



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

**Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo**

**FAREM – Carazo**

**Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas**

**Proyecto de Graduación para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública y Finanzas.**

**Proyecto de emprendimiento “VANDY Montajes y Decoraciones de Eventos”, ubicado en la ciudad de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el año 2022.**

**Autores:**

Br. Jirón Masis Andrea Sofía  
Br. Cruz López María Victoria  
Br. Muñoz Paz Wendy Valeria

**Carné**

18 – 90500 – 3  
18 – 90510 – 2  
18 – 90491 – 5

**Tutores:**

MSc. Modesta Carolina Rojas  
Lic. Guillermo Bladimir Acevedo Cruz

**Jinotepe, diciembre del 2022**



## Carta aval



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS



Jinotepe, 30 de noviembre del año 2022

**D.Sc. César Augusto Arévalo Cuadra**  
**Director**  
**Depto. de Ciencias Económicas y Administrativas**  
**Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo**

Estimado Doctor Arévalo Cuadra:

Por este medio entrego formalmente informe de Proyecto de Graduación, bajo el Tema: Proyecto de emprendimiento para la IV región, presentado por los bachilleres:

No.	Apellidos y Nombres	Carné
1.	Br. Jirón Masis Andrea Sofía	18 – 90500 – 3
2.	Br. Cruz López María Victoria	18 – 90510 – 2
3.	Br. Muñoz Paz Wendy Valeria	18 – 90491 – 5

**Siendo el subtema:** Proyecto de emprendimiento “VANDY Montajes y Decoraciones de Eventos”, ubicado en la ciudad de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el año 2022.

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

Por tanto, el presente trabajo puede ser defendido de acuerdo a los procedimientos académicos establecidos por la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua, para optar al título de Licenciatura en **Contaduría Pública y Finanzas**.

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

Atentamente,

  
MSc. Modesta Carolina Rojas  
Tutor de Proyecto de Graduación

  
Lic. Guillermo Bladimir Acevedo Cruz  
Tutor de Proyecto de Graduación

**¡A la libertad por la Universidad!**

De la Policía Nacional 2 cuadra al Oeste, Jinotepe, Carazo | Edificio Reynaldo Robales  
Telf: 2532 2668 / Ext. 7712-7723 | depto.ceconom.faremo@unan.edu.ni | www.farencarazo.unan.edu.ni

## **Dedicatorias**

Dedico este trabajo a mi madre que ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores los cuales me han ayudado a seguir adelante en momentos difíciles.

A mi padre que desde el cielo me ilumina para seguir adelante con mis proyectos, también dedico este trabajo a mi hermano mayor quien ha sido mi mayor inspiración y mi ejemplo a seguir desde que tengo memoria.

**Br. Cruz López María Victoria.**

Dedico este trabajo a mis padres porque han sido una parte fundamental en mi formación personal y académica, por su apoyo incondicional, dándome ánimos y motivándome día a día para que me esfuerce y pueda culminar con mis estudios.

**Br. Muñoz Paz Wendy Valeria.**

Dedico este trabajo a Dios:

Por derramar sus bendiciones sobre nosotras y llenarnos de su fuerza para vencer todos los obstáculos en este periodo universitario y en nuestras vidas.

A mis padres y familiares:

Por siempre apoyarme y darme los ánimos de seguir adelante; por ser una pieza clave en mi proceso de formación profesional y personal, motivándome para tener una buena educación tanto en mi hogar como en la universidad.

**Br. Jirón Masis Andrea Sofía.**

## **Agradecimientos**

Primeramente, agradezco a Dios por darme la fuerza y la sabiduría para culminar con éxito este proyecto de graduación.

Agradezco también a la FAREM-Carazo por haberme aceptado y abrir sus puertas del conocimiento para poder culminar con mi carrera, así como también a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante.

Mi agradecimiento también va dirigido a mis tutores de proyecto de graduación por haberme brindado la oportunidad de recurrir a sus conocimientos, por responder a mis dudas y brindarme un espacio de su tiempo para darme tutorías, así como también haber tenido toda la paciencia del mundo para guiarme durante todo el desarrollo de este proyecto.

Y para finalizar agradezco a mis compañeras por tenerme paciencia y por todo el apoyo que nos dimos mutuamente, este trabajo fue creado a través de todo nuestro esfuerzo y dedicación, agradezco tenerlas como compañeras.

**Br. María Victoria Cruz López.**

## **Agradecimientos**

Agradezco primeramente a Dios por derramar bendiciones sobre mí, por darme las fuerzas, la sabiduría e inteligencia necesaria para luchar hasta el final y poder culminar mi carrera universitaria.

Agradezco a todos mis maestros que me han brindado su tiempo, su paciencia y sus conocimientos a lo largo de estos 5 años para formarnos como excelentes profesionales. A nuestros tutores Lic. Guillermo Bladimir Acevedo Cruz y MSc. Modesta Carolina Rojas, por ser quienes han estado acompañándonos durante todo este tiempo para poder concluir con nuestro trabajo final.

A mis únicas dos amigas y compañeras de proyecto Andrea Jirón y María Cruz, gracias por el apoyo, la motivación, el compañerismo y la paciencia durante todo ese tiempo para poder concluir con nuestro trabajo final, les deseo salud, éxito y prosperidad, que Dios las bendiga grandemente y sea el guía de sus vidas.

**Br. Wendy Valeria Muñoz Paz.**

## **Agradecimientos**

Agradezco primeramente a Dios por derramar bendiciones sobre mí, por darme las fuerzas, la sabiduría e inteligencia necesaria para luchar hasta el final y poder culminar mi carrera universitaria.

Agradezco a mis padres; Eddy Martin Jirón Acevedo y María Danelia Masis Jirón, por su apoyo y amor incondicional. A mis hermanas y sobrino que siempre me dieron los ánimos cuando más los necesitaba. Cada uno de mis logros se los dedico a ellos, les estaré eternamente agradecida por darme una buena educación, su confianza por creer en mí, en este proceso de culminar mis estudios y graduarme.

Agradezco a todos y cada uno de mis maestros que me han brindado su tiempo, su paciencia y sus conocimientos a lo largo de estos 5 años para formarnos como excelentes profesionales. A nuestros tutores Lic. Guillermo Bladimir Acevedo Cruz y MSc. Modesta Carolina Rojas, por ser quienes han estado acompañándonos durante todo este tiempo para poder concluir con nuestro trabajo final.

A mis únicas e incondicionales amigas y compañeras de proyecto Wendy Muñoz y María Victoria Cruz, más que amigas son parte fundamental de mi vida, gracias por el apoyo, la motivación, el compañerismo y la paciencia durante todo ese tiempo para poder concluir con nuestro trabajo final, les deseo salud, éxito y prosperidad, que Dios las bendiga grandemente y sea el guía de sus vidas.

**Br. Andrea Sofía Jirón Masis.**

## **Resumen ejecutivo**

El presente proyecto con enfoque de emprendimiento evalúa la viabilidad para la implementación de la microempresa VANDY, dedicada al montaje y decoración de eventos. VANDY pretende dar un valor agregado que no solo satisfaga el deseo del usuario si no, que se logre realizar los sueños del cliente. Para lograr conocer la aceptación del servicio antes mencionado se basó en cinco etapas como lo son: generalidades del proyecto, estudio de mercado, plan de servicios, plan de organización y gestión y plan financiero, todos y cada uno de ellos ayudan a obtener y analizar la información sobre la viabilidad del proyecto.

Se realizó el análisis financiero del proyecto, el cual indica que existen grandes posibilidades de un desarrollo exitoso en el servicio en la ciudad de Jinotepe. Al tratarse de una propuesta innovadora, que abarca una importante solución a la oportunidad del mercado que se presenta, también se recolectó la información y documentos necesarios para la legalización de la micro empresa, los cuales son trámites legales y administrativos, que deben cumplir para el inicio operaciones, además de la necesidad de los procedimientos de organización para el buen funcionamiento de VANDY. Por último, se desarrolló el plan financiero donde se realizaron presupuesto operativo, presupuesto financiero y análisis mediante indicadores financieros tales como: valor Actual neto (VAN), tasa Interna de retorno (TIR), periodo de recuperación de la inversión (PRI) y relación beneficio – costo, cuyos resultados ayudan a obtener conclusiones objetivas sobre la factibilidad del proyecto.

## Índice

1.	Introducción .....	1
2.	Objetivos .....	3
2.1.	Objetivo general .....	3
2.2.	Objetivos específicos .....	3
3.	Generalidades del proyecto .....	4
3.1.	Solución. ....	4
3.1.1.	Método del embudo o funnel de la innovación. ....	5
3.1.2.	Método Design Thinking. ....	5
3.2.	Diseño del Servicio.....	15
3.3.	Oportunidad de mercado .....	17
3.4.	Propuesta de valor (modelo CANVAS) .....	24
3.5.	Ciclo del proyecto.....	28
3.6.	Visibilidad del proyecto.....	30
3.7.	Resultados esperados .....	37
4.	Estudio de mercado .....	38
4.1.	Investigación de mercado .....	38
4.2.	Análisis de la demanda .....	38
4.2.1.	Cálculo de la demanda potencial .....	38
4.3.	Análisis de la oferta .....	42
4.3.1.	Cálculo de oferta .....	47
4.3.2.	Cálculo de la demanda insatisfecha .....	48
4.4.	Análisis de precio .....	49
4.4.1.	Comparación de precio del mercado .....	49
4.4.2.	Estructura de precio.....	51

4.4.3.	Precio Unitario .....	56
4.5.	Estrategia competitiva de mercado (4PS).....	57
4.5.1.	Estrategia de Servicio.....	58
4.5.2.	Estrategia de precio .....	61
4.5.3.	Estrategia de Distribución .....	65
4.5.4.	Estrategia de promoción y publicidad.....	66
4.5.5.	Presupuesto de la estrategia.....	71
4.6.	Proyección de Ventas .....	72
5.	Plan de Servicios.....	76
5.1.	El proceso de Servicios.....	76
5.2.	Proveedores y condiciones de compra de los equipos.....	76
5.3.	Capital fijo y vida útil (Inversión fija).....	77
5.4.	Ubicación y distribución física de la empresa .....	78
5.5.	Insumos, su costo y disponibilidad.....	80
5.6.	Personal, su costo y disponibilidad.....	83
5.7.	Costos indirectos.....	83
6.	Plan de organización y gestión .....	84
6.1.	Marco legal (forma jurídica).....	84
6.2.	Estructura de la organización .....	89
6.3.	Fichas de cargo .....	92
6.4.	Actividades y gastos preliminares .....	96
6.5.	Equipos de oficina .....	97
6.6.	Gastos Operativos.....	100
7.	Plan financiero .....	103
7.1.	Inversión y fuente de financiamiento .....	103

7.1.1.	Inversión fija .....	103
7.1.2.	Inversión diferida .....	105
7.1.3.	Capital de trabajo .....	106
7.1.4.	Inversión total.....	107
7.1.5.	Estructura del Financiamiento.....	108
7.1.6.	Estado de Situación Financiera inicial .....	108
7.2.	Presupuestos de Ingresos, egresos y costos.....	109
7.2.1.	Punto de equilibrio .....	109
7.2.2.	Presupuesto de ingresos .....	112
7.2.3.	Presupuestos de egreso.....	113
7.2.4.	Estructura de Costos.....	117
7.3.	Presupuesto financiero.....	119
7.3.1.	Flujo de Caja .....	119
7.3.2.	Estado de Resultados Proyectado.....	120
7.3.3.	Estado de Situación Financiera Proyectado .....	121
7.4.	Evaluación financiera .....	122
7.4.1.	Flujo de fondos.....	122
7.4.2.	Valor Actual Neto (VAN).....	122
7.4.3.	Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	123
7.4.4.	Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	123
7.4.5.	Relación Beneficio-Costo (B/C) .....	124
8.	Bibliografía .....	126
9.	Anexos .....	129

## Índice de Ilustraciones.

Ilustración 1: Método de embudo o funnel de innovación. ....	5
Ilustración 2: Método DESING THINKING.....	6
Ilustración 3: Variables de solución.....	7
Ilustración 4: Gráfico de aceptación del diseño.....	8
Ilustración 5: Certificados del curso de montaje y decoración de eventos. ....	11
Ilustración 6: Proceso de compra de materiales.....	12
Ilustración 7: Flujograma de procesos de la elaboración de evento .....	13
Ilustración 8: Pregunta clave del testeo .....	14
Ilustración 9: Logo del Servicio.....	15
Ilustración 10: Aceptación del diseño de las decoraciones.....	16
Ilustración 11: Diseños de algunas decoraciones elaboradas por el grupo. ....	17
Ilustración 12: Fuerzas de Porter .....	21
Ilustración 13: Servicios sustitutos .....	23
Ilustración 14: Ciclo de Vida del Proyecto. ....	28
Ilustración 15: Banner de VANDY.....	31
Ilustración 16: Folleto parte de afuera. ....	32
Ilustración 17: Folleto parte de adentro. ....	33
Ilustración 18: Paquete de cumpleaños. ....	34
Ilustración 19: Paquete de Bodas.....	35
Ilustración 20: Paquete de Graduación. ....	36
Ilustración 21: Segmentación del mercado .....	39
Ilustración 22: Demanda del servicio de Montaje y Decoración de Eventos .....	41
Ilustración 23: Aceptación del Servicio de Montaje y Decoración de eventos .....	41
Ilustración 24: Competencia Creaciones Cath .....	43
Ilustración 25: Competencia Creaciones Cath .....	43
Ilustración 26: Competencia Creaciones Cath .....	44
Ilustración 27: Competencia Capricho Party Decor .....	45
Ilustración 28: Preferencia de los usuarios .....	47
Ilustración 29: Servicio Sustituto Más Utilizado .....	50

Ilustración 30: Gráfica de resultados de la encuesta sobre la pregunta ¿Cuánto pagaría usted como cliente por el Servicio de Montaje y Decoración de un Evento totalmente personalizado a su gusto? .....	52
Ilustración 31: Materiales a Utilizar. ....	59
Ilustración 32: Logotipo de la entidad. ....	60
Ilustración 33: Objetivos de la Estrategia de Precios.....	62
Ilustración 34: Descuentos de VANDY.....	64
Ilustración 35: Redes Sociales .....	65
Ilustración 36: Medios de Publicidad .....	66
Ilustración 37: Redes Sociales aceptadas.....	67
Ilustración 38: Red Social de Facebook.....	68
Ilustración 39: Red Social de Instagram de VANDY .....	69
Ilustración 40: Banner para Publicidad de la entidad .....	70
Ilustración 41: Ubicación de la empresa para consultas .....	78
Ilustración 42: Micro localización de la empresa. ....	80
Ilustración 43: Instituciones donde se debe registrar la empresa.....	85
Ilustración 44: Organigrama de la empresa. ....	90
Ilustración 45: Grafica del punto de equilibrio. ....	112
Ilustración 46: Cronograma de trabajo. ....	129
Ilustración 47: Encuesta.....	131

## Índice de Tablas.

Tabla 1: Ideas de negocio. ....	8
Tabla 2: Matriz de la Evaluación de las Ideas .....	9
Tabla 3: Valoración del servicio. ....	15
Tabla 4: Modelo CANVAS. ....	27
Tabla 5: Características del segmento del mercado .....	40
Tabla 6: Cálculo de la demanda. ....	42
Tabla 7: Participación de marcas en Jinotepe .....	46
Tabla 8: Cuadro Comparativo de negocios. ....	46
Tabla 9: Demanda Real. ....	48
Tabla 10: Demanda Insatisfecha .....	49
Tabla 11: Precios de las Decoraciones de los Servicios Sustitutos .....	50
Tabla 12: Costos Variables del paquete de cumpleaños para 20 Personas .....	53
Tabla 13: Costos Variables del paquete de bodas para 20 personas .....	53
Tabla 14: Costos Variables del paquete de graduaciones .....	54
Tabla 15: Costos fijos anuales del paquete de cumpleaños .....	54
Tabla 16: costos fijos anuales del paquete de bodas .....	55
Tabla 17: Costos del Paquete de graduaciones .....	55
Tabla 18: Calculo del Precio de venta del paquete de cumpleaños. ....	56
Tabla 19: cálculo del precio de venta del paquete de bodas. ....	56
Tabla 20: Cálculo del precio de venta del paquete de graduaciones. ....	57
Tabla 21: Materiales a Utilizar .....	59
Tabla 22: Precios Estimados Por Paquetes a Ofrecer .....	63
Tabla 23: Días de Eventos Especiales. ....	64
Tabla 24: Presupuesto de la Estrategia. ....	72
Tabla 25: Meses con mayor demanda del Servicio .....	73
Tabla 26: Proyección de Ventas .....	75
Tabla 27: Información de equipos y proveedores. ....	76
Tabla 28: Costos total de herramientas. ....	77
Tabla 29: Materiales e insumos del Servicio en unidades físicas. ....	81
Tabla 30: Materiales e insumos del servicio en unidades monetarias. ....	82

Tabla 31: Costos indirectos del servicio. ....	83
Tabla 32: Nombre de los cargos y cantidad de trabajadores. ....	90
Tabla 33: Ficha de cargo de gerente administrativo. ....	93
Tabla 34: Ficha de cargo de jefe de producción. ....	94
Tabla 35: Ficha de cargo de jefe de ventas ....	95
Tabla 36: Gastos preliminares ....	96
Tabla 37: Mobiliario y equipo de oficina. ....	98
Tabla 38: Gastos Administrativos.....	100
Tabla 39: Matriz de gastos Operativos. ....	101
Tabla 40: Nómina de la empresa. ....	102
Tabla 41: detalle de inversión fija.....	104
Tabla 42: Detalle de inversión diferida.....	105
Tabla 43: Detalle del cálculo del capital de trabajo.....	106
Tabla 44: Inversión fija.....	107
Tabla 45: Estructura de financiamiento. ....	108
Tabla 46: Estado de situación financiera. ....	109
Tabla 47: punto de equilibrio y sus cálculos.....	110
Tabla 48: Presupuesto de ventas en unidades físicas.....	112
Tabla 49: Presupuesto de ventas en unidades monetarias. ....	113
Tabla 50: Presupuesto de egresos en unidades físicas.....	113
Tabla 51: Presupuesto de egresos en unidades monetarias.....	114
Tabla 52: Presupuesto de costos del servicio.....	115
Tabla 53: Resumen del costo del servicio.....	115
Tabla 54: Presupuesto de gastos de venta.....	116
Tabla 55: Presupuesto de gastos de administración.....	116
Tabla 56: Estructura de costos del paquete de cumpleaños.....	117
Tabla 57: Estructura de costos del paquete de bodas.....	118
Tabla 58: Estructura de costos del paquete de graduación. ....	118
Tabla 59: Flujo de caja Proyectado.....	119
Tabla 60: Estado de resultado Proyectado. ....	120
Tabla 61: Estado de resultado Proyectado. ....	121

Tabla 62: Flujo de fondos .....	122
Tabla 63: Valor actual neto.....	123
Tabla 64: Tasa interna de retorno. ....	123
Tabla 65: Periodo de la recuperación de la inversión. ....	124
Tabla 66: Relación Costo/ beneficio.....	125
Tabla 67: Proyecciones de ventas en cantidad de eventos realizados. ....	135
Tabla 68: Proyecciones de Ventas del Servicio en Unidades Monetarias por evento. ...	135
Tabla 69:Proyección de compra de materiales e Insumos (unidades físicas).....	136
Tabla 70: Proyecciones de Compra de Materiales e Insumos del Servicio (Unidades Monetarias) .....	137
Tabla 71: Proyecciones de Costos del Servicio .....	138
Tabla 72: Proyecciones de Costos del Servicio Mensual .....	139
Tabla 73: Proyecciones de Gastos de Ventas .....	139
Tabla 74: Proyecciones de Gastos de Administración.....	140
Tabla 75: Estado de resultado. ....	141

## 1. Introducción

El presente Proyecto de innovación y emprendimiento se realiza con el fin de aprovechar las oportunidades que brinda el país, observando la importancia de fijación en una marca de montaje y decoración de eventos a precios accesibles. Nicaragua es un país que brinda diferentes oportunidades en la rama de Decoración, debido al gran auge que presenta el desarrollo en el área el Instituto Nacional Tecnológico (INATEC), a través de diferentes espacios ha logrado capacitar todas las personas que desean emprender, comenzar una nueva etapa en sus vidas con proyectos autosustentables.

El propósito del proyecto de emprendimiento es solidificar la idea de negocio en el municipio de Jinotepe, Departamento de Carazo, para lo cual se plantea la idea de un servicio de Montajes y Decoraciones de Eventos.

Para el desarrollo de la idea emprendedora con enfoque de innovación se realizaron varios aspectos como generalidades del proyecto donde se destacó problemas, necesidades y soluciones del consumidor. El método del embudo o funnel de la innovación engloba varias ideas, este ayudo a elegir la idea más factible la cual fue la elaboración de Montajes y Decoraciones de Eventos.

Con el método Design Thinking se realizaron varias fases que ayudaron a dar a conocer el Servicio al usuario y al mismo tiempo conocer al cliente potencial, las cuales fueron empatizar, definir, idear, Prototipar y testear todo esto fue de gran ayuda para la realización y factibilidad del Servicio innovador. Se realizó un diseño de modelo 3D donde se dio a conocer la idea de cómo va a ser el servicio.

En el caso de la oportunidad de mercado se realizó un análisis de segmentación de mercado y análisis de compra, también se llevó a cabo el modelo Canvas, ahí se analizaron los socios claves, actividades claves, recursos claves, propuestas de valor, relación con los clientes, canales, segmentos de clientes, estructura de costes y el flujo de ingresos.

Se analizó la novedad del proyecto desde la base de la propiedad intelectual y visibilidad del mercado, donde se hizo uso de anuncios, brochures y finalmente se dieron los resultados esperados.

## 2. Objetivos

### 2.1. Objetivo general

Formular un proyecto de emprendimiento para la micro empresa VANDY, que se dedica al montaje y decoración de eventos, ubicado en la ciudad de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el año 2022.

### 2.2. Objetivos específicos

- Identificar las preferencias de los clientes potenciales, sobre las decoraciones de los diferentes eventos que la empresa ofrece.
- Determinar el proceso de los servicios que ofrece la microempresa VANDY para garantizar un óptimo desarrollo y amplia experiencia en cada evento.
- Establecer los aspectos legales y organizacionales de la microempresa VANDY, para su desempeño de forma óptima.
- Presentar financieramente la factibilidad de la microempresa VANDY mediante un plan.

### 3. Generalidades del proyecto

#### 3.1. Solución.

Innovación es un cambio que introduce novedades, y que se refiere a modificar elementos ya existentes con el fin de mejorarlos, aunque también es posible en la implementación de elementos totalmente nuevos. El emprender en Nicaragua es una manera de proyectar nuevas ideas que revolucionen todo lo que conocemos en el mundo actual, a las personas les gusta compartir con sus familias y amigos diferentes momentos importantes a lo largo del trayecto de sus vidas, siendo principalmente recordar fechas tales como cumpleaños, bodas, bautizos, reuniones, graduaciones entre otras.

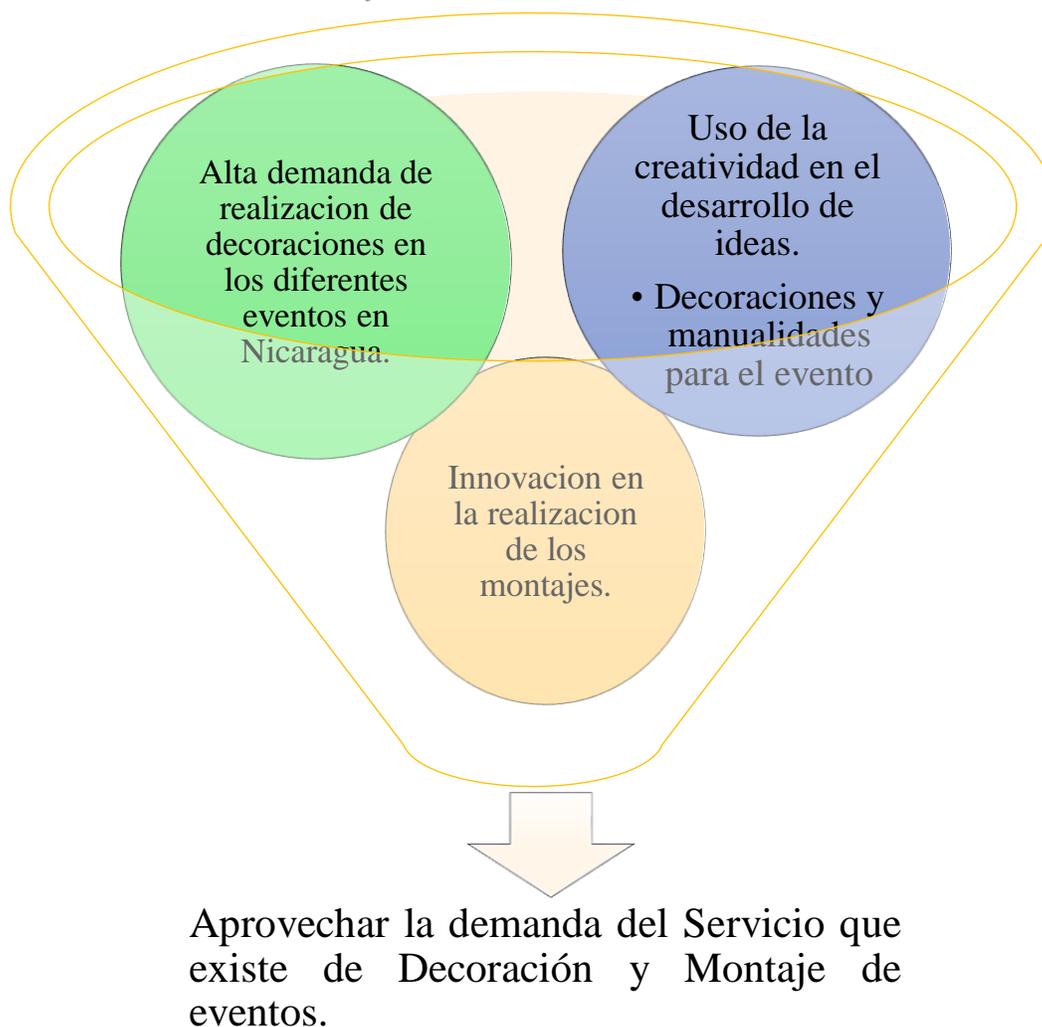
Las oportunidades de desarrollo han sido aprovechadas mayormente por las MYPYMES (micro, pequeñas y medianas empresas), son personas que tratan de maximizar las oportunidades que se encuentran en el país para poder sacar adelante a sus familias.

Cabe destacar que a inicios del año 2020 la OMS (organización mundial de la salud) declaro una nueva pandemia llamada COVID 19, una nueva etapa de coronavirus, que está afectando al mundo entero, pese a ello se ha logrado comenzar nuevamente una vida con más ansias de poder disfrutar todos los momentos que alegren todas nuestros logros y etapas a través del transcurso de los años.

Como parte de la identidad y cultura nicaragüense en Nicaragua frecuentemente se celebran diversos tipos de fiestas como, por ejemplo: cumpleaños, bodas, graduaciones, baby shower, entre otros. Se ha logrado observar un cambio cultural a través de los años, donde las familias de antes lograban organizar todo su evento desde cero sin ninguna ayuda, las abuelitas o las madres preparaban la comida y ellas se encargaban de la decoración de la casa o el lugar de donde se celebrará el evento. Ahora las personas prefieren pagar un servicio completo para realizar dichos eventos. A la población en general les encanta la idea de crear recuerdos inolvidables, por medio de la celebración de los diversos eventos, el presente emprendimiento ayuda a satisfacer estas necesidades de crear y compartir momentos especiales con los seres queridos.

### 3.1.1. Método del embudo o funnel de la innovación.

Ilustración 1: Método de embudo o funnel de innovación.



**Fuente:** Elaboración Propia.

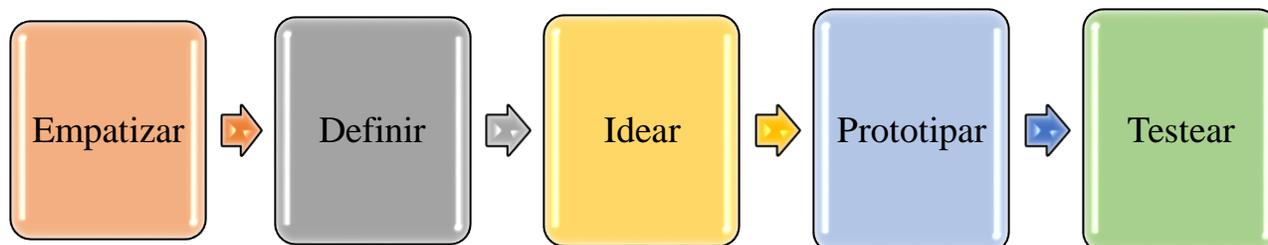
### 3.1.2. Método Design Thinking.

Esan (2019), explica el método de DESIGN THINKING como una metodología para la resolución de problemas de forma creativa incluye empatía, imaginación y experimentación. Con ella, las organizaciones pueden ofrecer soluciones efectivas e innovadoras.

En estos tiempos, para sobresalir en el mundo empresarial, tan competitivo y en constante cambio, se requiere de mucha creatividad. Por este motivo, la metodología DESIGN THINKING

se ha convertido en una de las herramientas más utilizadas por las compañías en todo el mundo. Consiste en un proceso de búsqueda de alternativas innovadoras para la resolución de problemas enfocado en cómo los consumidores piensan, sienten y se comportan.

*Ilustración 2: Método DESING THINKING.*



**Fuente:** Elaboración Propia.

### **A. Empatizar**

Los nicaragüenses poseen una gran motivación a la hora de celebrar momentos especiales como lo son cumpleaños, bodas, bautizos, entre otros. Esto se debe a la necesidad de crear momentos para recordar y tener esas celebraciones especiales entre la familia y los amigos, siendo este nuestro punto de partida de la idea de nuestro emprendimiento. Combinando el deseo de esas personas por crear un momento mágico para recordar y nuestra creatividad al momento de hacer la decoración de los diferentes eventos.

Utilizando el sondeo de mercado como herramienta para la extracción de información valiosa para nuestro proyecto, se hicieron unas entrevistas a un grupo de personas para conocer la opinión que tenían acerca de proyecto, algunas de las preguntas fueron: ¿Alguna vez ha contratado un servicio de montaje y decoración de eventos?, ¿Qué tipos de decoraciones prefiere?, entre otras.

También se obtuvo información a través de las fuentes secundarias como: páginas web, periódicos nacionales, revistas, post de las diferentes redes sociales. Las cuales ayudaron a corroborar las oportunidades que se presentan. Es por esta razón que el montaje y decoración de eventos está presente al momento que las personas quieren crear algo que haga especiales sus

cumpleaños, bautizos, baby shower, bodas, entre otras, debido al ambiente mágico que se crea a través de la decoración, por lo tanto, el Montaje y Decoración de Eventos brinda las oportunidades de vivir un momento especial con sus personas especiales.

## B. Definir

De acuerdo a la oportunidad que se presenta, se establecen variables que se deben integrar en una propuesta solución.

*Ilustración 3: Variables de solución.*

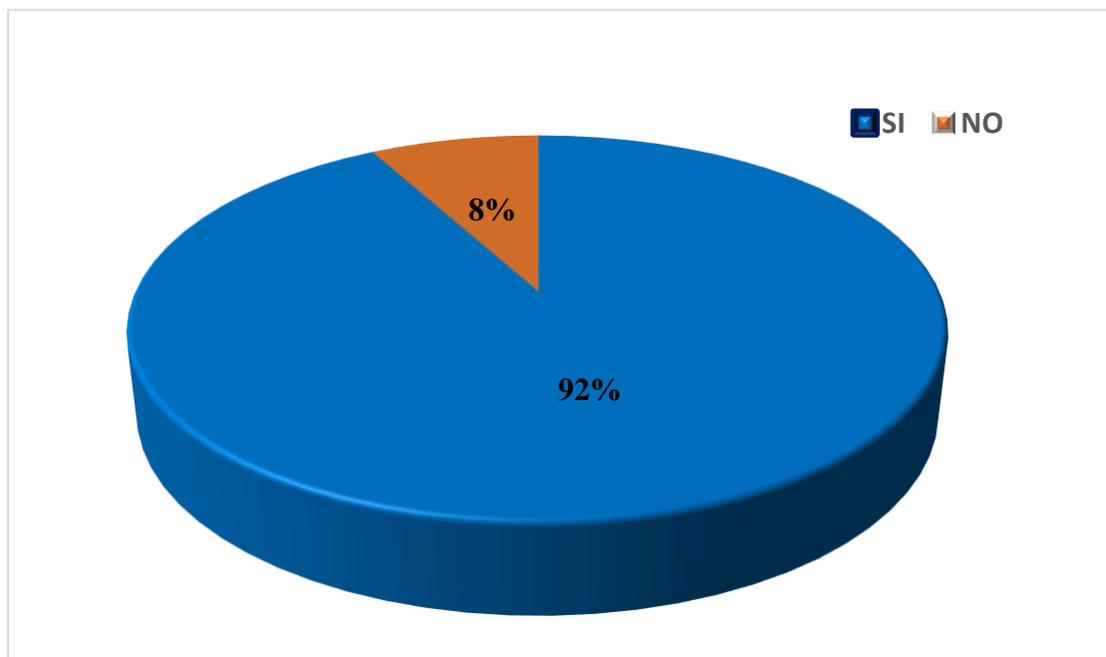


**Fuente:** Elaboración Propia.

## C. Idear

Utilizando el sondeo de mercado como herramienta para la extracción de información valiosa para el proyecto, se entrevistaron a un grupo de personas para conocer la percepción que tenía acerca del proyecto, algunas de las preguntas fueron: ¿Estaría usted dispuesto a contratar un servicio de montaje y decoración para un evento?, ¿Estaría dispuesto a contratar un servicio de montaje y decoración de eventos que le brinde paquetes completos para sus eventos? Lo cual se obtuvo como respuesta que el 92% dijo que sí. Esta pregunta se realizó a 50 personas de diferentes sexos, edad, creencias y zonas geográficas.

*Ilustración 4: Gráfico de aceptación del diseño.*



**Fuente:** Elaboración Propia.

Se elaboró una lluvia de ideas en la cual se aprovechó la oportunidad que existía al momento de comercializar nuestro servicio de “Montaje y Decoración de eventos”.

*Tabla 1: Ideas de negocio.*

Ideas de Negocio
1. Elaboración de manualidades para eventos
2. Elaboración de decoraciones para eventos
3. Diseño de montajes y decoraciones
4. Elaboración del Montaje y Decoración de Eventos.

**Fuente:** Elaboración propia.

Tabla 2: Matriz de la Evaluación de las Ideas

Soluciones/crisis	1	2	3	4
Nivel de innovación	2	3	4	5
Mercado potencial	4	4	4	4
Conocimiento técnico	5	5	5	5
Bajo requerimiento de capital	4	3	2	4
<b>Mejor opción</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>18</b>

Fuente: Elaboración Propia.

### Descripción de las variables.

**Nivel de innovación:** “Innovación es la transformación de conocimientos en nuevos productos y servicios. No es un evento aislado sino la respuesta continua a circunstancias cambiantes” (Nelson, 1999). Es por ello que utilizamos la variable que trasciende para un mayor auge del emprender y sobresalir en el mercado.

**Mercado potencial:** (Rivera, 2007) Define al mercado potencial como “El número máximo de compradores al cual se puede dirigir la oferta comercial de la empresa” en este mismo orden se establece que el mercado potencial es toda aquella persona que tiene el poder de adquirir un bien que se oferta por ende es importante analizar minuciosamente el mercado potencial para que más adelante se pueda definir lo que es el mercado meta.

**Conocimiento técnico:** Según (Claudio, 2014) “El conocimiento técnico parece estar sobrevalorado. Esta situación puede provenir de una consideración aislada de aquel tipo de conocimiento. Una correcta integración de los saberes, incluida la técnica, tiende a un desarrollo más armónico de los fines del ser humano” es de suma importancia al momento de poner en marcha

un determinado proyecto, para contar con estándares de calidad que puedan reforzar la credibilidad del servicio.

**Bajo requerimiento de capital:** Según (Díaz, 2019) “Es el capital necesario para cubrir el nivel de recursos óptimos para el funcionamiento del negocio”, debido a ello establecemos que al ofrecer un servicio completo podemos costear y mantener en pie nuestro servicio.

Según los datos obtenidos en la tabla anterior se logró filtrar la idea que más conviene para el proyecto y así poder aprovechar la oportunidad en el mercado, con un total de 18 puntos, la idea de **Elaboración de Montajes y Decoraciones de Eventos**, con la realización de dicho proyecto se podrá ofrecer un servicio completo de calidad e innovación.

La evaluación para definir la idea de negocio más rentable se basó en la calificación del 1 a 5 puntos siendo esta la última la más alta los cuales se categorizaron de la siguiente manera:

- ✓ (1) Muy bajo
- ✓ (2) Bajo
- ✓ (3) Regular
- ✓ (4) Bueno
- ✓ (5) Muy bueno

#### **D. Prototipo**

Al respecto (Lafuente & Cancela, 2016) afirman que “Prototipar es otra forma de escuchar. Consiste en asegurar diseños inclusivos que no aumenten el dolor en el mundo” pág. 5. Esto quiere decir que, al realizar un prototipo, se toma en cuenta las necesidades de las personas, en este caso de los clientes reales y potenciales con el fin de asegurarse en elaborar un producto o servicio de calidad.

Además, con el prototipo se pretende crear la idea de lo que desea diseñar, lo cual, al finalizarlo, ayuda a detectar posibles deficiencias, creando así mejoras, empleando sugerencias, lo que dará mejores resultados.

Ilustración 5: Certificados del curso de montaje y decoración de eventos.



**Fuente:** Fotos propiedad del equipo de proyecto de graduación, curso de montaje de eventos cursado en el Instituto nacional Tecnológico, en el periodo de julio a noviembre del año 2021.

El Servicio de Montaje y Decoración de Eventos, se quiere elaborar a partir de la idea del cliente, y así cumplir sus sueños, para llevar todas sus ideas a la realidad, desde las invitaciones del evento, hasta la decoración con flores, globos, manteles, diversas manualidades, ayudando a los clientes a obtener un momento para recordar, además la decoración se llevará a cabo con materia prima nacional, como son los globos, papelería y útiles para las manualidades, flores hechas con tela, brindando así un servicio que apoye a la economía del país. Cabe mencionar que los integrantes poseen amplio conocimiento en el tema dado que se capacitan constantemente para brindar un servicio de calidad.

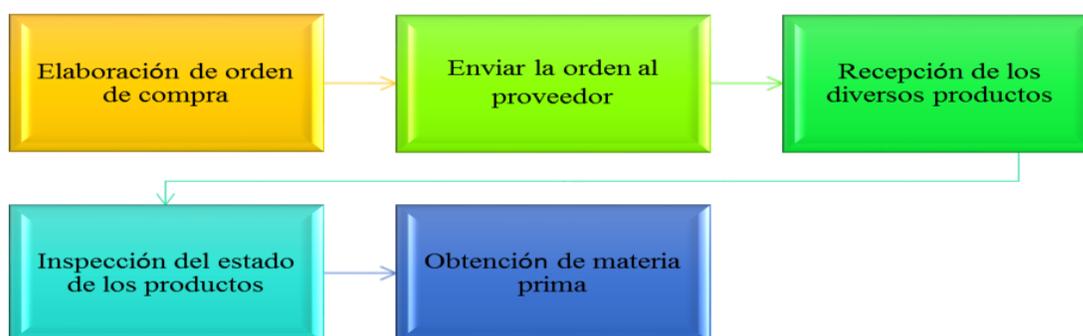
## Obtención de materiales e insumos

En Nicaragua la obtención de los diversos materiales para nuestro emprendimiento es de fácil obtención, contamos con distribuidoras de papelería y útiles nacional donde su costo es accesible lo que nos permite brindar precios accesibles, la obtención de los globos la encontramos a través de los negocios que comercializan productos para fiestas a un costo de venta del por mayor, la tela la adquirimos en distribuidoras autorizadas.

La materia prima se adquiere del departamento de Carazo en la ciudad de Jinotepe y del departamento de Managua ciudad de Managua, a través de las diferentes distribuidoras logramos comprar nuestros materiales a precios accesibles.

## Procesamiento de la materia prima/materiales

*Ilustración 6: Proceso de compra de materiales.*

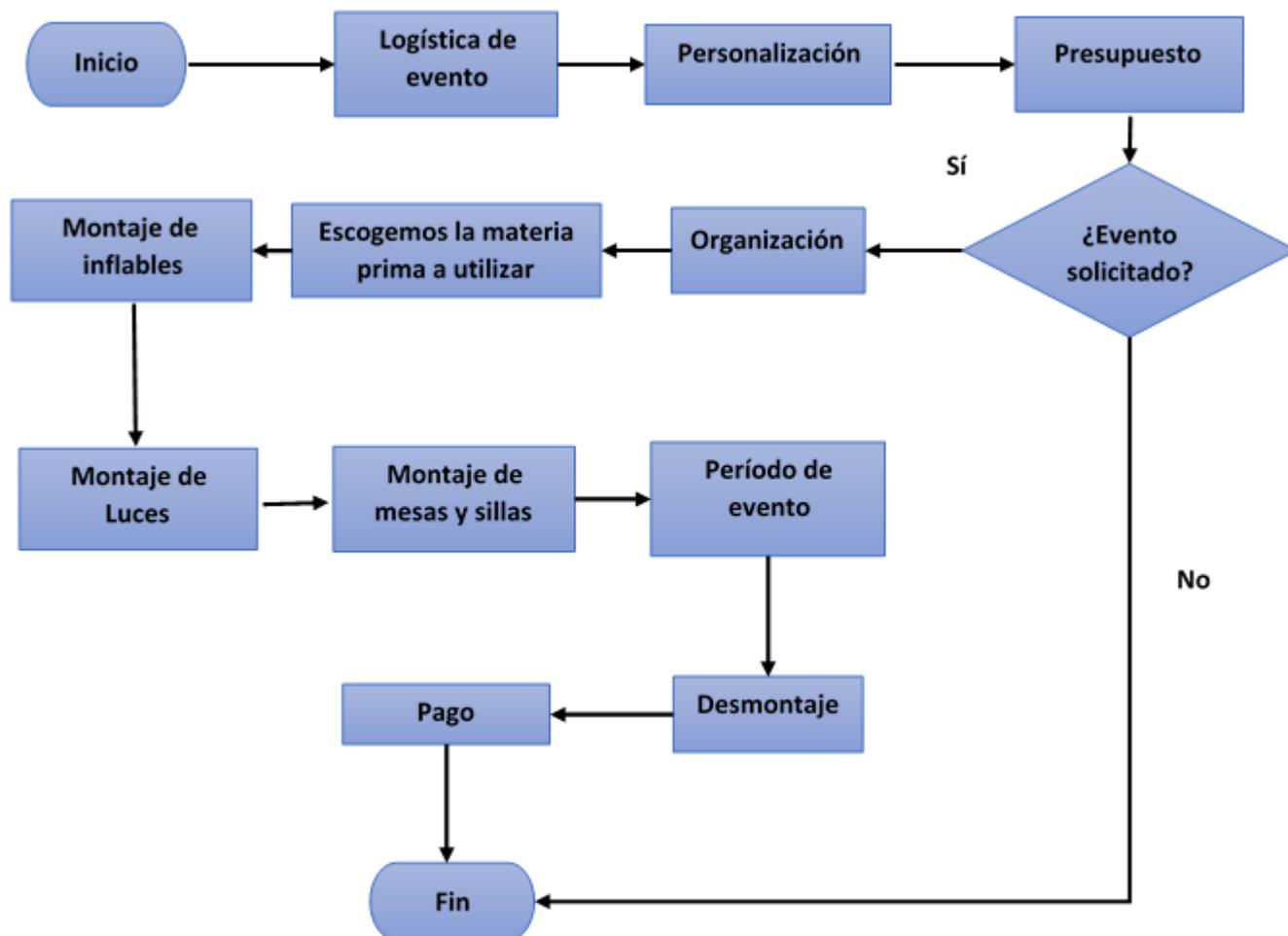


**Fuente:** Elaboración propia.

En la Ilustración número 6, se muestra el proceso de la recepción de la materia prima, en el cual se elabora la orden de compra, la cual se le envía al proveedor, este envía los diversos materiales los cuales se reciben, luego se inspecciona el estado de los materiales para verificar que cumplan con los estándares de calidad.

## Flujograma de procesos de la elaboración del Evento.

Ilustración 7: Flujograma de procesos de la elaboración de evento



**Fuente:** Elaboración propia.

### E. Testear

Este es el último paso del Design Thinking, pero no el menos importante, aquí es donde nos podemos dar cuenta de los resultados que se obtuvieron de las pruebas del prototipo. Luego de elaborar el prototipo se procedió a realizar el testeo con el público objetivo los cuales son jóvenes y adultos comprendidos en las edades de 18 a 65 años de los cuales todos tienen la necesidad de solicitar el servicio de Montaje y Decoración de eventos.

*Ilustración 8: Pregunta clave del testeo*



**Fuente:** Elaboración propia.

Según la información obtenida en la Ilustración número 8, el 98% de las personas que fueron encuestadas y que observaron el prototipo respondieron que sí estarían dispuestos a solicitar el servicio de Montaje y Decoración de Eventos, por lo cual para el equipo del proyecto fue de gran motivación para continuar con la idea y el emprendimiento, y que con el otro 2% que no solicitarían el servicio nos brindaron algunas recomendaciones de mejora que deberíamos aplicar para satisfacer su necesidad y poder optar por este servicio. La presente encuesta se le realizó a un segmento población de cincuenta personas de diferentes edades, sexo, segmento geográfico y diferente ingresos económicos.

### **Valoración del servicio (Montaje y Decoración de Eventos)**

De las respuestas que fueron brindadas por las personas encuestadas se realizó un promedio del rango que resulto del servicio de acuerdo a los siguientes indicadores:

Tabla 3: Valoración del servicio.

Indicador	Concepto	Rango (1 a 10 pts.)
<b>Variedad</b>	Los encuestados consideran la variedad de los diferentes paquetes de decoraciones.	8.3 pts.
<b>Presentación</b>	La impresión que causa un servicio, está determinada principalmente por las sensaciones químicas destacadas por el sentido de la vista.	9 pts.
<b>Logística</b>	Grado de servicialidad al momento de ofrecer y brindar la atención del servicio.	9.5 pts.

**Fuente:** Elaboración propia.

En la tabla número 3, se logra determinar la opinión de los cincuenta participantes referentes al servicio, por consiguiente, se obtuvo que se debe mejorar la variedad de los diferentes paquetes de decoración de eventos pues en los indicadores posee un 8.3 de puntaje, seguido por la presentación con un 9 de puntaje, referente a la logística hubo bastante aceptación con un rango satisfactorio de 9.5 de puntaje.

### 3.2. Diseño del Servicio.

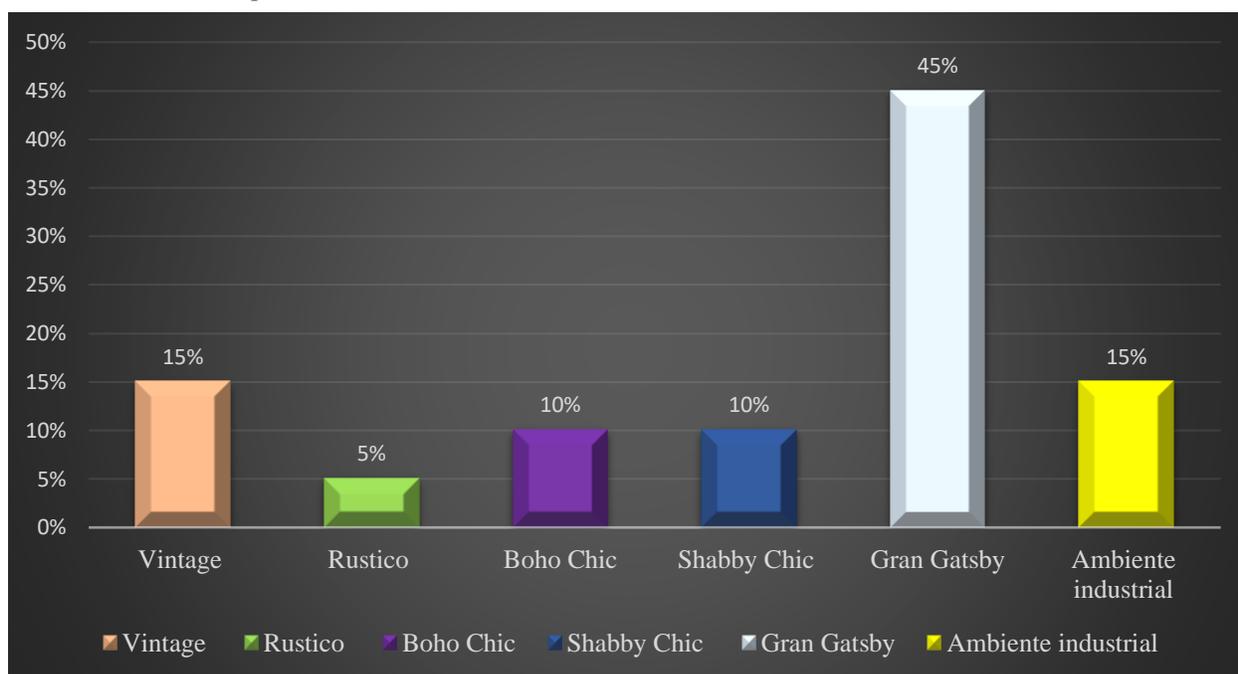
Ilustración 9: Logo del Servicio.



**Fuente:** Elaboración propia (Canvas).

El diseño o modelo 3D es el proceso de desarrollo de una representación de cualquier servicio tridimensional, tiene como objetivo presentar a la audiencia cómo será el servicio en el futuro, es un pre requisito, para la creación, al igual que la confección. Además que estos muestran: su imagen, calidad, estatus y exclusividad siempre con el objetivo de satisfacer las necesidades de nuestros usuarios. El diseño que se estableció para el servicio “Montaje y Decoración de eventos”, su nombre es la combinación de las 3 participantes principales del proyecto, los colores se lograron determinar a través de las encuestas realizadas a la población jinotepina (alrededor de 50 participantes) se les presentó una variedad de colores y formas que definieran nuestro emprendimiento destinado para el consumo de los usuarios nicaragüenses siendo los que se observa en la imagen los de mayor aceptación.

*Ilustración 10: Aceptación del diseño de las decoraciones.*

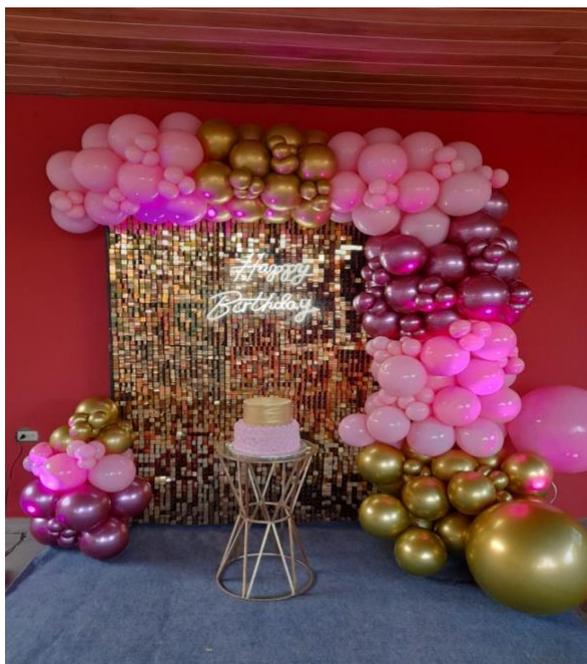


**Fuente:** Elaboración propia.

En la Ilustración 10, se demuestra las preferencias de los diseños de los eventos para los clientes potenciales, mediante este estudio realizado conocemos a cabalidad las tendencias que suelen gustar, teniendo el estilo rustico el último lugar con un 5%, seguido del boho chic y shabby chic con un 10%, en segundo lugar, el Vintage y ambiente industrial con un 15% y en primer lugar como ganadores el gran gatsby con un 45%. Además del estilo de decoración, se debe tomar en

cuenta los gustos y preferencias de los consumidores del servicio uno de estos es la presentación, la cual al momento de la encuesta la mayoría de los clientes potenciales la prefieren por las sensaciones químicas destacadas por sentido de la vista.

*Ilustración 11: Diseños de algunas decoraciones elaboradas por el grupo.*



**Fuente:** Fotos propiedad del equipo de proyecto de graduación, montaje de evento de quince años realizado en el municipio de Jinotepe, en el mes de junio de 2022.

### **3.3. Oportunidad de mercado**

#### **Análisis externo**

Informe trimestral del producto interno bruto

Según el informe trimestral del PIB 2020, en el primer trimestre de 2020, la economía nicaragüense registró un crecimiento interanual de 1.8 por ciento (-0.3% en el cuarto trimestre de 2019) y una disminución de 1.1 por ciento en promedio anual, según la estimación preliminar del PIB trimestral (PIBT) en la serie de datos originales.

- **Producto interno bruto**

“El titular del Banco Central de Nicaragua (BCN) señaló que las estimaciones preliminares del producto interno bruto (PIB) durante 2021 se ubicarían en torno al 10.3 por ciento. Se proyecta un crecimiento de la economía nicaragüense para 2022 entre 5.0 – 6.0 por ciento hacia finales de 2022” (BCN, 2022).

Fundamentado que “el año 2021 fue el año de recuperación económica y del retorno de la economía nicaragüense, luego que esta fuera afectada por diversos choques desde el 2018, incluyendo el de la pandemia del covid-19 a inicios de 2020” (Olivares, 2022).

Al explicar cuáles fueron las actividades económicas que registran mayor crecimiento, el informe destaca que fueron: minas y canteras (37.9%), construcción (33.4%), comercio (16.2%) manufactura (14.3%), pesca y acuicultura (12.2%), electricidad (10.9%), y hoteles y restaurantes (10.5%). Respecto al último servicio, el sector terciario (servicios) creció por primera vez en tres años.

Las estadísticas del banco central de Nicaragua (BCN) del primer cuatrimestre del 2022, revelan un crecimiento del 29.1%, tas acumular 866.5 millones de dólares entre enero y abril pasado. En 2021 Nicaragua recibió 2, 174,9 millones de dólares en remesas en 2021 un 20% más que en 2020. Las remesas representan un 17% del producto interno bruto.

- **Crecimiento de la inversión.**

El Índice Mensual de Actividad Económica (IMAE) en Nicaragua subió un 13,2 % en noviembre pasado con relación al mismo mes de un año antes, según un informe divulgado por el Banco Central nicaragüense (BCN).

El IMAE de Nicaragua mostró un crecimiento de 13,2 % con relación a noviembre de 2020, de 10 % en la variación acumulada enero-noviembre de 2021, y de 9,1 % en promedio anual (diciembre de 2020 a noviembre de 2021), detalló el banco emisor del Estado.

- **Entorno general**

Está integrado por las fuerzas cercanas al emprendimiento que influya en la capacidad de satisfacer a los clientes, tales como la propia empresa, los proveedores, intermediarios de marketing, clientes, competencia y grupos de interés, por mencionar los más importantes. La empresa tiene cierto nivel de control sobre las decisiones relacionadas con el micro entorno.

- **Microambiente**

- a) **Factor demográfico**

Este tipo de análisis permite a través de la demografía estudiar a la población humana en cuanto a su extensión, densidad, ubicación, raza, edad, ingresos, sexo, grado de estudios, religión entre otras variables. Este ambiente ayuda a los emprendimientos y/o empresas a comprender con exactitud el comportamiento del consumidor, lo que a su vez le ayuda a desempeñarse mejor.

Para el marketing, la segmentación demográfica se refiere a las personas que forman un mercado en específico para un producto o servicio en función de los datos demográficos. La variable demográfica del macro entorno podemos estudiar diferentes semblantes de la población, tales como, cambios en las tradiciones, cambios culturales, cambios de la estructura de edad, cambios geográficos, crecimiento o disminución de la población.

- b) **Factor político legal**

Este tipo de análisis está constituido por una serie de regulaciones emanadas de los gobiernos municipales, regionales y central, así como de organismos reguladores como DGI, Ministerio de Hacienda y Crédito Público, alcaldías, entre otros, e instituciones como por ejemplo el Poder Judicial. Las normas legales, reglamentaciones entre otras impactan en las organizaciones, empresas, entre otras. El punto de vista del análisis del entorno evalúa las tendencias y sus posibles consecuencias para la empresa a corto y mediano plazo.

La existencia de estabilidad política infunde seguridad a la sociedad en general y al sector empresarial en particular. Una buena estabilidad repercutirá en una mayor seguridad en las inversiones tanto interiores como exteriores. Las políticas económicas de los gobiernos pueden suponer un incentivo o una retracción de las inversiones. En este punto se debe considerar como podrían afectar las políticas económicas a nuestra empresa o negocio.

**c) Factor ambiental:**

Este análisis incluye los recursos naturales que afectan las actividades de marketing, tales como: escasez de materia prima, incremento en el costo de energía y en los niveles de contaminación, la intervención del gobierno en la administración de los recursos naturales, entre otros.

Como nuevos emprendedores en este comercio empresarial se contará con las medidas necesarias medio ambientales para no afectar el aire, reciclar materiales, conservar las medidas higiénicas necesarias, contando en nuestras instalaciones, para no afectar al personal interno como externo con respecto a la recepción de materia prima, en el proceso de la elaboración de las manualidades y diferentes materiales para montar el evento, se reciclará para disminuir el impacto ambiental, esto no afectara en la calidad de nuestro servicio. La prioridad de este emprendimiento es satisfacer las necesidades del cliente, mantener la calidad y no dañar al medio ambiente.

El sistema de tratamiento de los desechos de la materia prima en nuestro local será separarlos en diferentes botes (papel, plástico, cartón, entre otros) para promover el reciclaje y así contribuir a disminuir la contaminación ambiental.

- **Microambiente**

### **Las cinco fuerzas de Michael Porter**

Estas cinco fuerzas son una herramienta de utilidad de gestión para que las empresas puedan analizar y medir sus recursos. A partir de esto, estarán en condiciones óptimas para establecer y planificar estrategias que potencien sus oportunidades o fortalezas para hacer frente a

las amenazas y/o debilidades. Según Porter, si no se encuentra con un plan bien elaborado, no se puede sobrevivir en el mundo empresarial y de negocios de ninguna forma, lo que hace que el desarrollo de una estrategia competente sea un mecanismo de supervivencia y progreso para nuestra organización.

*Ilustración 12: Fuerzas de Porter*



**Fuente:** Elaboración propia.

### 1) Poder de negociación de los clientes

Personas con capacidad adquisitiva media. La oferta de servicio de montaje y decoración de eventos a nivel nacional, está en manos de diversas compañías que llevan años en el negocio, sin embargo, por sus servicios incurren en altos costos, además su ubicación limita a los clientes, por ende, se puede concluir que hay poca oferta, que el poder de los usuarios es muy bajo por no tener las suficientes opciones para adquirir este servicio.

En este caso el poder lo tiene el vendedor, por otro lado, muchos de los servicios de decoración que existen en Nicaragua ubicados en diferentes partes del país son varios, en este caso el poder del usuario es alto.

Se estima que el poder de los usuarios es bajo cuando carece de opciones al momento de elegir un servicio de eventos, el poder se encuentra en los vendedores; pero este poder es alto, en cuanto a los servicios de montaje y decoración de eventos. Por el lado de los proveedores, ciertamente representa una preocupación el hecho que en un determinado periodo no podamos responder a las solicitudes del servicio por la falta de materia prima, por ende, será de suma importancia hacer alianza con proveedores leales.

## **2) Poder de negociación de los proveedores**

La distribución de nuestros materiales en su mayoría es importada del extranjero. Debido a diferentes circunstancias que pudiera llegar a suceder (problemas políticos, salubridad, entre otros) podría llegar un momento en el que nuestros proveedores no podrían satisfacer nuestros pedidos, por ende, entra en juego una excelente negociación y un buen plan de acción al momento de realizar los pedidos, para cubrir las necesidades de los nicaragüenses con nuestro servicio al momento de celebrar un evento de importancia.

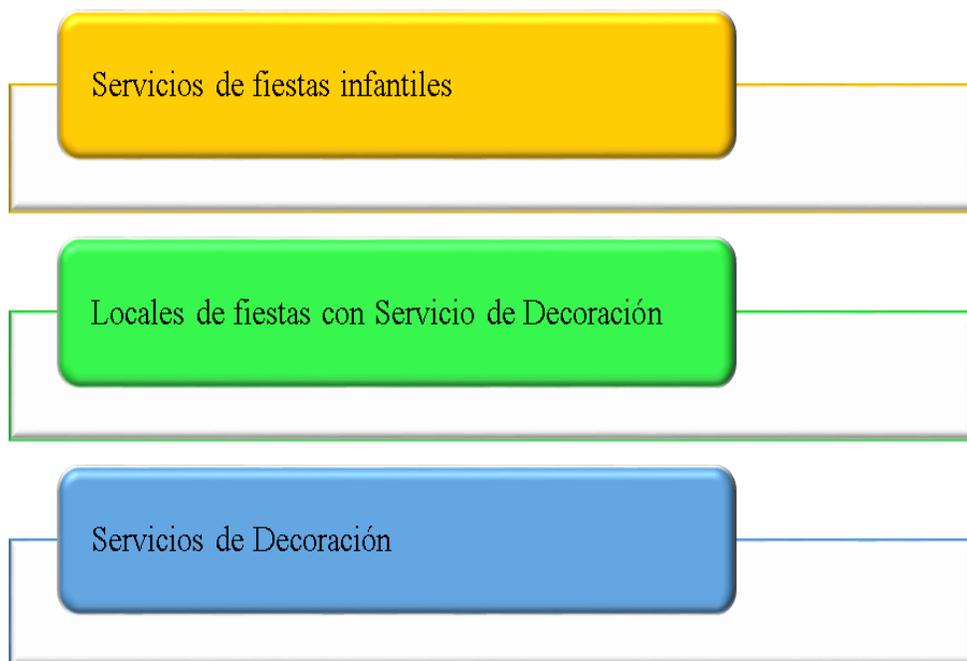
## **3) Amenaza de nuevos competidores**

Nuevas empresas cuyo fin sea ofrecer servicios de eventos. Al momento de realizar este análisis no se identifican nuevas empresas en el sector que persigan este fin, de tal forma que nos encontramos en un buen nivel, de poder elaborar un plan estratégico y así estar en el campo competitivo y dar crecimiento a la organización tomados de la mano del cumplimiento de normas, políticas, procesos y nuestros principales objetivos.

#### 4) Amenaza de productos o servicios sustitutos

Locales donde venden productos para eventos, servicios de eventos que llevan años en el mercado, entre otros. La principal necesidad que satisface nuestro servicio es el deseo de compartir momentos especiales con familia y amigos cercanos, por lo cual cualquier servicio que ofrezca decoración o montaje de eventos podría convertirse en un servicio sustituto y saciar las necesidades de los usuarios en general. En gran medida los diversos servicios que puede sustituir al nuestro representan una preocupación. No obstante, nuestra atención al detalle y compromiso a satisfacer los deseos de los usuarios, manteniendo tradiciones es el sello de distinción de nuestra marca.

*Ilustración 13: Servicios sustitutos*



**Fuente:** Elaboración propia.

#### 5) Rivalidad entre competidores

Existen empresas nacionales que ofrecen el servicio de eventos en el país, entre estas empresas se encuentran: Decoreventos, Nica Eventos Express, Rapifiesta Banquetes, Making Dreams evento y decoraciones. No obstante, el concepto de ellos es diferente, estas empresas son

de carácter comercial que ya tienen programados los estilos de cada evento, en pocas palabras su nivel de personalización es bajo, por lo cual no satisfacen por completo las necesidades de los usuarios.

Por el lado de la rivalidad y los competidores, se observan oportunidades en el mercado nacional dado que las empresas existentes no atacan en gran medida este mercado. La mayor ventaja de “Montaje y Decoración de eventos” es el concepto de personalizar por completo al gusto del usuario el evento solicitado, satisfaciendo de esta manera sus necesidades.

### **3.4. Propuesta de valor (modelo CANVAS)**

Para entender la importancia que el concepto de propuesta valor adquiere en un negocio, (Zimmerer, 2005) describe que la meta de elaborar y desarrollar un plan estratégico estriba en crear una ventaja competitiva, agregar factores que identifiquen y difieren a la compañía de sus competidores y le deben una posición única y superior en el mercado. Desde una perspectiva estratégica, la clave del éxito de un negocio es desarrollar una ventaja competitiva única, que permita crear valor para los consumidores y sea difícil emular por la competencia.

El modelo Canvas se utiliza para pasar de idea a proyecto y plasmar nuestra idea en un modelo empresarial. Es un modelo “vivo”, que se va modificando según se va desarrollando, vamos validando clientes, surgen nuevas ideas... por eso se utilizan post-hits para completarlo.

La propuesta de valor es definida por (Metzger & Donaire, 2007) como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que empresa ofrece a sus clientes. Además, comentan que los estudios de mercado muestran que el posicionamiento estratégico consiste en asumir una opción frente al mercado.

No obstante, Fayolle (2005) contextualiza el concepto de propuesta de valor en un ámbito más global, al apuntar que “El emprendimiento se trata de crear valor”. Al citar a Ronstadt (1984), Fayolle define el emprendimiento como un proceso dinámico de creación de valor incremental.

Según Osterwalder y Pygneur (2009) existen 9 elementos esenciales en el modelo de negocio que cubren las principales áreas del negocio:

1. **Segmento de mercado:** los consumidores constituyen el elemento principal de cualquier modelo de negocio; sin ellos la compañía sería incapaz de sobrevivir mucho tiempo.
2. **Propuesta de valor:** razón por la cual los consumidores prefieren a esa empresa sobre las demás. Por lo general, es una solución innovadora, que representa una nueva oferta o posee ciertas características distintivas.
3. **Canales de distribución:** forma en que la empresa hará llegar sus servicios a los consumidores.
4. **Relación con los consumidores:** la empresa debe establecer el tipo de relación que desea con los segmentos de mercados que le interesa.
5. **Flujo de efectivo:** es imprescindible que la empresa se cuestione hasta que precio un consumidor del segmento de mercado al que se dirige estaría dispuesto a pagar por su producto.
6. **Recursos clave:** bienes más importantes para trabajar el modelo de negocio. Permite a la empresa crear y ofrecer la propuesta de valor.
7. **Actividades claves:** acciones más relevantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio. Pueden relacionarse con la producción.
8. **Socios claves:** red de proveedores y socios que hacen funcionar el modelo de negocio, implica crear alianzas estratégicas.
9. **Estructura de costos:** incluye todos los costos en que se incurre, tanto para poner en marcha el modelo de negocio como para crear y entregar el valor ofertado en la propuesta.

En la tabla número 4, se presenta el modelo CANVAS para los montajes y decoraciones de eventos, el cual plasmó las estrategias necesarias para el proyecto, tomando en cuenta la investigación y estudio de mercado que ayudan a definir algunos parámetros. La importancia de este modelo radica en especificar las principales variables que hagan rentable un modelo de negocio y de esta manera obtener los beneficios, tanto para el cliente como para la misma empresa.

Tabla 4: Modelo CANVAS.

<p><b>Socios clave</b> Proveedores del departamento de Managua (Distribuidores de nuestros materiales principales)</p> <p>MIFIC (ministerio de fomento de industria y comercio). Respaldado en la ley 290.</p>	<p><b>ACTIVIDADES CLAVE</b> Establecimiento dentro del mercado competitivo. Personalización del diseño.</p>	<p><b>PROPUESTA DE VALOR</b> Elaboración de decoraciones y Montaje de eventos totalmente personalizados para lograr la satisfacción del cliente.</p>	<p><b>RELACIÓN CON LOS CLIENTES</b> Compromiso con los clientes a brindar permanentemente un servicio de alta calidad, además de contar con redes sociales activas.</p>	<p><b>SEGMENTO DE CLIENTES</b> Jóvenes y adultos comprendidos entre las edades de 18 a 65 años con ingresos mensuales de c\$0 a c\$7000 córdobas.</p>
	<p><b>RECURSOS CLAVE</b> Personal calificado y certificado en el proceso de la elaboración de los montajes y decoraciones, además de la materia prima disponible.</p>		<p><b>CANALES DE DISTRIBUCIÓN</b> De manera directa con los clientes al momento de entrega del paquete completo de la decoración y montaje del evento.</p>	
<p><b>ESTRUCTURA DE COSTES</b> Costos directos: compra de materia prima, pago de obra directa. Costos indirectos: pago de servicios generales, CIF.</p>			<p><b>FLUJO DE INGRESOS</b> El ingreso principal vendrá de los servicios ofrecidos al contado al realizar la decoración y montaje del evento. Se mantendrá una constante revisión de los precios marcados por la competencia para mantenerse competitivo.</p>	

**Fuente:** Elaboración Propia.

### 3.5. Ciclo del proyecto

Un proyecto para Raffino (2020), se desarrolla en diferentes etapas que se suceden y relacionan entre sí constituyendo lo que llamamos el “Ciclo de Proyectos”. La naturaleza cíclica se justifica puesto que se parte de una realidad existente y se llega a la misma realidad, pero transformada según los objetivos que fueron fijados. Una vez que es planteada la idea generadora del proyecto que es la decoración y montaje de eventos, se ocasiona un “desarrollo” y “crecimiento” del proyecto en la etapa de formulación, una “madurez” durante la ejecución y operación y finalmente un “ocaso” que termina en la “desaparición”.

Conforme el tiempo del ciclo del proyecto se debe tomar un gran número de decisiones que dan respuesta a determinados problemas que surgen de una fase anterior, al comienzo las decisiones a tomar son poco numerosas, pero con una gran importancia para el desenlace del proyecto, conforme se avanza en el ciclo el número de decisiones aumenta de manera progresiva hasta que se deja a la fase de ejecución, pero reduce la importancia estratégica.

Después de la planificación, tendremos que pensar en los hitos básicos y los entregables parciales del proyecto, y tenemos que intentar llegar y dar forma a estos entregables a tiempo. Durante esta fase se debe gestionar: riesgos, cambios, eventos, costos, recursos, tiempo, actualizaciones y modificaciones.

Las fases o etapas de un proyecto se dividen de la siguiente manera:

*Ilustración 14: Ciclo de Vida del Proyecto.*



**Fuente:** Elaboración propia.

## **Idea del proyecto/Inicio**

Es la etapa más importante y compleja que requiere de altas dosis de experiencia, iniciativa e imaginación y de creatividad por parte del equipo del proyecto, en esta parte es dónde se elaboran muchos métodos para poder seleccionar la idea más acorde a la oportunidad que se presentaba en el mercado y por ende poder tomar la mejor opción para lograr con eficacia y eficiencia la elaboración del producto final.

## **La fase de Planificación**

Es aquí donde se desarrolla el proyecto, se efectúa un análisis externo para obtener información del mercado y otros análisis internos con el objetivo de adaptarse a las necesidades externas que se demandan. Es aquí donde es necesario desarrollar un plan de marketing que defina objetivos claro y preciso y un plan de acción que permita alcanzarlos. Aquí se debe contemplar un plan de producción u operativo que detallen las fases o los pasos en los que se desarrolla el servicio.

En esta fase se contempla también el modelo organizativo: definición de la estructura y de diferentes puestos, descripción de las funciones propias de cada puesto, canales de comunicación interno y para la toma de decisiones, estilo de dirección, todas estas acciones se deben concretar en cifras poniendo de manifiesto las necesidades de inversión y de financiamiento.

## **La fase de Ejecución**

Se lleva a cabo el plan del proyecto y se realizan las tareas necesarias para producir todos los entregables y lograr así su objetivo. Durante esta fase, el avance del proyecto es monitoreado y controlado para asegurar que el trabajo se mantenga dentro el programa previsto, el alcance se completa con base en las especificaciones y todos los entregables cumplen con los criterios de aceptación.

**La fase de Supervisión**, el proceso Supervisar y Controlar el Trabajo del Proyecto está relacionado con:

- Comparar el rendimiento real del proyecto con el plan del proyecto
- Evaluar el rendimiento
- Analizar, efectuar el seguimiento y supervisar los riesgos del proyecto
- Mantener una base de información precisa y actualizada
- Suministrar proyecciones para actualizar la información del coste actual y del cronograma actual
- Supervisar la implementación de los cambios aprobados cuando y a medida que estos se produzcan.

### **La fase de Cierre**

Se hacen las evaluaciones del proyecto, se identifican y documentan las lecciones aprendidas para ayudar a mejorar el rendimiento en proyectos futuros, y los documentos del proyecto se organizan y son resguardados para posibles consultas y mejoras. Es en esta fase donde se tiene que tomarse el tiempo para poder evaluar todo su negocio, plasmar toda la información y repetir la acción cada tanto tiempo, para conocer los parámetros de la rentabilidad que está generando. Además, la etapa en la que se encuentra el proyecto de elaboración de montajes y decoraciones de eventos es la de planeación, por lo que se están evaluando su factibilidad y rentabilidad para poder así ejecutarlo.

### **3.6. Visibilidad del proyecto**

La visibilidad del proyecto es un ingrediente vital en la gestión exitosa de cada proyecto. Un proyecto que no es visible no podrá ejecutarse eficientemente o con éxito, perdiendo el tiempo, el dinero y los recursos que ha recibido. Para que el proyecto de montaje y decoración de eventos sea visible para el mercado meta definido se necesitó establecer estrategias para darlo a conocer, las cuales se pueden especificar a continuación:

**Banner:** Es una forma de publicidad bastante común en internet, no es que sea la más presente. Es un anuncio de contenido gráfico que se puede insertar en cualquier portal en línea

para mostrar cualquier tipo de marca, negocio o evento, ya sea estático o dinámico. La diversidad es uno de los aspectos más importantes de los banners, sobre todo gracias a las posibilidades que ofrece la web en este sentido.

*Ilustración 15: Banner de VANDY.*



**Fuente:** Elaboración propia.

Folleto: es un tríptico o documento gráfico o digital de un producto o servicio ofrecido por una empresa.

*Ilustración 16: Folleto parte de afuera.*



**Fuente:** Elaboración propia.

Ilustración 17: Folleto parte de adentro.

Contamos con paquetes estándares para 20 personas a un precio accesible, de igual manera contamos con paquetes completamente personalizados, nos adaptamos a tus ideas y presupuesto.

Ayudando a crear momentos inolvidables junto a tus seres queridos

Ofrecemos diferentes servicios de decoración

- Cumpleaños
- Bodas
- Graduaciones
- Bautizos
- Entre otros

Parte de los eventos realizados por nuestro equipo



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 18: Paquete de cumpleaños.



Puedes contactarnos por medio de  
nuestras redes sociales

 vandy\_eventos

 +505 86192648

 Eventos y decoraciones Vandy

Vandy

Montaje y decoración de eventos

Paquete de cumpleaños

Paquete incluye

- Sillas
- Mesas
- Mantales
- Sobremanteles
- Arte en globos
- Centros de mesas
- Recordatorios
- Cuadro de selfie
- Invitaciones

Montaje y desmontaje del evento

Paquete para 20 personas

C\$ 7,950.00

Realizamos todo tipo de  
temática

Nos ajustamos a tu  
presupuesto y gustos.

Fuente: Elaboración Propia.

Ilustración 19: Paquete de Bodas.



Puedes contactarnos por medio de  
nuestras redes sociales

 vandy\_eventos

 +505 86192648

 Eventos y decoraciones Vandy

Vandy

Montaje y decoración de eventos

Paquete de bodas

Paquete incluye

- Sillas
- Mesas
- Manteles
- Sobremanteles
- Arte en globos
- Centros de mesas
- Recordatorios
- Cuadro de selfie
- Invitaciones
- Flores y extensiones de hojas
- Sillas especiales
- Trajes de silla
- Letras 3D con luces led

Montaje y desmontaje del evento

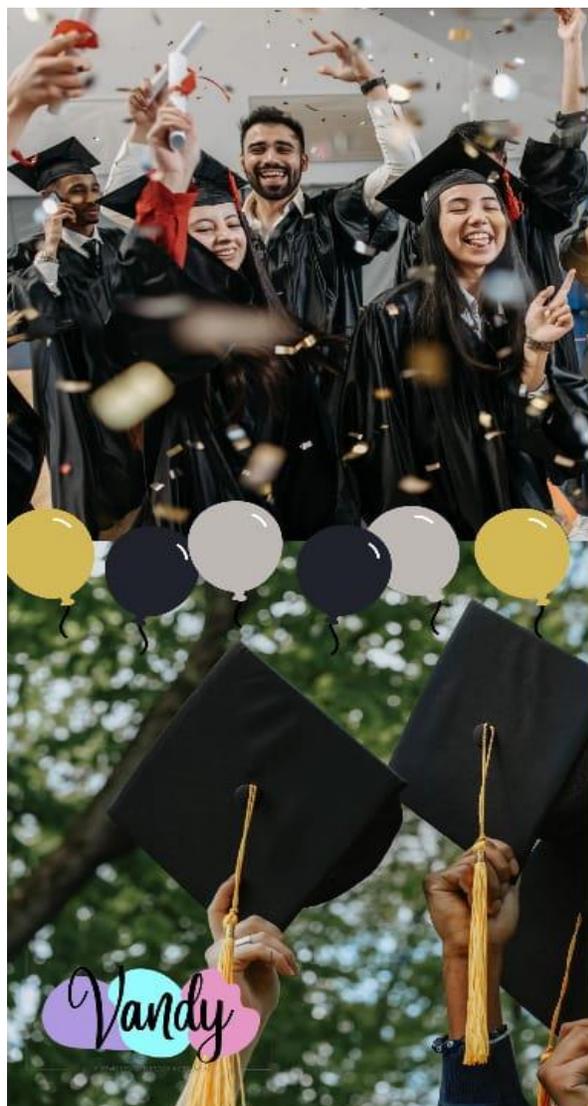
Paquete para 20 personas

C\$ 20,040.00

Realizamos todo tipo de  
temática

Nos ajustamos a tu  
presupuesto y gustos.

Ilustración 20: Paquete de Graduación.



Puedes contactarnos por medio de  
nuestras redes sociales

 vandy\_eventos

 +505 86192648

 Eventos y decoraciones Vandy

Vandy

Montaje y decoración de eventos

Paquete de graduación

Paquete incluye

- Sillas
- Mesas
- Manteles
- Sobremanteles
- Arte en globos
- Centros de mesas
- Recordatorios
- Luces led
- Invitación
- Cuadro de selfie

Montaje y desmontaje del evento

Paquete para 20 personas

C\$ 12,400.00

Realizamos todo tipo de  
temática

Nos ajustamos a tu  
presupuesto y gustos.

### 3.7. Resultados esperados

Los resultados esperados para el proyecto de “Montaje y Decoración de Eventos” se obtuvieron gracias a la información obtenida de la planeación, además de la investigación de mercado e información de fuentes alternas se realizó el análisis de factibilidad y rentabilidad del proyecto. Este análisis indico que existen buenas posibilidades de un desarrollo exitoso en el servicio de “Montaje y Decoración de Eventos” en la ciudad de Jinotepe- Carazo. Al tratarse de una propuesta innovadora, que abarca una importante solución a la oportunidad del mercado que se presentó.

Resulta ser una propuesta atractiva según el nivel de aceptación del 96% según encuestas realizadas al público en general sobre el servicio de “Montaje y decoración de eventos”, existe una competencia fuerte en el mercado, por un lado ya posicionadas, sin embargo están dirigidas a otros tipos de servicios de decoraciones, pero de manera más importante, el proyecto transmite calidad, confianza, empatía, se ajusta al tamaño de las necesidades de los usuarios y con buenos precios accesibles para los mismos. Ante este panorama, nos enfrentamos a la obligación de hacer una propuesta fuerte de la incursión en el mercado, consiguiendo proveedores de alta calidad y optimizar costos.

Por esta razón entre nuestros ideales se encuentra inicialmente formar relaciones a largo plazo con los proveedores, con un sistema propuesto de mutuo beneficio. Cabe destacar que se utilizaron diversas herramientas para poder definir de mejor manera el servicio que se iba a brindar, el DESIGN THINKING nos permitió observar el proceso y evolución que tuvo el servicio puesto que se modificó en distintas ocasiones, esto ayuda en gran manera a mejorar el concepto y atención del servicio de calidad, uno de los procesos es el prototipo y esto fue el que permitió obtener las ideas adecuadas para brindar un servicio de calidad, para eso tuvimos que registrar la marca de acuerdo a los requisitos establecidos en la ley 380 “Ley de marcas y otros signos distintivos” para así proteger la originalidad de la marca y evitar el plagio del negocio.

## **4. Estudio de mercado**

### **4.1. Investigación de mercado**

(Quiroa, 2019) Define la investigación de mercado como un proceso utilizado para resolver problemas entre la empresa y sus mercados, mediante la búsqueda y el análisis de información. Así que, al referirnos a la investigación como un proceso, lo que quiere decir es que se debe seguir una serie de pasos, en forma sistemática para poder recolectar la información, analizarla y poder tomar decisiones sobre la manera cómo vamos a actuar.

### **4.2. Análisis de la demanda**

Esto tiene como objetivo principal medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado, y como este puede participar para lograr la satisfacción de dicha demanda. Para poder analizar la demanda de las decoraciones se recurrió a dos fuentes de información el cual son las encuestas e información en internet, de esta fuente se obtuvo información sobre el consumo general de las decoraciones, y las encuestas arrojaron datos más específicos al momento de analizarlas de forma detallada.

#### ***4.2.1. Cálculo de la demanda potencial***

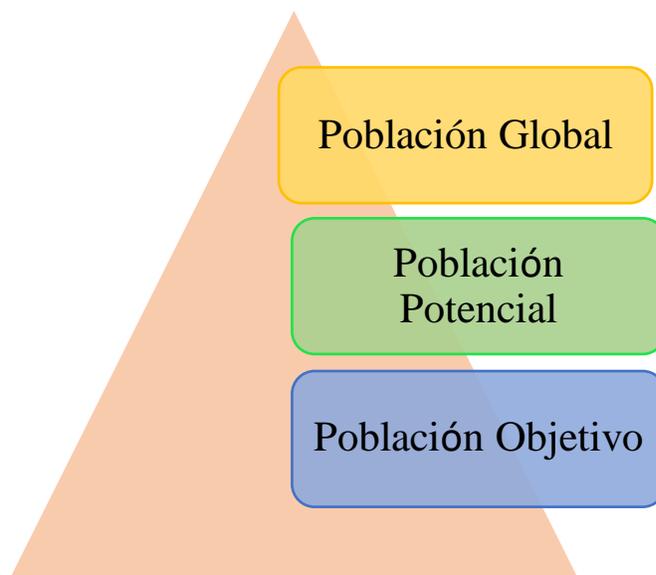
Según (Martinez, 2016) Se entiende por demanda al llamado consumo nacional aparente (CNA), que es la cantidad de determinado bien o servicio que el mercado requiere, Cuando existe información estadística resulta fácil conocer cuál es el monto y el comportamiento histórico de la demanda, y aquí la investigación de campo servirá para formar un criterio en relación con los factores cualitativos de la demanda, esto es, conocer un poco más a fondo cuales son las preferencias y los gustos del consumidor.

Según (Arreguin, 2020) la demanda es un proceso, mediante el cual se busca comprender la demanda que tienen los consumidores potenciales sobre un determinado producto o servicio dentro de un mercado objetivo. Esta técnica es comúnmente utilizada para hacerse camino en un determinado mercado de una manera bastante exitosa, obteniendo siempre los mejores resultados.

Para realizar el cálculo de la demanda potencial de las decoraciones se realizó una segmentación de la población, aquí se tomaron datos reales y específicos de la encuesta realizada.

## Segmentación del mercado

*Ilustración 21: Segmentación del mercado*



**Fuente:** Elaboración propia.

**Población global:** la población global para el servicio de montaje y decoraciones de eventos son todos los habitantes de la ciudad de Jinotepe que incluye jóvenes y adultos de dicha ciudad. La población proyectada para el año 2021 según el Instituto de Información del Desarrollo (INIDE) es de 36,000 habitantes de la zona urbana.

**Población potencial:** la población potencial serán todos aquellos habitantes de la ciudad de Jinotepe que están dispuestos a contratar los servicios de montaje y decoración de eventos que de acuerdo a la encuesta se logró identificar un 96% equivalente a 48 personas de 50.

*Tabla 5: Características del segmento del mercado*

<b>Características del segmento de mercado al que se pretende dirigir</b>			
<b>Geográficas</b>		<b>Demográficas</b>	
<b>País</b>	Nicaragua	<b>Edad</b>	De 18 a 65 a más.
<b>Departamento</b>	Carazo	<b>Género</b>	Masculino femenino
<b>Ciudad</b>	Jinotepe	<b>Escolaridad</b>	Estudiantes y profesionales
<b>Zona</b>	Urbana		
<b>Total población</b>		<b>18,065</b>	

**Fuente:** Elaboración propia.

En la tabla número 5 se refleja la población objetivo o mercado meta para el servicio de montaje y decoración de eventos la cual es la siguiente:

### **Población objetivo**

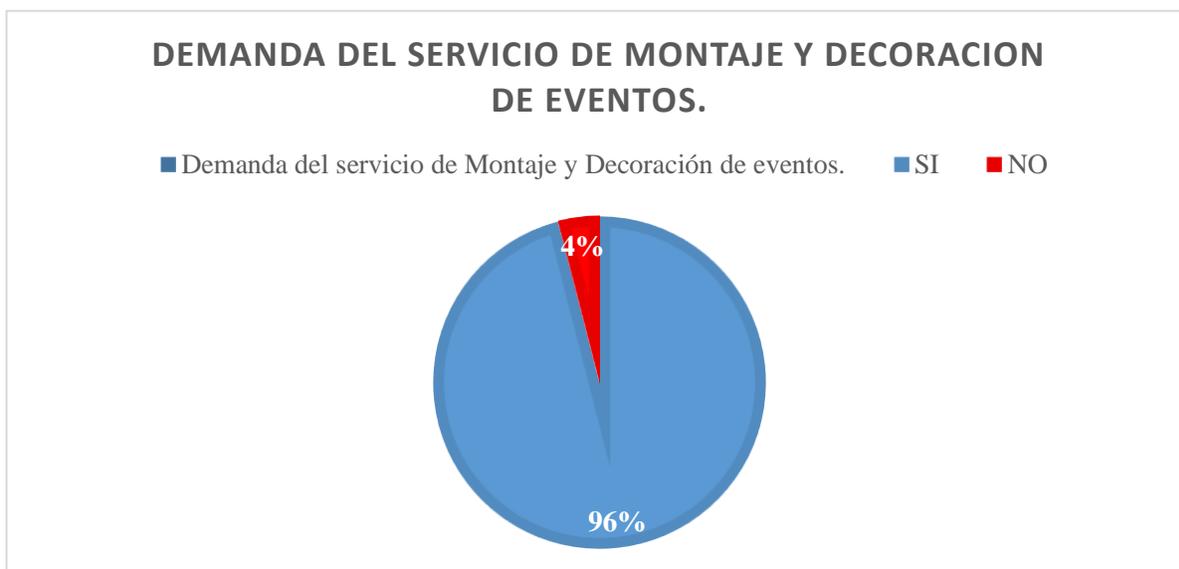
Se refiere al conjunto de personas de la población económicamente activa que resulta al agruparlas tomando en cuenta sus necesidades, aquí se determinó el 50.18% de la población que comprende a los jóvenes y adultos entre las edades de 18 a 65 años a más.

Calculo:  $36,000 * 50.18\% = 18,065$  personas.

### **Demanda potencial**

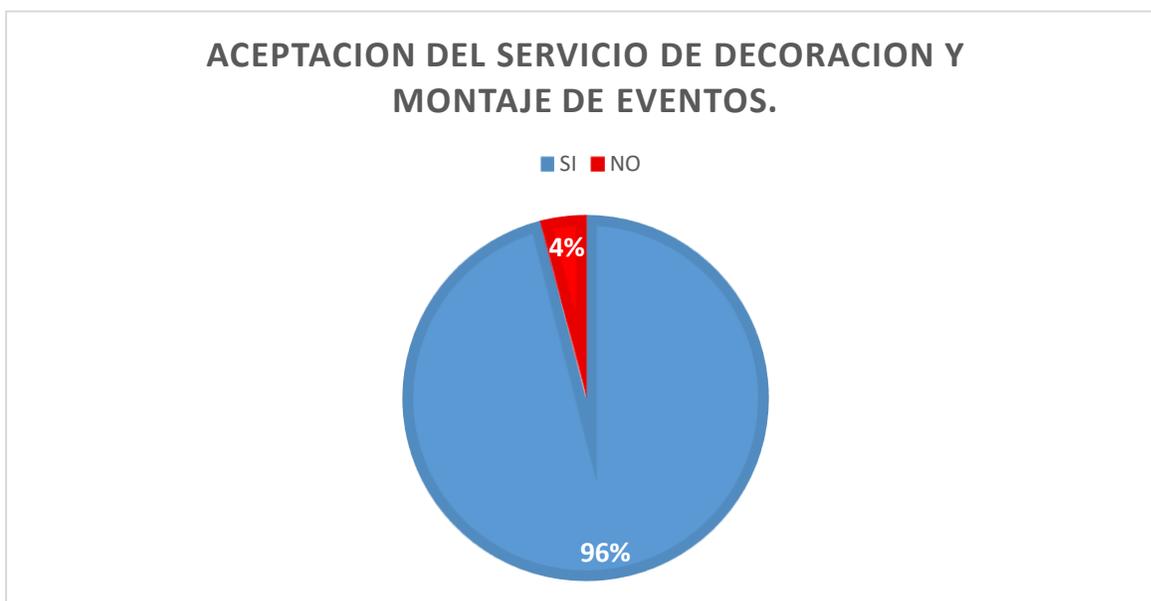
La demanda potencial se realizó a base de la necesidad de las personas para contratar los servicios de decoración y montaje de eventos, y la aceptación del servicio que hace énfasis a que si la población estaría dispuesta a solicitar dicho servicio

*Ilustración 22: Demanda del servicio de Montaje y Decoración de Eventos*



**Fuente:** Elaboración propia.

*Ilustración 23: Aceptación del Servicio de Montaje y Decoración de eventos*



**Fuente:** Elaboración propia.

Los encuestados respondieron de forma positiva a la aceptación del servicio obteniendo un 96% de aceptación y dijeron que si estarían dispuestos a contratar los servicios de montaje y decoración de eventos esto ayudara a calcular la demanda potencial y real el cual se calculara de la siguiente manera:

*Tabla 6: Cálculo de la demanda.*

<b>CALCULO</b>					
<b>Demanda objetivo (PO)</b>	<b>Demanda potencial mercado total</b>	<b>Demanda potencial</b>	<b>Demanda real</b>	<b>Demanda real</b>	
<b>36,000*50.18%= 18,064 personas</b>	P * PO	(1.00) (18,064) <b>=18,064 personas</b>	* Hubo un 98% de aceptación del producto	18,064-4%= <b>17,341 personas</b>	

**Fuente:** Elaboración propia.

### **4.3. Análisis de la oferta**

Según (Pedroza, 2015) afirma que la oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta en el mercado, en un lugar determinado y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía. Los precios no tienen por qué ser iguales para cada tipo de productos e incluso en un mismo producto, dos oferentes diferentes pueden decidir poner un precio diferente.

Para establecer que negocios son competencias directas o indirectas, puesto a que nuestro servicio es montaje y decoración de eventos, hace que pueda entrar varios a la lista de competidores todas aquellas empresas que están destinadas a la elaboración y comercialización de servicios de montaje y decoración de eventos.

### Competencia u Oferta directa o indirecta

La cantidad de competidores, en el área del mercado de la oferta del servicio de montaje y decoración de eventos en el municipio de Jinotepe-Carazo y a nivel nacional es poca, en toda Nicaragua existen lugares donde brindan este servicio pero a un costo muy elevado lo que nos ayuda a posicionarse como un servicio completo aparte de que es un servicio innovador, por lo tanto no existe una competencia directa en este ámbito, pero existen negocios como competencia indirecta que se realiza servicios no tan completos como: Creaciones Cath y Capricho Party Decor los cuales se podría tomar como servicios sustitutos.

*Ilustración 24: Competencia Creaciones Cath*



**Fuente:** Web.

*Ilustración 25: Competencia Creaciones Cath*



**Fuente:** Web

Ilustración 26: Competencia Creaciones Cath



Fuente: Web

### Negocio Creaciones Cath

Este negocio está especializado en la elaboración y preparación de invitaciones, centro de mesas, pasteles y mucho más, para todo tipo de eventos, ellos atienden por encargos.

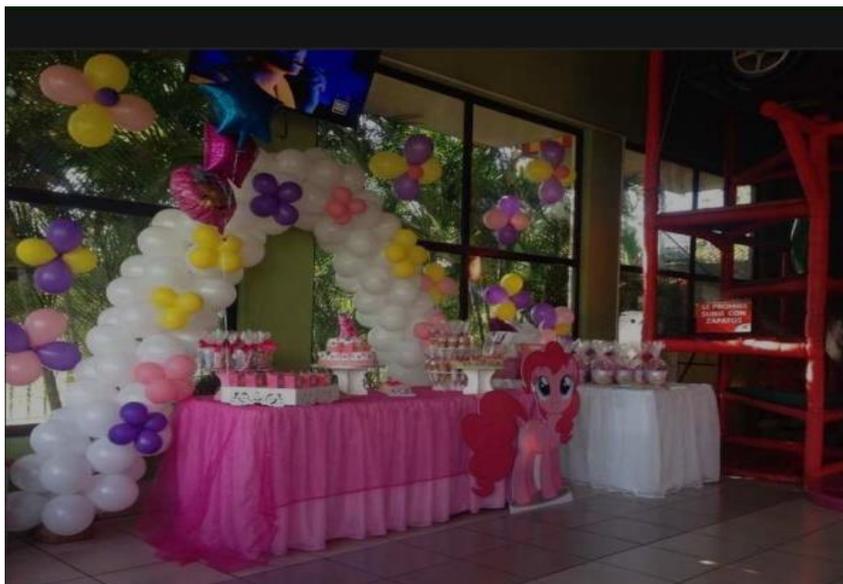
### El producto según la utilidad para el cliente

El uso del servicio de decoraciones de un evento colabora a la necesidad de poder ambientar y tematizar un entorno determinado.

### Segmento de mercado al que va dirigido

El segmento de mercado al que está dirigido este servicio es a personas que utilizan dicho servicio para aligerar el trabajo de organización e implementación de una decoración y que este cumpla con las características deseadas por parte de los clientes, cabe destacar que en el mercado nacional está teniendo una gran demanda por parte de estos servicios para una mejor realización y presentación de una decoración.

*Ilustración 27: Competencia Capricho Party Decor*



**Fuente:** Web.

### **Negocio Capricho Party Decor**

Este negocio es un planificador de eventos, que ofrece un montaje y una decoración personalizada, que va desde la decoración, invitaciones y centro de mesas.

#### **El producto según la utilidad para el cliente**

Es un servicio súper accesible para la población que brinda un buen precio.

#### **El producto según la utilidad del cliente para el cliente**

De igual manera que el negocio Creaciones Cath, Capricho Party Decor está dirigido este servicio a personas que utilizan dicho servicio para aligerar el trabajo de organización e implementación de una decoración y que este cumpla con las características deseadas por parte de estos servicios para una mejor realización y presentación de una decoración.

### **Oferta**

En Jinotepe-Carazo la oferta actual de los servicios de decoración y montaje de eventos está dada por algunos negocios, quienes están concentradas en las diferentes marcas que se detallan en el siguiente cuadro:

*Tabla 7: Participación de marcas en Jinotepe*

<b>Oferta</b>	
<b>Marcas</b>	<b>Participación en el mercado</b>
<b>Creaciones Cath</b>	43%
<b>Capricho Party Decor</b>	22%

**Fuente:** Elaboración propia.

- La participación de mercado de los servicios de decoración Creaciones Cath es del 43%
- La participación de los servicios de decoraciones Capricho Party Decor es el 22%

Los factores que pueden modificar la oferta de los servicios de decoración son los precios de los bienes relacionados o sustitutos que son el servicio de decoración y montaje de eventos.

La oferta de este factor es de acuerdo a la variación de los precios de los insumos para la realización del servicio.

### **Cuadro Comparativo**

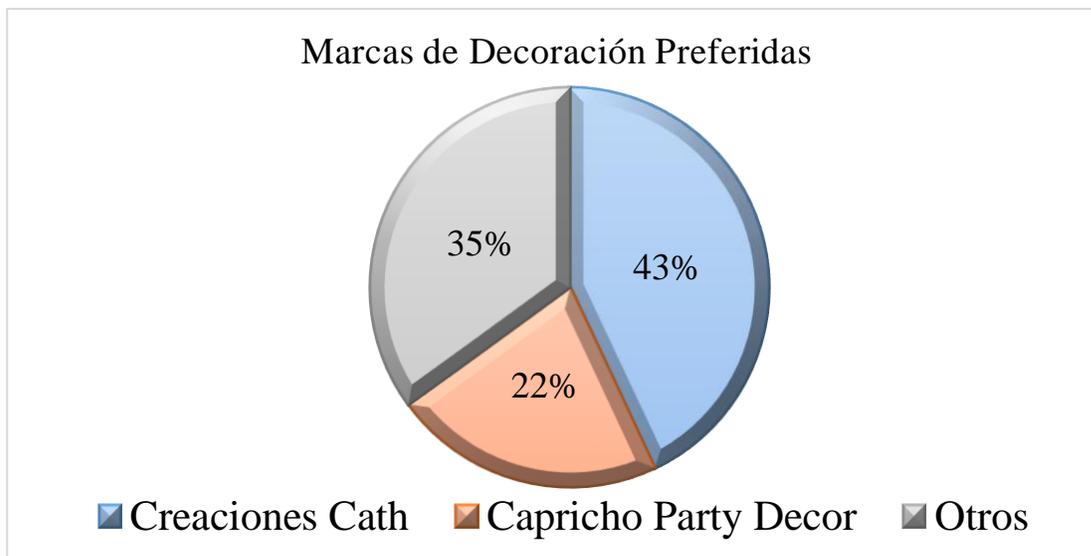
*Tabla 8: Cuadro Comparativo de negocios.*

<b>Producto</b>	<b>Calidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Segmento</b>	<b>Presentación</b>
<b>Creaciones Cath</b>	Alta	Alto	Población que hace uso de servicios de decoración	Invitación, centro de mesas, pasteles y decoración
<b>Capricho Party Decor</b>	Alta	Alto	Población que hace uso de servicios de decoración	Montaje y decoración personalizada.
<b>VANDY (Servicio Innovador)</b>	Alta	Medio Alto	Población que hace uso de servicios de decoración	Servicio completo de una decoración y montaje de eventos personalizada

**Fuente:** Elaboración propia.

### 4.3.1. Cálculo de oferta

Ilustración 28: Preferencia de los usuarios



**Fuente:** Elaboración propia.

En cuanto a la investigación de mercado que se llegó a realizar, por medio de la encuesta aplicada que fue el instrumento utilizado y que nos ayudó a conocer cuál es la oferta indirecta con relación al servicio que estamos brindando.

Como indica la ilustración número 26, esta representa que el 43% equivalente 22 personas de los usuarios encuestados adquieren el servicio de Creaciones Cath competencia indirecta y más preferida por los consumidores, también está la marca Capricho Party Decor siendo esta la segunda oferta la cual está representada por el 22% que equivale a 11 personas de las 50 encuestadas lo que indica que estos datos hacen referencia a la participación de mercado de las competencias.

**Demanda real:** Esta es la cantidad de personas que estarían dispuestas a adquirir el producto y según la encuesta aplicada dio un resultado que un 96% estaría dispuesta a adquirirlo por lo tanto la demanda real que se definió sería de: 17,341 personas.

Tabla 9: Demanda Real

Demanda Real	Oferta Indirecta	
<b>17,341 personas</b>	Creaciones Cath	Capricho Party Decor
	7,457de personas es el 43% que abarca en el mercado el competidor indirecto líder en este caso Creaciones Cath que son los datos que reflejan las preferencias de los consumidores	3,815 de personas es el 22% que abarca el mercado competidor indirecto Capricho Party Decor, son los datos que se reflejan por parte de los consumidores con respecto a su preferencia.

**Fuente:** Elaboración propia.

La tabla número 9, indica la suma de las competencias indirectas que están al alcance de nuestra demanda real en la cual hay un total del 65% en las dos competencias indirectas que está reflejado en porcentaje, pero en número lo que quiere decir que estas representan un total de: 11,272 personas.

#### **4.3.2. Cálculo de la demanda insatisfecha**

La demanda insatisfecha es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado, pero la cual puede ser cubierta en partes por el proyecto que se está realizando, existe una demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta o cuando la población no ha logrado llegar al servicio y en un dado caso no están conforme con ello o no satisface sus necesidades. Para este proyecto se definió la demanda insatisfecha de la siguiente manera:

## Demanda Insatisfecha

*Tabla 10: Demanda Insatisfecha*

Demanda Real	Oferta Indirecta	Demanda Insatisfecha
17,341 personas	11,272 personas	6,069 personas

**Fuente:** Elaboración propia.

En la tabla número 10, se muestra toda aquella población insatisfecha que no engloba la competencia indirecta lo cual es una ventaja para el proyecto realizado, puesto a que puede cubrir esta demanda.

### 4.4. Análisis de precio

#### 4.4.1. Comparación de precio del mercado

Hasta el día de hoy existen competencias indirectas locales de variedades de Decoraciones, la mayoría de competencias que hay son dentro del mismo municipio, dentro de ellas están, Creaciones Cath, Capricho Party Decor, estas 2 marcas mencionadas anteriormente son las que se realizan eventos o decoraciones a nivel local. El Servicio de Montaje y Decoraciones de eventos por ser un servicio innovador no tiene competencia directa, pero si tiene servicios sustitutos.

### Descripción de la competencia

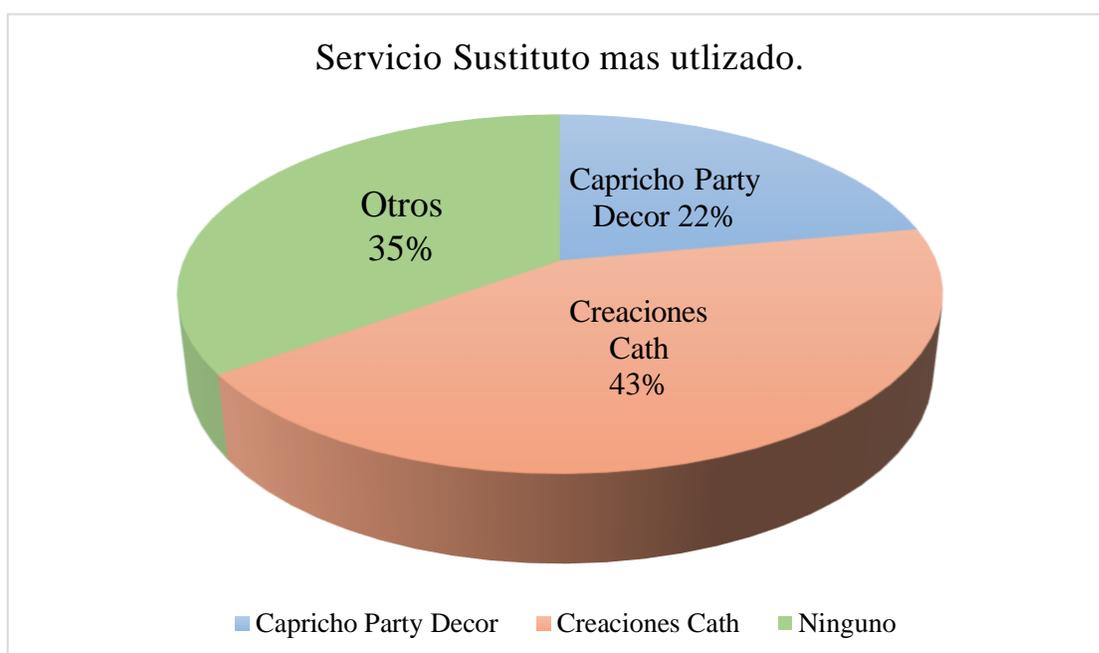
El Servicio de Montaje y Decoraciones de eventos no tiene competencia directa debido a que alrededor de Jinotepe no hay una empresa que se dedique a brindar un servicio completo. Ahora bien, los servicios sustitutos con más demanda en el mercado local son los servicios de Capricho Party Decor estos varían según calidad, variedad, y tiempo.

*Tabla 11: Precios de las Decoraciones de los Servicios Sustitutos*

Decoración	Capricho Party Decor	Creaciones Cath
<b>Cumpleaños</b>	C\$16,000.00	C\$ 12,000.00
<b>Bodas</b>	U\$ 3,500.00	U\$ 3,200.00
<b>Graduaciones</b>	C\$ 18,000.00	C\$ 17,000.00

**Fuente:** Elaboración propia.

*Ilustración 29: Servicio Sustituto Más Utilizado*



**Fuente:** Elaboración propia.

El análisis de precio en comparación con la competencia se realizó por medio de visitas a los servicios, en el local donde se ofrecen estos servicios aquí se interrogo a los trabajadores donde

se les pregunto ¿Qué servicio tenía más demanda?, y así se pudo obtener la información necesaria y también los precios.

Por medio de la investigación de mercado se observó que un 43% de las personas prefieren usar los Servicios de Creaciones Cath, esto ayudara a la micro-empresa a tomar la mejor decisión de acuerdo a la distribución del servicio de este proyecto.

#### ***4.4.2. Estructura de precio***

Para (Rodriguez, 2015) el comprador entrega algo de valor económico al vendedor, a cambio de los bienes y servicios que se le ofrecen. La cantidad de dinero que se paga por los bienes o servicios constituye su precio.

La fijación del precio es de suma importancia, dado que influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio. No debe olvidar a qué tipo de mercado está enfocando al servicio, debe saber si lo que buscará el consumidor será calidad, sin importar mucho el precio, o si el precio será una de las variables de decisión más importantes. En muchas ocasiones una mala fijación del precio es la responsable de la escasa demanda de un servicio.

El precio de un producto o servicio es una variable relacionada con los otros tres elementos de la mezcla de marketing: plaza, publicidad y producto. Asimismo como en las promociones, pues constituyen una parte importante de la negociación con los clientes potenciales y/o distribuidores.

También (Grasset, 2015) expresa que la fijación de precios basados en la competencia consiste en el establecimiento de un precio al mismo nivel de la competencia. Este método se apoya en la idea de que los competidores ya han elaborado acabadamente su estrategia de fijación de precios.

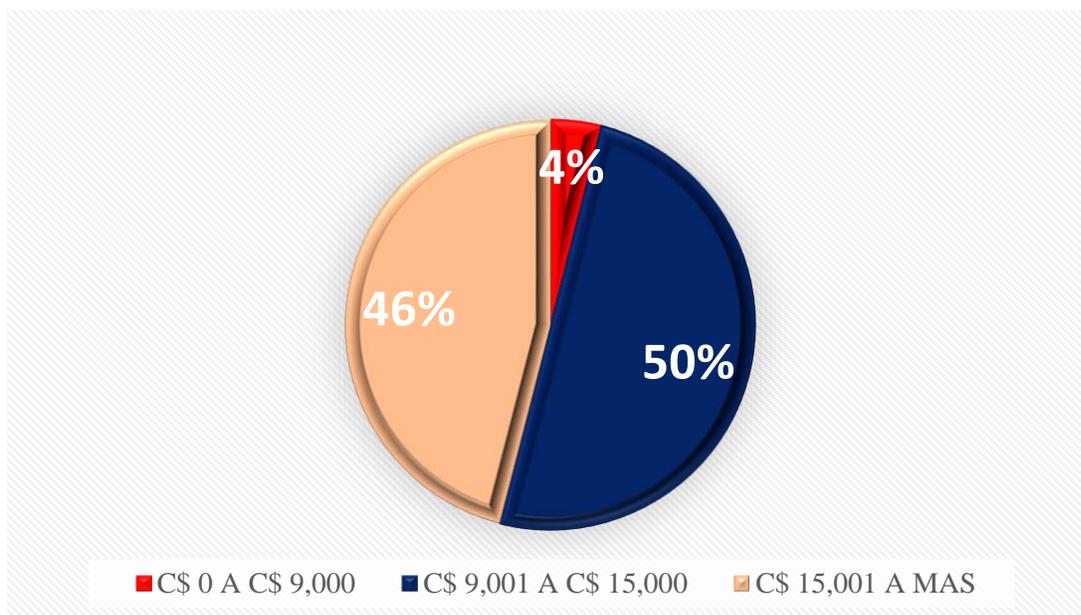
Por estas especificaciones antes mencionadas se debe de estimar el precio del Servicio de Montaje y Decoración de Eventos, esto indica que es una estimación por lo tanto no define el precio final del servicio.

#### **Estimación de costos fijos y variables del Servicio de Montaje y Decoraciones de Eventos.**

Para elaborar la estimación de costos, se tomó como referencia una de las preguntas que se les realizó a los encuestados de, ¿Cuánto pagaría usted como cliente por el servicio de Decoración

y Montaje de un evento totalmente personalizado a su gusto?, la cual es mostrada en la ilustración número 27.

*Ilustración 30: Gráfica de resultados de la encuesta sobre la pregunta ¿Cuánto pagaría usted como cliente por el Servicio de Montaje y Decoración de un Evento totalmente personalizado a su gusto?*



**Fuente:** Elaboración propia.

En la cual refleja que los encuestados optaron por un primer lugar que les gustaría que el servicio costara de C\$ 7,001 a C\$ 15,000 córdobas, en un segundo lugar les gustaría que el precio del servicio ronde entre los C\$ C\$ 15,001 córdobas a más, en tercer lugar, que el precio del servicio ostente entre C\$ 0 a C\$ 9,000 córdobas, lo que indica que los usuarios prefieren pagar la calidad del servicio e interponen hasta después el precio.

- **Costos Variables:** CV (Materia prima por cada servicio producido, costos de fabricación).

**Costos Variables por servicio.***Tabla 12: Costos Variables del paquete de cumpleaños para 20 Personas*

<b>Materiales</b>	<b>Costo</b>
Globos Qualatex (600 a más)	C\$ 2,100.00
Sillas y Mesas (20 personas)	C\$ 325.00
Manteles (15 mesas)	C\$ 150.00
Sobre manteles (15 mesas)	C\$150.00
Cortinas (5)	C\$100.00
Cajas de caramelos	C\$200.00
Invitaciones (20)	C\$ 400.00
Papeles decorativos (1 resma)	C\$ 500.00
Pro Plast (2 pliegos)	C\$ 140.00
<b>Total</b>	<b>C\$ 4,065.00</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

*Tabla 13: Costos Variables del paquete de bodas para 20 personas*

<b>Materiales</b>	<b>Costo</b>
Globos Qualatex (600 a más)	C\$ 2,100.00
Sillas y Mesas (20 personas)	C\$ 325.00
Sillas especiales (2 personas)	C\$ 100.00
Manteles (15 mesas)	C\$ 250.00
Sobre manteles (15 mesas)	C\$250.00
Flores y hojas artificiales	C\$1,500.00
Letras 3D con luces led	C\$600.00
Centro de mesas (15)	C\$ 600.00
Recordatorios (20 personas)	C\$ 800.00
Trajes de sillas (20 sillas)	C\$ 300.00
Extensiones de luces (6)	C\$ 1,200.00
Invitaciones (20)	C\$ 600.00
Papeles decorativos (1 resma)	C\$ 500.00
Pro Plast (2 pliegos)	C\$ 140.00
<b>Total</b>	<b>C\$ 9,265.00</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

Tabla 14: Costos Variables del paquete de graduaciones

<b>Materiales</b>	<b>Costo</b>
Globos Qualatex (600 a más)	C\$ 2,100.00
Sillas y Mesas (20 personas)	C\$ 325.00
Manteles (15 mesas)	C\$ 250.00
Sobre manteles (15 mesas)	C\$250.00
Centro de mesas (15)	C\$ 375.00
Recordatorios (20 personas)	C\$ 400.00
Extensiones de luces (4)	C\$ 800.00
Invitaciones (20)	C\$ 300.00
Papeles decorativos (1 resma)	C\$ 500.00
Pro Plast (2 pliegos)	C\$ 140.00
<b>Total</b>	<b>C\$5,440.00</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

**Costos Fijos:** CF (Gastos Administrativos, gastos de oficina, todos aquellos costos que no tienen que ver directamente con la fabricación del producto).

### Costos fijos anuales

Tabla 15: Costos fijos anuales del paquete de cumpleaños

<b>Montaje y Decoración de Eventos</b>	
<b>Costos del Paquete de Cumpleaños</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
<b>Costo del Personal</b>	
Área de producción	16,000.00
<b>Sub Total Gasto del Personal</b>	<b>C\$ 16,000.00</b>
<b>Costos Directos</b>	
Materiales e Insumos	144,840.00
Alquiler de sobre mantel	7,650.00
Alimentación	22,950.00
<b>Sub total Costos Directos</b>	<b>C\$ 175,440.00</b>
<b>Costos Indirectos</b>	
Transporte	15,300.00
Depreciación equipo de computo	1,380.00
Aporte patronal	3,440.00
Prestaciones Sociales	4,000.00
<b>Sub total Costos Indirectos</b>	<b>C\$ 24,120.00</b>
<b>Total Costos</b>	<b>C\$ 215,560.00</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

Tabla 16: costos fijos anuales del paquete de bodas

<b>Montaje y Decoración de Eventos</b>	
<b>Costos del Paquete de Bodas</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
<b>Costo del Personal</b>	
Área de producción	16,000.00
Personal Eventual	11,400.00
<b>Sub Total Gasto del Personal</b>	<b>C\$ 27,400.00</b>
<b>Costos Directos</b>	
Materiales e Insumos	128,060.00
Alquiler letras led 3D	4,750.00
Alquiler de sobre mantel	11,400.00
Alimentación	14,250.00
<b>Sub total Costos Directos</b>	<b>C\$ 158,460.00</b>
<b>Costos Indirectos</b>	
Transporte	5,700.00
Depreciación equipo de computo	1,380.00
Aporte patronal	3,440.00
Prestaciones Sociales	4,000.00
<b>Sub total Costos Indirectos</b>	<b>C\$ 14,520.00</b>
<b>Total Costos</b>	<b>C\$ 200,380.00</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 17: Costos del Paquete de graduaciones

<b>Montaje y Decoración de Eventos</b>	
<b>Costos del Paquete de Graduaciones</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
<b>Costo del Personal</b>	
Área de producción	16,000.00
Personal Eventual	3,000.00
<b>Sub Total Gasto del Personal</b>	<b>C\$ 19,000.00</b>
<b>Costos Directos</b>	
Materiales e Insumos	38,150.00
Alquiler de sobre mantel	2,500.00
Alimentación	6,000.00
<b>Sub total Costos Directos</b>	<b>C\$ 46,650.00</b>
<b>Costos Indirectos</b>	
Transporte	3,000.00
Depreciación equipo de computo	1,380.00
Aporte patronal	3,440.00
Prestaciones Sociales	4,000.00
<b>Sub total Costos Indirectos</b>	<b>C\$ 11,820.00</b>
<b>Total Costos</b>	<b>C\$ 77,470.00</b>

Fuente: Elaboración Propia.

#### 4.4.3. Precio Unitario

Se presenta el proceso para estipular el precio unitario de presentación de un servicio según la estimación de los costos hasta el momento:

1. Calcule el precio de venta que ofrecerá a sus clientes en el canal de distribución.

Tabla 18: *Calculo del Precio de venta del paquete de cumpleaños.*

<b>VANDY</b>		
<b>Servicio de Cumpleaños</b>		
<b>Costo Total Anual</b>	<b>C\$</b>	<b>215,560.00</b>
<b>N° de servicio</b>		<b>51</b>
<b>Costo Total Unitario</b>	<b>C\$</b>	<b>4,226.67</b>
<b>Margen de Utilidad</b>		<b>88%</b>
<b>Precio de Venta</b>	<b>C\$</b>	<b>7,946.13</b>

**Fuente:** Elaboración Propia

Tabla 19: *cálculo del precio de venta del paquete de bodas.*

<b>VANDY</b>		
<b>Servicio de Bodas</b>		
<b>Costo Total Anual</b>	<b>C\$</b>	<b>200,380.00</b>
<b>N° de servicio</b>		<b>19</b>
<b>Costo Total Unitario</b>	<b>C\$</b>	<b>10,546.32</b>
<b>Margen de Utilidad</b>		<b>90%</b>
<b>Precio de Venta</b>	<b>C\$</b>	<b>20,038.00</b>

**Fuente:** Elaboración Propia

Tabla 20: Cálculo del precio de venta del paquete de graduaciones.

<b>VANDY</b>		
<b>Servicio de Graduación</b>		
<b>Costo Total Anual</b>	<b>C\$</b>	<b>77,470.00</b>
<b>N° de servicio</b>		<b>10</b>
<b>Costo Total Unitario</b>	<b>C\$</b>	<b>7,747.00</b>
<b>Margen de Utilidad</b>		<b>60%</b>
<b>Precio de Venta</b>	<b>C\$</b>	<b>12,395.20</b>

**Fuente:** Elaboración Propia.

De acuerdo con los costos totales y el porcentaje de ganancia que desea obtener la microempresa VANDY por paquetes se establecen para cumpleaños el 88%, bodas el 90% y las graduaciones el 60%.

#### **4.5. Estrategia competitiva de mercado (4PS)**

Según (Borragini, 2017) la mezcla de mercadotecnia, también llamadas las 4p's del marketing o Marketing Mix, representan los cuatro pilares básicos de cualquier estrategia de marketing: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

#### **Estrategia general**

Según (Tomas, 2020) una estrategia es el proceso que permite que una empresa se centre en los recursos disponibles y los utilice de la mejor manera posible para incrementar las ventas y obtener ventajas respecto de la competencia.

Primeramente, se establece lo que es una estrategia general que consiste en el desarrollo del servicio, este con el objetivo de que tenga una buena aceptación por parte del mercado a incurrir y que tenga un impacto positivo al desarrollo y crecimiento del negocio. Para el desarrollo del

servicio existen diversas estrategias a utilizar, pero se utilizará una estrategia en especial que es “extensión de la línea” la cual consiste en introducir al mercado novedosas ideas y paquetes a ofrecer de dicho servicio. Para esto se necesita investigar cuales son los servicios de mayor demanda en el mercado y cuáles son los parámetros que la competencia establece para que el servicio sea contratado. Lo que se pretende con esta estrategia es mejorar el servicio para lograr una buena competitividad en el futuro y así mantener satisfechos a los consumidores del servicio.

#### ***4.5.1. Estrategia de Servicio***

El servicio de “Montaje y Decoración de Eventos” poseen diversas características que lo diferencian de los demás servicios que se ofrecen en el país. El primer paso a realizar fue un análisis del nombre del servicio, un nombre que llame la atención de los consumidores, que les generara interés de conocer más sobre el servicio, por eso se definió de la siguiente manera.

#### **Nombre del servicio**

Montaje y Decoración de Eventos VANDY nace de la combinación de los nombres de las integrantes de este emprendimiento, su combinación es novedosa, por lo tanto, es un poco más atractivo. Esta estrategia se utiliza para llamar la atención de los usuarios económicamente activos.

#### **Características Competitivas**

- ✓ Personalización completa del evento
- ✓ Paquetes completos
- ✓ Diversos utensilios para la decoración

## Características físicas de los principales materiales a utilizar

Tabla 21: Materiales a Utilizar

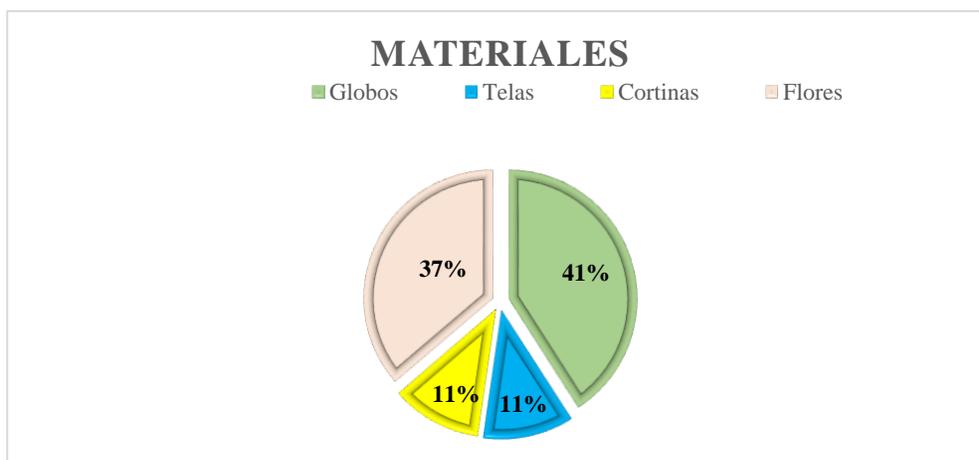
Materiales	Características
Globos	Globos de colores diversos, con decoración, colores metálicos, entre otros.
Papel y cartón	Hojas de colores variados, cartulinas variadas, texturas de cartón variadas, Hojas blancas, entre otros.
Flores	Utilización de flores naturales o artificiales (depende del cliente)
Tela	Utilización de telas de diversas texturas y colores en la decoración (depende del cliente)
Otros	Se utilizarán otros materiales varios como marcadores, lápices, lapiceros, pintura, entre otros.

**Fuente:** Elaboración propia.

### Materiales

Según datos obtenidos en encuestas realizadas, se encontró que por parte de los usuarios prefieren los siguientes materiales a utilizar en la decoración de su evento:

Ilustración 31: Materiales a Utilizar.



**Fuente:** Elaboración propia.

## Logotipo

Según (Peiró, 2017) es un símbolo que se utiliza para representar a una institución, marca, persona o sociedad. Se caracteriza por estar compuesto de imágenes, símbolos y/o letras. Las empresas comunican y distinguen sus productos o servicios a través de los logotipos; otorgándole beneficios tanto a los responsables como a los consumidores. A los primeros les está dando un valor agregado a sus productos y servicios, mientras que a los segundos les indica calidad o valor.

Un logotipo exitoso genera confianza al momento de la contratación del servicio, debe ser llamativo, reproducible y distinguible, por esas razones el logotipo diseñado por VANDY es el siguiente:

*Ilustración 32: Logotipo de la entidad.*



**Fuente:** Elaboración propia.

Con el logotipo presentado anteriormente se pretende atraer al mercado objetivo que se seleccionó, lo que se define en el logotipo es el nombre del servicio y lo que se ofrece.

## Especificaciones de calidad

Tomamos en cuenta lo que es la calidad del servicio, como es la elaboración, organización de ideas y programación del evento, al terminar todo este proceso, lo importante es que el usuario

quede contento con el servicio y que se lleve una buena imagen y experiencia del mismo, lo que indica que el servicio va por buen camino.

Se cuenta con diferentes atributos que cumplen con las expectativas que tienen los diferentes usuarios con el objetivo de que el cliente tenga una buena experiencia.

### **Diseño, forma y tamaño**

Como se presentó en el diseño del servicio en el modelo 3D en las generalidades de proyecto, el diseño se eligió por la población jinotepina, creado de manera novedosa y llamativa, que tenga una diferenciación con los demás servicios.

### **Marca**

Según (Jaen, 2019) la marca es lo que queda en la mente de los consumidores cuando ya se han consumido los productos. La importancia de la marca está en dejar una huella indeleble en la cabeza de los clientes, una huella que sea inconfundible, una huella memorable, que permita volver a consumir una y otra vez los productos que vende gracias a la diferenciación que consigue con respecto a sus competidores.

La marca es lo que lo diferencia un producto o servicio de los otros en el mercado, es lo que los identifica, por lo tanto, lo primero que se necesita es registrar la marca conforme a la Ley N° 380 Ley de marcas y signos distintivos establecida en Nicaragua la cual establece las disposiciones que regulan la protección de la marca y otros signos distintivos.

#### ***4.5.2. Estrategia de precio***

Para (Lamb, 2006) es un conjunto de principios, rutas, directrices y límites fundamentales para la fijación de precios inicial y a lo largo del ciclo de vida del producto, con lo cual, se pretende lograr los objetivos que se persiguen con el precio, al mismo tiempo que se mantiene como parte de la estrategia de posicionamiento general.

Los usuarios por lo general prefieren un servicio de calidad y valoran la buena atención y disponibilidad. Este proyecto está enfocado en brindar una experiencia positiva al momento de contratar nuestros servicios para poder crear un espacio donde disfrute con sus seres queridos, y pueda disfrutar de los buenos momentos. Con este servicio podrá personalizar todo su evento, creando así un ambiente deseado para dicha celebración. Como el servicio del proyecto es nuevo

en el mercado se necesitan establecer las estrategias más adecuadas y adaptables para Montaje y Decoración de Eventos VANDY las cuales se detallan a continuación:

### **Estrategia de fijación de precio**

Tomando en cuenta que “Montaje y Decoración de Eventos VANDY” es un servicio innovador y que la competencia son otras compañías que ofrecen servicios similares al nuestro cuyo valor es un poco alto debido a que llevan años en el mercado. Se considera que “VANDY” fija un precio medio alto para un servicio nuevo y de calidad, buscando atraer a un gran número de usuarios y conseguir posicionamiento en el mercado.

### **Estrategia de precios tiene como principales objetivos:**

*Ilustración 33: Objetivos de la Estrategia de Precios.*



**Fuente:** Elaboración propia.

Por las razones antes mencionadas el servicio “Montaje y Decoración de Eventos VANDY”, los costos de producción y márgenes de utilidad, los precios se fijarán dependiendo del

paquete que el usuario pida y dependiendo de qué tan personalizado quiera su evento. Cada evento realizado contará con un margen de ganancia estimado según el servicio.

*Tabla 22: Precios Estimados Por Paquetes a Ofrecer*

Paquetes	Precios
<b>Bodas</b> <b>Completamente personalizadas por el cliente</b>	Entre C\$ 20,000.00 a C\$ 40,000.00
<b>Graduaciones</b> <b>Completamente personalizados por el cliente</b>	Entre C\$ 10,000.00 a C\$ 13,000.00
<b>Celebración de XV años</b> <b>Completamente personalizados por el cliente</b>	Entre C\$ 18,000.00 a C\$ 23,000.00

**Fuente:** Elaboración propia.

### **Estrategia de precios**

- **Fijación de precios psicológica:** la estrategia de precios psicológica se enfoca en las emociones del usuario. El valor que este percibe del servicio tiene un impacto significativo en su comportamiento de compra. Los usuarios se rigen por sus pensamientos, motivaciones y necesidades, por lo que su proceso de decisión suele ser volátil y dinámico.

- **Fijación de precios promocionales:** es una estrategia de ventas en las que se reduce temporalmente el precio de un producto para atraer clientes potenciales. Puede aumentar los ingresos, fidelizar a los clientes y mejorar el flujo de caja a corto plazo cabe destacar que esta estrategia será solo por momentos o temporadas debido a que es desventajoso cuando se aplica todo el tiempo.

- **Descuentos:** esta estrategia de descuentos en la contratación de un paquete de Montaje y Decoración seleccionado es para ofrecer el servicio a su precio bajo en un gran volumen. Con esta estrategia es importante reducir los costos y mantenerse competitivo.

*Ilustración 34: Descuentos de VANDY.*



Para “VANDY Eventos y Decoraciones” se concederá un descuento del 5% en su primera contratación de alguno de nuestros paquetes seleccionados.

**Fuente:** Elaboración propia.

- **Fijación de precios por evento especial:** esta estrategia será empleada con descuentos de acuerdo a los días o eventos que se consideran estratégicos.

*Tabla 23: Días de Eventos Especiales.*

Eventos y días especiales
<b>Febrero:</b> Día del amor y la mistad.
<b>Mayo:</b> Día de las madres.
<b>Junio:</b> Día del niño (a), Día del maestro, Día del padre.
<b>Diciembre:</b> Promociones de los centros educativos primaria y secundaria, celebración de Navidad y Fin de año.

**Fuente:** Elaboración propia.

En estos días la influencia de los usuarios es mayor debido al deseo de celebrar en familia estas fechas importantes y de mantener unida la familia por medio de estos días especiales.

### 4.5.3. Estrategia de Distribución

De acuerdo con (Quiroa, 2020) la estrategia de distribución consiste en la toma de decisiones que realiza una empresa sobre los canales, sistemas y tipos de distribución que se utilizará para llegar al mayor número de clientes posibles. Es necesario crear nuevos mecanismos para brindar la mejor atención al momento de ofrecer el servicio, para esto se establecieron las siguientes estrategias:

- ✓ Hacer uso de las redes sociales más populares como lo son Facebook, Instagram y Tik Tok
- ✓ Establecer un número celular para realizar citas por medio de llamadas telefónicas
- ✓ Establecer reuniones en zoom para mayor comodidad a la hora de brindar una atención de calidad a los usuarios.

*Ilustración 35: Redes Sociales*



**Fuente:** Elaboración propia.

#### 4.5.4. Estrategia de promoción y publicidad

##### Publicidad

La publicidad hoy en día es una de las estrategias de marketing más importantes para dar a conocer un nuevo producto en el mercado, por lo cual es importante implementarlo de la manera correcta.

Según (Lopez, 2015) la publicidad es un tipo de comunicación audio y/o visual del marketing que emplea mensajes patrocinados e impersonales para promocionar o vender un producto marca o servicio. Es una de las múltiples herramientas que posee el marketing para llamar la atención de los futuros clientes.

##### Plan de medios

Por lo antes mencionado, elaborar un plan de medios es indispensable para todo aquel negocio o empresa que está empezando con un nuevo producto o servicio en el mercado, cabe recalcar que lo que se necesita para elaborar un correcto plan de medios es un mensaje que difundir, saber a quién va dirigido, a través de qué canal se hará y cuáles son los objetivos que se quieren cumplir.

A través de encuestas realizadas a 50 usuarios ellos seleccionaron su medio de publicidad de preferencia:

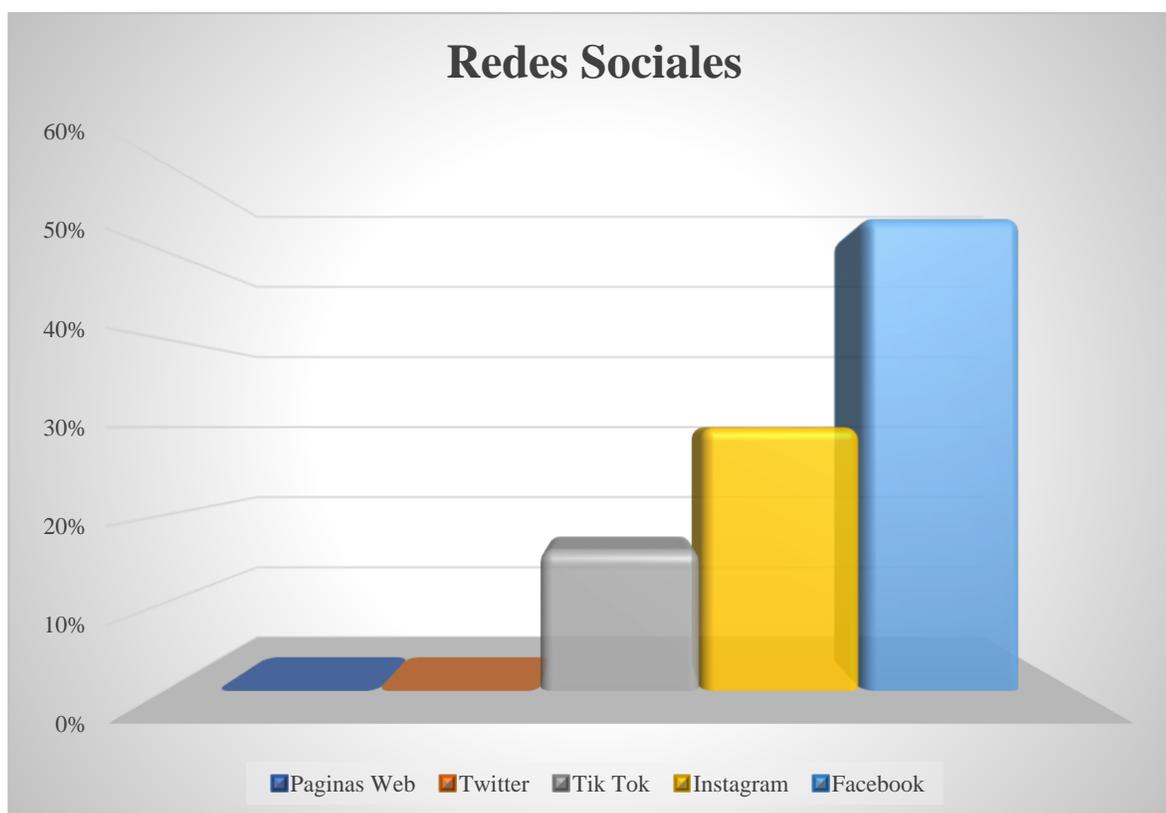
*Ilustración 36: Medios de Publicidad*



**Fuente:** Elaboración propia.

Los medios que se utilizarán para la promoción y publicidad del servicio serán por medio de las redes sociales, de igual manera los usuarios seleccionaron la de su preferencia, para conocer todas nuestras novedades y noticias.

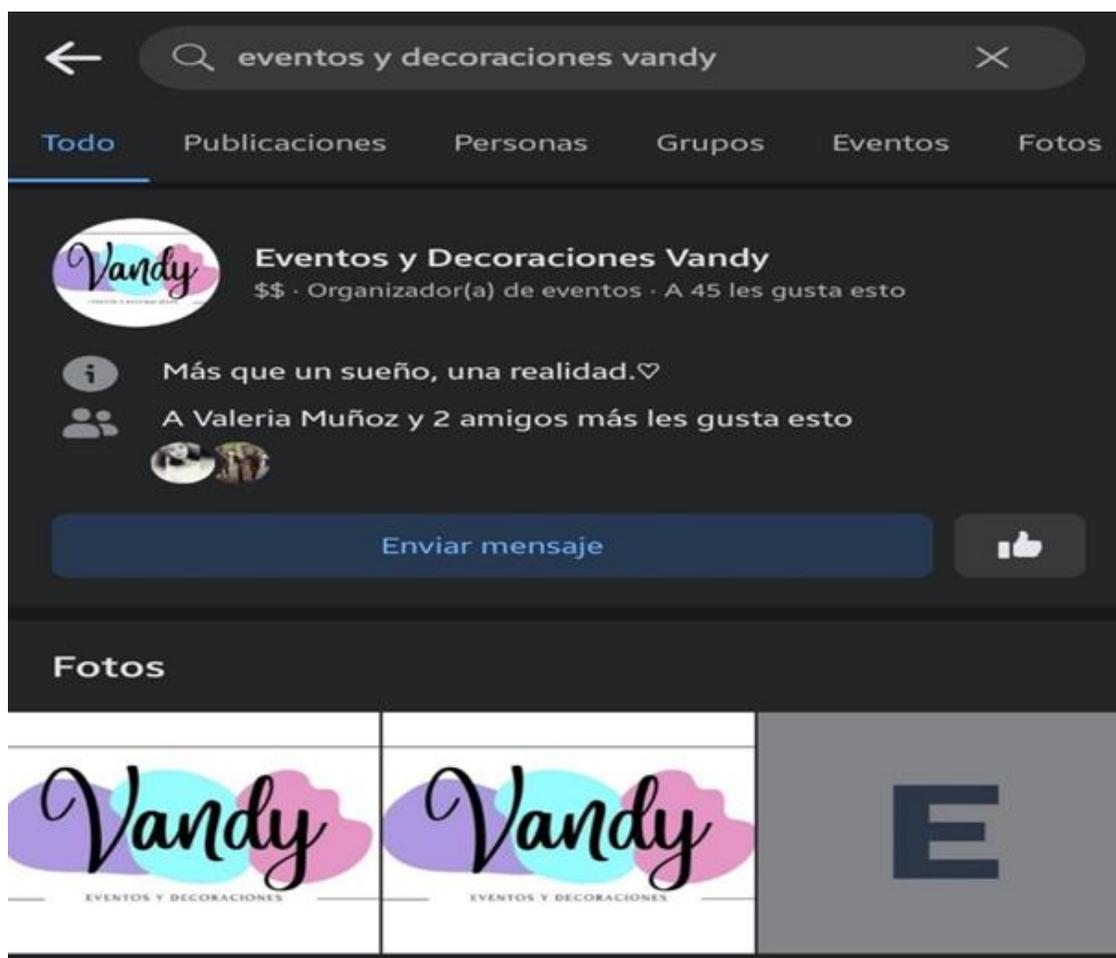
*Ilustración 37: Redes Sociales aceptadas*



**Fuente:** Elaboración propia.

**Facebook:** Esta red social es una de las más utilizadas a nivel nacional, su alcance va desde jóvenes, adultos, hasta adultos mayores. Por ende, ha sido seleccionada para ser el principal medio en el que realizaremos todo tipo de anuncios sobre productos, rifas, dinámicas, entre otras cosas.

Ilustración 38: Red Social de Facebook



**Fuente:** Elaboración propia.

**Instagram:** Esta red social tiene como función permitir que los negocios de comercio electrónico creen una demostración inversa para que las personas exploren de diferentes servicios que se ofrecen con un solo toque.

Ilustración 39: Red Social de Instagram de VANDY



**Fuente:** Elaboración propia.

- **Folletos:** Se elaborarán Folletos los cuales contendrán información sobre el servicio, en estos se explicará en qué consiste, cómo se personaliza, donde se encuentra. Serán entregados a la población del municipio de Jinotepe, especialmente a personas jóvenes, adultos y adultos mayores.
- **Banners:** Se colocarán en las afueras de lugares como plazas comerciales, parques, entre otros, en estos se incluirán imágenes del servicio que llamen la atención de los compradores, así mismo una pequeña explicación de cómo podrá adquirir correctamente el servicio.

Ilustración 40: Banner para Publicidad de la entidad



Fuente: Elaboración propia

Para llegar a tomar la decisión de qué tipos de medios se iban a utilizar, se llegaron a las siguientes consideraciones:

- Las redes sociales tienen mayor alcance de usuarios.
- Permiten dirigirte a tu público concreto gracias a su avanzada segmentación.
- No exigen una inversión elevada para empezar a funcionar.
- Podemos elegir lo que queremos promocionar.
- El banner destaca lo que es la marca.

Además, se tomó en consideración las opiniones brindadas por los 50 usuarios en las encuestas realizadas.

### Slogan Publicitario

Para VANDY el eslogan publicitario es el siguiente: **“Más que un sueño una realidad”** con el cual se pretende llamar la atención de los usuarios. El slogan se puede destacar en lo que son los banners, redes sociales y folletos.

### **Estrategia de Marketing de contenidos**

El propósito de este es crear contenido relevante y de calidad para atraer a los posibles clientes, para poder retenerlos y que en un futuro estos se terminen convirtiendo en clientes.

Esta estrategia va de la mano con lo que son las redes sociales debido a su bajo costo y al gran impacto y alcance que tiene hacia las personas por lo tanto el contenido que se destaca es el siguiente:

- Fotos
- Videos
- Promociones
- Eventos

### **Promoción**

Según (Coutinho, 2017) algunos estudiosos de Publicidad y Marketing, como McCarthy y Perreault, definen la promoción como la acción de transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos.

- **Promociones económicas**

En esta están las promociones que incluyen lo que son las recompensas económicas como: descuentos o cupones.

- **Estrategias de impulso**

Esta se trata en dar un incentivo a las personas que están en las ventas del producto, para que estas lo hagan de la mejor manera posible, aquí habrá una constante capacitación para que se trabaje en equipo y crear un buen ambiente laboral, aparte de atender con calidad.

- **Estrategias de atracción**

Esta tiene una diferencia a la estrategia anterior, en este caso en esta está el objetivo del consumidor del servicio de Montaje y Decoración de Eventos.

#### ***4.5.5. Presupuesto de la estrategia.***

Un presupuesto es la estimación futura de las operaciones y los recursos de una empresa, esto se elabora para saber la cantidad de dinero que se espera utilizar para la realización de las actividades del área que se desea.

Tabla 24: Presupuesto de la Estrategia.

Medios visuales	cantidad	Precio trimestral	P 1 año	P 2 años	P 3 años
<b>Folletos</b>	50 unidades	C\$ 670.00	C\$ 2,680.00	C\$ 2,780.00	C\$ 2,880.00
<b>Banner</b>	5 unidades	C\$ 1,000.00	C\$ 4,000.00	C\$ 4,200.00	C\$ 4,400.00
<b>Promociones</b>	Entrega de cupones que cuentan con el 5% de Descuento en la contratación de nuestro servicio.	5%			
<b>Redes sociales</b>	Internet	El costo del internet se especifica en la tabla # de gastos administrativos			
<b>Total</b>		<b>C\$1,670.00</b>	<b>C\$ 6,680.00</b>	<b>C\$ 6,980.00</b>	<b>C\$ 7,280.00</b>

**Fuente:** Elaboración Propia.

En la siguiente tabla se registraron las descripciones de los costos generales que se tomarán en cuenta para la elaboración de los medios visuales del proyecto que serán: folletos, banners, promociones, redes sociales, todo esto se realizará con el fin de alcanzar el éxito deseado, esta ayudará a captar la atención del cliente y permitirá conocer la percepción de los usuarios.

#### 4.6. Proyección de Ventas

Según (Areas, 2020) una proyección de ventas es un cálculo estimado, utilizando técnicas estadísticas, que permite conocer la previsión de ventas de una empresa en un período de tiempo futuro. Básicamente consiste en averiguar cuanto podremos vender, teniendo en cuenta que la proyección de ventas está relacionada con el resto de actividades. Por tanto, es uno de los análisis esenciales que debe llevar a cabo cualquier empresa. Recordemos que el centro de cualquier negocio es el cliente y su facturación es la principal fuente de ingresos.

Para la elaboración de la proyección de ventas se tomó como punto de partida lo que es el análisis que se realizó en la demanda potencial que es de 18,064 personas para determinar la cantidad de eventos de la demanda, viendo cuantas personas adquieren un servicio de montaje y decoración de eventos, que fue el 96% al mes, considerando también lo que es la demanda real que resulto ser de 17,341 usuarios, aparte esta lo que es la demanda insatisfecha que es de 6,069 personas de las cuales se abarcara el 4% que resulta la cantidad de 182 personas que equivale que se producirá.

El pronóstico de ventas se realizó de acuerdo a los meses y las festividades que tendrían mayor demanda del servicio, cuántos eventos se realizarían dependiendo de los meses del año.

*Tabla 25: Meses con mayor demanda del Servicio*

<b>Meses con mayor demanda</b>	
Febrero	Día del amor y la amistad
Mayo	Día de las madres
Junio	Día del niño (a), Día del pare, Día del maestro
Julio	Fiestas Patronales de Jinotepe
Septiembre	Mes Patrio
Octubre	Halloween
Noviembre	Día de los muertos
Diciembre	Graduaciones de los diferentes centros educativos y algunas universidades, casamientos, Navidad, Noche vieja.

**Fuente:** Elaboración propia.

Para realizar una proyección de ventas adecuada para el negocio, se necesita proyectar en base al primer año, en lo que es el inicio de vida de la idea de un negocio, además, se proyectara para cada año un aumento del 12.5% tomando en cuenta lo que es la inflación, el análisis de la demanda y otros factores.

En la tabla siguiente se refleja que para el primer año que se tendrá que realizar 80 eventos y que en ese primer año se obtendrá por ventas una cantidad de dinero considerable, las ventas y ganancias dependerá del paquete que el usuario elija y dependiendo de qué tan personalizado desee el evento, con un crecimiento del 15 % en temporadas altas.

Tabla 26: Proyección de Ventas

VANDY Eventos y Decoraciones													
Cedula N° 1 Proyección de ventas por evento													
Año 2023													
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Juni	Juli	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Eventos a realizar	6	8	5	5	7	6	6	6	7	6	5	13	80 eventos

**Fuente:** Elaboración Propia.

## 5. Plan de Servicios.

### 5.1. El proceso de Servicios.

Consiste en precisar una técnica para describir simultáneamente el proceso de servicio, los puntos de contacto del cliente y las evidencias de servicio desde el lado del cliente.

### 5.2. Proveedores y condiciones de compra de los equipos

Se realizó un estudio acerca de la mejor maquinaria con la calidad necesaria para la elaboración de los Montajes y Decoraciones, tomando en cuenta que dicho proveedor tenga un buen precio de venta y que no eleve los costos de producción de nuestro producto, para así mantener un precio de nuestros montajes y decoraciones competitivo. También se tomó en cuenta el factor de localización y la garantía que brindan los proveedores por dichas maquinarias. La siguiente tabla muestra los proveedores que trabajarán con nosotros para utilizar equipos y maquinaria que se utilizarán en el proceso de realización.

*Tabla 27: Información de equipos y proveedores.*

Equipo Nombre	Proveedores	Precio Unitario	Calidad	Proveedor seleccionado
<b>Calibrador de globos</b>	Amazon	C\$ 850.00	Muy buena	x
<b>Bomba Eléctrica para inflar globos</b>	Distribuidora “Ballons & More”	C\$ 1,000.00	Muy buena	x
<b>Bomba Manual para inflar Globos</b>	Distribuidora “Ballons & More”	C\$ 100.00	Muy buena	x
<b>Reglas metálicas</b>	Gonper	C\$15.00	Muy buena	x
<b>Cutter</b>	Gonper	C\$50.00	Muy buena	x
<b>Cutter de precisión</b>	Gonper	C\$60.00	Muy buena	x

<b>Corta Globos</b>	Distribuidora “Ballons & More”	C\$50.00	Muy buena	x
<b>Pistolas de Silicón mediana</b>	Gonper	C\$190.00	Muy buena	x
<b>Tubos de Hilos de Nylon</b>	Gonper	C\$60.00	Muy buena	x
<b>Tijeras medianas</b>	Gonper	C\$15.00	Muy buena	x

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 28: Costos total de herramientas.

Herramienta o utensilios	Precio unitario	Precio total
<b>5 reglas</b>	C\$ 15.00	C\$ 75.00
<b>3 cúter</b>	C\$ 50.00	C\$ 150.00
<b>3 corta globos</b>	C\$ 50.00	C\$ 150.00
<b>3 pistolas de Silicón</b>	C\$ 200.00	C\$ 600.00
<b>3 tubos de Hilos de Nylon</b>	C\$ 60.00	C\$ 180.00
<b>5 tijeras medianas</b>	C\$ 15.00	C\$ 75.00
<b>2 calibradores de globos</b>	C\$ 850.00	C\$1,700.00
<b>2 bombas eléctricas</b>	C\$1,000.00	C\$2,000.00
<b>3 bombas manuales</b>	C\$100.00	C\$300.00
<b>Total</b>		<b>C\$ 5,230.00</b>

Fuente: Elaboración propia.

### 5.3. Capital fijo y vida útil (Inversión fija)

La vida útil es el periodo de tiempo que se espera utilizar un activo de una empresa, bajo una actividad económica eficiente. Como Activo fijo de una empresa nos referimos a bienes que tienen una duración dentro del ciclo económico superior a un año. Para determinar la vida útil de un activo, es necesario considerar el desgaste, la participación de factores naturales, los cambios en la demanda de bienes o servicios que contribuyan a su producción o suministro, y la posible obsolescencia por razones técnicas.

De acuerdo a la ley 822 de concertación tributaria, y la Ley del Tratado Tributario No. 822, se considera el método de línea recta para la depreciación de activos. Es uno de los métodos de

depreciación más utilizados, principalmente por su sencillez y facilidad de uso, solo requiere operaciones aritméticas simples.

#### **5.4. Ubicación y distribución física de la empresa**

La ubicación de la empresa es un factor muy importante este puede jugar un papel determinante en la posición competitiva de la empresa, aparte de que es esencial para la elaboración del montaje. Por lo tanto, hay que determinar un lugar estratégico para realizar un buen desarrollo del negocio y no incurrir en mayores gastos a causa de la distancia del local.

*Ilustración 41: Ubicación de la empresa para consultas*



**Fuente:** Elaboración Propia.

#### **Cercanía de las fuentes de suministros**

Los proveedores de la materia prima deben de estar ubicados cerca de la empresa para que esta tenga fácil acceso a los insumos y obtenerlos de forma rápida, para poder realizar el proceso de producción de manera correcta.

## **Vías de comunicación y disponibilidad de medios de transportes**

Esta debe de contar con buenas vías de comunicación para proceder a tener un transporte adecuado para el personal, materia prima y el producto terminado.

**Estado de las vías de comunicación:** el departamento de Carazo posee 8 municipios el cual todos se encuentran alternos el uno con el otro por lo que no se tarda tanto el trasladarse de un municipio a otro. El transporte es accesible y puedes encontrar buses, microbuses, taxis y moto taxis para poder trasladarte al destino deseado.

**Servicios:** el departamento cuenta con energía eléctrica, agua potable, comunicación telefónica y acceso a internet bastante estable.

## **Macro localización**

El negocio se inscribirá en el municipio de Jinotepe.

En esta etapa se determinó en qué lugar del país era más conveniente ubicar el proyecto, por lo cual la microempresa estará ubicada en el departamento de Carazo, los factores que se tomaron en cuenta al momento de decidir dónde se iba a instalar el proyecto de una empresa de Montaje y Decoración de Eventos en el departamento de Carazo fueron las siguientes:

**Tipo de lugar:** tomando en cuenta como base una investigación realizada previamente, se llegó a la conclusión de que el departamento de Carazo no cuenta con una empresa de este tipo, por lo que ubicarlo aquí sería una ventaja en la distribución y consumo del servicio en la localidad por lo cual es accesible el proyecto dentro de este lugar.

**Estado de las vías de comunicación:** el departamento de Carazo posee 8 municipios el cual todos se encuentran alternos el uno con el otro por lo que no se tarda tanto el trasladarse de un municipio a otro. El transporte es accesible y puedes encontrar buses, microbuses, taxis y moto taxis para poder trasladarte al destino deseado.

**Servicios:** el departamento cuenta con energía eléctrica, agua potable, comunicación telefónica y acceso a internet bastante estable.

### **Micro localización:**

Para esta, se consideraron varios factores para decidir en dónde iba a estar ubicada la microempresa en el departamento de Carazo, lo cual nos llevó a lo siguiente:

Primeramente se tomó en cuenta que hubiese el inmueble en la localidad, aparte de realizar una revisión en el entorno para constatar que la empresa puede realizar sus operaciones sin ningún problema, otro de los factores que se tomó en cuenta es la cercanía que éste tendría a locales que ofrecen los insumos que se utilizaran para la producción la cual se pretende aprovecharla así también como la cercanía de los clientes potenciales por lo cual la empresa estará ubicada detrás de AGRIMERSA, del centro de salud, 2 cuadras al sur.

*Ilustración 42: Micro localización de la empresa.*



**Fuente:** Elaboración Propia.

### **5.5. Insumos, su costo y disponibilidad**

Los insumos por utilizar en los paquetes se encuentran en librerías y proveedores de artículos de fiestas en la zona comercial de Managua. Las compras se realizan por eventos puesto que se requiere solo cuando se brinda el servicio.

A continuación, se presenta la tabla de los insumos a usar en el primer año tanto en unidades físicas y monetarias.

Tabla 29: Materiales e insumos del Servicio en unidades físicas.

<b>VANDY Montaje y Decoración de Eventos</b>		
<b>Compra de Materiales e Insumos del Servicio (Unidades Físicas)</b>		
<b>Descripción</b>	<b>U/M</b>	<b>Total</b>
<b>Graduaciones</b>		
Globos	Paquetes	120
Invitaciones	Unidad	200
Papel decorativo	Remas	10
Poroplas	Unidad	20
Centro de mesas	Unidad	150
Recordatorios	Unidad	200
<b>Total, graduaciones</b>		<b>700</b>
<b>Bodas</b>		
Globos	Paquetes	228
Invitaciones	Unidad	380
Papel decorativo	Remas	19
Poroplas	Unidad	38
Centro de mesas	Unidad	285
Recordatorios	Unidad	380
Flores y hojas artificiales	Paquetes	380
<b>Total, bodas</b>		<b>1,710</b>
<b>Cumpleaños</b>		
Globos	Paquetes	612
Invitaciones	Unidad	1,020
Poroplas	Unidad	102
Cajas de caramelos	Unidad	1,020
<b>Total, cumpleaños</b>		<b>2,754</b>
<b>Total</b>		<b>5,164</b>

**Fuente:** Elaboración Propia.

Tabla 30: Materiales e insumos del servicio en unidades monetarias.

<b>VANDY Montaje y Decoración de Eventos</b>		
<b>Compra de Materiales e Insumos del Servicio (Unidades Monetarias)</b>		
<b>Descripción</b>	<b>C/U</b>	<b>Total</b>
<b>Graduaciones</b>		
Globos	C\$ 175.00	C\$ 21,000.00
Invitaciones	C\$ 15.00	C\$ 3,000.00
Papel decorativo	C\$ 500.00	C\$ 5,000.00
Poroplas	C\$ 70.00	C\$ 1,400.00
Centro de mesas	C\$ 25.00	C\$ 3,750.00
Recordatorios	C\$ 20.00	C\$ 4,000.00
<b>Total graduaciones</b>		<b>C\$ 38,150.00</b>
<b>Bodas</b>		
Globos	C\$ 175.00	C\$ 39,900.00
Invitaciones	C\$ 30.00	C\$ 11,400.00
Papel decorativo	C\$ 500.00	C\$ 9,500.00
Poroplas	C\$ 70.00	C\$ 2,660.00
Centro de mesas	C\$ 40.00	C\$ 11,400.00
Recordatorios	C\$ 40.00	C\$ 15,200.00
Flores y hojas artificiales	C\$ 100.00	C\$ 38,000.00
<b>Total bodas</b>		<b>C\$ 128,060.00</b>
<b>Cumpleaños</b>		
Globos	C\$ 175.00	C\$ 107,100.00
Invitaciones	C\$ 20.00	C\$ 20,400.00
Poroplas	C\$ 70.00	C\$ 7,140.00
Cajas de caramelos	C\$ 10.00	C\$ 10,200.00
<b>Total cumpleaños</b>		<b>C\$ 144,840.00</b>
<b>Total</b>		<b>C\$ 311,050.00</b>

Fuente: Elaboración Propia.

## 5.6. Personal, su costo y disponibilidad

Por el personal fijo se dispondrá de 3 trabajadores que se ubican en los diferentes departamentos de Nicaragua, ubicados en el área de administración, en área de producción y área de venta, se contratara personal eventual debido a la magnitud de los diferentes eventos que ofrece VANDY.

También se contará con personal eventual por las magnitudes de dichos eventos, de acuerdo a los paquetes estándares establecidos se contratará para graduaciones a una persona extra capacitado en el área de montaje y decoración, de igual manera para bodas se contará con dos personas extras con la misma capacidad y mayor desempeño.

## 5.7. Costos indirectos.

Los costos indirectos de la empresa son: transportación, depreciación de equipo de cómputo, Aporte patronal y prestaciones sociales, las cuales se presentan a detalle en el plan financiero.

*Tabla 31: Costos indirectos del servicio.*

<b>VANDY Montaje y Decoración de Eventos</b>	
<b>Costos Indirectos</b>	
Transportación	C\$24,952.80
Depreciación equipo de computo	C\$ 4,140.00
Aporte patronal	C\$11,042.40
Prestaciones Sociales	C\$12,840.00
<b>Total Costos Indirectos</b>	<b>C\$52,975.20</b>

**Fuente:** Elaboración Propia.

## **6. Plan de organización y gestión**

El autor (Trenza, 2021) indica que el plan de organización es un documento que organiza una empresa, analizando su estructura interna y trabajando su optimización, en él se trabaja el organigrama detallado sus departamentos, funciones y personas, además de escalas salariales (fijas y variables), futuras necesidades del personal y normativa interna. Es por eso que se está realizando el plan organizacional para Montaje y Decoraciones de eventos VANDY de manera que esta será reflejada según su tamaño, aspectos legales, cantidad de trabajadores, sus funciones y salarios. Y para destacar entre las demás empresas se estableció Misión, Visión y Valores.

### **6.1. Marco legal (forma jurídica)**

Dentro de este inciso se abarcarán los artículos correspondientes a este procedimiento, donde se mencionarán las instituciones a las que se procederá a inscribirse y también se hará mención de los requisitos obligatorios y el costo de los aranceles a pagar en este proceso.

La empresa para dar inicio a sus operaciones la cual es la elaboración de Montajes y Decoraciones de Eventos VANDY, debe construirse de acuerdo a su tamaño, que según la ley 645 de promoción y fomento del micro, pequeña y mediana empresa artículo 3, VANDY se clasifica como microempresa esta cuenta por 3 colaboradores, los cuales van a desempeñar diferentes funciones en distintas áreas de la empresa.

Para que la empresa funcione bien debe de seguir una serie de parámetros para inscribirse, obtener licencias, permisos y pagar los impuestos establecidos por el regimiento legal de esta. VANDY se inscribirá como persona natural según las leyes del país, tomando en cuenta la factibilidad y sencillez en sus trámites y debido a que estará compuesta por tres emprendedores.

Una vez definidos para poder generar una actividad económica en Nicaragua se debe cumplir con una serie de requisitos que establece la ley, por lo cual se debe contar con inscripciones en las diferentes instituciones del estado las cuales son:

Ilustración 43: Instituciones donde se debe registrar la empresa.



**Fuente:** Elaboración propia.

Se procederá a inscribir la microempresa para obtener los permisos y autorizaciones necesarias en las siguientes instituciones:

### ➤ **Registro público Mercantil**

El Registro Público Mercantil, (Registro Publico, 2020) que tiene por objeto la inscripción de los comerciantes o empresarios, de los actos y contratos de comercio; la inscripción y legalización de los Libros de Diario, Mayor, Actas, Acciones y cualquier otra información que determine la Ley 698, Ley General de Registros Públicos.

Actualmente el Registro Mercantil está conviviendo con dos sistemas:

- El Sistema de Folio Personal, bajo inscripción electrónica de empresas nuevas
- El Sistema manual tradicional de inscripción.

Este proceso de transición está cambiando la forma de llevar el Registro Mercantil, dejando atrás el engorroso proceso de inscripción manual con la utilización de libros físicos para dar paso a la modernidad inscribiendo de forma electrónica.

**Dirección General de Ingresos (DGI)**

Requisitos para inscripción ante la DGI, persona natural:

1. Carta de solicitud dirigida a la Ing. María Rene González Andino (Administradora).
2. Copia de cédula de identidad, o fotocopia de cédula de residencia (en caso de extranjeros)
3. Correo electrónico
4. Libros contables debidamente inscritos en el registro mercantil.
5. Fotocopia de título o carta de egresado de la universidad que estudio.
6. Documentos para hacer constar el domicilio fiscal: (Recibo básico de (Agua, Luz, servicio Claro) que este a nombre de la persona que va a inscribir, en caso de alquiler traer contrato de arrendamiento más el recibo básico del local). O una declaración notarial.

Registro único del contribuyente (RUC)

1. Fotocopia de la Solicitud de Inscripción entregada en el Registro Mercantil
2. Fotocopia de la minuta cancelada del pago en el Registro Mercantil
3. Fotocopia de cédula de identidad nicaragüense.
4. Fotocopia de constancia de disponibilidad de servicio público (Agua, luz, teléfono o contrato de arriendo) del domicilio particular y del negocio.
5. Fotocopia de Poder Especial para realizar trámite y cédula de identidad, si el trámite es realizado por un gestor, con C\$ 15.00 de timbres fiscales.
6. Fotocopia de residencia nicaragüense en condición uno 1) o constancia de trámite y pasaporte (en caso de ser extranjero).
7. Fotocopia de Poder Generalísimo otorgado a nicaragüense o extranjero residente, con C\$ 30.00 en timbres fiscales (en caso de ser extranjero).
8. Libro Diario y Mayor inscrito en el Registro Mercantil.

**Alcaldía municipal de Jinotepe**

Para matricular nuevos negocios la Alcaldía municipal de Jinotepe emite los siguientes requisitos:

1. Fotocopia de cédula de identidad y/o RUC del dueño del negocio.

2. Comprar formato de solicitud de matrícula en caja general C\$ 10.00 y llenarlo.
3. Presentar solvencia municipal del local donde funcionará el negocio.
4. Si el local es alquilado presentar fotocopia de contrato de arrendamiento y/o recibo de pago.
5. Elaborar carta de solicitud de matrícula de negocio dirigida a la Lic. Maribel de Fátima Guevara Martínez, responsable de administración tributaria.
6. Presentar inventario inicial con sus respectivos valores.
7. Permiso de la policía nacional para el caso de los negocios con expendio de licores y/o actividades de espectáculos, rifas o apuestas.
8. Presentar fotocopia de permiso sanitario para el caso de negocios con manipulación de alimentos.
9. Permiso del MAGFOR, MARENA, INAFOR para negocios sobre explotaciones de recursos naturales o industria que afecte el medio ambiente.
10. Copia de escritura de constitución, estatus y poder general para las personas jurídicas.

### **Pagos en la municipalidad**

1. El valor de la matrícula depende del inventario e inspección. Mínimo C\$ 600.00 córdobas.
2. Constancia de matrícula C\$ 505.00 córdobas.
3. Formato de matrícula C\$70.00 córdobas.
4. Impuesto municipal de ingresos C\$ 300.00 córdobas.
5. Basura para negocios pequeños C\$50.00 córdobas.
6. Impuesto sobre bienes inmuebles: se paga el 1% según el valor del inmueble y su declaración es anual.
7. Tasa de Basura: el monto se establece según la ubicación del negocio (Cuota fija) o ingresos mensuales (Régimen General), su declaración es mensual.
8. Impuesto de títulos: el monto se determina según el tamaño y ubicación, su declaración es anual.

**INSS (instituto nicaragüense de seguridad social)**

Para registrar a los trabajadores de la empresa se necesita ir a al Instituto Nacional de Seguridad Social (INSS) y así ellos recibirán las prestaciones laborales.

## Leyes y reglamentos que ayudaran y fortalezcan a la empresa

Después de implementar los procedimientos anteriores, la empresa debe comprender qué reglas, regulaciones o leyes pueden ayudar a su crecimiento y desarrollo, de la siguiente manera:

✓ Según (PROMOCION, 2008) el capítulo I de la ley de fomento y promoción de la micro, pequeña y mediana empresa, al registrarte tendrás un registro único por lo cual se obtendrá, El Certificado de Inscripción, lo que permitirá a la empresa tener acceso a todos los programas y proyectos que contribuyan al desarrollo de la misma. Este certificado de inscripción deberá ser revalidado con la periodicidad que establezca el MIFIC en consulta con el CONAMIPYME.

✓ Según el artículo 3, capítulo I de la ley 822 de concertación tributaria como empresa se debe generar el IR el cual consiste en gravar el Impuesto sobre la Renta, como impuesto directo y personal que grava las siguientes rentas de fuente nicaragüense obtenidas por los contribuyentes, residentes o no residentes: 1. Las rentas del trabajo; 2. Las rentas de las actividades económicas 3. Las rentas de capital y las ganancias y pérdidas de capital.

✓ También se necesita estar claro con los deberes y obligaciones de los empleadores y empleados, es por eso que se trabajara con el código del trabajo que según el artículo 2 del capítulo I, todas las disposiciones del código y de la legislación laboral son de aplicación obligatoria a todas las personas naturales o jurídicas que se encuentran establecidas o se establezcan en Nicaragua. Así como lo rige el código se les brindara a los colaboradores todas sus prestaciones laborales, así como las deducciones según ley, entre estas están: vacaciones, treceavo mes, aguinaldo INSS laboral, IR si aplica.

✓ Es importante tomar en cuenta la ley de Marcas 380 donde su objetivo principal es dar protección y seguridad a la marca VANDY, debido a que como emprendedores creemos en la marca y debemos registrarla como tal.

✓ Luego de estar claro de lo antes mencionado también es necesario avocarse a la protección para los trabajadores y esto se logra aplicando la ley de seguro social que según el arto 1 estipula: establecer el sistema de Seguro Social en el marco de la Constitución Política de la República, para

regular y desarrollar los derechos y deberes recíprocos del Estado y los ciudadanos, para la protección de los trabajadores y sus familias frente a las contingencias sociales de la vida y del trabajo. Como empresa se está obligado asegurar a los trabajadores para que gocen los beneficios como la salud, pensión de vejez, subsidios por enfermedades, maternidad, por lo cual se debe de entregar un 22.50% como INSS patronal.

✓ Decreto No. 14-2009: Aranceles del Registro Público de la Propiedad Inmueble Este decreto rige el registro de los libros contables de la empresa, diario y mayor y otros, los cuales se tienen que presentar en la DGI cuando la empresa inicie sus operaciones.

## **6.2. Estructura de la organización**

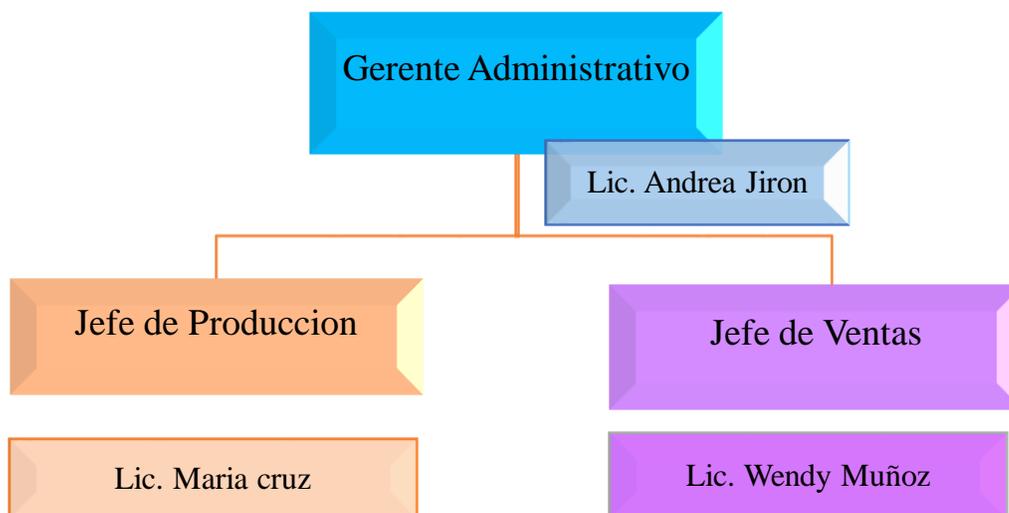
Según (Nirian, 2020) el organigrama es una representación gráfica de la estructura jerárquica y funcional de una organización, permitiendo entenderla rápidamente de manera visual.

El organigrama es una herramienta que permite a las empresas entender mejor su estructura y cómo se distribuyen las funciones y responsabilidades en la cadena de mando.

Esta herramienta es útil para las personas que se incorporan a la empresa. Sirviendo como base en cualquier inducción de un departamento de recursos humanos.

Por este motivo se realizó una representación gráfica de la estructura organizativa de forma ordenada y específica de la empresa, con el objetivo de lograr una eficiente organización y un buen desempeño en las áreas que se divide la empresa.

Ilustración 44: Organigrama de la empresa.



**Fuente:** Elaboración propia.

Como se detalla en la ilustración número 45, el Gerente Administrativo es la persona que está a cargo de lo que es el personal en general, el cual velará por la seguridad de cada uno de los empleadores y hacer uso de las medidas necesarias para que la organización sea exitosa y no ocurra inconvenientes en la cual la empresa salga perjudicada y que esta trabaje de una manera eficaz y eficiente.

Tabla 32: Nombre de los cargos y cantidad de trabajadores.

Nombre del cargo	Número de personas en el cargo
Gerente Administrativo	1
Jefe de producción	1
Jefe de ventas	1
Total	3

**Fuente:** Elaboración propia.

## Lineamientos Organizacionales

### Misión

Somos una empresa dedicada a la realización de montajes y decoraciones de eventos, trabajando día a día para el mejoramiento continuo del proceso del Servicio, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes ofreciendo calidad.

### Visión

Ser una empresa innovadora y en permanente crecimiento en la ciudad de Jinotepe para futuras expansiones a otros municipios y que ofrezca al mercado un portafolio de servicios variados en el área de decoraciones llevando a las familias nicaragüenses a tener una mayor preferencia por los Servicios de la misma empresa.

### Valores

- ✓ **Dios el centro de nuestro negocio.**
- ✓ **Compromiso:** es la capacidad que tienen los trabajadores para tomar conciencia de la importancia que tiene cumplir con el desarrollo de su trabajo dentro del tiempo estipulado, es alguien que siente pasión con su trabajo, y esto lo demostrará realizando un esfuerzo mayor a la hora de realizar sus tareas.
- ✓ **Ética:** Es cuando la empresa demuestra transparencia, credibilidad y responsabilidad obtiene el respeto y la confianza de los consumidores.
- ✓ **Responsabilidad:** en este sentido, los colaboradores deben comportarse conforme a cada norma interna de la empresa. Esto mostrará al cliente consonancia con los valores empresariales y el comportamiento de sus trabajadores, por lo tanto, generará confianza.
- ✓ **Honestidad:** todos los trabajadores están destinados y comprometidos a comportarse dentro de la empresa con la verdad, con lealtad, cumplir con las normas de ética y una conducta moral, aparte de cumplir los valores empresariales.
- ✓ **Liderazgo:** aquí la empresa tiene la habilidad de influir en los demás para conseguir objetivos, se trata de explotar el máximo potencial de los trabajadores para el beneficio de la empresa.
- ✓ **Respeto:** la empresa aquí debe de contar un buen ambiente laboral, debe ser un espacio de armonía y respeto para que haya buenas relaciones entre cada uno de los trabajadores.
- ✓ **Políticas**

- ✓ Brindar en la empresa un entorno saludable para el buen desempeño de los colaboradores.
- ✓ Velar por la salud de los trabajadores de la empresa.
- ✓ Atender las demandas de los mercados, así como de los clientes actuales.
- ✓ Realizar nuestro trabajo con el mayor respeto y ética posibles.
- ✓ Fomentar valores a nuestros empleados para el mejoramiento de las relaciones laborales.
- ✓ Nuestros Servicios cumplen con todos los estándares de calidad.

### **6.3. Fichas de cargo**

El análisis del puesto consiste en separar las diversas partes integrantes de un todo, con el fin de estudiar en forma independiente cada una de ellas, su finalidad estriba en determinar las actividades que se realizan, así como, las diversas relaciones que existen afines. Así pues, es el proceso de reunir, analizar y registrar información relativa a los puestos dentro de una organización, centrándose en el contenido, aspectos y condiciones que le rodean, como son: conocimientos, experiencias, habilidades entre otras, que debe satisfacer la persona que va a desempeñarlo y las condiciones ambientales que privan en el sistema donde se encuentran enclavados.

Este análisis es la base para la evaluación de puestos dicha información se registra en lo que comúnmente se denomina descripciones y especificaciones del puesto. A través del análisis y descripción de puestos, conseguimos ubicar su sitio en la organización, describir su misión, funciones principales y tareas necesarias para desempeñarlas de modo perfecto.

Las fichas de cargo son un perfil que describe la dependencia de cada cargo dentro de la organización, su contenido y los requisitos necesarios para el desempeño esperado. Estas se elaboran siguiendo el enfoque de gestión por objetivos y competencias laborales.

Tabla 33: Ficha de cargo de gerente administrativo.

	<b>FICHA DE CARGO</b>
<b>Denominación del puesto:</b>	
<b>Gerente Administrativo</b>	
<b>Objetivo general del cargo:</b>	
<p>El objetivo consiste en garantizar que las actividades de apoyo se lleven a cabo de manera eficiente y efectiva para permitir que las otras operaciones funcionen debidamente. Un gran gerente administrativo cuenta con excelentes capacidades comunicativas y organizativas.</p>	
<b>Funciones del cargo:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Planificar y coordinar procedimientos y sistemas administrativos, así como idear modos de optimizar procesos.</li> <li>✓ Controlar costes y gastos para ayudar en la preparación de presupuestos.</li> <li>✓ Contratar y formar personal, así como asignar responsabilidades.</li> <li>✓ Controlar el inventario de suministros de oficina y la compra de nuevo material dedicando especial atención a las limitaciones presupuestarias.</li> </ul>	
<b>Competencia necesaria para el puesto de trabajo</b>	
<b>Formación profesional</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estudios universitarios en administración de empresas o campo relacionado y contabilidad.</li> </ul>	
<b>Requisitos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Experiencia demostrable como gerente administrativo</li> <li>✓ Familiaridad con principios financieros</li> <li>✓ Dominio en MS office</li> <li>✓ Mente analítica y capacidad para solucionar problemas</li> </ul>	
<b>Habilidades</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Excelentes habilidades organizativas para realizar varias tareas a la vez.</li> <li>✓ Habilidad en trabajar en equipo con capacidades de liderazgo.</li> </ul>	

**Fuente:** Elaboración Propia.

Tabla 34: Ficha de cargo de jefe de producción.

	<b>FICHA DE CARGO</b>
<b>Denominación del puesto:</b>	
<b>Jefe de producción</b>	
<b>Objetivo general del cargo:</b>	
<p>Responsable de prever, organizar, integrar, dirigir, controlar y retroalimentar las operaciones de las áreas productivas organizando el cumplimiento de los planes de producción, con eficiente manejo de recursos y dentro de los estándares de productividad y calidad establecidos</p>	
<b>✓ Funciones del cargo:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Responsable del mantenimiento del clima laboral adecuado</li> <li>✓ Responsable directo del análisis, planeación y ejecución de planes que implican nuevos proyectos de producción</li> <li>✓ Poseer conocimientos sobre la operación de maquinarias y producción</li> <li>✓ Tener las habilidades para las finanzas</li> <li>✓ Supervisar el mantenimiento del área productiva, asegurándose de su buen funcionamiento</li> </ul>	
<b>Competencia necesaria para el puesto de trabajo</b>	
<b>Formación profesional</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estudios universitarios en administración de empresas o campo relacionado</li> </ul>	
<b>Requisitos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Dominio en MS office</li> <li>✓ Mente analítica y capacidad para solucionar problemas</li> <li>✓ Tener al menos 1 año de experiencia</li> </ul>	
<b>Habilidades</b>	

- ✓ Trabajar en equipo con capacidades de liderazgo.
- ✓ Ser capaz de establecer buena comunicación
- ✓ Liderazgo, pensamiento estratégico
- ✓ Orientación hacia el cliente

**Fuente:** Elaboración Propia.

Tabla 35: Ficha de cargo de jefe de ventas

	<b>FICHA DE CARGO</b>
<b>Denominación del puesto:</b>  <b>Jefe de ventas</b>	
<b>Objetivo general del cargo:</b> El jefe de ventas planifica y organiza el trabajo de un equipo de vendedores, que venden productos o servicios y ayudar a incrementar las ventas del negocio.	
<b>Funciones del cargo:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Planificar, organizar, coordinar y controlar todas las actividades de comercialización y promoción del producto</li> <li>✓ Velar por la atención al cliente, rentabilidad del producto</li> <li>✓ Pronóstico de las ventas</li> <li>✓ Define los objetivos de cada vendedor</li> <li>✓ Motiva y evalúa al equipo de trabajo</li> <li>✓ Conocer el perfil de los clientes</li> <li>✓ Colocarse metas de venta</li> <li>✓ Informar a los clientes sobre las novedades o promociones</li> <li>✓ Conseguir clientes</li> </ul>	
<b>Competencia necesaria para el puesto de trabajo</b>	
<b>Formación profesional</b>	

✓	Estudios en administración de empresas, comercialización, mercadotecnia o ventas
<b>Requisitos</b>	
✓	1 año de experiencia
✓	Movilización propia
✓	Disponibilidad para trasladarse dentro del país
<b>Habilidades</b>	
✓	Trabajar en equipo con capacidades de liderazgo.
✓	Proactivo, responsable, honesto, creativo y puntual.
✓	Atención al cliente
✓	Elaboración de estrategias comerciales
✓	Capacidad de convencimiento

**Fuente:** Elaboración Propia.

#### 6.4. Actividades y gastos preliminares

Para comenzar a operar, se deben cumplir todos los parámetros legales para establecer a VANDY como una empresa, por lo tanto, todas las tarifas y cargos para la constitución se muestran en la tabla número 36.

*Tabla 36: Gastos preliminares*

<b>Gastos generales de la empresa</b>	<b>Costo</b>
<b>Registro mercantil</b>	
Papel sellado con timbres fiscales	C\$ 70.00
Inscripción de Constitución (Capital mayor a 100,000.00)	C\$ 1,552.05
Solicitud de comerciante	C\$ 300.00
Sellado de libros contables (Libros de 200 páginas) (C/U)	C\$ 100.00
Más de 200 páginas (C/ Pagina)	C\$ 0.50

Inscripción de poder	C\$ 300.00
<b>Sub total</b>	<b>C\$ 2,322.05</b>
<b>DGI</b>	
Obtención de timbre fiscal	C\$ 60.00
Cuota fija	C\$ 200.00
<b>Sub total</b>	<b>C\$ 260.00</b>
<b>Alcaldía municipal</b>	
Valor de la matricula	C\$ 600.00
Constancia de la matricula	C\$ 505.00
Solicitud de matricula	C\$ 100.00
Formato de matricula	C\$ 70.00
Impuesto municipal de ingreso	C\$ 300.00
Basura para negocios pequeños	C\$ 50.00
<b>Sub total</b>	<b>C\$ 1,625.00</b>
<b>Total</b>	<b>C\$ 4,207.05</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

### 6.5. Equipos de oficina

Se trata del conjunto de máquinas y dispositivo que se necesitan para llevar a cabo tareas propias de una oficina cuyos elementos son claves para el perfecto funcionamiento del espacio de trabajo. Tiene dos funciones importantes, la primera es ayudar a los empleados a completar tareas profesionales, y la segunda es reflejar los valores y la imagen de la organización. Por su parte, el equipamiento de oficina se compone de todo el equipo o bienes necesarios para llevar a cabo las operaciones de la empresa.

Tabla 37: Mobiliario y equipo de oficina.

MOBILIARIO	DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
	Escritorio en forma de L, hecho de madera y metal, cajón de archivos con diapositivas de extensión completa que sostiene archivos colgantes de tamaño carta, su presentación es de color café.	Amazon, ubicado en el país de Estados Unidos con correo electrónico: <a href="mailto:Amazon@gmail.com">Amazon@gmail.com</a> , teléfono: 1-800-463-3339	2	C\$2,000.00	C\$4,000.00
	Silla ejecutiva de mecanismo sincrónico con respaldo de malla, soporte lumbar regulable y asiento con mecanismo de desplazamiento de profundidad, brazos con regulación de altura, estructura de acero y polipropileno tapizado en tela negra.	Amazon, ubicado en el país de Estados Unidos con correo electrónico: <a href="mailto:Amazon@gmail.com">Amazon@gmail.com</a> , teléfono: 1-800-463-3339	3	C\$2,500.00	C\$7,500.00
EQUIPOS DE OFICINA	DESCRIPCION	PROVEEDOR	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL

	<p>Laptop de 14 pulgadas, marca HP, de borde delgado, su batería dura hasta 9 horas en uso mixto, cuenta con almacenamiento o de estado sólido, de color rosa, pesa 1.4 kg, con sistema operativo Windows y memoria RAM de 64 GB.</p>	<p>Amazon, ubicado en el país de Estados Unidos con correo electrónico: <a href="mailto:Amazon@gmail.com">Amazon@gmail.com</a>, teléfono: 1-800-463-3339</p>	1	C\$12,000.00	C\$12,000.00
	<p>Impresora marca HP, de color blanca, imprime y escanea documentos, tiene una pantalla LCD de iconos, conexión USB, cuenta con conexión inalámbrica.</p>	<p>Amazon, ubicado en el país de Estados Unidos con correo electrónico: <a href="mailto:Amazon@gmail.com">Amazon@gmail.com</a>, teléfono: 1-800-463-3339</p>	1	C\$3,000.00	C\$3,000.00
	<p>Teléfono Samsung Galaxy A50, con pantalla súper AMOLED de 6,4 pulgadas, procesador QUAD 2,3 GHZ, RAM de 4 GB, memoria interna de 128 GB; cámara trasera de 25 MP y cámara delantera de 25 MP, sistema operativo ANDROID, lector de huella</p>	<p>Amazon, ubicado en el país de Estados Unidos con correo electrónico: <a href="mailto:Amazon@gmail.com">Amazon@gmail.com</a>, teléfono: 1-800-463-3339</p>	1	C\$8,000.00	C\$8,000.00

en la pantalla,  
y carga rápida.

---

**TOTAL C\$34,500.00**

---

**Fuente:** Elaboración Propia.

Para la empresa VANDY se realiza el análisis de todo el mobiliario y equipo de oficina requerido para el debido control y funcionamiento de la entidad, detallado de manera explicativa, con las siguientes descripciones y costos: El costo total estimado de la inversión en mobiliario y equipo de cómputo para esta entidad es de C\$34.500,00 córdobas.

## 6.6. Gastos Operativos

Los (OPEX) son gastos asociados con las operaciones principales de una empresa. Dichos gastos son los primeros en aparecer en el estado de resultados de una empresa. La cantidad que queda después de deducir los gastos operativos de los ingresos brutos se denomina ingresos operativos.

Los gastos operativos para VANDY son los siguientes:

*Tabla 38: Gastos Administrativos*

Concepto	Mes 1
<b>Servicios básicos</b>	
<b>Luz</b>	C\$ 300.00
<b>Internet</b>	C\$ 500.00
<b>Papelería y útiles</b>	C\$ 413.04
<b>Total</b>	C\$1,213.04

**Fuente:** Elaboración Propia.

Tabla 39: Matriz de gastos Operativos.

CONCEPTO	CANTIDAD
<b>Gastos preliminares</b>	
Gastos de inscripción	C\$ 3,655.00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>C\$ 3,655.00</b>
<b>Gastos de administración</b>	
Luz	C\$ 500.00
Internet	C\$ 700.00
Papelería y útiles	C\$ 413.04
Salarios	C\$ 4,000.00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>C\$ 5,613.04</b>
<b>Gastos de venta</b>	
Publicidad	C\$ 556.67
Salarios	C\$ 8,000.00
Papelería y útiles	C\$ 300.00
Mantenimiento de equipo de transporte	C\$ 2,000.00
Combustible	C\$ 3,000.00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>C\$ 13,856.67</b>
<b>TOTAL</b>	<b>C\$ 23,124.71</b>

**Fuente:** Elaboración Propia.

Los gastos operativos se detallan en la tabla 39 y consisten en gastos iniciales, gastos administrativos y gastos de venta, los cuales el total oscila en C\$ 23,124.71

### **Nomina**

En VANDY se contará con 3 colaboradores por lo tanto se debe establecer por ley sus deducciones y prestaciones laborales, la cual se realiza mediante la elaboración de la nómina, esta consiste en describir de forma detallada los salarios brutos de los trabajadores, todo esto con el fin de tener una buena organización dentro de la empresa y ayudar al desarrollo del país mediante el pago de impuestos adecuados.

Tabla 40: Nómina de la empresa.

VANDY Montaje y Decoración de Eventos										
Nómina Mensual										
N°	Nombres y Apellidos	Cargo	Salario Base	Deducciones	Salario Neto	INSS Patronal	Prestaciones Sociales			Firma
				INSS Laboral			Vacaciones	Treceavo Mes	Indemnización	
<b>Administración</b>										
1	Andrea Jirón	Gerente	C\$ 4,000.00	C\$ 280.00	C\$ 3,720.00	C\$ 860.00	C\$ 333.33	C\$ 333.33	C\$ 333.33	
<b>Sub Total Administración</b>			<b>C\$ 4,000.00</b>	<b>C\$ 280.00</b>	<b>C\$ 3,720.00</b>	<b>C\$ 860.00</b>	<b>C\$ 333.33</b>	<b>C\$ 333.33</b>	<b>C\$ 333.33</b>	
<b>Ventas</b>										
2	María Cruz	Área de producción	C\$ 4,000.00	C\$ 280.00	C\$ 3,720.00	C\$ 860.00	C\$ 333.33	C\$ 333.33	C\$ 333.33	
3	Wendy Muñoz	Área de venta	C\$ 4,000.00	C\$ 280.00	C\$ 3,720.00	C\$ 860.00	C\$ 333.33	C\$ 333.33	C\$ 333.33	
<b>Sub Total Gastos de Venta</b>			<b>C\$ 8,000.00</b>	<b>C\$ 560.00</b>	<b>C\$ 7,440.00</b>	<b>C\$ 1,720.00</b>	<b>C\$ 666.67</b>	<b>C\$ 666.67</b>	<b>C\$ 666.67</b>	
<b>Total</b>			<b>C\$ 12,000.00</b>	<b>C\$ 840.00</b>	<b>C\$ 11,160.00</b>	<b>C\$ 2,580.00</b>	<b>C\$ 1,000.00</b>	<b>C\$ 1,000.00</b>	<b>C\$ 1,000.00</b>	

Fuente: Elaboración Propia.

## **7. Plan financiero**

El plan financiero es un documento que contiene los objetivos económicos de una persona (natural o jurídica), así como las estrategias para alcanzar dichas metas. (Westreicher, 2020)

El presente proyecto presenta el plan financiero detalla con tablas los diferentes elementos que contiene, entre ellos podemos mencionar el Balance de Situación Financiera, al igual que el cálculo de costo beneficio, entre otros.

### **7.1. Inversión y fuente de financiamiento**

#### **7.1.1. Inversión fija**

La tabla 41 muestra a detalle la inversión fija de la empresa VANDY, al igual que se explica los métodos en los que se deprecia los equipos, cabe resaltar que las depreciaciones del activo se hicieron de acuerdo a lo indicado en el artículo 34 de Reglamento de la Ley No. 822, Ley de Concertación Tributaria. El valor residual se calculó en base al 10% del total, al total se le resta el valor residual y obtenemos el valor depreciable, luego dividimos el valor depreciable entre los años de vida útil, y así tendremos el monto de la depreciación anual, a continuación, se divide la depreciación anual entre doce (los meses del año) para así obtener el monto de la depreciación mensual.

Tabla 41: detalle de inversión fija.

No	Descripción del activo	Cantid ad	Costo de adquisición	Total	Valor residual	Valor depreciable	Años de vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
<b>Equipo de transporte</b>									
1	Vehículo	1	50,000.00	50,000.00	5,000.00	45,000.00	8	5,625.00	468.75
<b>Mobiliario y Equipo de Oficina</b>									
2	Sillas ejecutivas	3	2,500.00	7,500.00	750.00	6,750.00	5	1,350.00	112.5
3	Escritorio ejecutivo	2	2,000.00	4,000.00	400.00	3,600.00	5	720.00	60.00
4	Sillas plásticas	100	150.00	15,000.00	1,500.00	13,500.00	5	2,700.00	225.00
5	Sillas especiales	2	1,000.00	2,000.00	200.00	1,800.00	5	360.00	30.00
6	Mesas plásticas	100	350.00	35,000.00	3,500.00	31,500.00	5	6,300.00	525.00
<b>Equipo de computo</b>									
7	Celular	1	8,000.00	8,000.00	800.00	7,200.00	5	1,440.00	120.00
8	Computadora	1	12,000.00	12,000.00	1,200.00	10,800.00	5	2,160.00	180.00
9	Impresora	1	3,000.00	3,000.00	300.00	2,700.00	5	540.00	45.00
<b>Total de inversión fija</b>				<b>C\$ 136,500.00</b>	<b>C\$13,650.00</b>	<b>C\$122,850.00</b>		<b>C\$21,195.00</b>	<b>C\$ 1,766.25</b>

**Fuente:** Elaboración Propia, los años de vida útil fijados están en correspondencia de lo indicado en el artículo 34 del Reglamento de la Ley No. 822. Ley de Concertación Tributaria.

### 7.1.2. Inversión diferida

Este tipo de inversión se refiere a las inversiones en activos intangibles, los cuales se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. En la tabla 42 se presenta a detalle lo que conforma la inversión diferida.

Tabla 42: Detalle de inversión diferida.

No.	Descripción del gasto	Importe	Años de amortización	Amort anual	Amort mensual
<b>Investigación y desarrollo</b>					
1	Encuesta	C\$500.00	3.00	C\$166.67	C\$13.89
2	Internet	C\$500.00	3.00	C\$166.67	C\$13.89
3	Pasaje	C\$250.00	3.00	C\$83.33	C\$6.94
<b>Gastos de organización e instalación</b>					
4	Matricula de alcaldía	C\$600.00	3.00	C\$200.00	C\$16.67
5	Acta de constitución	C\$1,552.05	3.00	C\$517.35	C\$43.11
6	Impuestos	C\$300.00	3.00	C\$100.00	C\$8.33
<b>Licencias y patentes</b>					
7	Registro de marca	C\$4,860.0	3.00	C\$1620.00	C\$135.00
<b>Publicidad inicial</b>					
8	Banner	C\$223.33	3.00	C\$74.44	C\$6.20
9	Folletos	C\$333.33	3.00	C\$111.11	C\$9.26
<b>Total, inversión diferida</b>				C\$ 3,039.57	C\$ 253.30

**Fuente:** Equipo de trabajo, los años de amortización se fijaron según lo estipulado en el artículo 45, numeral 6, de la Ley de Concertación Tributaria Ley No. 822.

### 7.1.3. Capital de trabajo

El capital de trabajo lo conforman los materiales e insumos son: los manteles blancos, trajes de sillas, cintas decorativas de 3 tonalidades que son: azul, rosado y dorado. Se presenta la proyección a 3 meses de sueldos y salarios con su aporte patronal, igualmente se presentan los gastos de ventas y administración, la cantidad monetaria se detalla en la tabla 43.

Tabla 43: Detalle del cálculo del capital de trabajo.

<b>Materiales e insumos</b>					
<b>No.</b>					<b>Proyección a 3 meses</b>
Materiales e insumos					C\$25,900.00
<b>Total Materiales</b>					<b>C\$25,900.00</b>
<b>Salarios y Seguro Social</b>					
<b>No.</b>	<b>Puesto</b>	<b>Salario mensual</b>	<b>Aporte patronal</b>	<b>Total</b>	<b>Proyección a 3 meses</b>
<b>Administración</b>					
	Gerente	C\$4,000.00	C\$860.00	C\$4,860.00	C\$14,560.00
<b>Ventas</b>					
	Jefe de ventas	C\$4,000.00	C\$860.00	C\$4,860.00	C\$14,560.00
<b>Producción</b>					
	Jefe de producción	C\$4,000.00	C\$860.0	C\$4,860.00	C\$14,560.00
<b>Total</b>		<b>C\$12,000.00</b>	<b>C\$ 2,580.00</b>	<b>C\$ 14,580.00</b>	<b>C\$ 43.740.00</b>
<b>Gastos operativos</b>					
<b>No.</b>			<b>Total</b>	<b>Proyección a 3 meses</b>	
<b>Administración</b>			C\$ 4,748.84	C\$ 14,246.52	
<b>Ventas</b>			C\$ 11,436.84	C\$ 34,310.52	
<b>Total</b>			<b>C\$ 16,185.68</b>	<b>C\$ 48,557.04</b>	
<b>Total Capital de Trabajo</b>					<b>C\$ 118,197.04</b>

**Fuente:** Elaboración Propia.

7.1.4. *Inversión total*Tabla 44: *Inversión fija.*

<b>Vandy Montaje y Decoración de Eventos</b>		
<b>Plan de Inversión</b>		
<b>Descripción</b>		
<b>Inversión Fija</b>		
<b>Mobiliario y Equipo de Oficina</b>	C\$	63,500.00
<b>Equipo de Transporte</b>		50,000.00
<b>Equipo de Cómputo</b>		23,000.00
<b>Sub total Inversión Fija</b>	<b>C\$</b>	<b>136,500.00</b>
<b>Inversión Diferida</b>		
<b>Gastos Organización e instalación</b>	C\$	2,452.05
<b>Investigación y Desarrollo</b>		1,250.00
<b>Gastos en Patentes y Licencias</b>		4,860.00
<b>Publicidad y Propaganda</b>		556.66
<b>Sub total Inversión Diferida</b>	<b>C\$</b>	<b>9,118.71</b>
<b>Capital de Trabajo</b>		
<b>Materiales e Insumos (3 Meses)</b>	C\$	25,900.00
<b>Sueldos y Salarios (3 meses)</b>		36,000.00
<b>Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses)</b>		7,740.00
<b>Gastos Administrativo (3 meses)</b>		14,246.52
<b>Gastos de Venta (3 meses)</b>		34,310.52
<b>Sub total Capital de Trabajo</b>		<b>C\$ 118,197.04</b>
<b>Inversión Total</b>		<b>C\$ 263,815.75</b>

Fuente: Elaboración Propia.

### 7.1.5. Estructura del Financiamiento

Las fuentes de financiamiento de la empresa VANDY son fuentes internas de financiamiento. Estas son generadas dentro de la misma empresa, como resultado de sus operaciones y promoción

Tabla 45: Estructura de financiamiento.

<b>Vandy Montaje y Decoración de Eventos</b>		
<b>Estructura de Financiamiento</b>		
<b>Fuente de Financiamiento</b>	<b>Importe</b>	<b>%</b>
<b>Fuentes Externas</b>		
Financiamiento externo		
<b>Total, de financiamiento externo</b>		
<b>Fuentes Internas</b>		
Capital	<b>C\$263,815.75</b>	<b>100%</b>
<b>Total, de financiamiento interno</b>		
<b>Inversión Total</b>		

**Fuente:** Elaboración Propia.

### 7.1.6. Estado de Situación Financiera inicial

Aquí se presenta el estado de situación financiera, antes del inicio de las operaciones del proyecto, en el cual están contenidos los elementos que conforman el plan de inversión.

Tabla 46: Estado de situación financiera.

<b>VANDY Montaje y Decoración de Eventos</b>	
Estado de Situación Financiera	
Al 31 de diciembre de 2022	
Expresado en córdobas	
<b><u>Activos</u></b>	
<b>Corriente</b>	
Efectivo en Caja y Banco	C\$118,197.04
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>C\$118,197.04</b>
<b>No Corriente</b>	
Propiedad, Planta y Equipo	C\$136,500.00
Otros activos	C\$9,118.71
<b>Total No Corriente</b>	<b>C\$145,618.71</b>
<b>Total de Activos</b>	<b>C\$263,815.75</b>
<b><u>Patrimonio</u></b>	
Capital Contable	C\$263,815.75
<b>Total Patrimonio</b>	<b>C\$263,815.75</b>
<b>Total Pasivo más capital</b>	<b>C\$263,815.75</b>

**Fuente:** Elaboración Propia.

## 7.2. Presupuestos de Ingresos, egresos y costos

A continuación, se presentarán diversas tablas que representan los ingresos, egresos y costos de la empresa.

### 7.2.1. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio que la empresa VANDY utilizó fue el multiservicio, al tener 3 tipos de servicios diferentes, lo primero a realizar fue obtener el porcentaje de cada servicio en base a su cantidad. Luego se procede a restar el costo variable unitario al precio de venta unitario para obtener el margen de ganancia unitario (MGU). Luego multiplicamos el margen de ganancia unitario por la cantidad de servicios para así obtener la contribución total.

Para obtener el punto de equilibrio dividimos los costos fijos entre el margen de ganancia unitario, esta división nos muestra el número de servicios a realizar para cubrir los costos sin obtener ganancia.

A continuación, se presenta de manera detallada el punto de equilibrio con sus cálculos y gráfico.

Tabla 47: punto de equilibrio y sus cálculos.

	64%	24%	13%	100%
Servicios	Cumpleaños	Bodas	Graduaciones	Total
<b>cantidad de servicios</b>	51	19	10	80
<b>Precio de venta unitario</b>	C\$ 7,946.13	C\$20,038.00	C\$ 12,395.20	
<b>Costo variable unitario</b>	C\$ 4,226.67	C\$10,546.32	C\$ 7,747.00	
<b>MGU</b>	C\$ 3,719.46	C\$ 9,491.68	C\$ 4,648.20	C\$ 5,206.46
<b>Contribución total</b>	C\$ 189,692.63	C\$180,341.92	C\$ 46,482.00	C\$ 416,516.55
<b>Costos fijos</b>	C\$ 259,615.36			
<b>punto de equilibrio</b>	costos fijos		50	
	MGU			

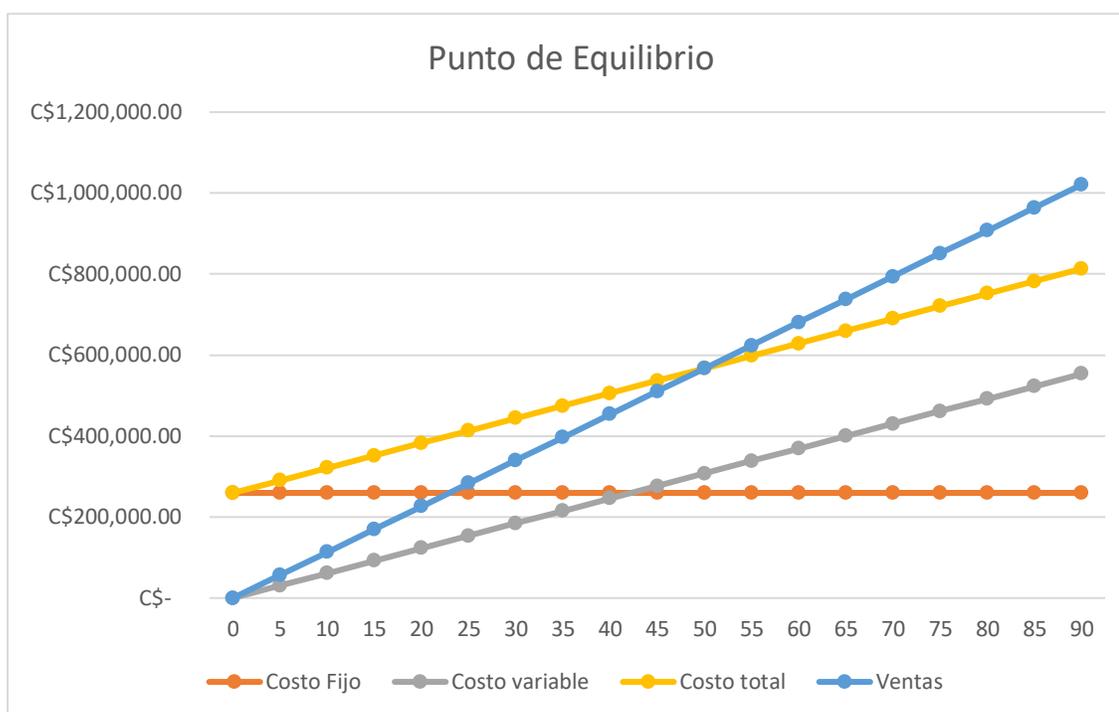
Fuente: Elaboración Propia.

	32	12	6	50
Servicios	Unidades	Ventas	Costos	MG
Cumpleaños	32	C\$ 252,594.65	C\$ 134,358.96	
Bodas	12	C\$ 237,304.56	C\$ 124,897.19	
Graduaciones	6	C\$ 77,259.46	C\$ 48,287.16	
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>C\$ 567,158.67</b>	<b>C\$ 307,543.31</b>	<b>C\$ 259,615.36</b>
	<b>5.0</b>	<b>C\$ 56,715.87</b>	Costos Fijos	-C\$ 259,615.36
			Punto muerto	
			<b>C\$ 30,754.33</b>	

Fuente: Elaboración Propia.

<b>Cant Serv</b>	<b>Costo Fijo</b>	<b>Costo variable</b>	<b>Costo total</b>	<b>Ventas</b>
<b>0</b>	C\$ 259,615.36	-	C\$ 259,615.36	C\$ -
<b>5</b>	C\$ 259,615.36	30,754.33	C\$ 290,369.69	C\$ 56,715.87
<b>10</b>	C\$ 259,615.36	61,508.66	C\$ 321,124.02	C\$ 113,431.73
<b>15</b>	C\$ 259,615.36	92,262.99	C\$ 351,878.35	C\$ 170,147.60
<b>20</b>	C\$ 259,615.36	123,017.32	C\$ 382,632.68	C\$ 226,863.47
<b>25</b>	C\$ 259,615.36	153,771.66	C\$ 413,387.01	C\$ 283,579.33
<b>30</b>	C\$ 259,615.36	184,525.99	C\$ 444,141.34	C\$ 340,295.20
<b>35</b>	C\$ 259,615.36	215,280.32	C\$ 474,895.68	C\$ 397,011.07
<b>40</b>	C\$ 259,615.36	246,034.65	C\$ 505,650.01	C\$ 453,726.93
<b>45</b>	C\$ 259,615.36	276,788.98	C\$ 536,404.34	C\$ 510,442.80
<b>50</b>	C\$ 259,615.36	307,543.31	C\$ 567,158.67	C\$ 567,158.67
<b>55</b>	C\$ 259,615.36	338,297.64	C\$ 597,913.00	C\$ 623,874.54
<b>60</b>	C\$ 259,615.36	369,051.97	C\$ 628,667.33	C\$ 680,590.40
<b>65</b>	C\$ 259,615.36	399,806.30	C\$ 659,421.66	C\$ 737,306.27
<b>70</b>	C\$ 259,615.36	430,560.63	C\$ 690,175.99	C\$ 794,022.14
<b>75</b>	C\$ 259,615.36	461,314.97	C\$ 720,930.32	C\$ 850,738.00
<b>80</b>	C\$ 259,615.36	492,069.30	C\$ 751,684.65	C\$ 907,453.87
<b>85</b>	C\$ 259,615.36	522,823.63	C\$ 782,438.99	C\$ 964,169.74
<b>90</b>	C\$ 259,615.36	553,577.96	C\$ 813,193.32	C\$ 1,020,885.60

Ilustración 45: Grafica del punto de equilibrio.



**Fuente:** Elaboración Propia.

### 7.2.2. Presupuesto de ingresos

Se debe expresar lo que se está presentando en esta tabla, la forma de cálculo de las unidades a vender y expresar justificación del precio de venta

En la tabla número 48 se presenta el cálculo de ventas proyectadas para los siguientes 3 años, se presenta en unidades físicas y monetarias.

Tabla 48: Presupuesto de ventas en unidades físicas.

#### Presupuesto de ventas en unidades físicas

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Cumpleaños	51	55	60	166
Bodas	19	23	26	68
Gradaciones	10	12	14	36
<b>Totales</b>	<b>80</b>	<b>90</b>	<b>100</b>	<b>270</b>

**Fuente:** Elaboración Propia.

Tabla 49: Presupuesto de ventas en unidades monetarias.

**Presupuesto de ventas en unidades monetarias**

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Cumpleaños	C\$ 405,252.80	C\$ 437,037.33	C\$ 476,768.00	C\$ 1,319,058.13
Bodas	C\$ 380,722.00	C\$ 460,874.00	C\$ 520,988.00	C\$ 1,362,584.00
Gradaciones	C\$ 123,952.00	C\$ 148,742.40	C\$ 173,532.80	C\$ 446,227.20
<b>Totales</b>	<b>C\$ 909,926.80</b>	<b>C\$ 1,046,653.73</b>	<b>C\$ 1,171,288.80</b>	<b>C\$ 3,127,869.33</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

**7.2.3. Presupuestos de egreso**

En la tabla número 50 se presenta el presupuesto de egresos proyectados a los próximos 3 años.

Tabla 50: Presupuesto de egresos en unidades físicas.

**Presupuesto de compras de materiales e insumos en unidades físicas**

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Globos	960	1,080	1,200	3,240
Invitaciones	1,600	1,800	2,000	5,400
Papel decorativo	29	35	40	104
Poroplas	160	180	200	540
Cajas de caramelos	1,020	1,100	1,200	3,320
Centros de mesas	435	525	600	1,560
Recordatorios	580	700	800	2,080
Flores y hojas artificiales	380	460	520	1,360
<b>Totales</b>	<b>5,164</b>	<b>5,880</b>	<b>6,560</b>	<b>17,604</b>

**Fuente:** Elaboración Propia.

Tabla 51: Presupuesto de egresos en unidades monetarias.

**Presupuesto de compras de materia prima directa en unidades monetarias**

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Globos	C\$ 168,000.00	C\$ 196,503.30	C\$ 218,337.00	C\$ 582,840.30
Invitaciones	C\$ 34,800.00	C\$ 40,964.18	C\$ 45,538.86	C\$ 121,303.04
Papel decorativo	C\$ 14,500.00	C\$ 18,194.75	C\$ 20,794.00	C\$ 53,488.75
Poroplas	C\$ 11,200.00	C\$ 13,100.22	C\$ 14,555.80	C\$ 38,856.02
Cajas de caramelos	C\$ 10,200.00	C\$ 11,436.70	C\$ 12,476.40	C\$ 34,113.10
Centros de mesas	C\$ 15,150.00	C\$ 19,026.51	C\$ 21,677.75	C\$ 55,854.26
Recordatorios	C\$ 19,200.00	C\$ 24,121.04	C\$ 27,448.08	C\$ 70,769.12
Flores y hojas artificiales	C\$ 38,000.00	C\$ 47,826.20	C\$ 54,064.40	C\$ 139,890.60
<b>Totales</b>	C\$ 311,050.50	C\$ 371,172.90	C\$ 414,892.29	C\$ 1,097,115.19

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 52: Presupuesto de costos del servicio.

## Presupuesto de Costos del Servicio

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
<b>Costo del personal</b>				
Área de producción	C\$ 48,000.00	C\$ 51,360.00	C\$ 54,955.20	C\$ 154,315.20
Personal eventual	C\$ 14,400.00	C\$ 15,408.00	C\$ 16,486.56	C\$46,294.56
<b>Costos Directos</b>				
Materiales e Insumos	C\$ 311,050.00	C\$ 371,172.90	C\$ 414,892.29	C\$ 1,097,115.19
Alquiler de sobre mantel	C\$ 14,900.00	C\$ 15,491.53	C\$ 16,106.54	C\$ 46,498.07
Alquiler de letras led 3D	C\$ 11,400.00	C\$ 11,852.58	C\$ 12,323.13	C\$ 35,575.71
Alimentación	C\$ 43,200.00	C\$ 44,915.04	C\$ 46,698.17	C\$ 134,813.21
<b>Costos Indirectos</b>				
Transportación	C\$ 24,000.00	C\$ 24,952.80	C\$ 25,943.43	C\$ 74,896.23
Depreciación de equipo de computo	C\$ 4,140.00	C\$ 4,140.00	C\$ 4,140.00	C\$ 12,420.00
Aporte patronal	C\$ 10,320.00	C\$ 11,042.40	C\$ 11,815.37	C\$ 33,177.77
Prestaciones sociales	C\$ 12,000.00	C\$ 12,840.00	C\$ 13,738.80	C\$ 38,578.80
<b>Totales</b>	<b>C\$ 493,410.00</b>	<b>C\$ 563,175.35</b>	<b>C\$ 617,099.48</b>	<b>C\$ 1,673,684.73</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 53: Resumen del costo del servicio.

## Resumen del Costo del Servicio

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Gastos de personal	C\$ 62,400.00	C\$ 66,768.00	C\$ 71,441.76	C\$ 200,609.76
Costos Directos	C\$ 380,550.00	C\$ 443,432.05	C\$ 490,020.12	C\$ 1,314,002.17
Costos Indirectos	C\$ 50,460.00	C\$ 52,975.20	C\$ 55,637.59	C\$ 159,072.79
<b>Totales</b>	<b>C\$ 493,410.00</b>	<b>C\$ 563,175.25</b>	<b>C\$ 617,099.48</b>	<b>C\$ 1,673,684.73</b>

**Fuente:** Elaboración Propia.

*Tabla 54: Presupuesto de gastos de venta.*

### Presupuesto de Gastos de Venta

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Publicidad y propaganda	C\$ 6,680.00	C\$ 6,980.00	C\$ 7,280.00
Salarios	C\$ 48,000.00	C\$ 51,360.00	C\$ 54,955.20
Vacaciones	C\$ 4,000.00	C\$ 4,280.00	C\$ 4,579.60
Treceavo mes	C\$ 4,000.00	C\$ 4,280.00	C\$ 4,579.60
Indemnización	C\$ 4,000.00	C\$ 4,280.00	C\$ 4,579.60
INSS Patronal	C\$ 10,320.00	C\$ 11,042.40	C\$ 11,815.37
Papelería y útiles de oficina	C\$ 300.00	C\$ 315.00	C\$ 330.75
Mantenimiento de Equipo de Transporte	C\$ 24,000.00	C\$ 25,200.00	C\$ 26,460.00
Combustible	C\$ 36,000.00	C\$ 37,800.00	C\$ 39,690.00
Sticker de rodamiento	C\$ 125.00	C\$ 131.25	C\$ 137.81
Seguro obligatorio	C\$ 2,000.00	C\$ 2,100.04	C\$ 2,205.04
Impuestos	C\$ 9,099.27	C\$ 10,466.54	C\$ 11,712.89
Cuota DGI	C\$ 3,120.00	C\$ 3,276.00	C\$ 3,439.80
Cuota de alcaldía	C\$ 600.00	C\$ 630.00	C\$ 661.50
Depreciación equipo de transporte	C\$ 5,625.00	C\$ 5,625.00	C\$ 5,625.00
<b>Totales</b>	<b>C\$ 157,869.31</b>	<b>C\$ 167,766.23</b>	<b>C\$ 178,052.16</b>

**Fuente:** Elaboración Propia.

*Tabla 55: Presupuesto de gastos de administración.*

### Presupuesto de Gastos de Administración

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Servicios básicos	C\$ 9,600.00	C\$ 10,080.00	C\$ 10,584.00
Salarios	C\$ 48,000.00	C\$ 51,360.00	C\$ 54,955.20
Vacaciones	C\$ 4,000.00	C\$ 4,280.00	C\$ 4,579.60
Treceavo mes	C\$ 4,000.00	C\$ 4,280.00	C\$ 4,579.60

Indemnización	C\$ 4,000.00	C\$ 4,280.00	C\$ 4,579.60
Inss Patronal	C\$ 10,320.00	C\$ 11,042.40	C\$ 11,815.37
Papelería y útiles de oficina	C\$ 4,956.48	C\$ 5,204.30	C\$ 5,464.00
Mantenimiento de mobiliario	C\$ 2,400.00	C\$ 2,520.00	C\$ 2,646.00
Depreciaciones	C\$ 11,430.00	C\$ 11,430.00	C\$ 11,430.00
Amortizaciones	C\$ 3,039.57	C\$ 3,039.57	C\$ 3,039.57
<b>Totales</b>	<b>C\$101,746.05</b>	<b>C\$ 107,516.27</b>	<b>C\$ 113,673.46</b>

**Fuente:** Elaboración Propia.

#### 7.2.4. Estructura de Costos

Tabla 56: Estructura de costos del paquete de cumpleaños.

#### Estructura de Costos Servicio de Cumpleaños

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Gastos de personal	C\$ 16,000.00	C\$ 17,120.00	C\$ 18,318.40	C\$ 51,438.40
Costos Directos	C\$ 175,440.00	C\$ 194,215.96	C\$ 210,242.75	C\$ 579,898.71
Costos Indirectos	C\$ 24,120.00	C\$ 25,248.21	C\$ 26,436.99	C\$ 75,805.20
<b>Totales</b>	<b>C\$ 215,560.00</b>	<b>C\$ 236,584.17</b>	<b>C\$ 254,998.14</b>	<b>C\$ 707,142.31</b>

<b>Costo Total Anual</b>	C\$ 215,560.00
<b>N° de unidades</b>	51
<b>Costo Total Unitario</b>	C\$ 4,226.67
<b>Margen de Utilidad</b>	88%
<b>Precio de Venta</b>	C\$ 7,946.13

**Fuente:** Elaboración Propia.

Tabla 57: Estructura de costos del paquete de bodas.

**Estructura de Costos****Servicio de Bodas**

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Gastos de personal	C\$ 27,400.00	C\$ 29,318.00	C\$ 31,370.26	C\$ 88,088.26
Costos Directos	C\$ 158,460.00	C\$ 192,781.17	C\$ 215,058.70	C\$ 566,299.88
Costos Indirectos	C\$ 14,520.00	C\$ 15,267.09	C\$ 16,059.62	C\$ 45,846.71
<b>Totales</b>	<b>C\$ 200,380.00</b>	<b>C\$ 237,366.26</b>	<b>C\$ 262,488.58</b>	<b>C\$ 700,234.84</b>

<b>Costo Total Anual</b>	C\$ 200,380.00
<b>N° de unidades</b>	19
<b>Costo Total Unitario</b>	C\$ 10,546.32
<b>Margen de Utilidad</b>	90%
<b>Precio de Venta</b>	C\$ 20,038.00

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 58: Estructura de costos del paquete de graduación.

**Estructura de Costos****Servicio de Graduación**

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Gastos de personal	C\$ 19,000.00	C\$ 20,330.00	C\$ 21,753.10	C\$ 61,083.10
Costos Directos	C\$ 46,650.00	C\$ 56,434.92	C\$ 64,718.67	C\$167,803.59
Costos Indirectos	C\$ 11,820.00	C\$ 12,459.90	C\$ 13,140.98	C\$ 37,420.88
<b>Totales</b>	<b>C\$77,470.00</b>	<b>C\$89,224.82</b>	<b>C\$99,612.76</b>	<b>C\$266,307.57</b>

<b>Costo Total Anual</b>	C\$ 77,470.00
<b>N° de unidades</b>	10
<b>Costo Total Unitario</b>	C\$ 7,747.00
<b>Margen de Utilidad</b>	60%
<b>Precio de Venta</b>	C\$ 12,395.20

Fuente: Elaboración Propia.

### 7.3. Presupuesto financiero

#### 7.3.1. Flujo de Caja

Tabla 59: Flujo de caja Proyectado.

<b>Vandy Montaje y decoración de Eventos</b>			
<b>Flujo de Caja Proyectado</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Año 2023</b>	<b>Año 2024</b>	<b>Año 2025</b>
<b>Saldo Inicial</b>	C\$118,197.04	C\$323,333.05	C\$581,443.60
<b>Ingresos</b>			
Ventas	C\$909,926.80	C\$1,046,653.73	C\$1,171,288.80
<b>Disponibilidad</b>	<b>C\$1,028,123.84</b>	<b>C\$1,369,986.79</b>	<b>C\$1,752,732.40</b>
<b>Egresos</b>			
Compra de materiales e insumos	C\$311,050.00	C\$371,172.90	C\$414,892.29
Nómina	C\$133,920.00	C\$143,294.40	C\$153,325.01
Personal eventual	C\$14,400.00	C\$15,408.00	C\$16,486.56
Costos directos	C\$69,500.00	C\$72,259.15	C\$75,127.84
Costos indirectos	C\$24,000.00	C\$24,952.80	C\$25,943.43
Gastos de venta	C\$81,924.31	C\$86,898.83	C\$ 91,917.79
Gastos de Administración	C\$16,956.48	C\$17,804.30	C\$18,694.52
Décimo tercer mes	C\$12,000.00	C\$12,840.00	C\$13,738.80
Aporte a la seguridad social	C\$ 41,040.00	C\$43,912.80	C\$46,986.70
<b>Total Egresos</b>	<b>C\$ 704,790.79</b>	<b>C\$ 788,543.18</b>	<b>C\$ 857,112.93</b>
<b>Disponibilidad Efectiva</b>	<b>C\$ 323,333.05</b>	<b>C\$ 581,443.60</b>	<b>C\$ 895,619.47</b>

Fuente: Elaboración Propia.

### 7.3.2. Estado de Resultados Proyectado

Tabla 60: Estado de resultado Proyectado.

<b>VANDY Montaje y Decoración de Eventos</b>			
<b>Estado de Resultado Proyectado</b>			
<b>Expresado en córdobas</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Año 2023</b>	<b>Año 2024</b>	<b>Año 2025</b>
Venta Netas	C\$909,926.80	C\$1,046,653.73	C\$1,171,288.80
Costos del Servicio	C\$493,410.00	C\$563,175.25	C\$617,099.48
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>C\$416,516.80</b>	<b>C\$483,478.48</b>	<b>C\$554,189.32</b>
<b><u>Gastos de Operación</u></b>			
Gastos de Venta	C\$157,869.31	C\$167,766.23	C\$178,052.16
Gastos de Administración	C\$101,746.05	C\$107,516.27	C\$113,673.46
<b>Total gastos operativos</b>	<b>C\$259,615.36</b>	<b>C\$275,282.50</b>	<b>C\$291,725.62</b>
<b>Utilidad de Operación</b>	<b>C\$156,901.44</b>	<b>C\$208,195.98</b>	<b>C\$262,463.70</b>
<b>Utilidad antes de impuesto</b>	<b>C\$156,901.44</b>	<b>C\$208,195.98</b>	<b>C\$262,463.70</b>
Impuesto 30%	C\$47,070.43	C\$62,458.79	C\$78,739.11
<b>Utilidad Neta</b>	<b>C\$109,831.01</b>	<b>C\$145,737.19</b>	<b>C\$183,724.59</b>

Fuente: Elaboración propia.

### 7.3.3. Estado de Situación Financiera Proyectado

Tabla 61: Estado de resultado Proyectado.

<b>VANDY Montaje y Decoración de Eventos</b>			
Estado de Situación Financiera Proyectado			
Expresado en córdobas			
	Año 2023	Año 2024	Año 2025
<b><u>Activos</u></b>			
<b><u>Corriente</u></b>			
Efectivo en Caja y Banco	C\$323,333.05	C\$581,443.60	C\$895,619.47
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>C\$323,333.05</b>	<b>C\$581,443.60</b>	<b>C\$895,619.47</b>
<b><u>No Corriente</u></b>			
Propiedad, Planta y Equipo	C\$ 136,500.00	C\$ 136,500.00	C\$ 136,500.00
Depreciación acumulada PPE	C\$ (21,195.00)	C\$ (42,390.00)	C\$ (63,585.00)
Otros activos	C\$ 9,118.71	C\$ 9,118.71	C\$ 9,118.71
Amortización de otros activos	C\$ (3,039.57)	C\$ (6,079.14)	C\$ (9,118.71)
<b>Total Activos no Corrientes</b>	<b>C\$ 121,384.14</b>	<b>C\$ 97,149.57</b>	<b>C\$ 72,915.00</b>
<b>Total Activos</b>	<b>C\$ 444,717.19</b>	<b>C\$ 678,593.17</b>	<b>C\$ 968,534.47</b>
<b><u>Pasivo</u></b>			
<b><u>Corriente</u></b>			
Gastos acumulados por pagar	C\$ 24,000.00	C\$ 49,680.00	C\$ 77,157.60
<b>Total Pasivos</b>	<b>C\$ 24,000.00</b>	<b>C\$ 49,680.00</b>	<b>C\$ 77,157.60</b>
<b><u>Patrimonio</u></b>			
Capital Contable	C\$263,815.75	C\$263,815.75	C\$263,815.75
Resultados acumulados	C\$ -	C\$ 156,901.44	C\$ 365,097.42
Resultado del Ejercicio	C\$ 156,901.44	C\$ 208,195.98	C\$ 262,463.70
<b>Total Patrimonio</b>	<b>C\$ 420,717.19</b>	<b>C\$ 628,913.17</b>	<b>C\$ 891,376.87</b>
<b>Total Pasivo más capital</b>	<b>C\$ 444,717.19</b>	<b>C\$ 678,593.17</b>	<b>C\$ 968,534.47</b>

Fuente: Elaboración Propia.

## 7.4. Evaluación financiera

En los siguientes puntos se presenta a detalle los cálculos realizados para la obtención de elementos necesarios para los cálculos de la VAN, la TIR, el PRI y la relación costo beneficio.

### 7.4.1. Flujo de fondos

Tabla 62: Flujo de fondos

<b>Vandy Montaje y Decoración de Eventos</b>				
<b>Flujo de Fondos</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Años</b>			
	<b>0</b>	<b>Año 2023</b>	<b>Año 2024</b>	<b>Año 2025</b>
Ingreso por servicios		C\$909,926.80	C\$ 1,046,653.73	C\$ 1,171,288.80
Costos del Servicio		C\$493,410.00	C\$ 563,175.25	C\$ 617,099.48
<b>Utilidad bruta</b>		<b>C\$416,516.80</b>	<b>C\$ 483,478.48</b>	<b>C\$ 554,189.32</b>
Gastos Administrativos		C\$101,746.05	C\$ 107,516.27	C\$ 113,673.46
Gastos de Venta		C\$157,869.31	C\$ 167,766.23	C\$ 178,052.16
<b>Utilidad antes de Impuesto</b>		<b>C\$156,901.44</b>	<b>C\$ 208,195.98</b>	<b>C\$ 262,463.70</b>
Depreciación		C\$ 21,195.00	C\$ 21,195.00	C\$ 21,195.00
Amortización		C\$ 3,039.57	C\$ 3,039.57	C\$ 3,039.57
Inversión Fija	-C\$136,500.00			
Inversión Diferida	-C\$ 9,118.71			
Capital de Trabajo	-C\$118,197.04			
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>C\$263,815.75</b>	<b>C\$156,901.44</b>	<b>C\$ 208,195.98</b>	<b>C\$ 262,463.70</b>

Fuente: Elaboración Propia.

### 7.4.2. Valor Actual Neto (VAN)

Se trata de la diferencia entre el valor de mercado de una inversión y su costo. Este indicador de rentabilidad mide cuánto valor es creado por realizar cierta inversión. Para evaluar un proyecto de inversión con base en el Valor Presente Neto se tienen que considerar aspectos como inversión inicial previa, tasa de descuento, número de períodos y flujos netos de efectivo.

En este indicador lo importante es explicar cómo se determina la tasa de descuento, para proyectos financiados con fondos propios.

Tabla 63: Valor actual neto.

Descripción	Años			
	0	Año 2023	Año 2024	Año 2025
<b>Inversión Inicial</b>	-C\$ 263,815.75	C\$156,901.4	C\$ 208,195.98	C\$ 262,463.70
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>		4		
<b>Tasa de descuento al 18%</b>				
<b>VAN</b>	<b>C\$ 178,418.20</b>			

**Fuente:** Elaboración Propia.

#### 7.4.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es uno de los indicadores de rentabilidad más utilizados. Se trata de encontrar una sola tasa o rendimiento del proyecto. Una inversión tiene que ser tomada en cuenta si la TIR excede el rendimiento requerido. En caso contrario, tiene que ser rechazada. La TIR es el rendimiento requerido para que el cálculo del Valor Presente Neto con esa tasa sea igual a cero.

Tabla 64: Tasa interna de retorno.

Descripción	Años			
	0	Año 2023	Año 2024	Año 2025
<b>Inversión Inicial</b>	-C\$ 263,815.75	C\$ 156,901.44	C\$ 208,195.98	C\$ 262,463.70
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>				
<b>TIR</b>	<b>53.29%</b>			

**Fuente:** Elaboración Propia.

#### 7.4.4. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Establece el tiempo que toma que la inversión retorne. Es importante destacar que un proyecto de inversión es aceptado si el tiempo para recuperar la inversión es menor al periodo determinado.

Tabla 65: Periodo de la recuperación de la inversión.

Descripción	Años			
	0	Año 2023	Año 2024	Año 2025
<b>Inversión Inicial</b>	-C\$ 263,815.75	C\$ 156,901.44	C\$ 208,195.98	C\$ 262,463.70
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>				
<b>PRI</b>	<b>1 año, 8 meses y 4 días</b>			
	<b>0</b>	-C\$ 263,815.75		
	<b>1</b>	C\$ 156,901.44	-C\$106,914.31	0.513527245
	<b>2</b>	C\$ 208,195.98	C\$101,281.67	6.162326938
	<b>3</b>	C\$ 262,463.70		64.86980815

**Fuente:** Elaboración Propia.

#### 7.4.5. Relación Beneficio-Costo (B/C)

Genera un comparativo de los ingresos y costos a valor actualizado, con la finalidad de obtener un resultado que determine cuánto cuesta la inversión y así tener mejores resultados durante esta. Cabe destacar que se actualizan los ingresos y costos, y después de hacer el cálculo, se espera un rendimiento mayor.

Estos son algunos de los indicadores de rentabilidad más utilizados en proyectos de inversión. Algunos expertos, como el economista Paúl Lira Briceño, aseguran que el VPN es la medida más confiable para decidir si un proyecto es una buena inversión o no. Sin embargo, es recomendable hacer un análisis y ver cuál indicador de rentabilidad es el mejor para un proyecto determinado.

Tabla 66: Relación Costo/beneficio.

B/C					
Para el cálculo del B/C, se necesitó retomar las cifras del flujo de fondos y actualizar cada uno de estos elementos a la misma tasa de descuento					
Tasa de descuento	18%				VPN
Beneficios		C\$909,926.80	C\$1,046,653.73	C\$1,171,288.80	C\$2,235,697.35
Costos	-C\$263,815.75	C\$777,259.93	C\$862,692.32	C\$933,059.67	C\$1,582,340.22
<b>Relación B/C</b>					<b>C\$1.41</b>

Crterios  
para la  
lectura del  
B/C

**B/C Mayor que 1: El proyecto debe considerarse porque los beneficios superar a los costos.**

**B/C igual a 1: El proyecto no tiene ganancias**

**B/C menor que 1: El proyecto no debe considerarse, porque los costos son mayores a los beneficios.**

**Fuente:** Elaboración Propia.

## 8. Bibliografía

- Areas, E. R. (5 de Junio de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/proyeccion-de-ventas.html>
- Arreguin, I. (20 de octubre de 2020). *asnews*. Obtenido de asnews: <https://www.asnews.mx/noticias/analisis-de-la-demanda-que-es-y-como-aplicarlo-en-tu-negocio>
- Banco Central de Nicaragua. (16 de Marzo de 2022). Obtenido de Presidente del BCN participa en foro económico: <https://www.secma.org/nicaragua-bcn-presento-su-situacion-macroeconomica-y-perspectivas-2022/#:~:text=El%20Banco%20Central%20de%20Nicaragua,%25%20y%20.5%25%20en%202022.>
- Borragini, H. (2017 de Julio de 2017). *rockcontent*. Obtenido de rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/4ps-del-marketing/>
- Claudio, G. (Mayo de 2014). *El conocimiento tecnico*. Argentina: EDUCA.
- Coutinho, V. (1 de Diciembre de 2017). *Rockcontent*. Obtenido de Rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/promocion-en-el-marketing/>
- Díaz, R. (2019). *capital y emprendimiento*. Universidad el Zulia.
- Esan. (07 de Febrero de 2019). *esan*. Obtenido de esan: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2019/02/el-proceso-del-design-thinking-los-pasos-principales-para-desarrollarlo/>
- Fayolle, A. (2005). *Entrepreneurship research in europe*. Edward publishing .
- Grasset, G. (Julio de 2015). *Lokad*. Obtenido de Lokad: <https://www.lokad.com/es/definicion-de-fijacion-de-precios-basados-en-la-competencia>
- Jaen, I. (3 de Junio de 2019). *Ignacio Jaen*. Obtenido de Ignacio Jaen: <https://ignaciojaen.es/la-importancia-de-la-marca-para-el-negocio/>
- Lafuente, A., & Cancela, M. (2016). *como hacer un prototipo*. La aventura de aprender.
- Lamb, C. (2006). *Fundamentos de marketing*. International Thomson Editores, 2006.
- Lopez, J. F. (18 de Junio de 2015). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/publicidad.html>

- Martinez, H. (01 de noviembre de 2016). *Consultoría Estratégica Directiva, S.C.* Obtenido de Consultoría Estratégica Directiva, S.C.: <http://cedconsultoria.net/2016/11/01/estudio-mercado-y-analisis-demanda/>
- Metzger, M., & Donaire, V. (2007). *Gerencia estrategica de mercado*. Cengage learning latin .
- Nelson, B. (1999). *Ways to Take Initiative*. Workman Publishing.
- Nirian, P. O. (2020). *ECONOMIPEDIA*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/organigrama.html>
- Olivares, I. (01 de Abril de 2022). *Confidencial*. Obtenido de <https://economia/bcn-registra-crecimiento-de-10-3-en-2021-ano-de-crisis-politica/>
- Osterwalder, A., & Pygneur. (2009). *Clarifying business models*. Communications of the association for information systems.
- Pedroza, S. (09 de Octubre de 2015). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>
- Peiró, R. (15 de Junio de 2017). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/logotipo.html>
- PROMOCION, L. D. (2008). *LEY DE PROMOCIÓN, FOMENTO Y DESARROLLO DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (LEY MIPYME)*. Obtenido de Normas Jurídicas de Nicaragua: [http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/\(\\$All\)/EC29253DD104D7D30625741D005C6C8C?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/($All)/EC29253DD104D7D30625741D005C6C8C?OpenDocument)
- Quiroa, M. (6 de noviembre de 2019). *economipedia.com*. Obtenido de economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/mano-de-obra.html>
- Quiroa, M. (07 de agosto de 2020). *Estrategia de distribución. Economipedia.com*. Obtenido de Estrategia de distribución. Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/estrategia-de-distribucion.html>
- Raffino, M. E. (2020). *proyecto*. Argentina.
- Registro Publico. (11 de junio de 2020). Obtenido de [https://www.google.com/search?rlz=1C1NDCM\\_esNI851NI851&sxsrf=ALeKk02i5Uj1YBKWIOklsvSRKvHxeQ3GzA%3A1591909413269&ei=JZziXtLwD5ibwbkPvbOUiA8&q=REQUISITOS+PARA+inscribirse+en+el+registro+publico+mercantil+nicaragua&oq=REQUISITOS+PARA+inscribirse+en+el+regist](https://www.google.com/search?rlz=1C1NDCM_esNI851NI851&sxsrf=ALeKk02i5Uj1YBKWIOklsvSRKvHxeQ3GzA%3A1591909413269&ei=JZziXtLwD5ibwbkPvbOUiA8&q=REQUISITOS+PARA+inscribirse+en+el+registro+publico+mercantil+nicaragua&oq=REQUISITOS+PARA+inscribirse+en+el+regist)

Rivera. (2007).

Rodriguez, R. A. (22 de Noviembre de 2015). *stodomingo*. Obtenido de stodomingo:  
[https://www.stodomingo.ute.edu.ec/content/102001-322-1-2-2-8/TEXTTO\\_GUIA\\_1\\_El\\_e\\_m\\_p\\_r\\_e\\_n\\_d\\_e\\_d\\_o\\_r\\_de\\_E\\_x\\_i\\_t\\_o.pdf](https://www.stodomingo.ute.edu.ec/content/102001-322-1-2-2-8/TEXTTO_GUIA_1_El_e_m_p_r_e_n_d_e_d_o_r_de_E_x_i_t_o.pdf)

Tomas, D. (22 de Octubre de 2020). *Cyberclick*. Obtenido de Cyberclick:  
<https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategia-de-marketing-que-es-tipos-y-ejemplos>

Trenza, A. (26 de Febrero de 2021). *anatrenza.com*. Obtenido de anatrenza.com:  
<https://anatrenza.com/plan-de-organizacion-que-es/>

Westreicher, G. (26 de Abril de 2020). *Economipedia*. Obtenido de  
<https://economipedia.com/definiciones/plan-financiero.html>

Zimmerer. (2005). *essentials of entrepreneurship and small business management*. New Jersey: Pearson education .







1. ¿Alguna vez usted contrato un servicio de decoración de algún evento?

1. Sí  2. No

2. ¿Estaría usted dispuesto a contratar un Servicio de Decoración y Montaje para un evento?

1. Sí  2. No

3. ¿Qué tipo de Decoraciones prefiere?

1. Cumpleaños  2. Boda  3. Graduaciones  4. Baby Shower

5. Otro

¿Cuál?

---

### 3. Aspectos del servicio

1. ¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de una nueva compañía?

1. Sí  2. No

2. ¿Con qué frecuencia contrataría el servicio de decoración y montaje de eventos?

1. una vez al año  2. Dos veces al año  3. Tres veces al año   
d) cuatro veces al año o más

3. Al momento de contratar el servicio ¿Qué razones toma en cuenta?

SI

NO

		SI	NO
1	Calidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Precio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Diseño	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Personalización	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. ¿Estaría dispuesto a contratar un servicio de Decoración y Montaje de eventos que le brinde paquetes completos para sus eventos?

1. Sí  2. No

5. ¿Qué tipo de diseño de Decoración prefiere?

1. Vintage  2. Rustico  3. Boho Chic  4. Shabby Chic  5. Gran Gatsby

6. Ambiente Industrial  7. Otro

¿Cuál? \_\_\_\_\_

6. ¿Qué tan personalizado le gustaría su evento?

1. Poco  2. Mucho  3. Completamente

7. ¿Cuáles de los siguientes materiales le gustaría combinar al momento de decoración en el evento?

		SI	NO
1	Globos		
2	Telas		
3	Papel decorativo		
4	Cortinas de colores		
5	Flores		

#### 4. Aspectos de precio

1. De haber contratado un servicio de eventos ¿Cuánto pago por el servicio?

1. C\$ 0.00 a 9,000  2. De C\$ 9,001 a 15,000  3. De C\$ 15,001 a más

2. ¿Cuánto pagaría usted como cliente por el servicio de Decoración y Montaje de un evento totalmente personalizado a su gusto?

1. C\$ 0.00 a 9,000  2. De C\$ 9,001 a 15,000  3. De C\$ 15,001 a más

#### 5. Aspectos de la Publicidad y Promoción

1. ¿En qué medio le gustaría conocer acerca del lanzamiento y promoción del Servicio de Decoración y Montaje de eventos?

		SI	NO
1	Redes Sociales		
2	Televisión		
3	Radio		
4	Mantas publicitarias		

2. ¿En caso de escoger las redes sociales cual le gustaría para conocer acerca del lanzamiento y promoción del servicio de decoración y montaje de eventos?

1	Facebook	
2	Instagram	
3	Tik Tok	
4	Twitter	

3. Al momento de usted contratar el servicio ¿Qué promociones le gustaría obtener?

SI NO

{1	Descuentos		
2	Regalías		
3	Rifas		

Tabla 67: Proyecciones de ventas en cantidad de eventos realizados.

VANDY Montaje y Decoración de Eventos															
Cédula N° 1 Proyecciones de ventas en cantidad de eventos realizados															
Año 2022															
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total	Año 2	Año 3
<b>Cumpleaños</b>	4	5	3	3	6	5	4	4	4	5	3	5	<b>51</b>	55	60
<b>Boda</b>	0	3	1	2	1	1	2	2	2	1	1	3	<b>19</b>	23	26
<b>Graduación</b>	2	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	5	<b>10</b>	12	14
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>13</b>	<b>80</b>	<b>90</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 68: Proyecciones de Ventas del Servicio en Unidades Monetarias por evento.

Vandy Montaje y Decoración de Eventos														
Cédula N° 2 Proyecciones de Ventas del Servicio en Unidades Monetarias por evento														
Descripción	P. de Vta. X Evento	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	
Cumpleaños	C\$ 7,946.13	C\$ 31,784.53	C\$ 39,730.67	C\$ 23,838.40	C\$ 23,838.40	C\$ 47,676.80	C\$ 39,730.67	C\$ 31,784.53	C\$ 31,784.53	C\$ 31,784.53	C\$ 39,730.67	C\$ 23,838.40	C\$ 39,730.67	
Boda	C\$ 20,038.00	C\$ -	C\$ 60,114.00	C\$ 20,038.00	C\$ 40,076.00	C\$ 20,038.00	C\$ 20,038.00	C\$ 40,076.00	C\$ 40,076.00	C\$ 40,076.00	C\$ 20,038.00	C\$ 20,038.00	C\$ 60,114.00	
Graduación	C\$ 12,395.20	C\$ 24,790.40	C\$ -	C\$ 12,395.20	C\$ -	C\$ 12,395.20	C\$ -	C\$ 12,395.20	C\$ 61,976.00					
<b>Total</b>		<b>C\$ 56,574.93</b>	<b>C\$ 99,844.67</b>	<b>C\$ 56,271.60</b>	<b>C\$ 63,914.40</b>	<b>C\$ 67,714.80</b>	<b>C\$ 59,768.67</b>	<b>C\$ 71,860.53</b>	<b>C\$ 71,860.53</b>	<b>C\$ 84,255.73</b>	<b>C\$ 59,768.67</b>	<b>C\$ 56,271.60</b>	<b>C\$ 161,820.67</b>	

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 69: Proyección de compra de materiales e Insumos (unidades físicas)

Vandy Montaje y Decoración de Eventos														
Cédula N° 3 Proyecciones de Compra de Materiales e Insumos del Servicio (Unidades Físicas)														
Descripción	UM	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
<b>Graduaciones</b>														-
Globos	Paquetes	24	-	12	-	-	-	-	-	12	-	12	60	120
Invitaciones	Unidad	40	-	20	-	-	-	-	-	20	-	20	100	200
Papel decorativo	Remas	2	-	1	-	-	-	-	-	1	-	1	5	10
Poroplas	Unidad	4	-	2	-	-	-	-	-	2	-	2	10	20
Centro de mesas	Unidad	30	-	15	-	-	-	-	-	15	-	15	75	150
Recordatorios	Unidad	40	-	20	-	-	-	-	-	20	-	20	100	200
<b>Bodas</b>														
Globos	Paquetes	-	36	12	24	12	12	24	24	24	12	12	36	228
Invitaciones	Unidad	-	60	20	40	20	20	40	40	40	20	20	60	380
Papel decorativo	Remas	-	3	1	2	1	1	2	2	2	1	1	3	19
Poroplas	Unidad	-	6	2	4	2	2	4	4	4	2	2	6	38
Centro de mesas	Unidad	-	45	15	30	15	15	30	30	30	15	15	45	285
Recordatorios	Unidad	-	60	20	40	20	20	40	40	40	20	20	60	380
Flores y hojas artificiales	Paquetes	-	60	20	40	20	20	40	40	40	20	20	60	380
<b>Cumpleaños</b>														
Globos	Paquetes	48	60	36	36	72	60	48	48	48	60	36	60	612
Invitaciones	Unidad	80	100	60	60	120	100	80	80	80	100	60	100	1,020
Poroplas	Unidad	8	10	6	6	12	10	8	8	8	10	6	10	102
Cajas de caramelos	Unidad	80	100	60	60	120	100	80	80	80	100	60	100	1,020
<b>Total</b>		<b>356</b>	<b>540</b>	<b>322</b>	<b>342</b>	<b>414</b>	<b>360</b>	<b>396</b>	<b>396</b>	<b>466</b>	<b>360</b>	<b>322</b>	<b>890</b>	<b>5,164</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 70: Proyecciones de Compra de Materiales e Insumos del Servicio (Unidades Monetarias)

Vandy Montaje y Decoración de Eventos														
Cédula N° 4 Proyecciones de Compra de Materiales e Insumos del Servicio (Unidades Monetarias)														
Descripción	C/U	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
<b>Graduaciones</b>														
Globos	C\$ 175.00	C\$ 4,200.00	C\$ -	C\$ 2,100.00	C\$ -	C\$ 2,100.00	C\$ -	C\$ 2,100.00	C\$ 10,500.00	C\$ 21,000.00				
Invitaciones	C\$ 15.00	C\$ 600.00	C\$ -	C\$ 300.00	C\$ -	C\$ 300.00	C\$ -	C\$ 300.00	C\$ 1,500.00	C\$ 3,000.00				
Papel decorativo	C\$ 500.00	C\$ 1,000.00	C\$ -	C\$ 500.00	C\$ -	C\$ 500.00	C\$ -	C\$ 500.00	C\$ 2,500.00	C\$ 5,000.00				
Poroplas	C\$ 70.00	C\$ 280.00	C\$ -	C\$ 140.00	C\$ -	C\$ 140.00	C\$ -	C\$ 140.00	C\$ 700.00	C\$ 1,400.00				
Centro de mesas	C\$ 25.00	C\$ 750.00	C\$ -	C\$ 375.00	C\$ -	C\$ 375.00	C\$ -	C\$ 375.00	C\$ 1,875.00	C\$ 3,750.00				
Recordatorios	C\$ 20.00	C\$ 800.00	C\$ -	C\$ 400.00	C\$ -	C\$ 400.00	C\$ -	C\$ 400.00	C\$ 2,000.00	C\$ 4,000.00				
<b>Bodas</b>														
Globos	C\$ 175.00	C\$ -	C\$ 6,300.00	C\$ 2,100.00	C\$ 4,200.00	C\$ 2,100.00	C\$ 2,100.00	C\$ 4,200.00	C\$ 4,200.00	C\$ 4,200.00	C\$ 2,100.00	C\$ 2,100.00	C\$ 6,300.00	C\$ 39,900.00
Invitaciones	C\$ 30.00	C\$ -	C\$ 1,800.00	C\$ 600.00	C\$ 1,200.00	C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00	C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 1,800.00	C\$ 11,400.00
Papel decorativo	C\$ 500.00	C\$ -	C\$ 1,500.00	C\$ 500.00	C\$ 1,000.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 9,500.00
Poroplas	C\$ 70.00	C\$ -	C\$ 420.00	C\$ 140.00	C\$ 280.00	C\$ 140.00	C\$ 140.00	C\$ 280.00	C\$ 280.00	C\$ 280.00	C\$ 140.00	C\$ 140.00	C\$ 420.00	C\$ 2,660.00
Centro de mesas	C\$ 40.00	C\$ -	C\$ 1,800.00	C\$ 600.00	C\$ 1,200.00	C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00	C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 1,800.00	C\$ 11,400.00
Recordatorios	C\$ 40.00	C\$ -	C\$ 2,400.00	C\$ 800.00	C\$ 1,600.00	C\$ 800.00	C\$ 800.00	C\$ 1,600.00	C\$ 1,600.00	C\$ 1,600.00	C\$ 800.00	C\$ 800.00	C\$ 2,400.00	C\$ 15,200.00
Flores y hojas artificiales	C\$ 100.00	C\$ -	C\$ 6,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 4,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 4,000.00	C\$ 4,000.00	C\$ 4,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 6,000.00	C\$ 38,000.00
<b>Cumpleaños</b>														
Globos	C\$ 175.00	C\$ 8,400.00	C\$ 10,500.00	C\$ 6,300.00	C\$ 6,300.00	C\$ 12,600.00	C\$ 10,500.00	C\$ 8,400.00	C\$ 8,400.00	C\$ 8,400.00	C\$ 10,500.00	C\$ 6,300.00	C\$ 10,500.00	C\$ 107,100.00
Invitaciones	C\$ 20.00	C\$ 1,600.00	C\$ 2,000.00	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00	C\$ 2,400.00	C\$ 2,000.00	C\$ 1,600.00	C\$ 1,600.00	C\$ 1,600.00	C\$ 2,000.00	C\$ 1,200.00	C\$ 2,000.00	C\$ 20,400.00
Poroplas	C\$ 70.00	C\$ 560.00	C\$ 700.00	C\$ 420.00	C\$ 420.00	C\$ 840.00	C\$ 700.00	C\$ 560.00	C\$ 560.00	C\$ 560.00	C\$ 700.00	C\$ 420.00	C\$ 700.00	C\$ 7,140.00
Cajas de caramelos	C\$ 10.00	C\$ 800.00	C\$ 1,000.00	C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 1,200.00	C\$ 1,000.00	C\$ 800.00	C\$ 800.00	C\$ 800.00	C\$ 1,000.00	C\$ 600.00	C\$ 1,000.00	C\$ 10,200.00
<b>Total</b>		<b>C\$ 18,990.00</b>	<b>C\$ 34,420.00</b>	<b>C\$ 19,075.00</b>	<b>C\$ 22,000.00</b>	<b>C\$ 23,780.00</b>	<b>C\$ 20,940.00</b>	<b>C\$ 24,840.00</b>	<b>C\$ 24,840.00</b>	<b>C\$ 28,655.00</b>	<b>C\$ 20,940.00</b>	<b>C\$ 19,075.00</b>	<b>C\$ 53,495.00</b>	<b>C\$ 311,050.00</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 71: Proyecciones de Costos del Servicio

Vandy Montaje y Decoración de Eventos													
Cédula N° 5 Proyecciones de Costos del Servicio													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
<b>Costo del Personal</b>													
Área de producción	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	48,000.00
Personal eventual	600.00	1,800.00	900.00	1,200.00	600.00	600.00	1,200.00	1,200.00	1,500.00	600.00	900.00	3,300.00	14,400.00
<b>Sub Total Gasto del Personal</b>	<b>C\$ 4,600.00</b>	<b>C\$ 5,800.00</b>	<b>C\$ 4,900.00</b>	<b>C\$ 5,200.00</b>	<b>C\$ 4,600.00</b>	<b>C\$ 4,600.00</b>	<b>C\$ 5,200.00</b>	<b>C\$ 5,200.00</b>	<b>C\$ 5,500.00</b>	<b>C\$ 4,600.00</b>	<b>C\$ 4,900.00</b>	<b>C\$ 7,300.00</b>	<b>62,400.00</b>
<b>Costos Directos</b>													
Materiales e Insumos	18,990.00	34,420.00	19,075.00	22,000.00	23,780.00	20,940.00	24,840.00	24,840.00	28,655.00	20,940.00	19,075.00	53,495.00	311,050.00
Alquiler de sobre mantel	1,100.00	1,500.00	950.00	950.00	1,150.00	1,000.00	1,100.00	1,100.00	1,350.00	1,000.00	950.00	2,750.00	14,900.00
Alquiler letras led 3D	-	1,800.00	600.00	1,200.00	600.00	600.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	600.00	600.00	1,800.00	11,400.00
Alimentación	3,000.00	4,500.00	2,700.00	2,850.00	3,450.00	3,000.00	3,300.00	3,300.00	3,900.00	3,000.00	2,700.00	7,500.00	43,200.00
<b>Sub total Costos Directos</b>	<b>C\$ 23,090.00</b>	<b>C\$ 42,220.00</b>	<b>C\$ 23,325.00</b>	<b>C\$ 27,000.00</b>	<b>C\$ 28,980.00</b>	<b>C\$ 25,540.00</b>	<b>C\$ 30,440.00</b>	<b>C\$ 30,440.00</b>	<b>C\$ 35,105.00</b>	<b>C\$ 25,540.00</b>	<b>C\$ 23,325.00</b>	<b>C\$ 65,545.00</b>	<b>C\$ 380,550.00</b>
<b>Costos Indirectos</b>													
Transportación	1,800.00	2,400.00	1,500.00	1,500.00	2,100.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	2,100.00	1,800.00	1,500.00	3,900.00	24,000.00
Depreciación equipo de computo	345.00	345.00	345.00	345.00	345.00	345.00	345.00	345.00	345.00	345.00	345.00	345.00	4,140.00
Aporte patronal	860.00	860.00	860.00	860.00	860.00	860.00	860.00	860.00	860.00	860.00	860.00	860.00	10,320.00
Prestaciones Sociales	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	12,000.00
<b>Sub total Costos Indirectos</b>	<b>C\$ 4,005.00</b>	<b>C\$ 4,605.00</b>	<b>C\$ 3,705.00</b>	<b>C\$ 3,705.00</b>	<b>C\$ 4,305.00</b>	<b>C\$ 4,005.00</b>	<b>C\$ 4,005.00</b>	<b>C\$ 4,005.00</b>	<b>C\$ 4,305.00</b>	<b>C\$ 4,005.00</b>	<b>C\$ 3,705.00</b>	<b>C\$ 6,105.00</b>	<b>C\$ 50,460.00</b>
<b>Total Costos</b>	<b>C\$ 31,695.00</b>	<b>C\$ 52,625.00</b>	<b>C\$ 31,930.00</b>	<b>C\$ 35,905.00</b>	<b>C\$ 37,885.00</b>	<b>C\$ 34,145.00</b>	<b>C\$ 39,645.00</b>	<b>C\$ 39,645.00</b>	<b>C\$ 44,910.00</b>	<b>C\$ 34,145.00</b>	<b>C\$ 31,930.00</b>	<b>C\$ 78,950.00</b>	<b>C\$ 493,410.00</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 72: Proyecciones de Costos del Servicio Mensual

Vandy Montaje y Decoraciones de Eventos													
Cédula N° 6 Proyecciones de Costos del Servicio Mensual													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Gastos del Personal	C\$ 4,600.00	C\$ 5,800.00	C\$ 4,900.00	C\$ 5,200.00	C\$ 4,600.00	C\$ 4,600.00	C\$ 5,200.00	C\$ 5,200.00	C\$ 5,500.00	C\$ 4,600.00	C\$ 4,900.00	C\$ 7,300.00	C\$ 62,400.00
Costos Directos	C\$ 23,090.00	C\$ 42,220.00	C\$ 23,325.00	C\$ 27,000.00	C\$ 28,980.00	C\$ 25,540.00	C\$ 30,440.00	C\$ 30,440.00	C\$ 35,105.00	C\$ 25,540.00	C\$ 23,325.00	C\$ 65,545.00	C\$ 380,550.00
Costos Indirectos	C\$ 4,005.00	C\$ 4,605.00	C\$ 3,705.00	C\$ 3,705.00	C\$ 4,305.00	C\$ 4,005.00	C\$ 4,005.00	C\$ 4,005.00	C\$ 4,305.00	C\$ 4,005.00	C\$ 3,705.00	C\$ 6,105.00	C\$ 50,460.00
<b>Total</b>	<b>C\$ 31,695.00</b>	<b>C\$ 52,625.00</b>	<b>C\$ 31,930.00</b>	<b>C\$ 35,905.00</b>	<b>C\$ 37,885.00</b>	<b>C\$ 34,145.00</b>	<b>C\$ 39,645.00</b>	<b>C\$ 39,645.00</b>	<b>C\$ 44,910.00</b>	<b>C\$ 34,145.00</b>	<b>C\$ 31,930.00</b>	<b>C\$ 78,950.00</b>	<b>C\$ 493,410.00</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 73: Proyecciones de Gastos de Ventas

Vandy Montaje y Decoraciones de Eventos													
Cédula N° 7 Proyecciones de Gastos de Ventas													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Publicidad y propaganda	C\$ 556.67	C\$ 6,680.00											
Salarios	C\$ 4,000.00	C\$ 48,000.00											
Vacaciones	C\$ 333.33	C\$ 4,000.00											
Treceavo mes	C\$ 333.33	C\$ 4,000.00											
Indemnización	C\$ 333.33	C\$ 4,000.00											
Inss Patronal	C\$ 860.00	C\$ 10,320.00											
Papejería y útiles de oficina	C\$ 150.00	C\$ -	C\$ 150.00	C\$ -	C\$ 300.00								
Mantenimiento de Equipo de Transporte	C\$ 2,000.00	C\$ 24,000.00											
Combustible	C\$ 3,000.00	C\$ 36,000.00											
Sticker de rodamiento	C\$ 125.00												C\$ 125.00
Seguro obligatorio	C\$ 166.67	C\$ 2,000.04											
Impuestos	C\$ 565.75	C\$ 998.45	C\$ 562.72	C\$ 639.14	C\$ 677.15	C\$ 597.69	C\$ 718.61	C\$ 718.61	C\$ 842.56	C\$ 597.69	C\$ 562.72	C\$ 1,618.21	C\$ 9,099.27
Cuota DGI	C\$ 260.00	C\$ 3,120.00											
Cuota de alcaldía	C\$ 50.00	C\$ 600.00											
Depreciación equipo de transporte	C\$ 468.75	C\$ 5,625.00											
<b>Total</b>	<b>C\$ 13,202.84</b>	<b>C\$ 13,360.53</b>	<b>C\$ 12,924.80</b>	<b>C\$ 13,001.23</b>	<b>C\$ 13,039.23</b>	<b>C\$ 12,959.77</b>	<b>C\$ 13,230.69</b>	<b>C\$ 13,080.69</b>	<b>C\$ 13,204.64</b>	<b>C\$ 12,959.77</b>	<b>C\$ 12,924.80</b>	<b>C\$ 13,980.29</b>	<b>C\$ 157,869.31</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 74: Proyecciones de Gastos de Administración

Vandy Montaje y Decoraciones de Eventos													
Cédula N° 8 Proyecciones de Gastos de Administración													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Servicios básicos	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	9,600.00
Salarios	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	48,000.00
Vacaciones	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	4,000.00
Treceavo mes	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	4,000.00
Indemnización	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	4,000.00
Inss Patronal	860.00	860.00	860.00	860.00	860.00	860.00	860.00	860.00	860.00	860.00	860.00	860.00	10,320.00
Papelería y útiles de oficina	413.04	413.04	413.04	413.04	413.04	413.04	413.04	413.04	413.04	413.04	413.04	413.04	4,956.48
Mantenimiento de mobiliario	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,400.00
Depreciaciones	952.50	952.50	952.50	952.50	952.50	952.50	952.50	952.50	952.50	952.50	952.50	952.50	11,430.00
Amortizaciones	253.30	253.30	253.30	253.30	253.30	253.30	253.30	253.30	253.30	253.30	253.30	253.30	3,039.57
<b>Total</b>	<b>C\$ 8,478.84</b>	<b>C\$ 101,746.05</b>											

**Fuente:** Elaboración Propia.

Tabla 75: Estado de resultado.

Estado de Resultado Proyectado Mensual														
Del _____ al _____ 20XX														
Expresado en Córdobas														
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	total	
Ventas	C\$ 56,574.93	C\$ 99,844.67	C\$ 56,271.60	C\$ 63,914.40	C\$ 67,714.80	C\$ 59,768.67	C\$ 71,860.53	C\$ 71,860.53	C\$ 84,255.73	C\$ 59,768.67	C\$ 56,271.60	C\$ 161,820.67	C\$ 909,926.80	
Costo del Servicio	31,695.00	52,625.00	31,930.00	35,905.00	37,885.00	34,145.00	39,645.00	39,645.00	44,910.00	34,145.00	31,930.00	78,950.00	C\$ 493,410.00	
Utilidad Bruta	C\$ 24,879.93	C\$ 47,219.67	C\$ 24,341.60	C\$ 28,009.40	C\$ 29,829.80	C\$ 25,623.67	C\$ 32,215.53	C\$ 32,215.53	C\$ 39,345.73	C\$ 25,623.67	C\$ 24,341.60	C\$ 82,870.67	C\$ 416,516.80	
<i>Gastos Operativos</i>														
Gastos de Venta	C\$ 13,202.84	C\$ 13,360.53	C\$ 12,924.80	C\$ 13,001.23	C\$ 13,039.23	C\$ 12,959.77	C\$ 13,230.69	C\$ 13,080.69	C\$ 13,204.64	C\$ 12,959.77	C\$ 12,924.80	C\$ 13,980.29	C\$ 157,869.31	
Gastos de Administración	8,478.84	8,478.84	8,478.84	8,478.84	8,478.84	8,478.84	8,478.84	8,478.84	8,478.84	8,478.84	8,478.84	8,478.84	C\$ 101,746.05	
Total gastos operativos	C\$ 21,681.67	C\$ 21,839.37	C\$ 21,403.64	C\$ 21,480.07	C\$ 21,518.07	C\$ 21,438.61	C\$ 21,709.53	C\$ 21,559.53	C\$ 21,683.48	C\$ 21,438.61	C\$ 21,403.64	C\$ 22,459.13	C\$ 259,615.36	
Utilidad de Operación	C\$ 3,198.26	C\$ 25,380.30	C\$ 2,937.96	C\$ 6,529.33	C\$ 8,311.73	C\$ 4,185.06	C\$ 10,506.00	C\$ 10,656.00	C\$ 17,662.25	C\$ 4,185.06	C\$ 2,937.96	C\$ 60,411.54	C\$ 156,901.44	
Utilidad neta del ejercicio	C\$ 3,198.26	C\$ 25,380.30	C\$ 2,937.96	C\$ 6,529.33	C\$ 8,311.73	C\$ 4,185.06	C\$ 10,506.00	C\$ 10,656.00	C\$ 17,662.25	C\$ 4,185.06	C\$ 2,937.96	C\$ 60,411.54	C\$ 156,901.44	

**Fuente:** Elaboración propia