plan de negocio.

2.1 actividades del proyecto

Cabe mencionar que la microempresa busca aprovechar las situaciones del mundo moderno y aplicar una solución orientada hacia el mercado local, llevando nuevas alternativas de producción y de comercialización emprendedora, para mejorar la calidad y presentación de los productos rescatando nuestras costumbres sometidas al baúl del olvido, de la misma forma concientizar a los posibles clientes.



Fuente.Elaboracion Propia

Las etapas del proceso, están mayormente centrada en las actividades de confección y acabados. Los productos elaborados por la empresa NUEVAS HOJAS MISMAS RAÍCES S.A esta específicamente centrado en camisetas estampadas.

Para ello inicialmente se detallan:

- 1) **La creación ajuste y verificación:** Siendo uno de los factores más importantes de la creación de camisetas y el diseño con una marca única y deseable en este proceso se idea y se crea un diseño toma muy en cuenta la creatividad y la personalidad del mercado para destacar entre los muchos competidores mediante un control de calidad y hacer las verificaciones necesarias antes de mostrar el modelo.
- 2) **Vista preliminar del diseño:** Ya teniendo la creación del diseño y sus respectivas verificaciones para mostrar, se procede a que el cliente tenga una vista previa de la imagen final y posterior pida o seleccione su propio diseño ya sea de los diseños mostrados por la empresa o personalizados según sean sus requerimientos, en caso de que no se cuente con diseños similares para mostrar, se hace de forma manual o se adquiere computarizado mediante el servicio contratado de serigrafía.
- 3) **Compra de materia prima:** Una vez teniendo el pedido y las medidas del cliente se procede a verificar si se cuenta con la cantidad de materia prima a utilizar tomando en cuenta el color de tela que desee el cliente, determinando el tipo de tela, color y estilo, al no encontrarse en el almacenamiento con estos detalles se compra la materia prima teniendo como base las cotizaciones a proveedores y las debidas comparaciones de la misma para dar la orden y el seguimiento de compra posterior a la recepción de la materia.
- 4) **Corte y confección:** Para comenzar nuestra labor en el área de trazo y corte, primero necesitamos verificar que el lugar de trabajo este en perfectas condiciones de orden y aseo. Para esto es necesario limpiar las mesas de trabajo y las herramientas de corte. Luego identificamos con cuales materiales vamos a trabajar, es decir qué tipo de tela, que longitud, cuántas unidades el tipo de trazo realizado o la muestra física de la prenda, pasando al procedimiento de corte lo hacemos manualmente con tijeras, luego el proceso de unión de las piezas.
- 5) **Diseño de estampado:** Verificamos el diseño seleccionado por los clientes, y los detalles a emplearse en la serigrafía, luego se hacen las mediciones exactas en el tamaño de la camiseta para diseñar en base a las mismas.
- 6) **Inspección y control de calidad:** Examinar y medir las características del producto, así como los componentes y materiales de que se están elaborado, de un proceso determinado, todo ello utilizando instrumentos de medición.

- 7) Estampado (serigrafía): Este proceso empieza con una idea que se acaba convirtiendo en un diseño, logotipo o texto. Las camisetas quedan en mano del Serigrafo contratado para la empresa, haciendo su respectivo proceso tomando las mediciones requeridas bajo un mismo control de calidad.
- 8) Almacenamiento: Verificar que sea de excelente calidad y que se entregue en perfectas condiciones. Las camisetas acabadas y verificadas se almacenan en el empaque correspondiente, seccionadas y separadas por talla, posterior a su resguardo mientras se hace la entrega.
- 9) Distribución: Ya terminado el producto, estará disponible en el local, a la preferencia del cliente de igual manera se distribuyen en tiendas que hayan hechos sus pedidos por mayor.

2.3 indicadores

Los indicadores a nuestro criterio serán medibles esto permitirá un análisis más profundo e indicadores específicos en términos de calidad, precio Los indicadores serán escogidos para medir el alcance de nuestros objetivos.

El consumidor

1. Motivaciones de consumo
2. Hábitos de vestuario.
3. Opiniones sobre nuestras prendas y competencia.
4. Aceptación de precios, sus prendas de preferencia.

El producto.

1. Test sobre aceptación.
2. Aceptación de sus diseños.

El mercado

1. Estudio de la población.
2. Canales de distribución.

Publicidad

Aceptación de canales digitales

2.4 MEDIOS DE VERIFICACIÓN

Resumen narrativo	Indicadores	Medio de Verificación	Supuestos
<p>FIN</p> <p>Brindar solución a las necesidades de nuestro municipio mediante servicio de instalación de una empresa comercial-textil vestuario ya que cubre necesidades básicas como vestir y sociales como la moda enlazada con la cultura nicaragüense y poblacional.</p> <p><u>PROPOSITOS</u></p> <p>Crear una empresa textil-vestuario donde ofreceremos camisetas con serigrafía que tendremos a la disposición del cliente.</p>	<p>IMPACTO</p> <p>Esta empresa pretende contribuir con el desarrollo de nuestro municipio y mejorar su capacidad productiva y empresarial incidiendo en optimizar eficiencia y calidad en l elaboración de nuestras prendas.</p> <p>RESULTADOS</p> <p>Tener una negociación en el mercado donde se puedan adquirir productos textil-vestuario</p>	<p>La fuente de información es por medio de encuestas que son dirigidas a la población y pequeñas empresas en el municipio del Tuma La Dalia.</p> <p style="text-align: center;">MEDIOS DE VERIFICACION</p> <p>Realizar encuestas a pobladores entre las edades de 16 años a más para conocer la aceptación de, oferta y demanda de nuestro producto.</p>	<p>SOSTENIBILIDAD</p> <p>Se diseñarán camisetas de acuerdo al requerimiento del cliente.</p> <p>Los documentos soporte: facturas de contado, crédito, recibos.</p> <p>PROPOSITO</p> <p>Brindar un servicio de textil vestuario a los clientes del municipio del Tuma La Dalia</p>

Fuente.Elaboracion Propia

2.5 Resultados Esperados

Se diseñó un instrumento de recopilación de información, con tres apartados, el primer apartado investiga los datos personales del interesado como manifestar su interés de formar parte del proyecto, el segundo bloque recopila información de aspectos relacionados con la formación como consumidor y actitudes en las actividades de confección, y el ultimo da a conocer el producto x el cual nos vamos a identificar en nuestro caso textil-vestuario enfocado exactamente en camisetas personalizadas (Alfaro, 2011).

Por efecto a que todos los proyectos se dirigen eficientemente y están alineados con la estrategia corporativa, es importante comprender el nivel de clientes potenciales lo cual definirá la demanda, la rentabilidad del proyecto en base a los diferentes grupos focales aplicados posterior a establecer procesos de aceptación de un determinado producto utilizando las estrategias definitivas y acertadas para cubrir la necesidad de los cliente según sean sus requerimientos.

A continuación se presentan los datos de los 360 miembros del grupo solidario tomados de una encuesta realizada.

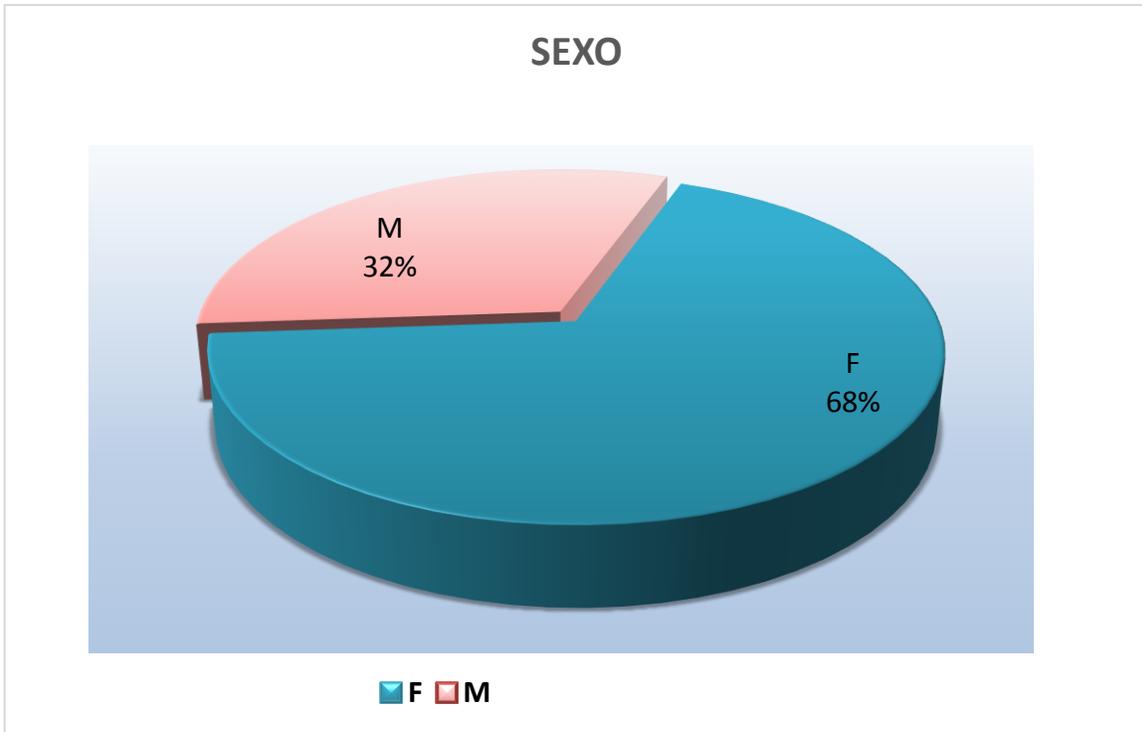


Grafico.1

Fuente.Elaboracion Propia

Cabe mencionar que la mayoría de la persona encuestada en el municipio El Tuma-La Dalia, se destacaron en responder el 32% equivalentes al sexo masculino el cual nos propusieron respuestas muy significativas para avanzar en nuestro proyecto, y el 68% de los encuestados fueron del sexo femenino con un porcentaje mayor al sexo masculino esto nos conlleva a un análisis del mercado en base a nuestros posibles clientes.

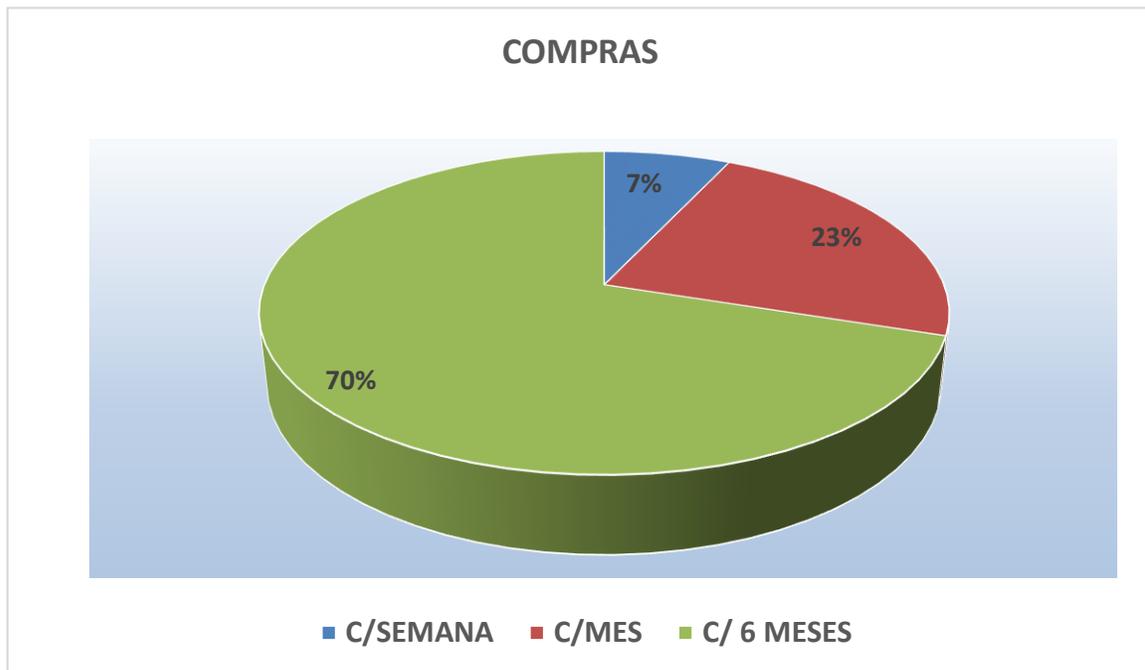


Grafico ¡Error! No hay texto con el estilo especificado en el documento..2

Fuente.Elaboracion Propia con datos de campo

Tal y como se aprecia en el grafico, se puede señalar que el 7% obtan por comprar camisetas cada semana, perceptiblemente nos muestran poca demanda de ventas , en cambio el 23% de los encuestados respodieron hacer compras de camisetas cada mes, esto permite tener una vision de distribucion en cambios repentinos de temporada, sin embargo tenemos una basa de datos muy considerable de respuestas con un 70% de encuestados que respondiieron que compran camisetas cada 6 meses.

Algunas de las conclusiones que se pueden extraer de este analisis es la determinacion de produccion de camisetas en un tiempo determinante de cuatro a seis meses con una mezcla de nueva tendencia de produccion en el sector textil.

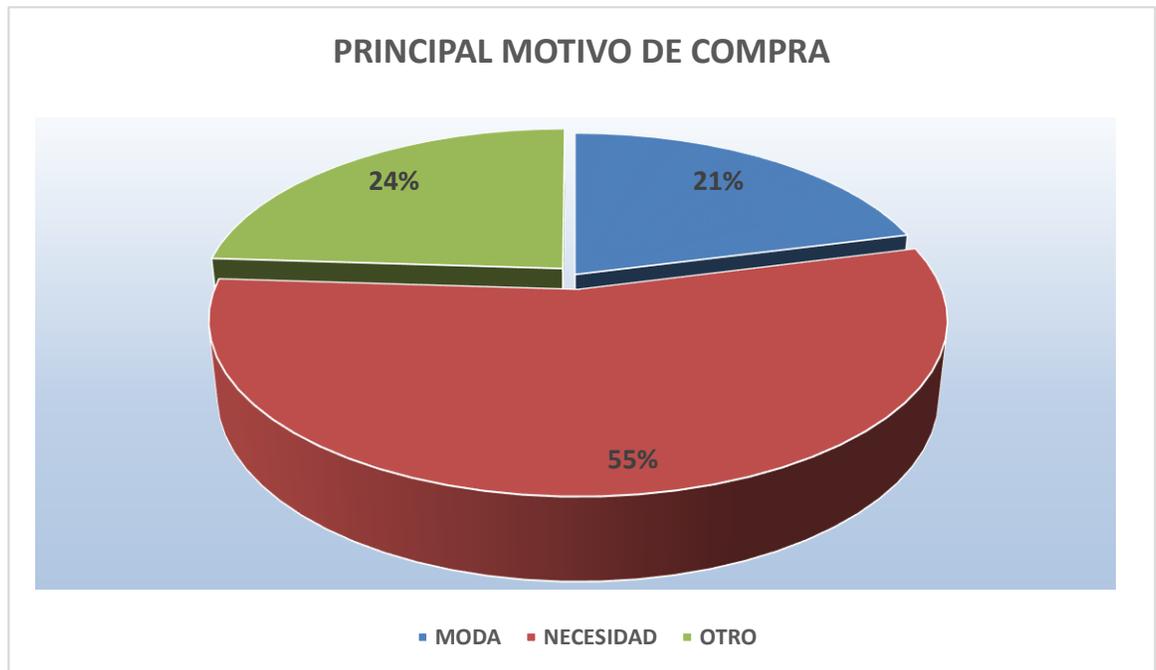


Grafico.3

Fuente.Elaboracion Propia con datos de campo

Haciendo análisis de los porcentajes obtenidos en las encuestas se ubicó que un 21% de la población expresa que el motivo de compra de camisetas es por moda, el 24% no opina y en cuanto un 55% de la población encuestada manifiesta que su principal motivo de compra es por necesidad.

Es importante destacar que nuestro proyecto engloba las necesidades humanas tanto básicas como sociales. Entre las básicas tenemos por ejemplo respirar, tener salud vestirse y como necesidades sociales son las que nacen en medio de una comunidad, entorno social y cultural, esto nos permite penetrar de manera positiva en el mercado local.

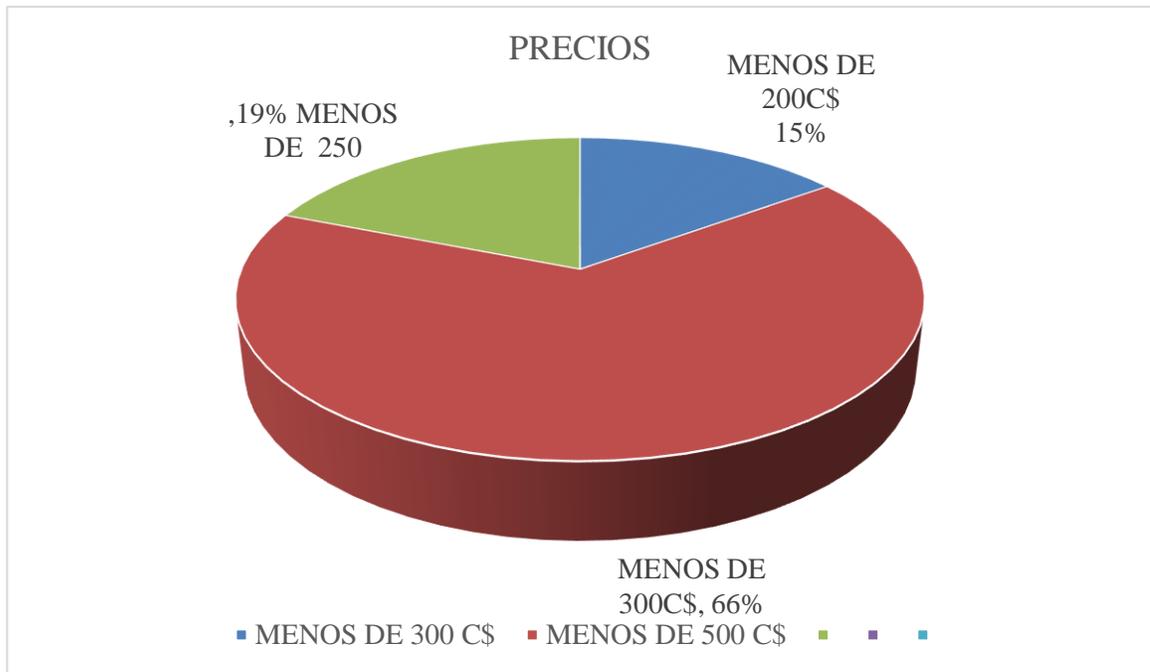


Grafico.4

Fuente.Elaboracion Propia con datos de campo

Desde la percepción de la encuesta podemos ubicar que el 15 % de la población expresa que adquiere el producto a un precio menos de C\$200, en cuanto el 19% opina que obtiene a un precio menor a c\$250, el 66% de la población encuestada expresa que adquiere el producto a un precio menor a c\$300.

Este grafico nos permite conocer el precio módico para introducir al mercado local con una mejor oferta para población.

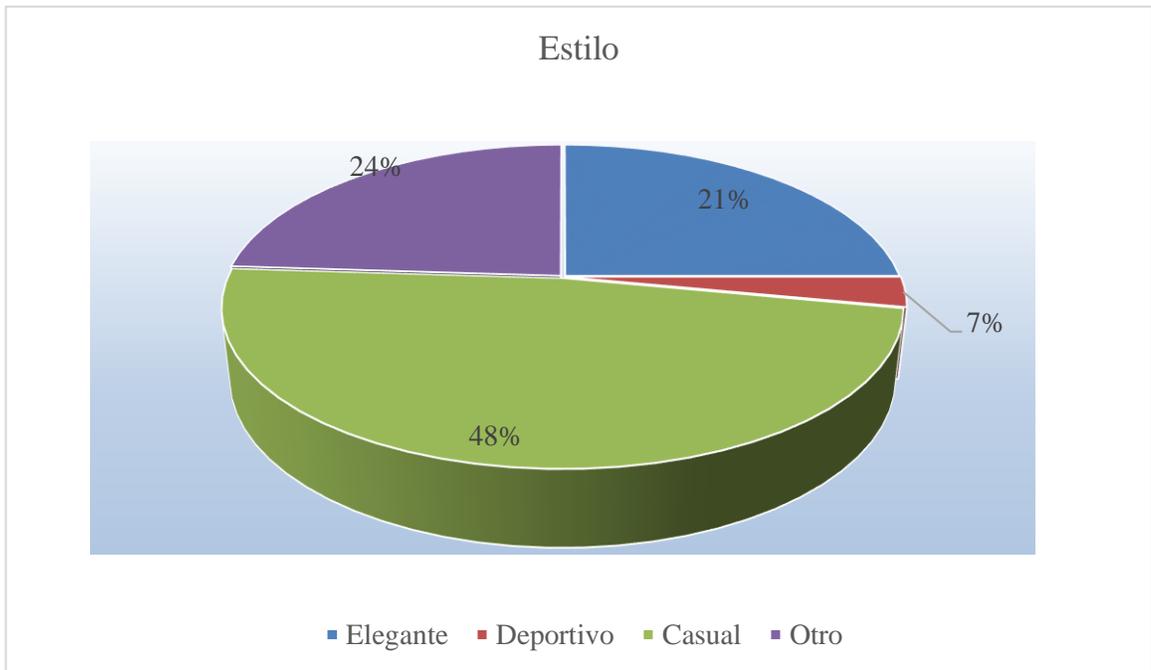


Grafico 5

Fuente.Elaboracion Propia con datos de campo.

En la grafica anterior se dan a conocer datos relevanes en base al estilo de camisetas que usan con mas frecuencia, el cual el 7% de los encuestado respondieron que usan deportivo, el 21% usan elegante, el 24% casual



Grafico 6

Fuente.Elaboracion Propia con datos de campo

Con la informacion suministrada por los encuestados, se puede iniciar un analisis que nos refleja exactamente el 1% que unicamente buscan otras expectativas no reflejadas en datos especificos, el 19% respondieron crear su propio diseño, el 30% van en busca de economia y el 50 % de los encuestados lo mas importante en los productos textil-vestuario es la calidad, esto muestra que prefieren pagar un mayor precio por productosde buena calidad que satisfagan sus necesidades.

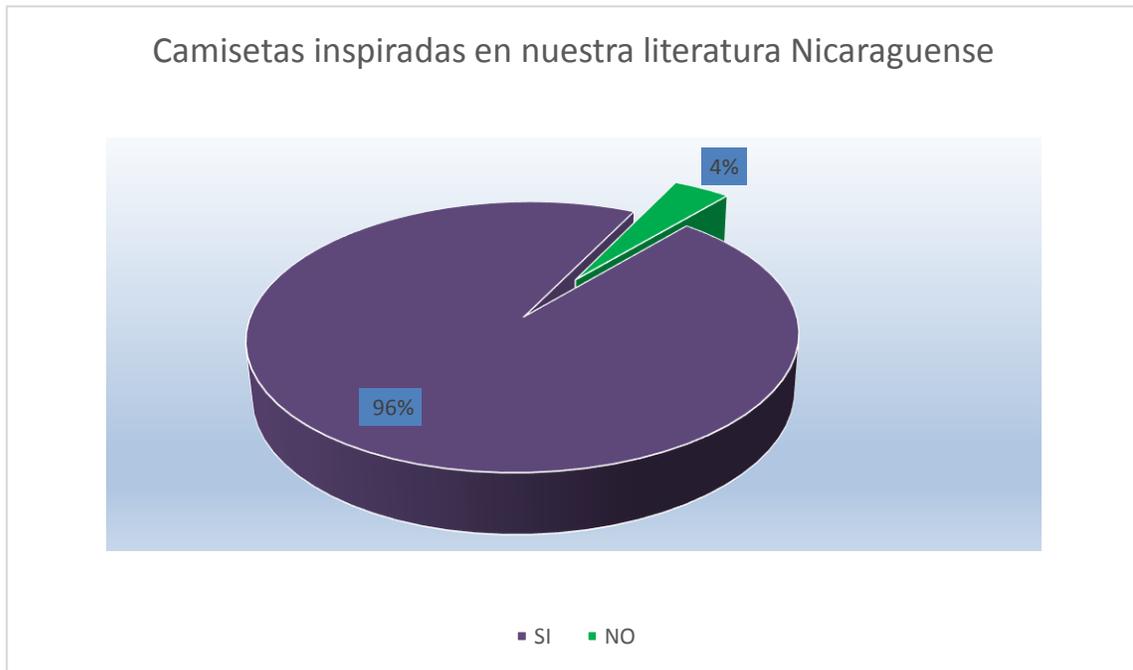
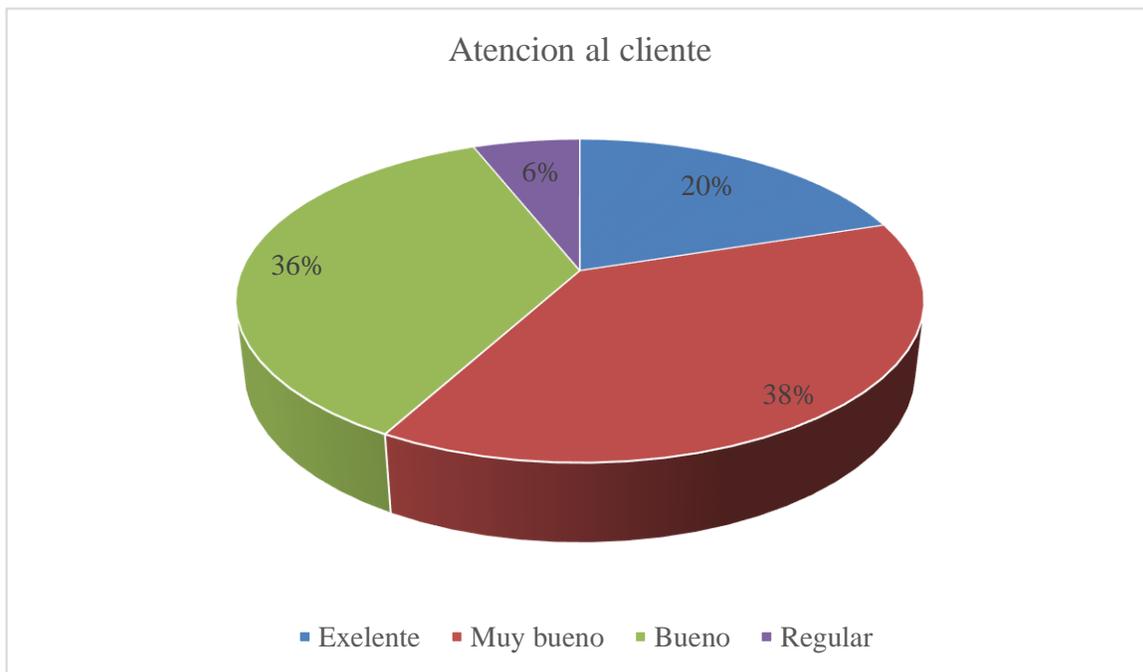


Grafico 7

Fuente.Elaboracion Propia con datos de campo

Al tabular los resultados de la pregunta: ¿Usaría camisetas personalizadas inspiradas en nuestra cultura y Literatura Nicaragüense? Se determinaron las respuestas de los participantes con un 4% que señalan que no las usarían, y el 96% respondieron que sí usarían.

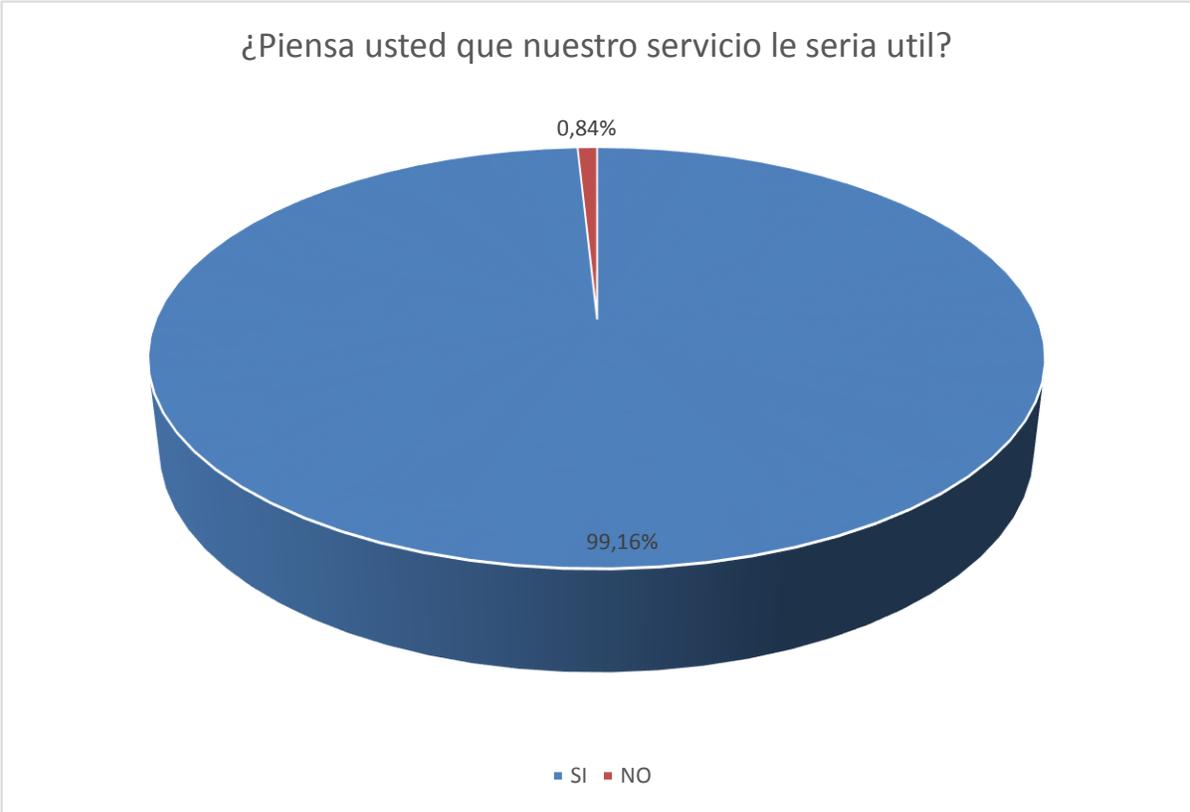
Cabe agregar que el análisis concluye con la evidencia de respuestas positivas y acertadas en la idea emprendedora e innovadora a implementar, el cual nos permite ser objetivos en la aceptación de la empresa textil-vestuario a nivel municipal con un diseño no antes visto adquiriendo su propia identidad y logre sentirse cómodo y a gusto en el lugar donde permanezca todo el tiempo.



Fuente.Elaboracion Propia con datos de campo

En el grafico se puede apreciar detalladamente que el 6% de los encuestados afirman que la última vez en visitar una tienda fueron atendidos con promedio regular, así mismo un 20% que manifestaron ser atendidos excelente, evidentemente se puede determinar los datos de estas dos opiniones son consideradas las más bajas según tabulación de datos, no obstante se muestra que 36% respondieron bueno y el 38% muy bueno.

El mayor porcentaje más relevante fue 38%, que de paralelamente nuestra tarea será poder demostrar y dar mayor satisfacción a los clientes en la atención que ellos necesitan, y así ser competitivos en el mercado local, reconocidos por las capacidades de atención profesionalizadas en el ente emprendedor de manera dinámica y no obstruida.



Fuente.Elaboracion Propia con datos de campo

En la grafica se estima que el 0,84% de los encuestados expresaron su opinion con un no, dandonos un dato no esperado pero con un 99.16% afirmando un si, el cual nos permitio la satisfaccion de continuar con la idea emprendedora.



Fuente.Elaboracion Propia con datos de campo

En el orden de las ideas anteriores la grafica contiene informacion sobre las respuesta especificas de los encuestados que afirman recomendar tiendas a sus amigos, tal como se demuestra el 10% consideraron no hacerlo y el 90% repondieron que si lo hacen.

Es importante tomar en cuenta que esta no se centra solamente en un trato cordial, para ganar clientes y que nos confien, sino satisfacer a nuestro consumidor frente a la competencia. El objetivo de recopilar la informacion, es considerar mas elementos relacionados con el marketing y el posicionamiento de nuestra marca el cual nos interesa para formular ideas y ser caracterizados por nuestra comunicación con los cliente y garantizar un producto de calidad.



Fuente.Elaboracion Propia con datos de campo

Según el análisis de la tabulación de datos en la gráfica se detalla la consolidación a la pregunta ¿si alguna vez a comprado productos en línea? Se determina que 12% de los encuestados responden que si lo hacen, y el 88% que no. A lo largo de los plantamientos hechos esto nos permite orientarnos de que manera podemos estar en constante comunicación con los cliente; según los datos nos indica que no es considerable establecernos como una tienda considerablemente virtual ya que no existen posibilidades de ventas en línea. También es importante destacar que en relación a las redes sociales estaremos expuestos a la publicidad esto para mostrar nuestros productos y puedan ser propios a la vista de los cliente.



Fuente.Elaboracion Propia con datos de campo

Al tabular los datos de la pregunta ¿Prefiere visitar la tienda o comprar en línea?. Se clasifican las respuestas de los encuestados en base a porcentajes que se detallan en la grafica N° 13 con un 11% de encuestados que respondieron que prefieren comprar en línea y por otro lado 89% de los encuestados respondieron que prefieren visitar la tienda.

Actualmente se ha avanzado en la conformación de herramientas muy creativas y dinámicas que hacen llamativas las páginas, con la integración de formatos que enlazan textos, sonidos, imágenes bajo un criterio multimedia, atrayendo la atención de las personas que acceden a la misma dados a conocer por la misma empresa. De acuerdo a los razonamientos anteriores nos situamos hacer publicidad en medios online resaltando nuestra creatividad propia y poder penetrar en la misma, considerando las respuestas de los encuestados nos disponemos hacer publicidad por redes y atraer a los clientes a nuestra tienda garantizándoles atención satisfactoria.

PLAN DE NEGOCIOS

El plan de negocio es uno de los más importantes elementos en la creación de una empresa. Es el plan que ayuda a plasmar las ideas sueltas que se generan por parte de un emprendedor al momento de crear un proyecto (Anduray, 2016).

El presente trabajo corresponde al desarrollo de un plan de negocio para una microempresa confeccionadora y comercializadora de camisetas con Serigrafías, frases “Lo Fatal”, “No hay dolor más grande que el dolor de ser vivo”... la cual se orienta, como lo afirma la frase, a nuestro gran poeta Nicaragüense Rubén Darío.

En efecto queremos rescatar nuestra cultura penetrando en el mercado local con camisetas serigrafías que resalten la idiosincrasia, exigiendo una tradición que condicione nuestro futuro cubriendo sus espacios interiores. La justificación del proyecto surge de la falta de cultura que se ha observado en Nicaragua, lo que ha implicado que un gran número de personas obtén por hacer compras de textiles con frases que solo son temporales y que no dejan una buena cultura en sí.

Así también como una motivación personal de querer ver un emprendimiento familiar convertida en una empresa conciliada en el mercado.

La metodología utilizada para llevar a cabo el proyecto, es la que se aplica a un plan de negocios adecuada para las características particulares el análisis del medio interno en la situación actual, a través del método de la cadena de valor. En el plan comercial se definieron las decisiones estratégicas y tácticas del marketing apoyado por el estudio de mercado realizado previamente, donde se realizaron entrevistas y se aplicó encuesta a los potenciales clientes, lo cual permitió establecer las características relevantes de comportamiento y hábitos de estos. El plan de recursos humanos se desarrolló definiendo al personal necesario para llevar a cabo el negocio, el perfil necesario para cada cargo y las tareas que estos deben realizar. Para el plan operacional se distinguieron los procesos y actividades más importantes, definiendo la participación del personal en estos. Por último, se proyectaron los ingresos y flujos futuros para realizar un flujo de caja y obtener los indicadores financieros para concluir la evaluación del proyecto.

III ESTUDIO DE MERCADO.

3.1 Objetivo del estudio

El objetivo del estudio es determinar el tipo de producto textil de mayor consumo así como la importancia que tiene para los clientes la personalización y diseño innovador de los productos textiles, y también identificar la marca de su predilección, tendencias de compra.

La alternativa anteriormente descrita fue sometida a un estudio de mercado, un estudio técnico y un estudio financiero todo esto con la finalidad de determinar la viabilidad del proyecto.

El estudio de mercado tiene como finalidad medir el número de individuos, empresas u otras entidades económicas que generan una demanda que justifique la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios, sus especificaciones y el precio que los consumidores están dispuestos a pagar.

Sirve de base para tomar la decisión de llevar adelante o no la idea inicial de inversión; pero además, proporciona información indispensable para las investigaciones posteriores del proyecto, como son los estudios para determinar su tamaño localización e integración económica. (Cerna, 2007)

3.2 Análisis del sector

El sector textil-vestuario en el municipio El Tuma la Dalia se caracteriza por presentar cambios en su dinámica de producción ya que la industria de la confección se sitúa en el centro de la creatividad y es el mejor espejo de la sociedad y su cultura, en las observaciones se evidenciaron varios cambios lo cual el sector textil está obligado a emprender iniciativas que fortalecieran la modernización de sus procesos y procedimientos, adoptando medidas que les brinde perfiles más competitivos.

El sector textil y de confecciones aunque sean los ejes dinamizadores de la economía y el sector industrial, aporta uno de los mayores porcentajes en la promoción de formas asociativas de generación de empleo formal.

Entre las políticas del gobierno se ha formalizado relaciones comerciales en los diversos sectores del municipio, los pago de impuesto, creando organizaciones que promueven financiación de empresas, estas oportunidades nos dan la certeza de penetración en el mercado en cuanto al sector textil ya que se está promoviendo camisetas personalizadas en estas encontramos grandes

demandas de ventas reflejadas en modas tradicionales, teniendo en cuenta la iniciativa de rescatar la cultura nicaragüense nos dará la entrada competitiva en el mercado.

Datos de la población municipal de El Tuma La Dalia: El municipio El Tuma La Dalia departamento Matagalpa calcula con una extensión territorial de 651.66 km² cuenta con una población de 56 681 habitantes donde 28,556 de sexo masculino y 28,125 corresponden al sexo femenino, Esta información fue obtenida del directorio económico urbano (hogares y establecimientos) del banco central de Nicaragua 2002 (actualización 2005) Finalmente presenta proyecciones de la población para el periodo 2005-2020 con revisión 2007.

2020	HOMBRES	MUJERES
75,518.	37,585.	37,933

PRIMER PASO: Calcular el tamaño de la muestra (n)						
	Para un "e"= 5%	Para un "e"= 6%	Para un "e"= 7%	Para un "e"= 8%	Para un "e"=9 %	Para un "e"= 10%
POBLACION	tamaño de la muestra (n)					
5,519	359.02	235.35	162.42	117.37	87.18	67.66
Nivel de confianza	0.95	0.94	0.93	0.92	0.91	0.9
valor de Z ²	3.84	3.54	3.28	3.07	2.87	2.74

POBLACION(Casco Urbano del Municipio La Dalia)	Para un "e"= 5%
tamaño de la muestra (n)	
5,519	359.02
COSTO	3,590.20

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N *}{N * e^2 + Z^2 * P * Q}$$

n

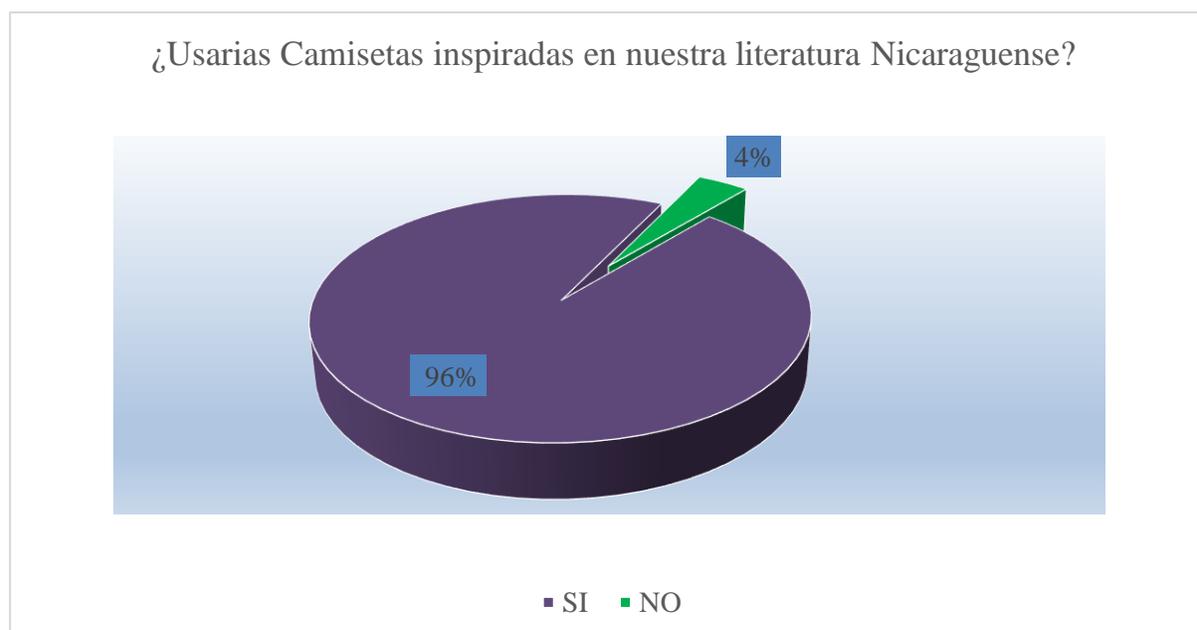
359 VOLETAS EN TOTAL

Los Datos obtenidos en la investigación se procesaron en el programa Excel donde se obtuvieron promedios y gráficos, para ellos fueron necesarios los siguientes materiales: encuesta, computadora, lápiz programa Excel y paquete office 2013, fondos monetarios para gastos varios.

La presente investigación es de carácter descriptivo-analítico-trasversal, ya que revela el nivel de aceptación de nuestros productos textil en la población del casco urbano del municipio de La Dalia; siendo a la vez transversal por que el estudio se encuentra delimitado el tiempo establecido II semestre 2019 para su análisis, además tiene un enfoque cuali-cuantitativo.

3.3 Análisis del mercado

La fabricación de productos textil-vestuario se encuentran segmentados de acuerdo al negocio al que se encuentre enfocada la empresa, estos casos se evidencian al encontrar que empresas dedicadas a la fabricación de camisetas con serigrafías complementan su portafolio otros estilos de prendas de vestir personalizadas, es un producto que se ofrece primordialmente en tiendas especializadas en prendas personalizadas en diversos estilos.



Fuente.Elaboracion Propia con datos de campo

Cabe agregar que el análisis concluye con la evidencia de respuestas positivas y acertadas en la idea emprendedora e innovadora a implementar, el cual nos permite ser objetivos en la aceptación de la empresa textil-vestuario a nivel municipal con un diseño no antes visto adquiriendo su propia identidad y logre sentirse cómodo y a gusto en el lugar donde permanezca todo el tiempo.

Nuevas hojas mismas raíces S.A, busca agrupar los productos textil-vestuario, complementario en una sola prenda, como se detalla anteriormente en camisetas que reflejen la cultura nicaragüense, siguiendo la tendencia de la moda, adicionándole un carácter de personalización que identifique a cada persona como individuo nicaragüense.

El mercado objetivo para el portafolio de productos de la empresa se enfocara primordialmente en la población del municipio El Tuma La Dalia con localidad nicaragüense.

La empresa fabricara y comercializara de forma continua productos textiles como: camisetas con serigrafías personalizadas, mientras que la producción y fabricación de productos especiales dirigidos a un grupo de comerciantes, se realizara sobre pedidos atendiendo los requerimientos de los clientes.

3.4 Análisis del consumidor

Se considera cliente a toda persona que guste del uso de camisetas estampadas. El presente proyecto se enfocara en personas de 15 años más habitantes del casco urbano del municipio el Tuma la Dalia.

Las encuestas realizadas nos indican que existe una gran aceptación por los servicios que ofrece mediante la variante de crear sus propios diseños.

3.5 Análisis de la competencia

Los productos fabricados en Nuevas hojas, mismas raíces, tienen diferentes tipos de competencia debido a que productos como: camisetas personalizadas, son fabricadas por microempresas de forma complementarias a su producto principal y distribuidas en el mercado potencial.

3.6 Estrategias del mercado

La estrategia de mercado es el factor más importante en la promoción de cualquier producto o servicio. La estrategia que se aplica debe estar acorde en el producto que se debe ofrecer (sostenible, 2010).

Para la empresa Nuevas hojas mismas raíces S.A los siguientes factores son el más importante: producto de alta calidad, servicio al cliente, y precios moderados.

Dado las características del producto el enfoque de servicio al cliente es un factor importante dentro de las estrategias. La persona que solicite el producto va tener acompañamiento hasta el punto que se siente satisfecho con la camiseta que compro.

Para los pedidos de sus camisetas en el precio está incluido el envío dentro del casco urbano del municipio El Tuma La Dalia.

El tercer factor es unas características del producto mismo y es de alta calidad de material que se va utilizar para su confección. Las últimas estrategias de mercado son los precios relativamente bajos para la clase de servicio que espera ofrecer camisetas con serigrafías, el diseño personalizado a un precio de tienda es muy atractivo a cualquier cliente.

3.7 El producto

La empresa Nuevas hojas mismas raíces S.A va ofrecer camisetas estampadas según los requerimientos del cliente. Un producto que tiene bastante demanda en diferentes fines. En fin nuestra idea emprendedora nos conlleva a rescatar frases propias de nuestros poetas, quienes son los principales inspiradores de este proyecto ya que estamos olvidando nuestras raíces, sin embargo tendremos diseños personalizados.

3.8 Marketing Mix:

A partir de la estrategia publicitario trazados y tomando en cuenta el posicionamiento, imagen y diferenciación que se han dispuesto, se tiene que la empresa utilizara los siguientes canales de publicidad y promoción para lograr las expectativas que requiere la empresa, así tenemos canales digitales: se buscará crear paginas online, la cual sirva de información para las potenciales compradoras.

3.9 Estrategias de promoción

En el punto de venta se maneja un precio fijo para cada producto ofertado, y para los productos personalizados se ofrecerán precios especiales.

Descuentos en el precio.

Para los pedidos al por mayor se realizará un descuento de acuerdo a la cantidad solicitada, para este tipo de ventas se pueden manejar descuentos por pronto pagos, porque así la empresa puede utilizar las utilidades en el corto plazo.

En el punto de venta se realizan descuentos sobre el precio de forma aleatoria con el fin de realizar cambios de recolección o por cambio de temporadas, para lograr una buena rotación de los productos.

3.1.2 Estrategias de comunicación

Dentro de las estrategias de comunicación se encuentran la página web de la empresa que da a conocer el producto y permite conocer la opinión de los clientes. Las redes sociales Facebook y twitter, permitirán que más personas conozcan sobre los productos y opinen en base a los mismos, que les gustaría que se fabricara.

El sistema de ventas propuesto para la empresa Nuevas hojas mismas raíces S.A, es.

Internet: página web con tienda virtual que permitirá la toma de pedidos según las necesidades de los clientes. En mercado libre estarán disponibles los productos de la empresa.

En redes sociales (Facebook, twitter), para dar a conocer los productos voz a voz. Callcenter: la empresa tendrá servicios telefónicos para atender pedidos y solicitudes de los clientes necesidades del cliente.

Se buscará crear páginas online, la cual sirva de información para los clientes potenciales.



Campaña publicitaria.

La radio escogida para la campaña publicitaria sera estereo Dalia que cuenta con una gran acogida al publico oyente, aprovechando las ferias de publicidad por la alcaldia construyendo una relacion continua y asi participar en momentos el cual se desarrolle dicha actividad.

Estrategia de Servicio

Servicio al cliente basado en.

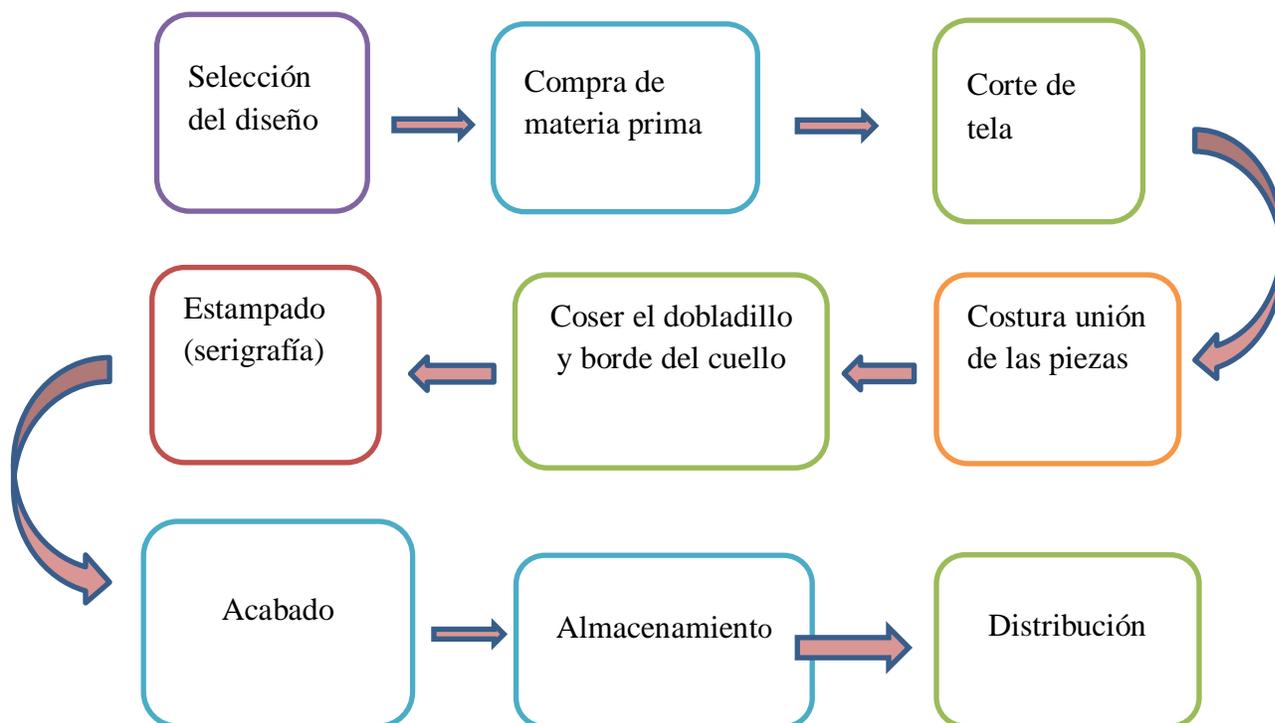
- 1) Atención Rápida: A nadie le agrada esperar o sentir que se le ignora. Si llega un cliente y estamos ocupados, dirigirse en forma sonriente y decirle “Estaré con usted en un momento” Confidencialidad: Cumplirle al cliente con lo que se le promete.
- 2) Atención personal: Nos agrada y nos hace sentir importante la atención personalizada, una forma de personalizar el servicio es llamar al cliente por su nombre.
- 3) Personal bien informado: Brindar un servicio, una información completa y segura respecto a los productos que se venden.
- 4) Simpatía: El trabajo comercial agradable con entusiasmo y credibilidad

IV. PLAN DE PRODUCCIÓN.

El plan de producción y los procesos que conlleva son probablemente lo más específico del plan de negocio de cada empresa. Las sustanciales diferencias estarán no solo en el sector de la actividad económica sino en el tipo de producto o servicio, en las innovaciones o mejoras que la empresa introduzca y en sus posibilidades (Argentina, 2011)

Proceso de confeccion de camisetas

La cadena de producción del sector textil-vestuario consta de las siguientes actividades: selección del diseño, compra de materia prima, corte de tela, costura de piezas, coser el dobladillo y borde del cuello, estampado, acabado, almacenamiento y distribución.



Grafica de cadena de producción.

Fuente.Elaboracion Propia

- 1) Las etapas del proceso de producción que se llevan a cabo sobre el sector de confeccion y acabados, se identifica una sola cadena de producción: como selección del diseño este se enfoca en desarrollar varias muestras y conseguir la aprobación del cliente, observando los catálogos o los molde de diseños y elige el de su preferencia de igual

manera podrá llevar su propio diseño personalizado explicarlo para mostrar el diseño manual o computarizado de forma rápida para generar una vista preliminar de la imagen, también elige el color de la tela que desea y se toman las medidas exactas del individuo para confeccionar la camiseta.

- 2) En la segunda etapa consiste en la compra de materia prima. Este por general siendo una empresa confeccionadora de camisetas tendrá en inventario la materia prima que es donde el cliente hace la inspección y elige lo que desea. Refiriéndose al proceso de elaboración de la camiseta es importante mencionarla ya que pueden haber casos de otras preferencias de colores. Teniendo las medidas del individuo, la tela seleccionada y el diseño de serigrafía continuamos al proceso de corte de la tela. Hacemos los trazos necesarios del corte en la tela marcando con tiza y luego seccionamos utilizando las tijeras especiales en esto.
- 3) Pasando al proceso de costura (unión de las piezas). Para dicho propósito empleamos las máquinas eléctricas garantizando que el pedido sea más eficiente. Al finalizar con los cortes de los trazos costuramos, unimos la pieza delantera con la trasera, luego las mangas pasando al siguiente proceso.
- 4) Coser el dobladillo y el borde del cuello, el cual consiste en los bordes de cada línea de la camiseta, dándole un acabado final bordamos el cuello para asegurar que no se desile o tenga una parte sin costura, esto permite darle la medida exacta del individuo.
- 5) El procedimiento del **estampado** de la serigrafía,. Se separan los diseños por colores y a partir de cada uno se imprimen los fotolitos en papel transparente. Este sirve para crear las pantallas, el paso de la tinta se bloquea en la zona donde no habrá imagen, dejando libre la zona donde pasará la tinta, luego se estampa el diseño.
- 6) Acabado, se verifican las costuras y otras cualidades necesarias, planchar y empacar.
- 7) Almacenamiento, se resguardan las camisetas en los estantes mientras se hacen las entregas a los clientes.
- 8) Distribución, teniendo ya los canales de comunicación y el tiempo determinado de entrega se disponen en la tienda para distribuir de manera eficiente.
- 9) Es muy importante llevar en cuenta cada proceso que será ejecutado para tener un control exacto de lo que se quiere lograr.

La siguiente tabla muestra los datos numéricos que necesita para la elaboración de una camiseta, estos datos son promediados puesto que en algunos casos se necesitara más materia prima y en otros casos menos dependiendo del tamaño del individuo.

costo por unidad producida				
Descripción	unidad	cantidad	c/unitario	C/total
Costos directos				
Tela	yarda	1	C\$80,00	C\$80,00
Hilo	Rollo	0,008	C\$50,00	C\$0,40
Serigrafía	unidad	1	C\$50,00	C\$50,00
Mano de Obra directa	unidad	1	C\$23,85	C\$23,85
Empaque		1	C\$0,75	C\$0,75
Costos indirectos				
Servicios básicos		1	C\$11,01	C\$11,01
Renta		1	C\$6,41	C\$6,41
Impuestos		1	C\$1,84	C\$1,84
Mano de obra indirecta		1	C\$25,83	C\$25,83
Gastos de Admón.		1	C\$3,15	C\$3,15
Total				C\$203,25
Precio sugerido				C\$220,00
Ingreso neto				C\$16,75

Fuente.Elaboracion Propia

Cabe mencionar que durante un año la actividad de elaboración de camisetas seria según la siguiente tabla que correspondería al primer año de producción de la actividad económica

Tabla de calculo			
Descripción	días/mes	Cantidad	Total
Camisetas	26	22	572,00
ingreso por camiseta			C\$220,00
ingreso total			C\$125.840,00

Fuente.Elaboracion Propia

En esta tabla se muestra los días trabajados en el mes que corresponden a 26 días laborales, produciendo 22 camisetas diarias para obtener un total de 772 unidades producidas con un ingreso sobre ventas de camisetas de **C\$125.840,00**

4.1 Materia prima

MATERIA PRIMA				
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	total mensual
13	pieza de tela	C\$4.000,00	C\$52.000,00	C\$52.000,00
5	Hilo	C\$50,00	C\$250,00	C\$250,00
	Total		C\$52.250,00	C\$52.250,00

Referencia: Tabla 5 presupuesto

4.2 Tecnología requerida

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	Total mensual
1	serigrafía	C\$50,00	C\$22.500,00	C\$22.550,00

Se contratara servicios profesionales de impresión en serigrafía de alta calidad para ofrecerle al cliente diferentes opciones de impresión en serigrafía.

MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA				
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	total mensual
	ADMINISTRACION			C\$40.600,00
10	Silla	C\$700,00	C\$7.000,00	C\$7.000,00
1	Mesa Pequeña	C\$800,00	C\$800,00	C\$800,00
1	Escritorio para oficinas	C\$5.000,00	C\$5.000,00	C\$5.000,00
1	Computadora Lenovo	C\$13.000,00	C\$13.000,00	C\$13.000,00
1	Estantes	C\$7.000,00	C\$7.000,00	C\$7.000,00
1	Archivador	C\$5.000,00	C\$5.000,00	C\$5.000,00
2	Espejo Pequeño	C\$800,00	C\$1.600,00	C\$1.600,00
1	Impresora	C\$1.200,00	C\$1.200,00	C\$1.200,00
	PRODUCCION			C\$40.200,00
2	Máquina de Pedal Regina	C\$6.000,00	C\$12.000,00	C\$12.000,00
2	Plancha Oster	C\$900,00	C\$1.800,00	C\$1.800,00
2	Maquina Electrica Brother JX3135F	C\$5.000,00	C\$10.000,00	C\$10.000,00
2	Mesa Grande	C\$1.200,00	C\$2.400,00	C\$2.400,00
2	Estantes	C\$7.000,00	C\$14.000,00	C\$14.000,00
	Total			C\$80.800,00

Referencia: Tabla 1 presupuesto

Para crear un negocio se requiere inversión en activos, se caracterizan por los bienes que posee para su uso para producir bienes y servicios con fines administrativos, su valoración es distinta a la valoración de inmobiliarios. Cuotas de depreciación y amortización según la ley 822, ley de concertación tributaria y su reglamento Base legal: ley 822 artículo 34.

4.4 Almacenamiento y manejo de inventario

En esta parte se controla el movimiento (entrada y salida) de insumos o productos para mantener un registro en los flujos de producción y de ventas, es de vital importancia para el funcionamiento de la empresa

Artículo: _____

TARJETA AUXILIAR DE ALMACEN

Tarjeta No. _____

Almacén: _____

Unidad de medida: _____

Ubicación: _____

Mínimo: _____

Máximo: _____

<i>Fecha</i>	<i>Concepto</i>	<i>Unidades</i>			<i>Costo Unitario</i>	<i>Costo promedio</i>	<i>Valores</i>		
		<i>Entrada</i>	<i>Salida</i>	<i>Existencia</i>			<i>Debe</i>	<i>Haber</i>	<i>Saldo</i>

4.5 Localización y tamaño de la empresa

El proyecto está localizado en la República de Nicaragua, país ubicado en el istmo centroamericano que limita al norte con Honduras y al sur con Costa Rica. Posee costas en el Océano Pacífico y el Mar Caribe; y en cuanto a límites marítimos en el Océano pacífico colinda con El Salvador, Honduras y Costa Rica, mientras que en el Mar Caribe colinda con Honduras, Colombia y Costa Rica.



Mapa de Nicaragua

Micro localización

El Tuma - La Dalia es una municipalidad del departamento de Matagalpa, en la República de Nicaragua, con la localidad de La Dalia como cabecera municipal. El municipio toma su nombre de sus dos pueblos principales: El Tuma y La Dalia. Dista a 175 km de la ciudad de Managua, Capital del país y a 45 km de Matagalpa, cabecera departamental del departamento del mismo nombre.



Figura :Mapa de Matagalpa

La micro empresa de elaboración de camisetas con estampados está ubicada en el casco urbano La Dalia, cabecera municipal del juzgado 500 metros al este barrio 19 de julio.

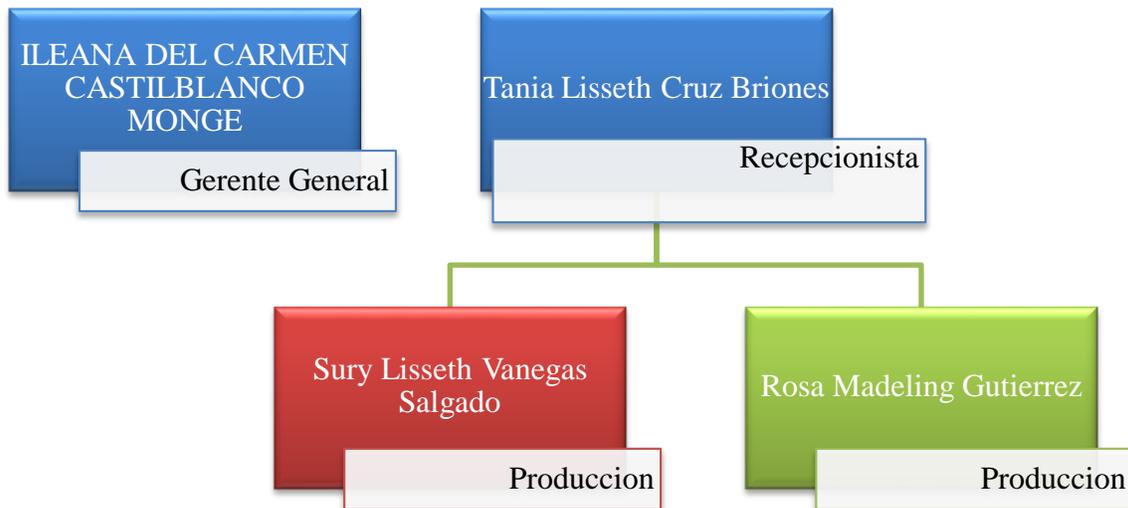
Este negocio toma en nombre de micro-empresa por su tamaño, esto depende del capital de los emprendedores. Cuenta con los equipos necesario para la producción, entre ellas tenemos;

- Infraestructura: Un local construida de piedra cantera y zinc de 4 metros de ancho por 6 de largo, un patrie de 2 metros de largo por 45 centímetros de ancho.

V. PLAN DE ORGANIZACIÓN

Una de las formas que tiene una empresa para ganar competitividad es analizando, de forma detallada, cuál es su estructura organizativa. Es decir, aquellos aspectos en relación a sus procesos, procedimientos internos o configuración del personal y de las responsabilidades y funciones que tiene cada uno de los miembros que conforman la organización **Fuente especificada no válida.**

Diseñamos esta estructura inicial pensando estar en constante evolución y que varíen conforme varíen las necesidades de la empresa.



Fuente.Elaboracion Propia

Gerencia General: En esta área se encuentra la autoridad máxima representativa dentro de la empresa, que estará encargada de planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar el rumbo de la empresa mediante la aplicación de estrategias para el logro de los objetivos trazados.

El Gerente general Ileana del Carmen Castilblanco Monge se encargará del marketing y publicidad de la empresa.

Recepcionista Tania Lisseth Cruz Briones encargada de atención al cliente y de marketing.

Es muy importante que las socias Sury Lisseth Vanegas Salgado y Rosa Madeling Gutiérrez encargadas de área de producción y también tengan conocimiento del área administrativa de manera que puedan contribuir con ideas y correctas decisiones de la empresa.

Se considerara como actividad principal reuniones periódicas con todos los socios para revisar los objetivos trazados y corregir cualquier desventaja dentro de la empresa y tomar decisiones adecuadas.

5.1 Mision

La empresa Nuevas hojas, mismas raíces brindara una alternativa para el municipio El Tuma La Dalia en la confección de camisetas con serigrafías para hombre y mujer que siempre estén siguiendo la tendencia de la moda, adicionándole un carácter de personalización que identifique a cada persona como individuo nicaragüense destacando la cultura Así satisfaciendo las necesidades de protección y de libre expresión

Visión

Para el año 2025 ser una de las empresas más competitivas en el sector de confección de camisetas con serigrafías para diferente sexo y entre las edades de 16 años a mas en el municipio El Tuma La Dalia, estando siempre al frente en el uso de la tecnología y adaptando las necesidades de los clientes en la forma que se personalizan y compran un producto.

2. VALORES CORPORATIVOS



Fuente.Elaboracion Propia

5.2 CONSTITUCIÓN EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES.

NUEVAS HOJAS, MISMAS RAÍCES es una empresa que se constituirá por compañía limitada. Ya que los socios aportaran por partes iguales el capital necesario para llevar a cabo su implementación.

La empresa está conformada por tres socios para colaborar juntos con un fin mutuo y a la vez lucrarse, cumpliendo siempre con las normas establecidas por la constitución del negocio.

ADONDE SE DEBE IR		COMPRAS PREVIAS
1	Administración Renta (DGI)	Comprar papel sellado o timbres
2	Librería	Comprar libros comerciales (Order Book)
Escritura de constitución de compañía limitada		
3	Abogado y Notario Publico	Solicitar elaboración de escritura constituida y estatutos y copia autentica.
4		Pagar y retirar escritura constitutiva , estatutos y copia autentica
Inscripción de compañía limitada y sucesores		
5	Registro público de la propiedad inmueble y mercantil.	Obtener orden de pago Inscripción de compañía limitada y sucesores
6	Banco	Pagar la inscripción de compañía limitada y sucesores

7	Registro público de la propiedad inmueble y mercantil.	Solicitar inscripción de compañía limitada y sucesores
8	Registro público de la propiedad inmueble y mercantil.	Retirar inscripción de compañía limitada y sucesores
9	Registro público de la propiedad inmueble y mercantil.	Obtener orden de pago de inscripción como comerciante y sellado de libros
10	Banco	Pagar inscripción de comerciante y sellado de libros
11	Registro público de la propiedad inmueble y mercantil.	Solicitar inscripción como comerciante y sellado de libros
12	Registro público de la propiedad inmueble y mercantil.	Retirar inscripción como comerciante y sellado de libros.
Poder general de administración de la sociedad		
13	Abogado y notario publico	Solicitar elaboración y certificación de poder general de administración
14		Retirar el poder general de administración de documentos.
Inscripción de poder general de administración de la compañía limitada y sucesores		
15	Registro público de la propiedad inmueble y mercantil	Obtener orden de pago de inscripción de poder

16	Banco	Pagar inscripción de poder
17	Registro público de la propiedad inmueble y mercantil	Solicitar inscripción de poder
18	Registro público de la propiedad inmueble y mercantil	Retirar inscripción de poder
Documentos únicos de registros		
19	Administración de cualquier renta DGI	Obtener documento único de registro

Fuente.Elaboracion Propia

Hay que hacer una escritura de constitución y también los estatutos dependen del negocio que se requiera. Con la escritura de la sociedad, con los estatutos y ya inscrita la sociedad y este en marcha costaría \$400.00 (Blandon, 2019)

VI. PLAN FINANCIERO

6.1 INVERSIONES

Inversiones en activo fijo: Son las inversiones realizadas en bienes tangibles que se utilizaran en el proceso de transformación de insumos o sirven de apoyo a la operación normal del proyecto.

Inversión en activos intangibles: Son las inversiones realizadas sobre activos constituidos por servicios o derechos adquiridos, se encuentran comprendidos los gastos de organización, las patentes y licencias, gastos de puesta en marcha ,etc.

Inversiones en capital de trabajo: se trata del conjunto de recursos, constituidos por activos corrientes utilizados para la operación normal del proyecto. Compuesto por mano de obra, materia prima más insumos.

En la siguiente tabla se muestran el total necesario para la puesta en marcha del la empresa Nuevas hojas, mismas raíces.

Total	
inversión fija	C\$85.545,00
Inversión diferida	C\$46.740,83
Capital de trabajo(mensual)	C\$112.570,00
Imprevistos (10%)	C\$24.485,58
Total	C\$269.341,41

Fuente.Elaboracion Propia

6.2 (FLUJO DE CAJA)

El objetivo de la implementación de este modelo de flujo de caja es para permitir examinar la información detallada para tener mejor análisis de la información financiera, el modelo de nuestro saldo inicial del dinero los ingresos y gastos de dinero, los gastos se dividen administrativos y operativos.

Concepto y/o Descripción	Año 0	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Ingresos por Ventas		C\$1.618.347,8808	C\$1.861.100,0629	C\$2.140.265,0724	C\$2.461.304,8332	C\$2.830.500,5582
Egresos por Costos y Gastos		C\$1.444.200,4917	C\$1.660.830,5654	C\$1.909.955,1502	C\$2.196.448,4227	C\$2.525.915,6862
Utilidad Antes de Interese e Imp		C\$174.147,3892	C\$200.269,4975	C\$230.309,9222	C\$264.856,4105	C\$304.584,8721
Impuestos		C\$21.969,1200	C\$25.264,4880	C\$29.054,1612	C\$33.412,2854	C\$38.424,1282
Utilidad Neta de Ejercicio		C\$152.178,2692	C\$175.005,0095	C\$201.255,7610	C\$231.444,1251	C\$266.160,7439
Depreciaciones		C\$18.460,0000	C\$13.840,0000	C\$13.840,0000	C\$13.840,0000	C\$13.840,0000
Inversión Diferida		C\$46.740,8300				
recuperación del Capital de Trabajo		C\$0,0000	C\$0,0000	C\$0,0000	C\$0,0000	C\$0,0000
Inversión Total	C\$269.341,4130					
Aporte de Socios	C\$269.341,4130					
Flujo Neto	C\$269.341,4130	C\$217.379,0992	C\$188.845,0095	C\$215.095,7610	C\$245.284,1251	C\$280.000,7439
VAN (15%)	C\$150.970,4595					
TIR	75%					
RELACION BENEFICIO COSTO	2,597687309					
BENEFICIOS ACTUALIZADOS	\$699.664,77					

Fuente.Elaboracion Propia

6.3 CATALOGO DE CUENTAS NUEVAS HOJAS MISMAS
RAICES

Código	Cuenta	Descripción Cuenta	Activo corriente	Subrubro
1101001	001	Cana	ACTIVO	Efectivo en Caja y Bancos
1101002	002	Banco Cta Cte	ACTIVO	Efectivo en Caja y Bancos
1102001	001	Inversiones	ACTIVO	Inversiones
1103001	001	Clientes	ACTIVO	Deudores por ventas
1103002	002	Estimacion para cuentas Incobrables	ACTIVO	Dudores por ventas
1104001	001	Documentos por Cobrar	ACTIVO	Creditos por Ventas
1105001	001	Deudores Diversos	ACTIVO	Otros Creditos
1106001	001	Inventario de mercancías	ACTIVO	Inventario
1107001	001	IVA Acreditable	ACTIVO	Impuestos pagados por anticipado
1107002	002	IR pagado por anticipado	ACTIVO	Impuestos pagados por anticipado
1107003	003	1 % Impuesto Municipal pagado por anticipado	ACTIVO	Impuestos pagados por anticipado
1108001	001	Anticipo a Proveedores	ACTIVO	Otros Creditos
1201001	001	Terrenos	ACTIVO no corriente	Terrenos
1202001	001	Edificios	ACTIVO	Edificios
1203001	001	Equipo de entrega y reparto	ACTIVO	Equipo Rodante
1204001	001	Muebles y Utiles	ACTIVO	Mobiliario y Equipo de Oficina
1205001	001	Deprec Acumulada	ACTIVO	Deprec Acumulada
1206001	001	Gastos de organización e instalación	ACTIVO	Activo Diferido
1206002	002	Mejoras en propiedades rentadas	ACTIVO	Activo Diferido
1206003	003	Amortizacion Acumulada de Gtos de	ACTIVO	Activo Diferido

		Organización e Instalacion		
2101001	001	Proveedores	PASIVO	Cuentas por Pagar
2101002	002	Documentos por pagar	PASIVO	Cuentas por Pagar
2101003	003	Acreedores Diversos	PASIVO	Cuentas por Pagar
2102001	001	Acreedores Financieros C/P	PASIVO	Acreedores Diversos
2103001	001	Sueldos y Salarios	PASIVO	Gastos Acum por Pagar
2103002	002	Prestaciones Soc Acum	PASIVO	Gastos Acum por Pagar
2103003	003	Intereses Acum por Pagar	PASIVO	Gastos Acum por Pagar
2104001	001	2% IR Compra de Bienes y Servicios	PASIVO	Retenciones por Pagar
2104002	002	IVA por Pagar	PASIVO	Retenciones por Pagar
2104003	003	1% Impuesto Municipal sobre ventas	PASIVO	Retenciones por Pagar
2104004	004	Ret Soc por Pagar	PASIVO	Retenciones por Pagar
2201001	001	Acreedores Financieros L/P	PASIVO	Acreedores Diversos
2201002	002	Hipotecas por pagar a L/P	PASIVO	Cuentas por Pagar LP
3101001	001	Capital Social	PATRIMONIO	Patrimonio Neto
3102001	001	Utilidades Acumuladas	PATRIMONIO	Utilidades y Perdidas Acum
3103001	001	Pérdidas Acumuladas	PATRIMONIO	Utilidades y Perdidas Acum
3104001	001	Utilidad del Período	PATRIMONIO	Utilidad y Perdida Neta del Ejercicio
3105001	001	Pérdida del Período	PATRIMONIO	Utilidad y Perdida Neta del Ejercicio
3106001	001	Reserva Legal	PATRIMONIO	Reservas Legales
4101001	001	Ingresos por vta de mercancías	RES POSITIVO	Ventas
4102001	001	Productos Financieros	RES POSITIVO	Resultados Financieros
4103001	001	Otros productos del Periodo	RES POSITIVO	Otros Ingresos

5101001	001	Costos por ventas de mercancías	RES NEGATIVO	Costo de Mercadería Vendida
5102001	001	Gastos de Ventas	RES NEGATIVO	Gastos de Comercialización
5103001	001	Gastos de Administración	RES NEGATIVO	Gastos Operativos
5104001	001	Gastos Financieros	RES NEGATIVO	Resultados Financieros
5105001	001	Otros Egresos del Período	RES NEGATIVO	Otros Egresos

6.4 REGISTROS DE LIBRO DE DIARIO

REGISTROS DE LIBRO DE DIARIO						
EMPRESA NUEVAS HOJAS MISMAS RAICES S.A						
EEXPRESADO EN CORDOBAS						
REGISTROS DE LIBRO DE DIARIO						
Fecha	No. Asiento	Código	Descripción	Parcial	Debe	Haber
26/03/2019	1		Banco MN		269,341.41	
			Capital Social			269,341.41
			<i>Ileana</i>	89,780.47		
			<i>Rosa</i>	89,780.47		
			<i>Sury</i>	89,780.47		
			Contabilizando Aporte de Capital Social Inicial		<u>269,341.41</u>	<u>269,341.41</u>
01/04/2019	2		Gastos Legales		6,500.00	
			Banco MN			5,850.00
			Retenciones por pagar			650.00
			<i>Servicios Profesionales 10%</i>	650.00		
			Contabilizando Pago del 50% Abogado y Notario público, para la Inscripcion y registro de la Sociedad		<u>6,500.00</u>	<u>6,500.00</u>
			Cargos Diferidos		7,300.00	
02/04/2019	3		<i>Gastos de Instalacion</i>	4,500.00		
			<i>Promocion y publicidad</i>	2,800.00		
			Gastos de Venta		12,000.00	
			<i>Diseño de Marca</i>			

				12,000.00		
			Banco MN			19,060.00
			Retenciones por pagar			240.00
			<i>Bienes y Servicios 2%</i>	240.00		
			Contabilizando gastos de Instalacion, ademas el gasto por diseño de marca.		<u>19,300.00</u>	<u>19,300.00</u>
03/04/2019	4		Anticipo a justificar		6,520.00	
			<i>Ileana</i>	6,520.00		
			Maquinaria		23,800.00	
			Mobiliario y Equipo		42,800.00	
			Equipo de cómputo		14,200.00	
			Gastos de Administracion		7,365.83	
			<i>Papelería y útiles de oficina</i>	6,620.83		
			<i>Materiales de Aseo y Limpieza</i>	745.00		
			Banco MN			93,069.83
			Retenciones por pagar			1,616.00
			<i>Bienes y servicios 2%</i>	1,616.00		
			Contabilizando anticipo a justificar, compras de maquinaria, mobiliario y equipo y gastos de administracion		<u>94,685.83</u>	<u>94,685.83</u>
04/04/2019	5		Inventario de Materia Prima		52,250.00	
			<i>pieza de tela</i>	C\$52,000.00		

			<i>Hilo</i>	C\$250.00		
			Material de empaque		470.00	
			Enseres		150.00	
			Banco MN			51,825.00
			Retenciones por pagar			1,045.00
			<i>Bienes y servicios 2%</i>	1,045.00		
			Contabilizando Costos por compra de Materia prima y material de empaque		<u>52,870.00</u>	<u>52,870.00</u>
05/04/2019			Produccion en proceso		17,416.67	
			Inventario de Materia Prima			17,416.67
			Contabilizando inicio de produccion.		<u>17,416.67</u>	<u>17,416.67</u>
08/04/2019			Gastos de Venta		6,520.00	
			<i>Inscripcion de marca</i>	5,520.00		
			<i>Viaticos</i>	1,000.00		
			Anticipo a justificar			6,520.00
			<i>Ileana</i>	6,520.00		
			Contabilizando justificacion de anticipo para gastos en inscripcion de marca		<u>6,520.00</u>	<u>6,520.00</u>
09/04/2019			Gastos de Administracion		6,500.00	
			<i>Gastos Legales</i>	6,500.00		
			Banco MN			5,850.00
			Retenciones por pagar			650.00

			<i>Servicios Profesionales 10%</i>	650.00		
			Contabilizando cancelacion a abogado y notario por realizar tramites legales para la empresa		<u>6,500.00</u>	<u>6,500.00</u>
15/04/2019			Gastos de Administracion		15,500.00	
			<i>Salarios</i>	12,500.00		
			<i>INATEC</i>	250.00		
			<i>INSS Patronal</i>	2,750.00		
			Banco MN			11,625.00
			Retenciones por pagar			875.00
			<i>Inss Laboral</i>	875.00		
			Gastos acumulados por pagar			3,000.00
			<i>INATEC</i>	250.00		
			<i>INSS Patronal</i>	2,750.00		
			Contabilizando planilla de pago a los trabajadores, del 01 al 15 de Abril 2019		<u>15,500.00</u>	<u>15,500.00</u>
16/04/2019			Inventario de Producto terminado		17,416.67	
			Produccion en proceso		17,416.67	
			Materia Prima			17,416.67
			Produccion en proceso			17,416.67
			Contabilizando el producto terminado (217		<u>34,833.34</u>	<u>34,833.34</u>

			piezas) y produccion en proceso			
17/04/2019			Banco MN		11,000.00	
			Costo de Ventas		4,013.00	
			Ventas			11,000.00
			Inventario de Producto terminado			4,013.00
			Contabilizando ventas de 50 piezas de camisetas		<u>15,013.00</u>	<u>15,013.00</u>
19/04/2019			Banco MN		15,400.00	
			Costo de Ventas		5,618.20	
			Ventas			15,400.00
			Inventario de Producto terminado			5,618.20
			Contabilizando ventas de 70 piezas de camisetas		<u>21,018.20</u>	<u>21,018.20</u>
20/04/2019			Banco MN		21,340.00	
			Costo de Ventas		7,785.22	
			Ventas			21,340.00
			Inventario de Producto terminado			7,785.22
			Contabilizando venta de 97 camisetas		<u>29,125.22</u>	<u>29,125.22</u>
22/04/2019			Inventario de Producto terminado		17,416.67	
			Produccion en proceso		10,995.62	
			Materia Prima			10,995.62
			Produccion en proceso			17,416.67

			Contabilizando producto terminado (218 piezas)		<u>28,412.29</u>	<u>28,412.29</u>
23/04/2019			Banco MN		33,000.00	
			Costo de Ventas		11,983.50	
			Ventas			33,000.00
			Inventario de Producto terminado			11,983.50
			Contabilizando venta de 150 camisetas		<u>44,983.50</u>	<u>44,983.50</u>
27/04/2019			Inventario de Producto terminado		10,995.62	
			Produccion en proceso			10,995.62
			Contabilizando producto terminado (137 piezas)		<u>10,995.62</u>	<u>10,995.62</u>
29/04/2019			Banco MN		26,400.00	
			Costo de Ventas		9,631.20	
			Ventas			26,400.00
			Inventario de Producto terminado			9,631.20
			Contabilizando venta de 120 piezas		<u>36,031.20</u>	<u>36,031.20</u>
30/04/2019			Banco MN		18,700.00	
			Costo de Ventas		6,822.10	
			Ventas			18,700.00
			Inventario de Producto terminado			6,822.10
			Contabilizando venta de 85 piezas		<u>25,522.10</u>	<u>25,522.10</u>
30/04/2019			Gastos de Administracion		15,500.00	
			<i>Salarios</i>			

			12,500.00		
		<i>INATEC</i>	250.00		
		<i>INSS Patronal</i>	2,750.00		
		Banco MN			11,625.00
		Retenciones por pagar			875.00
		<i>Inss Laboral</i>	875.00		
		Gastos acumulados por pagar			3,000.00
		<i>INATEC</i>	250.00		
		<i>INSS Patronal</i>	2,750.00		
		Contabilizando planilla de pago a los trabajadores, del 16 al 30 de Abril 2019		<u>15,500.00</u>	<u>15,500.00</u>
30/04/2019		Costo de Ventas		28,600.00	
		<i>Serigrafia</i>	28,600.00		
		Banco MN			28,028.00
		Retenciones por pagar			572.00
		Contabilizando pago de servicio de serigrafía		<u>28,600.00</u>	<u>28,600.00</u>
30/04/2019		Gastos de admon		11,450.00	
		<i>Impuestos</i>	1,150.00		
		<i>Servicios basicos</i>	6,300.00		
		<i>Arriendo</i>	4,000.00		
		Retenciones por pagar		4,773.00	
		Banco MN			16,223.00

			Contabilizando gastos administrativos y cancelacion de retenciones del mes de Abril 2019		<u>16,223.00</u>	<u>16,223.00</u>
--	--	--	---	--	-------------------------	-------------------------

Fuente: Elaboración propia

6.5 BALANZA DE COMPROBACION

EMPRESA NUEVAS HOJAS MISMAS RAICES S.A
01 DE ABRIL AL 30 DE ABRIL
BALANZA DE COMPROBACION
EXPRESADO EN CORDOBAS

CODIGO	DESCRIPCION	SALDOS	
		DEBE	HABER
	Caja y Banco	152,025.58	
	inventario de Materia Prima	6,421.04	
	Inventario de Producto terminado		24.26
	Maquinaria	23,800.00	
	Mobiliario y equipo	42,800.00	
	Equipo de computo	14,200.00	
	Cargos diferidos	7,300.00	
	Retenciones por pagar INSS Laboral		1,750.00
	Gastos acumulados por pagar		6,000.00
	Capital Social		269,341.41
	Gastos de Administracion	62,815.83	
	Gastos de Venta	18,520.00	
	Costo de Venta	75,073.22	
	Ventas		125,840.00
	SUMAS IGUALES	402,955.67	402,955.67

Fuente: Elaboración propia

6.6 ESTADO DE RESULTADOS

EMPRESA NUEVAS HOJAS MISMAS RAICES S.A.
ESTADO DE RESULTADOS
AL 30 DE ABRIL 2019
EXPRESADO EN CORDOBAS

DESCRIPCION	ABRIL
Ventas	125,840.00
Costo de Venta	75,073.22
Utilidad Bruta	50,766.78
Gastos de Administración	62,815.83
Gastos de Venta	18,520.00
Depreciación	- 1,978.33
Utilidad antes de impuestos	- 32,547.38
Impuestos	-
Depreciación	1,978.33
Utilidad neta	- <u>30,569.05</u>

Fuente: Elaboración propia

6.7 BALANCE GENERAL

EMPRESA NUEVAS HOJAS MISMAS RAICES S.A
DEL 01 AL 30 DE ABRIL 2019
EXPRESADO EN CORDOBAS

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CIRCULANTE	158,422.36		
Caja y Banco	152,025.58	PASIVO CIRCULANTE	7,750.00
inventario de Materia Prima	6,421.04	Retenciones por pagar INSS Laboral	1,750.00
Inventario de Producto terminado	- 24.26	Gastos acumulados por pagar	6,000.00
ACTIVO FIJO	80,800.00	TOTAL PASIVOS	<u>7,750.00</u>
Maquinaria	23,800.00		
Mobiliario y equipo	42,800.00	CAPITAL	
Equipo de computo	14,200.00	Capital Social	269,341.41
		Utilidad o pérdida del ejercicio	- 30,569.05
CARGOS DIFERIDOS	7,300.00		
Cargos diferidos	7,300.00	TOTAL ACTIVOS	<u>238,772.36</u>
TOTAL ACTIVOS	<u>C\$246,522.36</u>	TOTAL PASIVO MAS CAPITAL	<u>246,522.36</u>

Fuente: Elaboración propia

EMPRESA NUEVAS HOJAS, MISMAS RAÍCES® S. A.

DIRECCIÓN: _____

N° NIT _____

COMPROBANTE DE EGRESOS

N° _____

POR C\$: _____

Entregué a: _____

DIA	MES	ANO

En concepto de: _____

EFFECTIVO _____ CHEQUE _____ BANCO _____

Recibí Conforme: _____

Entregué Conforme: _____

Original Cliente

cc/Archivo

Comprobantes de egresos.

EMPRESA NUEVAS HOJAS, MISMAS RAÍCES" S, A

COMPROBANTE DE PAGO

EMPRESA NUEVAS HOJAS, MISMAS RAÍCES S, A

CHEQUE N° _____

Lugar y fecha: _____ día _____ mes _____ año _____

Páguese a la

Orden de: _____

La cantidad de: _____ CS _____

BANCO:

Firma autorizada

Firma autorizada

Matagalpa

CONCEPTO: _____

CODIGO	DESCRIPCION	PARCIAL	DEBE	HABER
	SUMAS IGUALES			

Elaborado por:

Revisado por:

Recibido por:

FACTURA

VII PLAN DE CONTINGENCIA.

Ambiente de control: incide sobre el funcionamiento de las actividades de control, los sistemas de comunicación y las actividades de supervisión.

RIESGO	G.P	PLAN DE CONTINGENCIA
	<i>A</i>	Riesgo importante La atención cordial por parte de nuestro personal hará que nuestros clientes regresen a nuestro local.
	<i>B</i>	Riesgo importante La publicidad mediante la radio y paginas online.
	<i>C</i>	Riesgo importante Buscar proveedores que nos den precios mas bajos al comprar por mayor.
	<i>D</i>	Riesgo intolerante La innovación de nuestra publicidad

La evaluación de riesgos permite a la organización considerar los posibles riesgos que impidan los logros de nuestros objetivos. La evaluación de riesgo debe ser supervisado en tiempo real o posterior.

VIII.CONCLUSIONES

La realización del plan de negocios sirvió como una guía para la formulación de una empresa de Textil vestuario cumpliéndose así el objetivo general del trabajo.

Se realizó un estudio de mercado a la población del casco urbano del Tuma la Dalia para determinar el nivel de aceptación del proyecto emprendedor textil-Vestuario aplicado a la población universo de 5519 habitantes entre las edades de 15 años a mas con una muestra de 360 personas con una aceptación del 96% de aceptación acertadas en la idea emprendedora e innovadora a implementar.

Se estableció un modelo operativo el cual estará en constante evolución según las necesidades de la empresa, se establecerán nuevas tecnologías utilizadas a las operaciones y los sistemas de control que impacten una mediante las actividades que se realizarán.

En termino generales se considera que el proyecto para la instalación de una empresa textil vestuario en el municipio el Tuma La Dalia es rentable como alternativa de inversión en base a lo señalado en cada una de las etapas del proyecto comprobándose con ello el desarrollo planteado en la investigación

VIII CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Cronograma De actividades	fecha						
	enero						
	L	M	M	J	V	S	D
Elección del Tema		1	2	3	4	5	6
Generalidades del proyecto	7	8	9	10	11	12	13
Objetivos	14	15	16	17	18	19	20
Indicadores	21	22	23	24	25	26	27
	28	29	30	31			
	Febrero						
	l	m	m	j	v	s	d
Medios de verificación.					1	2	3
Análisis del sector.	4	5	6	7	8	9	10
Aplicación de encuestas.	11	12	13	14	15	16	17
	18	19	20	21	22	23	24
	25	26	27	28			
	Marzo						
	l	m	m	j	v	s	d
Tabulación de resultados					1	2	3
Análisis del mercado	4	5	6	7	8	9	10
Plan de producción	11	12	13	14	15	16	17
Memoria de calculo	18	19	20	21	22	23	24

	25	26	27	28	29	30	31
	Abril						
Plan financiero	l	m	m	j	v	s	d
Principales supuestos , mercadeo, Estudio técnico y operativo	1	2	3	4	5	6	7

Fuente: elaboración propia.

2.1. Bibliografía

Alfaro, M. (2011). *Confecciones de prendas de vestir*. San Salvador.

Anduray, M. (2016). *Plan de negocio de textil-vestuario jean*. Esteli.

Argentina, e. X. (2011).

http://www.emprendedorxxi.coop/html/redemprendedores/entidades_home.asp. *Creacion de empresas*.

Blandon, A. H. (5 de Abril de 2019). Abogado y notario. (R. M. Gutierrez, Entrevistador)

Cerna, V. M. (2007). <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/334/index.htm>.

Hidalgo, G. T. (2010). *Diseño y comercializacion de camisetas*. Guatemala.

Lacayo, V. P. (2010). *El sector textil y confeccion y desarrollo sostenible en Nicaragua*. Nicaragua.

Martines, J. L. (4 de abril de 2019). Administrador. (R. M. Gutierrez, Entrevistador)

Nicaragua Diseña. (9 de noviembre de 2015). Obtenido de Nicaragua Diseña:

<https://nicaraguadisena.com/#>

sostenible, I. p. (2010). *sector textil y confeccion y el desarrollo sostenible en Nicaragua*. Nicaragua.

Alfaro, M. (2011). *Confecciones de prendas de vestir*. San Salvador.

Anduray, M. (2016). *Plan de negocio de textil-vestuario jean*. Esteli.

Argentina, e. X. (2011).

http://www.emprendedorxxi.coop/html/redemprendedores/entidades_home.asp. *Creacion de empresas*.

Blandon, A. H. (5 de Abril de 2019). Abogado y notario. (R. M. Gutierrez, Entrevistador)

Cerna, V. M. (2007). <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/334/index.htm>.

Hidalgo, G. T. (2010). *Diseño y comercializacion de camisetas*. Guatemala.

Lacayo, V. P. (2010). *El sector textil y confeccion y desarrollo sostenible en Nicaragua*. Nicaragua.

Martines, J. L. (4 de abril de 2019). Administrador. (R. M. Gutierrez, Entrevistador)

Nicaragua Diseña. (9 de noviembre de 2015). Obtenido de Nicaragua Diseña:
<https://nicaraguadisena.com/#>

sostenible, I. p. (2010). *sector textil y confeccion y el desarrollo sostenible en Nicaragua*.
Nicaragua.

ANEXO



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

Somos estudiantes de la carrera de contaduría pública y finanzas y estamos realizando un estudio de modalidad de graduación, con el fin de analizar la Factibilidad para la formulación de una empresa comercial de textil en el municipio El Tuma La Dalia departamento de Matagalpa II semestre 2019. De ante mano le agradecemos su valiosa colaboración en proporcionar información que servirá para la toma de decisiones de nuestro proyecto.

SEXO: _____ COMUNIDAD: _____ Edad _____

El consumidor

1. ¿En qué ocasiones compra camisetas?
 - Cada semana
 - Cada mes.
 - Cada 6 meses
 - Otros
2. ¿Principal motivo al momento de comprar camisetas?
 - Moda
 - Necesidad
 - Otro
3. ¿Cuánto dinero ha llegado a gastar en una camiseta personalizada?
 - Menos de 100 pesos
 - Menos de 300 pesos
 - Menos de 500 pesos
4. ¿Qué estilo compra con más frecuencia?
 - Elegante
 - Deportivo

- Casual
- Otro

El producto

5. ¿Qué buscaría usted en la compra de camisetas a un proveedor poco conocido?

- Economía
- Calidad
- La posibilidad de crear su propio diseño
- Otro.

5. ¿Usaría camisetas personalizadas inspiradas en nuestra cultura y Literatura Nicaragüense?

- Si
- No

7. ¿Cómo fue la atención de los vendedores la última vez que visitaste una tienda?

- Excelente
- Muy bueno
- Bueno
- Regular

8. ¿Piensa usted que nuestro servicio le sería útil?

- Si
- No

9. ¿Recomiendas tiendas a tus amigos?

- Si
- No

10. ¿alguna vez ha comprado productos en línea?

- Si
- No

11. ¿prefiere visitar la tienda o comprar en línea?

- visitar nuestra tienda.

- comprar en línea



Aplicación de instrumentos en Barrios del municipio el Tuma La Dalia

**Nada mas triste que
un titán que llora,
Hombre-Montaña
encadenado a un lirio...**

Ruben Dario

Camisetas con serigrafía inspiradas en la literatura Nicaragüense.

ANALISIS FODA

FORTALEZAS:

1. Un diseño innovador en la línea de camisetas personalizadas.
2. Fácil manejo al momento de diseñar con herramientas interactivas.
3. Aceptación del producto por fácil manejo y comodidad para el cliente.

OPORTUNIDADES:

1. Innovadores en el mercado local.
2. Alta demanda de consumidores con gran aceptación del producto.

DEBILIDADES.

1. Producto nuevo en el mercado.
2. Al ser una empresa nueva, habrá que enfrentar dificultades para conseguir financiamiento.

AMENAZAS

1. Empresas con gran trayectoria y experiencia en fabricación de camisetas.

TABLA DE CALCULO DEL IR

Renta Imponible		Impuesto Base	Monto del Impuesto	
			Porcentaje Aplicable	Sobre Exceso de
C\$1,000	C\$100.000,000	C\$0,000	C\$0,000	C\$0,000
C\$100.000,010	C\$200.000,000	C\$0,000	C\$0,150	C\$100.000,000
C\$200.000,010	C\$350.000,010	C\$15.000,000	C\$0,200	C\$200.000,000
C\$350.000,010	C\$500.000,000	C\$45.000,000	C\$0,250	C\$350.000,000
C\$500.000,010	a más	C\$82.500,000	C\$0,300	C\$500.000,000

Artículos 19 - 20 - 21 - 22 de La Ley 822 Ley de Concetacion Tributaria

Salario entre 100,000.01 y 200,000 anuales				
NOTA: SALARIOS ENTRE C\$ 8,889 Y C\$ 17,777 MENSUALES				
Formula	RESULTADOS			
(+) Salario Mensual en C\$	C\$ 16,650.00	C\$ 9,000.00	C\$ 12,000.00	C\$ 17,777.00
(-) INSS Laboral (6.25%)	C\$ 1,040.63	C\$ 562.50	C\$ 750.00	C\$ 1,111.06
(=) Base Imponible	C\$ 15,609.38	C\$ 8,437.50	C\$ 11,250.00	C\$ 16,665.94
(x 12) Salario Anual	C\$ 187,312.50	C\$ 101,250.00	C\$ 135,000.00	C\$ 199,991.25
(-) Deducible	C\$ 100,000.00	C\$ 100,000.00	C\$ 100,000.00	C\$ 100,000.00
(=) Salario menos el deducible	C\$ 87,312.50	C\$ 1,250.00	C\$ 35,000.00	C\$ 99,991.25
(x 15%) Porcentaje Aplicable s/ Ley	C\$ 13,096.88	C\$ 187.50	C\$ 5,250.00	C\$ 14,998.69
(+) Impuesto Base s/ Ley	-	-	-	-
(=) IR Annual	C\$ 13,096.88	C\$ 187.50	C\$ 5,250.00	C\$ 14,998.69
(Entre 12) IR Mensual	C\$ 1,091.41	C\$ 15.63	C\$ 437.50	C\$ 1,249.89
Salario entre 200,000.01 y 350,000 anuales				
NOTA: SALARIOS A PARTIR DE C\$ 17,778.00				
Formula	RESULTADOS			
(+) Salario Mensual en C\$	C\$ 20,447.39	C\$ 19,000.00	C\$ 20,000.00	C\$ 22,000.00
(-) INSS Laboral (6.25%)	C\$ 1,277.96	C\$ 1,187.50	C\$ 1,250.00	C\$ 1,375.00

(=) Base Imponible	C\$ 19,169.43	C\$ 17,812.50	C\$ 18,750.00	C\$ 20,625.00
(x 12) Salario Anual	C\$ 230,033.14	C\$ 213,750.00	C\$ 225,000.00	C\$ 247,500.00
(-) Deducible	C\$ 200,000.00	C\$ 200,000.00	C\$ 200,000.00	C\$ 200,000.00
(=) Salario menos el deducible	C\$ 30,033.14	C\$ 13,750.00	C\$ 25,000.00	C\$ 47,500.00
(x 20%) Porcentaje Aplicable s/ Ley	C\$ 6,006.63	C\$ 2,750.00	C\$ 5,000.00	C\$ 9,500.00
(+) Impuesto Base s/ Ley	C\$ 15,000.00	C\$ 15,000.00	C\$ 15,000.00	C\$ 15,000.00
(=) IR Annual	C\$ 21,006.63	C\$ 17,750.00	C\$ 20,000.00	C\$ 24,500.00
(Entre 12) IR Mensual	C\$ 1,750.55	C\$ 1,479.17	C\$ 1,666.67	C\$ 2,041.67

LICENCIA COMERCIAL



ALCALDÍA "EL TUMA-LA DALIA"

CERTIFICADO DE N° 0010 43
LICENCIA COMERCIAL-2017



LICENCIA N°

VALOR C\$

NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE:

MUNICIPIO

ACTIVIDAD ECONOMICA:

DIRECCION DEL ESTABLECIMIENTO:

BOLETA MUNICIPAL N°:

FECHA DE EMISION:

FECHA DE VENCIMIENTO

EL TUMA LA DALIA

CATEGORIA

CUOTA FIJA

DECLARACION

ZONA

RUTA

DIR. ADMINISTRACION TRIBUTARIA

RESP. GESTION TRIUTARIA.



DEPOSITO

DIA MES AÑO

NOMBRE DEL DEPOSITANTE

IDENTIFICACION
FIRMA

CTA CTE

AHORRO

CORDOBAS

EFFECTIVO

CAT PREMIA

AHORRO

DOLARES

CHEQUES

CERTIFICADO

EUROS

BANPRO

Nº DE LA CTA

CHEQUES

CANTIDAD EN LETRAS

OTROS BANCOS

NOMBRE DE LA CTA

TOTAL

