

ANEXOS

ANEXO N° 1

Confederación Española de Organizaciones Empresariales

CEOE
Empresas
Españolas

CONTACTO |    



06 MAR 2018

Mipyme iberoamericana

LAS MIPYMES GENERAN EL 28% DEL PIB EN LATINOAMÉRICA PERO CARECEN AÚN DEL IMPULSO NECESARIO

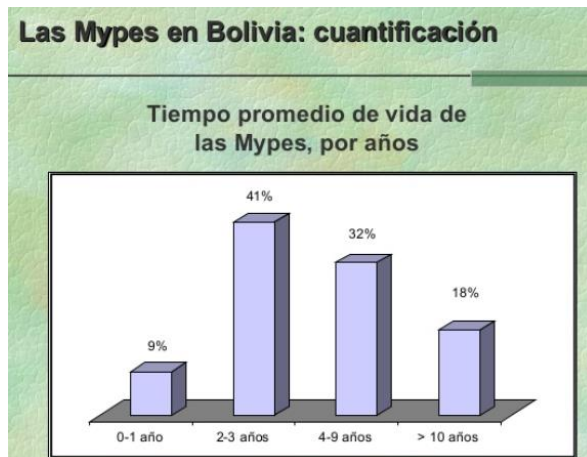
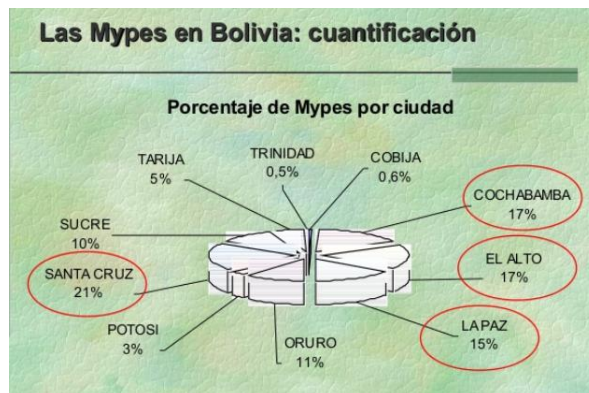
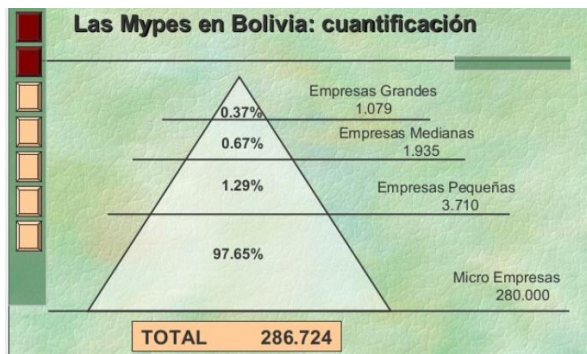
Las pequeñas y medianas empresas son el motor del crecimiento y el desarrollo en todas las economías del mundo. Su papel en el progreso de las economías en desarrollo es fundamental porque constituyen una buena oportunidad para el emprendimiento, el progreso y el autoempleo, dejando a un lado el empleo informal y el trabajo precario. En América Latina, las mipymes (microempresas y pymes) generan la mitad de los puestos de trabajo, son el 90% del tejido empresarial y suponen el 28% del PIB pero no reciben la atención necesaria de las políticas públicas de la región.

 INTERNACIONAL



ANEXO N° 2

Unidad de Análisis de Políticas Sociales y Económicas



Fuente: UDAPE

ANEXO N°3**ENTREVISTA CON QUIEN TOMA DECISIONES****1. Describa su negocio, ¿que vende, y como lo vende?**

R.-Vendemos publicidad a diferentes tipos de negocios los cuales requieren una imagen publicitaria para dar a conocer su negocio a sus clientes ya sea nacional o internacional.

2. ¿Cuánto tiempo lleva su negocio?

R.- Unos 16 años.

3. ¿Cuántas horas dedica al trabajo cada día?

R: Más de 12 horas al día ya que dicho negocio es un negocio familiar.

4. ¿Qué es lo que más le motiva para continuar?

R.-Uno de los factores que motiva es la pasión por el negocio el realizar los trabajos de calidad que satisfagan las expectativas de los clientes y otro factor es la economía de poder sustentar a la familia y a su vez que la empresa crezca.

5. ¿Quiénes son sus clientes?

R.-Las personas, los negocios que necesitan una imagen para su negocio para dar a conocer sus productos o servicios.

6. ¿Cuántos productos tiene y ofrece al mercado?

R: Desde letreros en lona, acrílico, inoxidable, pintado de murales, gigantografía y serigrafía; todo lo referente a publicidad en los materiales que se pueden realizar.

7. ¿Qué diferencia sus productos de la competencia?

R.- La marca lo cual les da el valor a los productos, la calidad con la que se realiza los trabajos tanto en materia prima como el acabado que se lo da, así mismo el diseño de los productos que entregamos son únicos y personalizados de acuerdo a los gustos de los clientes, sin embargo, los que aún no son clientes de la empresa desconocen estos atributos

8. ¿La calidad de sus productos justifica sus precios?

R.- Si lo justifica ya que la calidad que se brinda está de acorde con los precios, por lo cual se trata de brindar productos de calidad para que el cliente está satisfecho con el trabajo, ya que muchas veces es el mismo cliente el que recomienda más.

9. ¿Qué inconvenientes detecta a la hora de ofrecer y vender sus productos?

R.- El aumento de la a competencia que existe en el mercado y el hecho de que ofrecen precios más bajos con una calidad menor y la gente va por un precio más barato que por la calidad.

10. ¿Qué productos le general más ganancias?

R.- Los letreros corporativos son los que general mayores ingresos a diferencia de los otros letreros ya que estos se podrían considerar una novedad.

11. ¿Qué productos tienen mayores ventas?

R.- También son los letreros corporativos son los que generan más ventas.

12. ¿El número de clientes está creciendo, estancado o decreciendo?

R.- El número de los clientes nuevos son pocos a comparación de los otros años, pero los pocos clientes que vienen son por recomendaciones de nuestros clientes.

13. ¿Cómo selecciona a sus proveedores?

R.- Nos basamos en la calidad que nos ofrece en el material, así también la facilidad del servicio que brindan los proveedores de llevar el material hasta el taller, se ahorra el tiempo de traslado del material.

14. ¿En qué área de la empresa hay más inconvenientes?

R.- En el área de publicidad ya que los medios que utilizamos para dar a conocer nuestros productos no llegan de manera eficiente a nuestro mercado por ejemplo la página de Facebook que cuenta la empresa no da los resultados esperados, ya que también falta una persona que este capacitada para poder utilizar y sacar todo el

potencial de la página para incrementar las ventas, ya que las ventas que se tiene mayormente son por que los clientes nos recomiendan.

15. ¿La empresa cuenta con puntos de venta?

R.-Solo cuenta con un solo punto de venta que es la central, ubicado en el barrio alto Senac.

16. ¿Sus clientes lo encuentran con facilidad?

R.-Los clientes pueden encontrar la ubicación de la empresa gracias a que ahora se puede mandar por medio de WhatsApp la ubicación y este medio facilita mucho que los clientes lo encuentren con mayor facilidad como también se encuentra la ubicación en la página en Facebook. Sin embargo, la ubicación de la empresa es desventajosa para hacernos conocer con nuevos clientes.

17. ¿Promociona sus productos? ¿qué medios utiliza?

R.-Se utiliza el tema de la página, también en las ferias que se realiza (Fexposur) se da a conocer los productos, mediante tarjetas personales, folletos, sin embargo, esto no genera los resultados deseados, lo que nos ayuda a captar más negocios es la publicidad de boca a boca por parte de los clientes.

18. ¿Detecta innovación por parte de la competencia?

R.-La competencia siempre está innovando, por lo cual es necesario siempre innovar y no quedarse estancados ya que si no lo haces la empresa va desapareciendo.

19. ¿Cuenta usted con documentos en los cuales estén contempladas estrategias para su empresa?

R: No tenemos registradas las estrategias, simplemente las realizamos cuando consideremos necesarias, pero son pocas veces las cuales realizamos promociones

20. ¿Cuenta con un plan de marketing?

R: No contamos con un plan de marketing

ANEXO N° 4

REGISTRO DE VENTA AÑO 2018

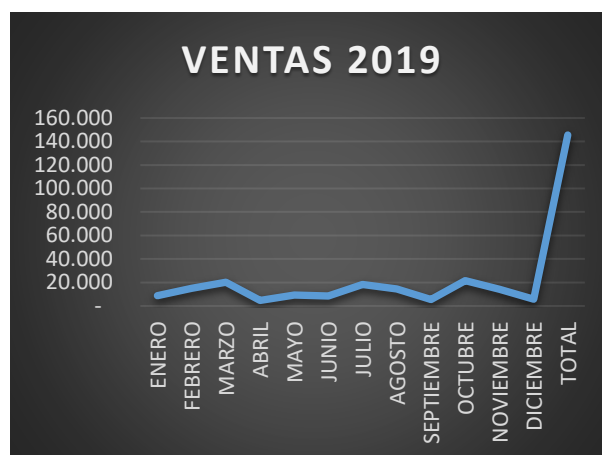
MES	VENTAS EN Bs
ENERO	15.650
FEBRERO	8.600
MARZO	19.130
ABRIL	9.330
MAYO	36.182
JUNIO	2.726
JULIO	6.700
AGOSTO	6.500
SEPTIEMBRE	18.800
OCTUBRE	9.019
NOVIEMBRE	14.930
DICIEMBRE	24.660
TOTAL	172.227



Fuente: Elaboración propia en base a datos del propietario

REGISTRO DE VENTAS AÑO 2019

MES	VENTAS EN Bs
ENERO	8.800
FEBRERO	14.900
MARZO	20.280
ABRIL	4.700
MAYO	9.300
JUNIO	8.350
JULIO	18.200
AGOSTO	14.350
SEPTIEMBRE	5.500
OCTUBRE	21.470
NOVIEMBRE	14.080
DICIEMBRE	5.620
TOTAL	145.550



Fuente: Elaboración propia en

base a datos del propietario

COMPARACIÓN DE VENTAS 2018 Y 2019

MES	VENTAS 2018	VENTAS 2019	%
ENERO	15.650	8.800	0,44
FEBRERO	8.600	14.900	0,73
MARZO	19.130	20.280	0,06
ABRIL	9.330	4.700	0,50
MAYO	36.182	9.300	0,74
JUNIO	2.726	8.350	2,06
JULIO	6.700	18.200	1,72
AGOSTO	6.500	14.350	1,21
SEPTIEMBRE	18.800	5.500	0,71
OCTUBRE	9.019	21.470	1,38
NOVIEMBRE	14.930	14.080	0,06
DICIEMBRE	24.660	5.620	0,77
TOTAL	172.227	145.550	0,15



Fuente: Elaboración propia en base a datos del propietario

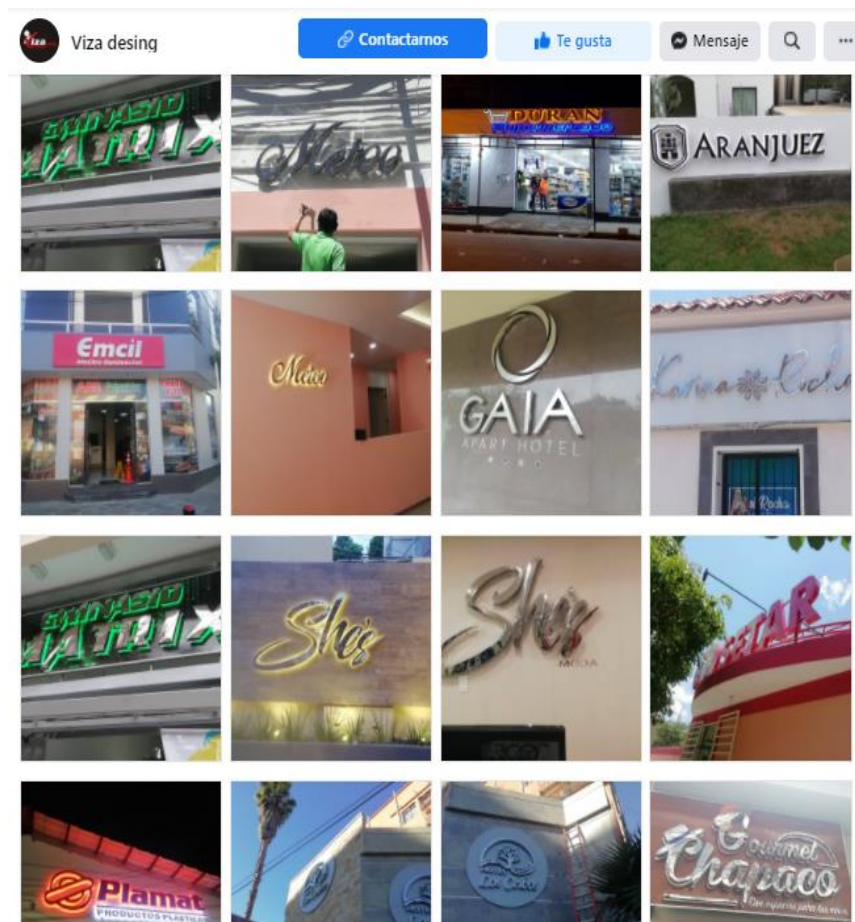
ANEXO N° 5
FUNDEMPRESA



DEPARTAMENTO	2019 Enero	2020 Enero	CRECIMIENTO	
			En cantidad	En porcentaje
La Paz	97.959	101.797	3.838	3,9%
Santa Cruz	92.088	96.044	3.956	4,3%
Cochabamba	54.978	56.529	1.551	2,8%
Tarija	16.418	16.799	381	2,3%
Oruro	15.413	15.904	491	3,2%
Potosí	13.754	14.377	623	4,5%
Chuquisaca	13.122	13.478	356	2,7%
Beni	9.978	10.362	384	3,8%
Pando	3.604	3.735	131	3,6%
TOTAL	317.314	329.025	11.711	3,7%

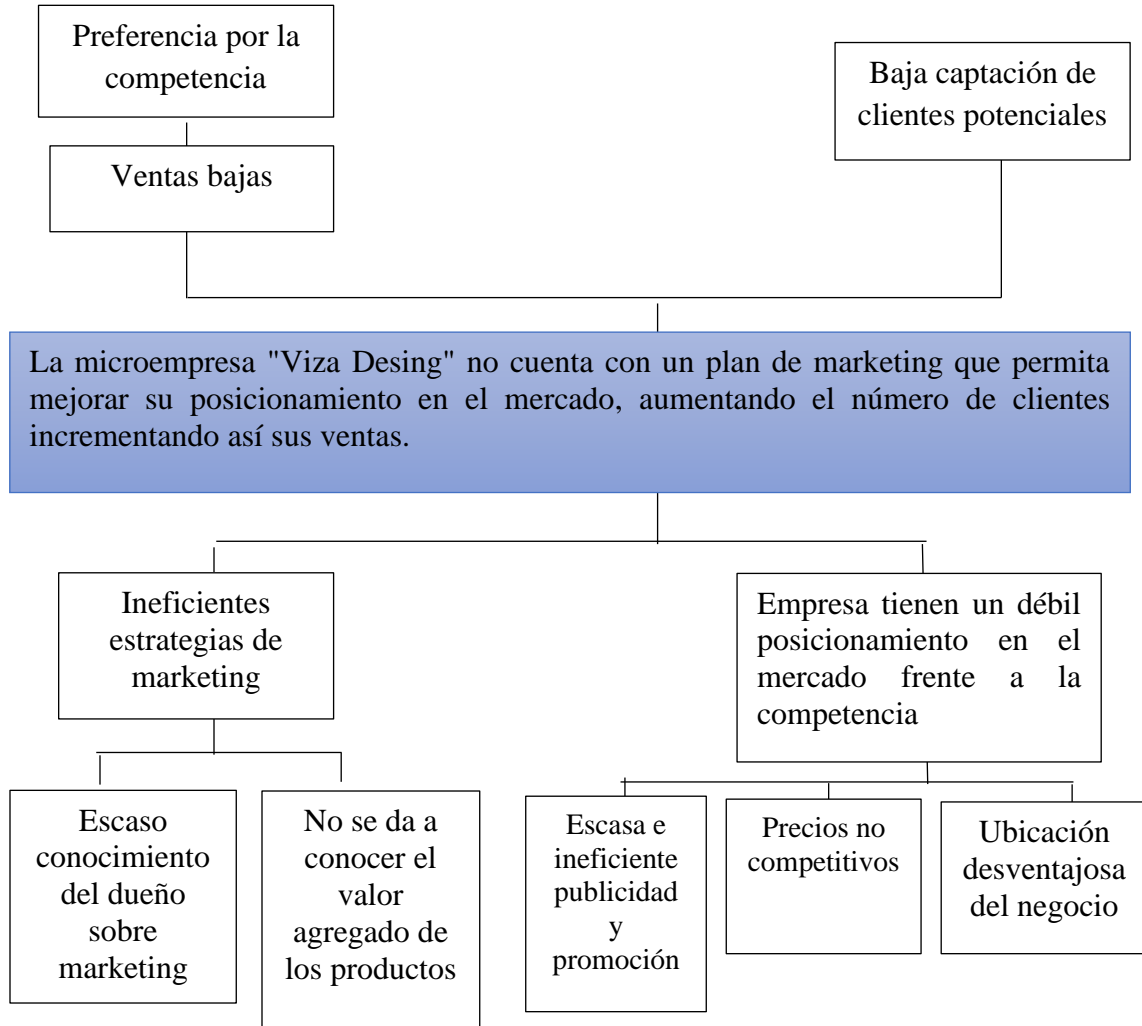
ANEXO N° 6

PAGÍNA OFICIAL DE FACEBOOK DE “VIZA DESING



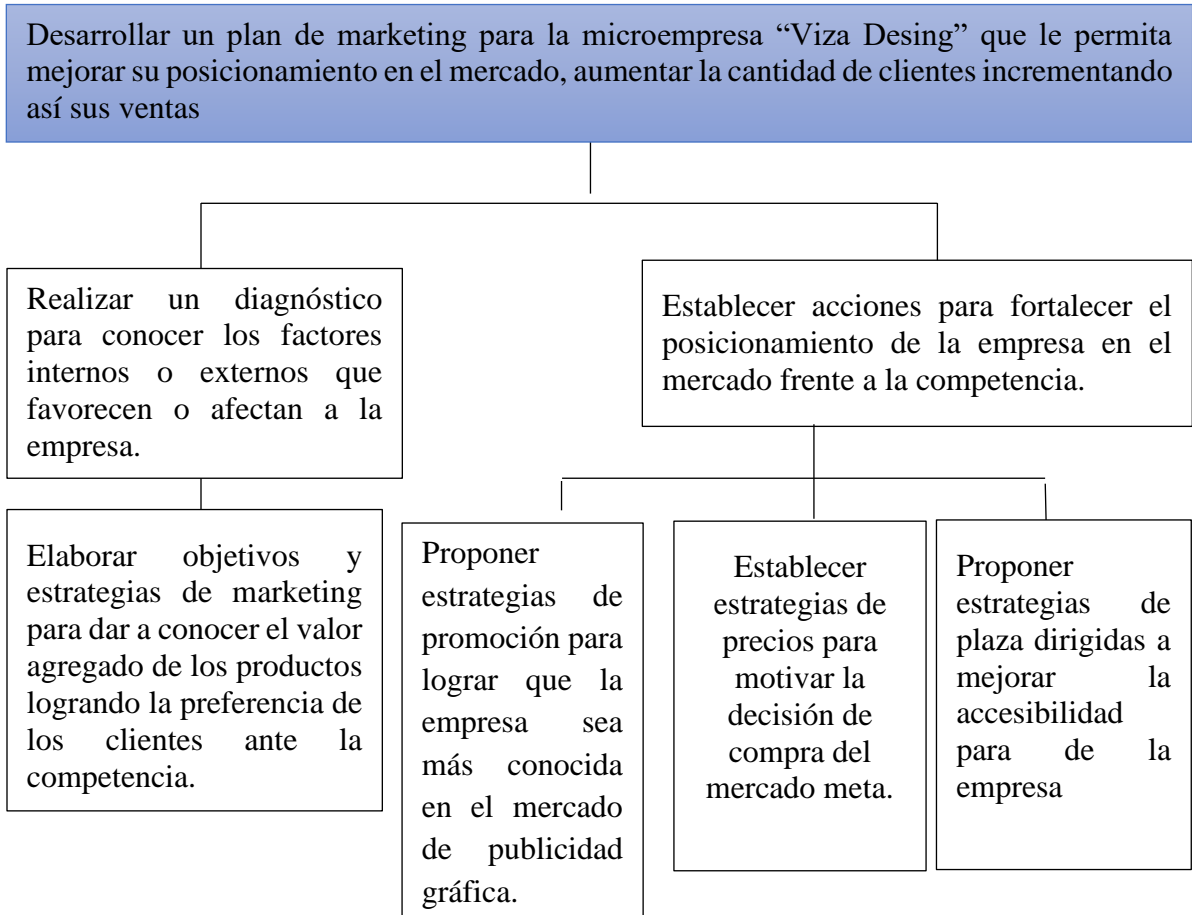
ANEXO N° 7

ÁRBOL DE PROBLEMAS



ANEXO N° 8

ÁRBOL DE OBJETIVOS



ANEXO N° 9

RIVALIDAD ENTRE COMPETDORES



INDUSTRIA PUBLICITARIA
 CALLE GENERAL TRIGO N° 133 CASI ESQUINA AV. LAS AMERICAS
 TEL.F. FAX. 66 66119 - Cel. 78248888 - douglasv.ventas.urbanisinga@gmail.com - TARJUA, BOLIVIA
 grafica.urbanisinga@gmail.com

Cotización N°17 DVB/US/ DDC
 Fecha: Tarija, 28/12/2020

Nombre Empresa: RICUI
 Nombre Cliente:
 Nombre de trabajo:

Teléfono:
 Celular:
 e-mail:

ENTREGA:

ITEM	CANT.	DESCRIPCIÓN	DPYS	DIMENSIONES		AREA TOTAL m²	COSTO Bs/MZ	TOTAL Bs
				base	altura			
1	1	LETRERO DE ACERO INOX "RICUI" TIPO CAJON + ILLUMINACION LED + TRANSFORMADOR Y COLOCADO (60X90XCM APROX, DEMAS LETRAS CADA UNA 30X40CM APROX)		2,00	1,00	2,00		2188,00
2	1	LETRERO LUMINOSO + IMPRESION DE LONA BACK LIGH Y COLOCADO	1440	2,00	1,00	2,00	560,00	1100,00
3	1	IMPRESION DE ADHESIVO BLANCO BRILLO + COLOCADO	1440	1,00	1,00	1,00	110,00	110,00

CONDICIONES COMERCIALES.

- **FECHA DE INICIO:** A partir de la recepción de material necesario para la elaboración del trabajo y el pago del 50% del valor Total
- **LOS VALORES ESTÁN EXPRESADOS EN BOLIVIANOS**
- **COLOCADO DE TRABAJO:** Valido para area urbana de Tarija - Cercado
- **VALIDEZ DE LA COTIZACIÓN:** 15 días
- **EL PRECIO INCLUYE IMPUESTOS DE LEY**



INDUSTRIA PUBLICITARIA
 CALLE GENERAL TRIGO N° 133 CASI ESQUINA AV. LAS AMERICAS
 TEL.F. FAX. 66 66119 - Cel. 78248888 - douglasv.ventas.urbanisinga@gmail.com - TARJUA, BOLIVIA
 grafica.urbanisinga@gmail.com

Cotización N°17 DVB/US/ DNE
 Fecha: Tarija, 14/01/2021

Nombre Empresa: MILUSI
 Nombre Cliente:
 Nombre de trabajo:

Teléfono:
 Celular:
 e-mail:

ENTREGA:

ITEM	CANT.	DESCRIPCIÓN	DPYS	DIMENSIONES		AREA TOTAL m²	COSTO Bs/MZ	TOTAL Bs
				base	altura			
1	1	LETRERO EN LETRAS CAJON DE ACERO INOX (45X40CM APROX "M") "MILUSI" + BASE METALICA PINTADA+ILLUMINACION LED+TRANSFORMADOR Y COLOCADO	1440	2,00	1,00	2,00		2810,00
2	1	ESTRUCTURA BASTIDOR + IMPRESION LONA FRONT LIGH Y COLOCADO	1440	2,00	1,00	2,00	210,00	420,00

CONDICIONES COMERCIALES.

- **FECHA DE INICIO:** A partir de la recepción de material necesario para la elaboración del trabajo y el pago del 50% del valor Total
- **LOS VALORES ESTÁN EXPRESADOS EN BOLIVIANOS**
- **COLOCADO DE TRABAJO:** Valido para area urbana de Tarija - Cercado
- **VALIDEZ DE LA COTIZACIÓN:** 15 días
- **EL PRECIO INCLUYE IMPUESTOS DE LEY**



Calle la Vendimia entre calle Chapacos
zona alto Senac
Telf: 71879444
Email: letrerosgrafika_viza@hotmail.com
pagina: vizadesaing

17 de diciembre del 2020

PROFORMA

Señores:

MILUSI

De mi mayor consideración:

Distinguidos señores: Mediante la presente saludo a Ud. (S) muy cordialmente y aprovecho la oportunidad para poner en conocimiento.

Nº	DETALLE	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Elaboración de letrero corporativo inoxidable de medidas de 2 x 1 mts con su base	3,500	3.500 bs.
1	Elaboración de bestidor full color, impresion 1440 dpi. con protección UV medidas de 1 x 1 mts	180	180 bs.
1	Adhesivo blanco full color, impresion 1440 dpi. con protección UV medidas de 2 x 2 mts	720	720 bs.
1	Elaboración de letrero luminoso medida de 2 x 1 mts impresión de una sola cara	1,100	1.100bs.
TOTAL			5.500 bs

Sin otra particular y agradeciendo su grata preferencia me despido de Ud (s) con mis consideraciones distinguidas

Att. Gerente propietario
Juan Carlos Viza
NIT 7143336014



Dirección: La Madrid 734 entre Ballivian y Ramon Rojas

Teléfono: 66 - 55347 Cel. 71864348 (8,7,6) - 67371295
Email: jd.graficatarja@gmail.com infoventasjd731@gmail.com

COTIZACIÓN

Fecha: 18/12/2020

Nº: 2763

COTIZACIÓN PARA

Señor: MILUSI
Nombre de la empresa: MILUSI
Dirección:
Teléfono/Celular:

DETALLE

ITEM	BASE	ALTUR	DESCRIPCIÓN	UNID.	CANT.	PRECIO UNIT.	SUBTOTAL
1	2.000	1.000	Elaboración de Letras cajón en plancha de acero inoxidable de 1mm./ con relieve de 5cm de profundidad. Con iluminación leds/ Base de estructura metálica/ revestido con alucobets de 4mm./ calado tipo bandeja.	m2	1.00	3.000,00	3.000,00
2	1.000	1.000	Letrero baastidor en lona front light de 12oz full color 1440 Dpi's acabado tejido sobre estructura.	m2	1.00	237,10	237,10
3	2.000	2.000	Impresión en adhesivo PVC Blanco a full color 1440 DPI'S	m2	1.00	575,52	575,52
4	2.000	1.000	Letrero luminoso una cara rectangular impreso en lona back light full color	m2	1.00	1.158,66	1.158,66

EXPRESADO EN BS.

SUBTOTAL: 4.971,28

-DESCUENTO: 0,00

TOTAL: 4.971,28

SON: Cuatro mil novecientos setenta y uno 28/100 bolívianos

CONDICIONES DE TRABAJO:

Una vez cancelado el 50% y aprobado el diseño, el tiempo de entrega es de 15 días hábiles.
La cotización incluye todos los impuestos de ley.
La cotización incluye instalación.
La cotización tiene una validez 15 días hábiles.
Páguese en cheque o efectivo a Nombre de Vladimir Jorge Viza M.
Si tiene alguna duda sobre esta cotización, póngase en contacto con la empresa.

Vladimir Jorge Viza M.
GERENTE GENERAL
DISEÑO & PUBLICIDAD

ALBINO
PUBLICIDAD GRAFICA

COTIZACION

Señores: MILUSI

Cantidad	Descripción	PRECIO UNITARIO	Total Bs.
1	Elaboración de letrero en las medidas de 2x1 metros en formato de letras con acero inoxidable	2900.-	2900.-
1	Elaboración de letrero bastidor en las medidas de 1x1 metros	160.-	160.-
1	Impresión y colocación de adhesivo normal en puerta principal en las medidas de 2x2 metros	320.-	320.-
1	Impresión y colocación de adhesivo micro perforado en puerta principal en las medidas de 2x2 metros	580.-	580.-
1	Elaboración y colocación de letrero luminoso en las medidas de 2x1 metros una sola cara	820.-	820.-

Nota: Todos nuestros precios incluyen la correspondiente factura de ley.
Validez de la Cotización: 30 Días.
Forma de Pago: Se solicita un 50% comprobante. Tarjeta, 17 de diciembre de 2020

Dr. Marcelo A. Alfaro Albino
Representante

Dirección: Av. Circunvalación # 3561 entre avenidas 1 y 7 de Agosto Cel.: 72949329 - 79259614

PUBLI ART
(GRÁFICA DIGITAL)


PRODUCTO	PRECIO EN Bs,
Bastidor (1x1 mts)	200
Adhesivo (2x2 mts)	320
Letrero luminoso (1x2mts)	980


BIG BANG DESING

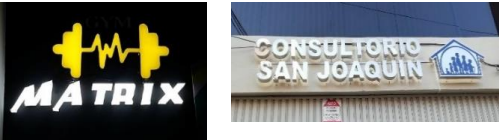
PRODUCTO	PRECIO EN Bs,
Letrero corporativo (2x1mts)	2.850
Bastidor (1x1 mts)	200
Adhesivo (2x2 mts)	520
Letrero luminoso (1x2mts)	1.100

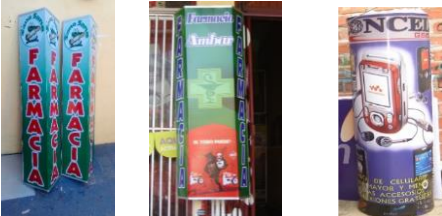
ANEXO No 10


PORTAFOLIO DE PRODUCTOS


No	PRODUCTOS	PRECIO POR UNIDAD, M2 (Bs)	DESCRIPCIÓN
1	Letreros luminosos m ²	700	 <p>La estructura de los letreros luminosos está elaborada de fierro-tubo (20x20), para la iluminación se utilizan foco., y la estructura es tesada con la lona impresa con el diseño aprobada por el cliente</p>


No	PRODUCTOS	PRECIO POR UNIDAD, M2 (Bs)	DESCRIPCIÓN
2	Letreros corporativos(inox)(3x1)	1.267	 <p>Para la elaboración de los letreros corporativos se necesita fierros de (20 x 20) en los cuales se utilizan luz lets, estas son elaboradas de plancha inoxidable y para la base se utiliza plancha esmerilada.</p>

No	PRODUCTOS	PRECIO POR UNIDAD, M2 (Bs)	DESCRIPCIÓN
3	Letreros acrílicos (por letra)	650	 <p>Para la elaboración de los letreros acrílico se utilizan luz lets para poder destacar las letras que son elaboradas con acrílico blanco, con base en aloucubet.</p>


No	PRODUCTOS	PRECIO POR UNIDAD , M2 (Bs)	DESCRIPCIÓN
4	Esquineros (60x150)	450	 <p>Los esquineros generalmente son de medidas (120x 60) los cuales son elaborados con fierros de (20 x20) cuyo diseño del esquinero es elaborado de acuerdo a las exigencias, gustos del cliente.</p>

No	PRODUCTOS	PRECIO POR UNIDAD , M2 (Bs)	DESCRIPCIÓN
5	Banners (solo lona) m ²	110	 <p>Los banners son impresiones en lona las cuales hay en diferentes variedades, en el cual se imprime el diseño aprobado</p>

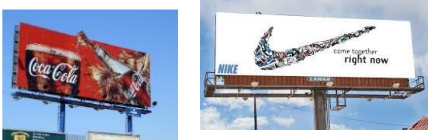
No	PRODUCTOS	PRECIO POR UNIDAD , M2 (Bs)	DESCRIPCIÓN
6	Adhesivos m ²	180	 <p>Los adhesivos son impresiones que se pueden pegar en cualquier superficie estas pueden ser letras, números, imágenes o simplemente el diseño que desee el cliente, existen diversos tipos de adhesivo como ser el transparente, blanco, microperforado, esmerilado, vinílico</p>


No	PRODUCTOS	PRECIO POR UNIDAD, M2 (Bs)	DESCRIPCIÓN
7	Señalización vial	180	 <p>La señalización vial se la realiza en plancha en el cual se coloca un adhesivo con la señalización seleccionada, también se realiza señalización en donde se coloca igualmente el adhesivo posterior a eso se le da una pasada con la herramienta llamada pistola para sellarlo.</p>


No	PRODUCTOS	PRECIO POR UNIDAD, M2 (Bs)	DESCRIPCIÓN
8	Tunning vehicular m ²	180	 <p>Para el tunning vehicular se imprime adhesivo con el diseño que se desea, de acuerdo a las medidas del vehículo posterior se procede a colocar y sellar el adhesivo.</p>


No	PRODUCTOS	PRECIO POR UNIDAD, M2 (Bs)	DESCRIPCIÓN
9	Toldos-mecánicos-fijos (3x1)	1.500	 <p>Los toldos mecánicos con aquellos elaborados con tubos, lona básica y un mecanismo para abrirlos y cerrarlos estos se los puede mover con facilidad de un local a otro, mientras los toldos fijos son elaborados de igual manera con tubo(20x20) y lona impresa estos tienen una estructura la cual no se puede ni abrir ni cerrar.</p>


No	PRODUCTOS	PRECIO POR UNIDAD, M2 (Bs)	DESCRIPCIÓN
10	Tarjetas personales (1000 und)	200 brillo 250 mate 350 sectorizada	 <p>Las tarjetas se las realiza en diferentes materiales estas pueden ser con brillo, mate, sectorizada en el cual se imprime el diseño aprobado</p>


No	PRODUCTOS	PRECIO POR UNIDAD , M2 (Bs)	DESCRIPCIÓN
11	Vallas camineras m ²)	150	 <p>Las vallas camineras son gigantografías impresas en lonas las cuales se tesan para su colocado</p>

No	PRODUCTOS	PRECIO POR UNIDAD, M2 (Bs)	DESCRIPCIÓN
12	Pintado de murales m ²	120	 <p>El pintado de murales es desacuerdo al diseño aprobado por el cliente en el cual se requiere pintura, viñeta, entre otros para su elaboración.</p>

No	PRODUCTOS	PRECIO POR UNIDAD , M2 (Bs)	DESCRIPCIÓN
13	Serigrafia (und)	15	 <p>Para la serigrafía textil se utiliza una malla donde se coloca el adhesivo con el diseño deseado el cual ha sido cortado con la máquina de cortes y colocado en la malla posterior a eso se pasa la pintura ya sea al agua o plastisol para realizar la serigrafía.</p>

No	PRODUCTOS	PRECIO POR UNIDAD , M2 (Bs)	DESCRIPCIÓN
14	Bastidores con estructura m ²	180	 <p>Los bastidores son estructuras de tubo (20x20) los cuales son tensados con una lona la cual ya está impresa con su respectivo diseño.</p>

No	PRODUCTOS	PRECIO POR UNIDAD , M2 (Bs)	DESCRIPCIÓN
15	Acrílico termo para exhibidor	180	 <p>Los acrílicos termos forman se realizan generalmente para exhibidores de zapatos, celulares, entre otros. Se utiliza acrílico ya sea transparente u blanco</p>

No	PRODUCTOS	PRECIO POR UNIDAD, M2 (Bs)	DESCRIPCIÓN
16	Caballetes (120x80)	450	 <p>Los caballetes son estructuras generalmente en forma de triángulo, hay dos tipos de caballetes la primera la cual es elaborada con tubo (20 x20) con lona, la segunda es una estructura con plancha metálica y se realiza un pintado sobre ella con el diseño respectivo</p>

No	PRODUCTOS	PRECIO POR UNIDAD, M2 (Bs)	DESCRIPCIÓN
17	Pediluvios (43x43x04)	200	 <p>Se realizan dos tipos de pediluvios galvanizados e inoxidable son elaborados a base de tubo (20x20), plancha galvanizada o inoxidable de acuerdo a la preferencia de los clientes.</p>

Fuente: Elaboración propia

ANEXO No 11

SEGUNDA ENCUESTA CON QUIEN TOMA DECISIONES

1. ¿De qué manera consigue nuevos clientes?

R: Visitamos personalmente los negocios y damos a conocer los productos que realiza la empresa.

2. ¿Usted utiliza plataformas digitales para hacer conocer sus productos?

R.- Se utiliza el Facebook y el WhatsApp, pero se espera que con el tiempo poder utilizar más plataformas digitales.

3. ¿Cuánto se gasta al año en publicidad?

R.- Al año utilizando lo tradicional unos 500bs, en el tema de Facebook se invierte 2 a 3 dólares al mes, pero esta plataforma da a conocer los productos de manera masiva donde pueden verlo una determinada cantidad de personas, mientras con las tarjetas de 10 personas 1 se interesa por el negocio se invierte tiempo para ir a repartir las tarjetas mientras en Facebook en un instante puede llegar a muchas personas.

4. ¿Tiene un catálogo de productos?

R.- No se cuenta con un catálogo de productos.

5. ¿Cómo considera que serían más competitivo sus productos?

R.- La calidad que se brinda en los productos debe ser mayor a la de la competencia y ofrecer garantía.

6. ¿Tiene algún tipo de estacionalidad? (Vende más o menos en alguna fecha concreta)

R.- Los meses donde las ventas son más bajas son junio, julio y agosto; y donde hay mayores ventas son de septiembre a marzo.

7. ¿Cuál es su proceso de venta?

R.- Se realiza los diseños de los productos de acuerdo a lo que los clientes quieren ya que algunos ya vienen con una idea lo que se hace es darle forma, y cuando vienen sin ninguna idea pues se orienta de cómo podría ser su imagen, como sería más llamativo para sus clientes posteriormente se realiza diseños donde el cliente quiere modificaciones y se lo hace hasta que el diseño este aprobado luego se realiza la elaboración del letrero el cual esta adecuado al establecimiento del cliente.

8. ¿Mantiene contacto con sus clientes después de la venta?

R.- Si se mantiene el contacto en algunos casos, realizando visitas a los negocios de los clientes verificando que los letreros estén funcionando correctamente y realizando su mantenimiento ya que los letreros cuentan con garantía.

9. ¿Recibe quejas o recomendaciones de sus clientes?

R.- Una que otra queja y estos debido a que la competencia va con nuestros clientes alegando que la empresa utiliza materiales de mala calidad lo que provoca quejas por parte de los clientes y a su vez estos se encuentran disconformes con el trabajo realizado.

ANEXO N°12

ENCUESTA PILOTO

CUESTIONARIO

El presente cuestionario forma parte del trabajo de investigación de mercado. La información es de carácter confidencial y reservado ya que los resultados serán manejados solo para la investigación. El cual nos ayudara a determinar las estrategias del marketing mix para mejorar el posicionamiento de la empresa de publicidad grafica "Viza Desing" en el mercado

INSTRUCTIVO

A continuación, se le presenta una serie de preguntas de las cuales debe seleccionar la o las respuestas de su preferencia

1. ¿Cuál es el rubro al que se dedica se empresa?

R:

2. ¿En la trayectoria de su empresa cuál o cuáles de estos productos de publicidad gráfica requirió?

- a) Letreros
- b) Rotulaciones (tunning vehicular y adhesivos)
- c) Toldos
- d) Pintado de murales
- e) Tarjetas
- f) Serigrafias
- g) Otro

3. ¿Conoce usted a la empresa de publicidad gráfica "Viza Desing"?

- a) Si
- b) No

4. ¿Por qué medio de comunicación se enteró de la existencia de Viza Desing?

- a) Por Facebook
- b) Por recomendación
- c) Por medio de tarjetas de presentación
- d) Por volantes
- e) Búsqueda en buscadores (Google)
- f) Radio
- g) T.V.

h) Otros

5. ¿Por qué prefirió comprar los productos de la empresa Viza Desing?

- a) Por el precio de los productos
- b) Por la calidad
- c) Porque soy un cliente fiel
- d) Por recomendación de un amigo
- e) Por comentarios positivos
- f) Otros

6. ¿Cuán satisfecho esta con los productos adquiridos de la empresa Viza Desing?

- a) Muy satisfecho
- b) Satisfecho
- c) Sin respuesta
- d) Insatisfecho
- e) Muy insatisfecho

7. ¿Recomendaría los productos de la empresa Viza Desing?

- a) La recomendaría
- b) Probablemente
- c) No la recomendaría

8. ¿Qué atributo es el que más le atrae de los productos de la empresa Viza Desing?

- a) Calidad
- b) Precio
- c) Creatividad en lo diseños
- d) Otros

9. ¿Qué recomendaría usted para mejorar el servicio de la empresa Viza Desing?

R:

10. ¿Del 1 al 10 cuan accesibles son los precios de los productos ofrecidos por la empresa? Marque la casilla que prefiera, donde 1 es poco accesible y 10 muy accesible

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

11. ¿Los precios de los productos que adquirió de la empresa Viza Desing responden a sus expectativas?

- a) SI
- b) NO

12. Cuando requiero un producto de la empresa Viza Desing llego fácil mente a la ubicación del negocio.

- a) Por completo en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) No estoy de acuerdo ni desacuerdo
- d) De a cuerdo
- e) Por completo de acuerdo

13. ¿Con qué frecuencia recibió promociones de venta por parte de la empresa Viza Desing?

- a) Siempre
- b) Frecuentemente
- c) Ocasionalmente
- d) Rara vez
- e) Nunca

14. ¿La empresa mantuvo contacto con usted después de su compra?

- a) Si
- b) No

15. Seleccione de 1 a 3 empresas que le sean más conocidas

- a) Urban Signs
- b) Big Bag
- c) Plubi art
- d) Viza Desing
- e) JD industria gráfica
- f) Otros
- g) No conozco ninguna

16. ¿Qué medios de comunicación escucha o ve con mayor frecuencia?

- a) Radio
- b) Televisión
- c) Periódico
- d) Redes sociales
- e) Otros

17. ¿Qué medios impresos le llaman más la atención?

- a) Tarjetas
- b) folletos
- c) Afiches
- d) Periódicos

18. ¿Qué redes sociales son de su preferencia?

- a) Facebook
- b) Instagram
- c) Twitter
- d) YouTube

19. Del siguiente listado de promociones de una empresa de publicidad gráfica ¿Cuáles elegiría usted? Seleccione 2

- a) Descuento en el precio
- b) Promoción de regalo por la compra de un producto
- c) Paquetes publicitarios con descuento
- d) Premio a la fidelidad

20. Si usted encontrara a una empresa (X), que le ofrezca un producto de calidad con un precio mayor al de otra empresa (Y) que le ofrecen los mismos productos a un precio menor con una calidad no garantizada ¿Compraría los productos de la empresa (X)?

- a) Seguro que lo compraría
- b) Probablemente lo compraría
- c) Puede que lo comprase o puede que no
- d) Probablemente no lo compraría
- e) Seguro que no lo compraría

21. ¿Qué le parece más accesible como punto de venta?

- a) Punto de venta físico
- b) Punto de venta virtual (página web)

22. Sexo

- a) Femenino
- b) Masculino
- c) Otros

23. Edad

- a) 18- 25 años
- b) 26-33años
- c) 34-41 años
- d) 42 años o más

ANEXO No 13

ENCUESTA A CLIENTES REALES

CUESTIONARIO

El presente cuestionario forma parte del trabajo de investigación de mercado. La información es de carácter confidencial y reservado ya que los resultados serán manejados solo para la investigación. El cual nos ayudara a determinar las estrategias del marketing mix para mejorar el posicionamiento de la empresa de publicidad gráfica "Viza Desing" en el mercado

INSTRUCTIVO

A continuación, se le presenta una serie de preguntas de las cuales debe seleccionar la o las respuestas de su preferencia

1. ¿En la trayectoria de su empresa cuál o cuáles de estos productos de publicidad gráfica requirió?

- a) Letreros
- b) Rotulaciones (tunning vehicular y adhesivos)
- c) Toldos
- d) Pintado de murales
- e) Tarjetas
- f) Serigrafías
- g) Otro

2. ¿Conoce usted a la empresa de publicidad gráfica "Viza Desing"?

- a) Si
- b) No

3. ¿Por qué medio de comunicación se enteró de la existencia de Viza Desing?

- a) Por Facebook
- b) Por recomendación
- c) Por medio de tarjetas de presentación
- d) Por volantes
- e) Búsqueda en buscadores (Google)
- f) Radio
- g) T.V.
- h) Otros

4. ¿Por qué prefirió comprar los productos de la empresa Viza Desing?

- a) Por el precio de los productos
- b) Por la calidad
- c) Porque soy un cliente fiel
- d) Por recomendación de un amigo
- e) Por comentarios positivos
- f) Otros

5. ¿Cuán satisfecho esta con los productos adquiridos de la empresa Viza Desing?

- a) Muy satisfecho
- b) Satisfecho
- c) Sin respuesta
- d) Insatisfecho
- e) Muy insatisfecho

6. ¿Recomendaría los productos de la empresa Viza Desing?

- a) La recomendaría
- b) Probablemente
- c) No la recomendaría

7. ¿Qué atributo es el que más le atrae de los productos de la empresa Viza Desing?

- a) Calidad
- b) Precio
- c) Creatividad en lo diseños
- d) Otros

8. ¿Qué recomendaría usted para mejorar el servicio de la empresa Viza Desing?

R:

9. ¿Del 1 al 10 cuan accesibles son los precios de los productos ofrecidos por la empresa? Marque la casilla que prefiera, donde 1 es poco accesible y 10 muy accesible

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----



10. ¿Los precios de los productos que adquirió de la empresa Viza Desing responden a sus expectativas?
- SI
 - NO
11. Cuando requiero un producto de la empresa Viza Desing llego fácil mente a la ubicación del negocio.
- Por completo en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - No estoy de acuerdo ni desacuerdo
 - De a cuerdo
 - Por completo de acuerdo
12. ¿Con qué frecuencia recibió promociones de venta por parte de la empresa Viza Desing?
- Siempre
 - Frecuentemente
 - Ocasionalmente
 - Rara vez
 - Nunca
13. ¿La empresa mantuvo contacto con usted después de su compra?
- Si
 - No
14. Seleccione de 1 a 3 empresas que le sean más conocidas
- Urban Signs
 - Big Bag
 - Plubi art
 - Viza Desing
 - JD industria gráfica
 - Otros
 - No conozco ninguna
15. ¿Qué medios de comunicación escucha o ve con mayor frecuencia?
- Radio
 - Televisión
 - Periódico
 - Redes sociales
 - Otros
16. ¿Qué medios impresos le llaman más la atención?
- Tarjetas
 - folletos
 - Afiches
 - Periódicos
17. ¿Qué redes sociales son de su preferencia?
- Facebook
 - Instagram
 - Twitter
 - YouTube
18. Del siguiente listado de promociones de una empresa de publicidad gráfica ¿Cuáles elegiría usted? Seleccione 2
- Descuento en el precio
 - Promoción de regalo por la compra de un producto
 - Paquetes publicitarios con descuento
 - Premio a la fidelidad
19. Si usted encontrara a una empresa (X), que le ofrezca un producto de calidad con un precio mayor al de otra empresa (Y) que le ofrecen los mismos productos a un precio menor con una calidad no garantizada ¿Compraría los productos de la empresa (X)?
- Seguro que lo compraría
 - Probablemente lo compraría
 - Puede que lo comprase o puede que no
 - Probablemente no lo compraría
 - Seguro que no lo compraría
20. Para una mejor atención a los clientes ¿Dónde le gustaría que este ubicada la empresa "Viza Desing"?
- Dirección actual
 - Zona central de la ciudad
 - Zona campesino
 - Otra ubicación
21. Sexo
- Femenino
 - Masculino
 - Otros
22. Edad
- 18- 25 años
 - 26-33años
 - 34-41 años
 - 42 años o más



ANEXO No 14

**ENCUESTA A CLIENTES
POTENCIALES**

CUESTIONARIO

El presente cuestionario forma parte del trabajo de investigación de mercado. La información es de carácter confidencial y reservado ya que los resultados serán manejados solo para la investigación. El cual nos ayudara a determinar las estrategias del marketing mix para mejorar el posicionamiento de la empresa de publicidad gráfica "Viza Desing" en el mercad

INSTRUCTIVO

A continuación, se le presenta una serie de preguntas de las cuales debe seleccionar la o las respuestas de su preferencia

1. ¿Conoce usted a la empresa de publicidad gráfica "Viza Desing"?

- a) Si
- b) No

2. ¿En la trayectoria de su empresa cuál o cuáles de estos productos de publicidad gráfica requirió?

- a) Letreros
- b) Rotulaciones (tunning vehicular y adhesivos)
- c) Toldos
- d) Pintado de murales
- e) Tarjetas
- f) Serigrafías
- g) Otros

3. ¿Cuáles son los atributos que más valora a la hora de comprar un producto de publicidad gráfica?

- a) Precio
- b) Calidad
- c) Creatividad
- d) Otros

4. Qué parámetros considera usted importantes para que el servicio de atención al cliente sea considerado de calidad. Elegir una sola opción.

- a) Puntualidad en la entrega
- b) Atención Personalizada
- c) Garantía del producto
- d) Descuentos

5. Seleccione de 1 a 3 empresas que le sean más conocidas

- a) Urban Signs
- b) Big Bag
- c) Plubi art
- d) Viza Desing
- e) JD industria gráfica
- f) Otros
- g) No conozco ninguna

6. ¿Qué medios de comunicación escucha o ve con mayor frecuencia?

- a) Radio
- b) Televisión
- c) Periódico
- d) Redes sociales
- e) Otros

7. ¿Qué medios impresos le llaman más la atención?

- a) Tarjetas
- b) folletos
- c) Afiches
- d) Periódicos

8. ¿Qué redes sociales son de su preferencia?

- a) Facebook
- b) Instagram
- c) Twitter
- d) YouTube

9. Del siguiente listado de promociones de una empresa de publicidad gráfica ¿Cuáles elegiría usted? Seleccione 2

- a) Descuento en el precio
- b) Promoción de regalo por la compra de un producto
- c) Paquetes publicitarios con descuento
- d) Premio a la fidelidad

10. Si usted encontrara a una empresa (X), que le ofrezca un producto de calidad con un precio mayor al de



otra empresa (Y) que le ofrecen los mismos productos a un precio menor con una calidad no garantizada ¿Compraría los productos de la empresa (X)?

- a) Seguro que lo compraría
- b) Probablemente lo compraría
- c) Puede que lo comprase o puede que no
- d) Probablemente no lo compraría
- e) Seguro que no lo compraría

11. ¿Cuál de los siguientes puntos de venta prefiere usted a la hora de comprar un producto de publicidad gráfica?

- a) Punto de venta físico
- b) Punto de venta virtual (Facebook y Facebook)

12. ¿Qué tan atrayente le parece realizar la compra de un producto de publicidad gráfica a través de una página web? Encierre la respuesta crea la adecuada

Poco atrayente 1 2 3 4 5 Muy atrayente

13. Sexo

- a) Femenino
- b) Masculino
- c) Otros

14. Edad

- a) 18- 25 años
- b) 26-33años
- c) 34-41 años
- d) 42 años o más

ANEXO No 15

MANUAL DE FUNCIONES

DEFINICIÓN DE FUNCIONES	
Denominación del cargo: Gerente Propietario	
Jefe Inmediato:	
Nivel: Directivo	N° de cargos: uno
Puestos a su cargo: Área de marketing, producción y ventas	
Función General del Cargo: aprobación de toma de decisión de todas las áreas, control de producción y alianzas con clientes	
Funciones Específicas:	
<ul style="list-style-type: none"> • Responsable de la compra de maquinaria, equipos e insumos (en conjunto con gerente general) • Aprobar de decisiones en área de marketing, producción y ventas • Seguir los informes del gerente general • Organizar la participación de la empresa en ferias (en conjunto con gerente general) • Entrenar y educar al personal de ventas, producción y marketing • Establecer alianzas con clientes • Organizar la implementación y funcionamiento de la sucursal física (en conjunto con gerente general) • Alianzas con proveedores y adquisición de materia prima de calidad • Repartición de los productos • Elaboración de proforma 	
Conocimientos:	
<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad Gráfica 	
Habilidades y Destrezas:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Liderazgo 2. Empatía 3. Poder de negociación 	

DEFINICIÓN DE FUNCIONES	
Denominación del cargo: Gerente General	
Jefe Inmediato: Gerente propietario	
Nivel: Directivo	N° de cargos: uno
Puestos a su cargo: área de marketing, producción y ventas	
Nivel de Formación: licenciatura en administración de empresas	
Experiencia: 1 año	
Función General del Cargo: Planear, organizar, dirigir, y controlar las actividades de la empresa de acuerdo a los parámetros establecidos.	
Funciones Específicas:	
<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir las funciones administrativas al personal, de producción y ventas y marketing. • Planear, administrar y controlar los presupuestos, contratos, equipos y suministros. • Implementación ,supervisión y control del plan de marketing 	

<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir e informar y controlar a los equipos de todas las áreas • Responsable de la compra de maquinaria, equipos e insumos (en conjunto con Gerente Propietario) • Establecer lineamientos y condiciones de promociones • Formalizar contacto y alianzas con los distintos stakeholders • Planear y organizar la participación de la empresa en ferias • Entrenar y educar al personal de ventas • Organizar la implementación y funcionamiento de la sucursal física de la empresa. • Presentar informe del desempeño de todas las áreas al gerente propietario. • Establecer estrategias para todas las áreas • Manejo de las finanzas de la empresa • Revisión de proforma
<p>Conocimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Finanzas, marketing, administración de recursos humanos, ventas.
<p>Habilidades y Destrezas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Liderazgo 2. Empatía 3. Trabajar bajo presión 4. Poder de negociación

DEFINICIÓN DE FUNCIONES	
Denominación del cargo: Diseñador gráfico	
Jefe Inmediato: gerente general, gerente propietario	
Nivel: técnico operativo	N° de cargos: uno
Nivel de Formación: administrador de empresas	
Experiencia: 1 año	
Función General del Cargo: Diseñar todos los trabajos para la empresa y para clientes.	
<p>Funciones Específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar productos gráficos creativos acorde a las exigencias de los clientes atención personalizada a los clientes y asesoramiento respecto al diseño de su pedido • Diseñar productos y diseños requeridos para las estrategias a aplicar. (imagen corporativa, promociones) • Informe de diseños a Gerente propietario y Gerente general. 	
<p>Conocimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño gráfico • Publicidad Gráfica 	
<p>Habilidades y Destrezas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Creatividad 2. Empatía 3. Trabajar bajo presión 	

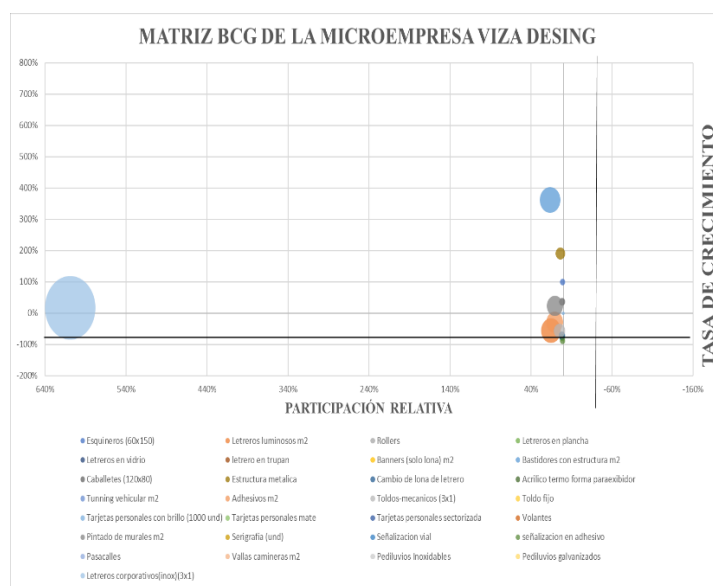
DEFINICIÓN DE FUNCIONES	
Denominación del cargo: Promotores de ventas	
Jefe Inmediato: Gerente general	
Nivel: Directivo	N° de cargos: uno
Puestos a su cargo: departamento de producción y distribución	
Nivel de Formación: administrador de empresas	
Experiencia: ninguna	
Función General del Cargo: Planear, organizar, dirigir, y controlar las actividades de la empresa de acuerdo a los parámetros establecidos.	
Funciones Específicas: <ul style="list-style-type: none"> • Ofertar y vender personalmente los productos en los negocios • Buscar y presentar a la empresa con las herramientas de trabajo brindadas • Atención personal al cliente • Entrega de proforma 	
Conocimientos: <ul style="list-style-type: none"> • Gestión de presupuestos • Administración de recursos humanos 	
Habilidades y Destrezas: <ol style="list-style-type: none"> 1. Liderazgo 2. Empatía 3. Trabajar bajo presión 4. Poder de negociación 	

DEFINICIÓN DE FUNCIONES	
Denominación del cargo: productores	
Jefe Inmediato: Gerente propietario, gerente general	
Nivel: operativo	N° de cargos: tres
Nivel de Formación: Experiencia en electricidad, soldar	
Función General del Cargo: producción de los productos para clientes	
Funciones Específicas: <ul style="list-style-type: none"> • Producción de los productos gráficos • Limpieza del área de trabajo • Control de calidad del trabajo • Instalación de los productos 	
Conocimientos: <ul style="list-style-type: none"> • Producción de productos gráficos 	
Habilidades y Destrezas: <ol style="list-style-type: none"> 1. Disciplina 2. Responsabilidad y puntualidad 3. Calidad 	

ANEXO No 16

MATRIZ BCG

N°	PRODUCTOS	2018				2019				PARTICIPACION RELATIVA	TASA DE CRECIMIENTO
		UNIDADES	%	VENTAS	%	UNIDADES	%	VENTAS	%		
1	Letreros luminosos m ²	15	9%	28.500	17%	8	6%	15.200	10%	19%	-47%
2	corporativos(mox)(3x1)	21	13%	68.600	40%	22	17%	80.550	55%	609%	17%
3	Letreros acrílico (por letra)	5	3%	13.850	8%	4	3%	10.100	7%	13%	-27%
4	Letreros en plancha	2	1%	4.330	3%	1	1%	950	1%	1%	-78%
5	Rollers	4	2%	1.082	1%		0%		0%	0%	-100%
6	Esqueros (60x150)	1	1%	400	0%	2	2%	800	1%	1%	100%
7	Banners (solo lona) m ²	5	3%	1.930	1%		0%		0%	0%	-100%
8	Bastidores con estructura m ²	7	4%	2.866	2%	58	45%	13.230	9%	16%	362%
9	Caballetes (120x80)	2	1%	930	1%	2	2%	1.270	1%	2%	37%
10	Cambio de lona de letrero	10	6%	5.470	3%	1	1%	1.500	1%	2%	-73%
11	Acrílico termo forma paraexhibidor		0%		0%		0%		0%	0%	0%
12	Tuning vehicular m ²	1	1%	1.900	1%		0%		0%	0%	-100%
13	Adhesivos m ²	11	7%	12.279	7%	11	9%	8.600	6%	11%	-30%
14	Toldos-mecanicos (3x1)	6	4%	9.000	5%	2	2%	3.900	3%	5%	-57%
15	Toldo fijo	1	1%	2.200	1%		0%		0%	0%	-100%
16	Tarjetas personales con brillo (1000 und)	1	1%	250	0%	1	1%	250	0%	0%	0%
17	Tarjetas personales mate	1	1%	300	0%		0%		0%	0%	-100%
18	Tarjetas personales sectorizada		0%		0%		0%		0%	0%	0%
19	Volantes	1	1%	500	0%		0%		0%	0%	-100%
20	Pintado de murales m ²	4	2%	6.740	4%	4	3%	8.350	6%	10%	24%
21	Serigrafía (und)		0%		0%		0%		0%	0%	0%
22	Señalización vial	1	1%	3.500	2%		0%		0%	0%	-100%
23	señalización en adhesivo	62	39%	7.600	4%	12	9%	850	1%	1%	-89%
24	Pasacalles		0%		0%		0%		0%	0%	0%
25	Vallas camineras m ²		0%		0%		0%		0%	0%	0%
TOTAL		161	100%	172.227	100%	128	100%	145.550	100%		-15%



ANEXO No 17

CALCULOS DE ESTADO DE RESULTADO

• Ventas

AÑOS	PROYECCIÓN DE VENTAS						
	2019	INCREMENTO 30%	AÑO 1	INCREMENTO 27%	AÑO 2	INCREMENTO 20%	AÑO 3
BS.	145.500	43.650	189.150	51.071	240.221	48.044	288.265
m ²	374	112	486	122	608	152	760
Cientes	90	27	117	29	146	37	183

• Costos de venta

AÑOS	PROYECCIÓN DE COSTOS						
	2019	INCREMENTO 15%	AÑO 1	INCREMENTO 12%	AÑO 2	INCREMENTO 10%	AÑO 3
BS.	75.520	11.328	86.848	13.027	99.875	19.975	119.850

• Descuentos

DESCUENTOS						
AÑO 1						
	% clientes	N° clientes	En Bs.	% Descuento	Descuentos Bs	Descuento en 4 meses
TOTAL	100	59	94.575	(2%-5%)	<u>2.175</u>	<u>967</u>
CLIENTE NUEVOS	70	41	66.203	2%	1.324	677
CLIENTES REALES	30	18	28.373	3%	851	290

DESCUENTOS						
AÑO 2						
	% clientes	N° clientes	En Bs.	% Descuento	Descuentos Bs	Descuento en 5 meses
TOTAL	100	146	240.221	(2%-5%)	<u>5.525</u>	<u>2.302</u>
CLIENTE NUEVOS	70	102	168.154	2%	3.363	1.611
CLIENTES REALES	30	44	72.066	3%	2.162	691

AÑO 3						
	% clientes	N° clientes	En Bs.	% Descuento	Descuentos Bs	Descuento en 6 meses
TOTAL	100	183	288.265	(2%-5%)	6.630	3.315
CLIENTE NUEVOS	70	128	201.785	2%	4.036	2.321
CLIENTES REALES	30	55	86.479	3%	2.594	995

- Paquetes

PROYECCIÓN DE PAQUETES						
	ABRIL	JUNIO	SEPTIEMBRE	TOTAL	COSTO DE PAQUETES	COSTO TOTAL EN BS.
Paquete 1	3	4	7	14	78	1092
Paquete 2	2	2	2	6	452	2712
TOTAL						3.804

- Gastos operativos

GASTOS OPERACIONALES				
AÑOS	2019	1	2	3
Sueldos y salarios	33.700	64.280	77.624	77.624
Depreciación	5.771	5.771	4.624	3.769
Servicios básicos (Luz y Agua)	2.400	2.400	3.456	4.608
Costo de Internet	1.848	1.848	3.234	3.696
Alquileres	-	-	7.200	9.600
Honorarios profesionales	1.090	1.090	1.090	1.090
TOTAL	44.809	75.389	97.228	100.387

- Depreciaciones

DEPRECIACIONES				
MATERIALES	PRECIO	DEPR. AÑO 1	DEPR. AÑO 2	DEPR. AÑO
REMACHADORA	120	30	22,5	16,875
TALADRO	350	44	37	32
SOLDADORA	1.200	150	126	111
AMOLADORA	250	31	26	23
PISTOLA CALOR 1	120	15	13	11
PISTOLA CALOR 2	120	15	13	11
COMPRESORA 1	2.500	313	263	231
COMPRESORA 2	800	100	84	74
PRENSA	250	63	47	35,1562
PLOTER CORTE	4.640	1.160	870	653
COMPUTADORA	1.666	208	175	154
AUTO	13.900	2.780	2.224	1.779
PINZAS DE CALOR 1	3.200	400	336	296
PINZAS DE CALOR 2	3.200	400	336	296
CALADORA 1	250	31	26	23
CALADORA 2	250	31	26	23
TOTAL		5.771	4.624	3.769

- Comisiones

COMISIONES				
AÑO 2				
TOTAL	% clientes	N° clientes	EN Bs.	Comisión (10%)
CLIENTES NUEVOS	100	77	126.116	
ATENDIDOS POR PERSONAL INTERNO	49	38	61.797	
ATENDIDOS POR EL PROMOTOR	51	39	64.319	

COMISIONES				
AÑO 3				
TOTAL	% clientes	N° clientes	EN Bs.	Comisión (10%)
CLIENTES NUEVOS	100	128	201.785	
ATENDIDOS POR PERSONAL INTERNO	49	63	98.875	
ATENDIDOS POR EL PROMOTOR	51	65	102.910	

- Costos variables y fijos

	2019		AÑO 1		AÑO 2	
	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS
Sueldos y salarios	33.700		64.280		77.624	
Servicios básicos (Luz y Agua)		2.400		2.400		3.456
Costo de Internet		1.848		1.848		3.234
Alquileres						7.200
Honorarios profesionales	1.090			1.090		1.090
Costo de venta	75.520		86.848		99.875	
TOTAL	110.310	4.248	151.128	5.338	177.499	14.980

