

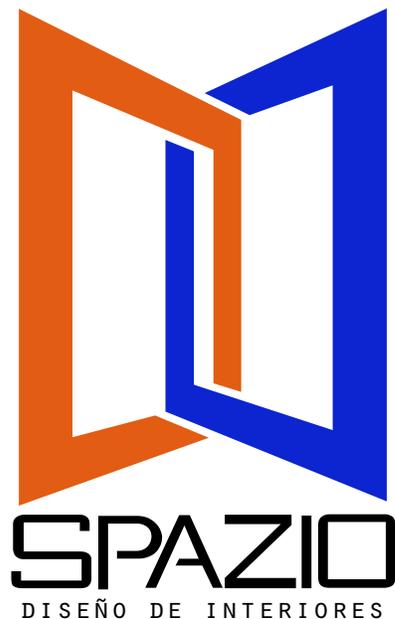


Universidad
Politécnica
de Nicaragua

Sirviendo a la Comunidad

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE NICARAGUA
ESCUELA DE DISEÑO
LICENCIATURA DE DISEÑO DE PRODUCTOS

Plan de Negocio
de Prefactibilidad para implementar la Empresa



Autores:

Katerinne Jannya Gutiérrez Chavarría (1311133)

Lasteyner Huel Martínez Zamora (1310729)

Facilitador:
Howard Rojas
Luis Carvajal.

Managua, Nicaragua.



Escuela de
Diseño

CONTENIDO

Auditoria Personal o Emprendedor
La idea de Negocio

Capítulo I El Plan de Negocio

| | |
|---|----|
| Surgimiento o Idea del plan de Negocios | 01 |
| Justificación | 01 |
| Objetivos | 02 |
| Misión | 03 |
| Visión | 03 |
| Valores de la empresa | 03 |
| Principios de la empresa | 04 |
| Ventajas competitivas | 04 |
| Distingos | 04 |

Capitulo II El Mercado

| | |
|---|----|
| Presentación del producto o servicio | 05 |
| Investigación del mercado | |
| La competencia | 07 |
| Tamaño de mercado | 09 |
| Demanda potencial | 12 |
| Participación de la competencia en el mercado | 14 |
| Encuesta | 16 |
| Sistema o metodología de mercado | 16 |
| Cuestionario | 17 |
| Riesgos y oportunidades de mercado | 21 |
| Plan de ventas | 22 |
| Distribución y puntos de venta | 22 |
| Fijación y políticas de precio | 24 |
| Promoción del producto o servicio | 27 |
| Plan de publicidad | 30 |
| Estrategia introducción al mercado | 30 |
| Medios de publicidad | 31 |
| Garantía | 31 |
| Ventas corto, mediano y largo plazo | 33 |

Capitulo III La producción

| | |
|---------------------------------------|----|
| Producto | 35 |
| Especificaciones del producto | 35 |
| Descripción del proceso de producción | 35 |
| Diagrama de flujo del proceso | 37 |

| | |
|--|----|
| Características de la tecnología o equipos | 38 |
| Materia prima | 41 |
| Capitulo IV La Organización | |
| Objetivos del área de Organización | 41 |
| Estructura organizacional | 42 |
| Funciones específica del puesto | 42 |
| Administración de sueldo y salario | 46 |
| Recursos Humanos | 48 |
| Selección y contratación de personal | 49 |
| Desarrollo de personal | 50 |
| Evaluación de desempeño | 52 |
| Capítulo V Las Finanzas | |
| Sistema contable de la empresa | 53 |
| Punto de equilibrio | 54 |
| Sistema de Financiamiento | 55 |
| Balance General | 56 |
| Estado de resultado | 57 |
| Flujo general | 58 |
| Capítulo VI El marco Legal | 59 |
| Imagen Corporativa | 68 |
| Resumen Ejecutivo | 73 |

Auditoria Personal o Emprendedor

Somos jóvenes con una misma pasión al diseño, nacimos y crecimos en la unión de familias cristianas de buenos valores ante la sociedad, somos personas con responsabilidades en nuestros hogares, esto no nos ha impedido continuar con nuestro deseo de ser profesionales; dentro del periodo de cuatro años hemos cultivado una buena relación de amistad, como colegas y compañeros de la carrera de Diseño de productos.

Ambos tomamos la decisión de trabajar juntos desde hace un tiempo, sobre todo en los proyectos académicos, donde cada uno se ha ido desarrollando profesionalmente como persona, tomando siempre las debilidades como herramientas para fortalecer cada vez más en nuestras vidas.

En nuestro caso uno es quien dibuja un poco mejor que el otro, pero eso no quiere decir que el otro no aporte nada, es más somos como la mente que crea ideas y la mano con el lápiz donde puede expresarse con mejor facilidad en cualquier situación, juntos nos hemos complementados como equipo. No obstante hemos adquirido conocimientos en el ambiente del diseño tanto como en la creación e innovación de productos como en la parte grafica lo que habitualmente hace un diseñador gráfico.

Mi perfil

Soy Katerinne Gutiérrez soy la mayor de tres hermanas, nacida en la ciudad de Estelí, soy mama de una pequeña de 5 años de edad, como primera opción tenía en mente diseño gráfico y de segunda opción la de diseño de productos, logre pasar el examen de admisión pero no clasifique en mi primera opción, quedando en la otra, pero cuando empecé el primer año sentí que era lo mío el poder diseñar ideas no solo cosas en digital, sino la emoción que se siente al bocetear ideas conceptuales de lo que pudiese ser un objeto u mobiliarios, así como otras habilidades que despierta la carrera, al estar dentro de los talleres de la escuela de Diseño me di cuenta que era lo mío poder crear, realizar y elaborar piezas únicas de mi creación, me sentí identificada con esta carrera desde entonces disfruto viendo programas de cómo hacen productos , como se diseñan , que procesos con llevan ciertas productos , mi familia me ve como una persona responsable y entregada al diseño, pero al ser mama mi tiempo ha estado dividido tanto en el mundo de la maternidad, familia y en lo profesional dentro de la carrera además he tenido la dicha y suerte de contar con mis padres que siempre han estado ayudándome dentro de mi profesión. Disfruto mucho el aprender cosas nuevas dentro del diseño y se me hace poco el tiempo en el que permanezco viendo videos sobre este. Como egresada de la carrera, me gustaría emprender en lo que es el diseño de interiores y tener un taller mobiliario; pero que no se encierre en hacer solo muebles, ver la manera de obtener ingresos para solventar gastos en el hogar, ver la posibilidad de crear fuente de trabajo para otros diseñadores que necesiten hacer sus prácticas profesionales como las egresadas, sé que estos dos proyecto van de la mano porque lo que se busca es cubrir una necesidad y crear a las personas una experiencia única en la adquisición de los diseños, donde se verá beneficiada en lo confortable, en lo auténtico del diseño .

Soy Lasteyner Martínez Zamora soy el mayor de tres hermanos, nací en Managua mi mamá es administradora de empresas y mi papá es fotógrafo desde que tengo uso de razón el mundo de la fotografía me ha rodeado, siempre he ayudado a mis padres en el oficio de la fotografía. Uno de mis mayores gustos siempre ha sido el mundo del automovilismo lo cual siempre me ha llevado a ver videos de autos y motos, conocer un poco de la ingeniería y diseño de estos ver como utilizan materiales, formas, colores en los mismos donde juega un rol importante a la hora de la fabricación.

Empecé a trabajar en laboratorios fotográficos (Bendifoto, bestphoto, Efata) mientras estudiaba mis últimos años de secundaria en la modalidad dominical, al terminar mi secundaria mi mamá me incitó a tomar una carrera de diseño por lo que se me hacía fácil el manejar programas de diseño, entre al taller de habilidades de la escuela de diseño para optar a una carrera, lo cual pude lograr y entrar a la carrera al inicio fue un poco difícil porque en el área de dibujo no soy muy bueno, pero en sí tengo ideas interesantes que no puedo plasmar en papel, siempre me gusta el trabajo manual más en el desarrollo de la carrera, al estar en los talleres de diseño, siendo los de madera, metal, cuero los más interesantes.

En lo profesional la gente me reconoce como alguien que se esmera por obtener resultados positivos aunque a veces dejo de hacer lo mío por ayudar a los demás, es algo que ya traigo en mis genes. Me considero muy bueno en el uso de los programas de diseño (Photoshop, 3dsMax, AutoCAD), no soy el mejor pero sí busco el desempeño al igual que hacer cosas manuales donde me involucro con las maquinarias y las materias primas y siempre hablo sin cansarme de autos, de motores, de nuevos diseños de cámaras fotográficas, de máquinas semi industriales para madera y metal.

Las personas que me ayudan actualmente en mi desempeño laboral son mis padres porque trabajo para ellos a lo cual soy fundamental en los ingresos del negocio, de igual manera a mi compañera de proyecto que siempre me ayuda con las representaciones gráficas, ya que a mí se me dificulta mucho representarlas en un dibujo para poder concretar de manera tangible, por lo que siempre he trabajado mejor con ella.

Como trabajador de la empresa fotográfica que posee mis padres, mi rol diario es a primera hora atender a los clientes recepción de sus fotografías en formatos jpeg, donde se hace una verificación de estas para luego hacer modificaciones según el cliente, luego voy al área donde está la máquina una NORITSU QSS-3011SM (impresora para Fotografía); reviso sus niveles de químico y agua esperando que la máquina tome la temperatura de 38 grados, luego tiro un test de control para calibrar el colorímetro de la máquina una vez ya calibrada comienzo a imprimir las fotografías de los clientes (naturales o fotógrafos) dándoles balance de color (Y,M,C) luminosidad (densidad $-c$ / $+c$) en contraste. Todo con el fin de entregar un servicio eficiente y de calidad y lograr que el cliente se sienta satisfecho con el trabajo final también para mayor satisfacción para mis jefes.

Los beneficiados de mi trabajo son los clientes que en la mayoría son fotógrafos independientes los cual se les brinda un servicio de arreglos fotográficos con usos de programas y luego la impresión de todos los trabajos obteniendo un mutuo beneficio al obtener ingresos, publicidad de boca en boca para generar más la atención del negocio como de futuros clientes potenciales. Por medio de mi papá quien tuvo un inicio como fotógrafo tuvo la idea y la necesidad de emprender su empresa de impresiones fotográficas lo que mantuvo la conexión viva con los demás fotógrafos.

Ahora que soy egresado estoy a cargo del negocio todo mi tiempo lo dedico al trabajo en cual paso horas extensas frente a una computadora o en el área de impresión, son pocos los momentos que se convive con la familia como tal, por lo que todos estamos involucrados en el negocio fotográfico. Como el egresado que soy deseo montar mi propio negocio ya sea de un taller que vincule las áreas de madera como metal o de igual manera un estudio de diseño por lo que se me da más las ideas de nuevas implementaciones en este mundo creativo como lo es el diseño de productos, sé que cuento con los conocimientos que he ido adquiriendo en los años de la carrera como en cursos de diseño y me siento capaz de generar nuevas propuestas de Diseño.



Con esta imagen lo que queremos dar a entender es como ambos buscamos dar la solución a una necesidad, complementando las ideas y la creatividad, por la ayuda mutua que damos en equipo. La unión de las piezas nos identifica en ser unidos en diferentes circunstancias, pero con un mismo objetivo, en cooperación, eficiencia. Ambas manos nos representa en género en la indispensabilidad de trabajar en conjunto, en ser el apoyo del otro y mantener una buena relación laboral y de amistad.

La Idea de Negocio

Esta idea surge hace un año en uno de los proyectos del último semestre de la carrera de diseño de productos el cual consistía en el tema de Diseño de Interiores, este estuvo dividido por grupos a los cuales se les asignaron áreas para ser rediseñadas como parte de un futuro proyecto para la misma escuela de Diseño, donde se esperaba que este proyecto tuviera la factibilidad de poseer una mejor distribución de los espacios para cada área, lo cual tenía que cubrir los requerimientos como iluminación, aislantes termo acústicos, escenarios, mobiliarios que ayudaran a reducir espacios. Lo que se buscaba era desarrollar varias ideas de diseño y la demanda del crecimiento técnico en el área como la misma funcionabilidad para los procesos que conllevara el proyecto de manera ordenada y eficiente, de igual manera también se realizó una propuesta que se tomó en consideración para el montaje de un set para un programa de un canal local con el objetivo de renovar la imagen del programa. Por esta razón decidimos emprender un negocio sobre diseño de interiores donde podamos mostrar todos los conocimientos y experiencias que hemos venido desarrollando en nuestra carrera, donde la motivación de algunas clases fueron el incentivo para revelar nuestras habilidades en el diseño.

Nuestra idea de negocio es poder tener un estudio que se dedique al diseño de interiores así también como en la elaboración de productos que acompañen o complementen en diseño.

Capítulo I El Plan de Negocio

Surgimiento o Idea del Plan de Negocio

El crear o modificar un espacio agradable, para descanso, reuniones, convenciones o para el mismo hogar, puedan reflejar un ambiente psicosocial más adecuado para su desempeño lo cual como empresa será una prioridad el bienestar y / o satisfacción de nuestros clientes...

Justificación

Como empresa brindaremos asesorías y soluciones rentables, donde el cliente se sienta parte del diseño a conceptualizar con su visión del ambiente que más desee.

Objetivos

Objetivos Generales

Conceptualizar las ideas mediante propuestas graficas , donde el diseñador como el cliente sepan claramente lo que se busca proyectar.

Identificar estrategias como herramientas para el desarrollo de la productividad del negocio estimando un margen de ganancia de 8% en el segundo periodo del primer año.

Objetivos Específicos

Diseñar un catálogo sobre las diferentes tendencias de acuerdo a las edades de nuestro público meta.

Categorizar nuestro plan de Diseño de interiores adaptándolo al área requerida por el cliente.

Brindar a cada cliente potencial una atención personalizada y experiencia única.

Misión

Somos una empresa dedicada al diseño de interiores enfocada en todos los estilos que abarca el diseño en sí, para solucionar las necesidades de nuestro público consumidor con la mejor calidad y satisfacción.

Visión

Ser líderes a nivel departamental de la empresa dedicada al diseño de interiores mediante la conexión de los clientes con los aspectos emocionales, gustos y estilos haciendo que cada servicio sea único y original, creando efectos positivos, mejorar la eficiencia y el rendimiento del uso de espacio a través de la experiencia de usuario.

Valores de la Empresa

Puntualidad.

Tanto como la entrega de propuestas de diseño.

Originalidad (cada diseño será único y no será compartido en otros proyectos)

Calidad

Será un constante trabajo en equipo evaluando los procesos de cada diseño y retroalimentando cada paso, teniendo una fluida comunicación en cada etapa del diseño

Respeto (uno de los pilares base para mantener en pie nuestra empresa, al dar un buen ejemplo con nuestros trabajadores los cuales deberán reflejar mutuamente hacia nuestros clientes, así como las ideas u opiniones que estos puedan brindar en el desarrollo del proyecto)

Responsabilidad en la entrega de cada avance de los proyectos y en el uso adecuado de materiales sin ocasionar riesgos al medio donde los trabajadores ejerzan su trabajo.

Principios de la Empresa

Cada diseño estará vinculado al aspecto psicosocial de los usuarios

Utilización de materiales no tóxicos

Utilización de equipos de seguridad para nuestros trabajadores

Fomentación de la seguridad laboral

Motivar el desempeño laboral

Mantener un fuerte vínculo con nuestros proveedores y colaboradores

El apoyo a proyectos sociales y organización de sin fines de lucro

Ventajas Competitivas

Consideramos que nuestra empresa Spazio Diseño de interiores es una empresa joven y atractiva para ser desarrollada en el mercado de decoraciones o ambientaciones donde se centra en diseño de planos, Renders, recorridos, asesoramientos y el diseño de catálogos para mobiliarios según la tendencia y atención calificada y personalizada.

La sede central de nuestra empresa estará situada en el distrito IV de la ciudad de Managua donde existe mayor accesibilidad y somos la única empresa localizada dentro del sector ya que la mayoría de las empresas están ubicadas en carretera Masaya, y sectores aledaños a villa Fontana.

1. Diseños de productos, ambientales e interiores según las tendencias.
2. Diseños únicos y personalizados.
3. Precios más accesibles
4. Atención personalizada con servicios todo el año.
5. Diseños exclusivos
6. Cuenta con una organización bien estructurada.
7. Sigue con las normas de seguridad estipulada por instituciones del estado.
8. Diseños de mobiliarios a través de catálogos

Distingos

Atención postventas para conocer los resultados del trabajo.

Asesoramientos personalizados al gusto o estilo de cada cliente, respetando sus ideas bases.

Garantía de entregas puntuales de los proyectos

Servicio de mantenimientos sobre el producto.

El respaldo de cada diseño que nuestros clientes o compradores adquieran con nosotros.

Capítulo II El Mercado

Presentación del Producto o Servicio

Spazio Diseño de Interiores es una empresa dedicada al diseño de interiores. Donde se busca armonizar y rediseñar estas áreas que son parte de la vida de cada uno de los individuos de un hogar , cada uno tiene un gusto en específico y un estilo único que los hace especial ante la sociedad como en el núcleo familiar , nuestra empresa como objetivo tiene el importante rol de dar esa satisfacción que cada uno de los individuos requiera , hay que retomar siempre la planificación y organización que cumplirá cada espacio en las habitaciones , como responsabilidad de la empresa hacia nuestros trabajos a realizar tomamos en consideración con los elementos y/o materiales con los que se trabajara , desde el material arquitectónico (materiales de construcción que no afecten la salud de los usuarios como el que trabajara directamente con los elementos) si es el caso de rediseñar todo el espacio en lo que es decoración de las paredes (pinturas que no sean toxicas, acabados , texturas, decoración con vinil, estenciles mas que todo como una técnica de implementación e impresión de imágenes sobre las paredes para resaltar de las otras áreas) iluminación tanto natural como sea posible como la artificial mediante nuevas tecnologías en luces tanto como luces LED cálidas o frías dependiendo del sitio (lámparas colgantes, de mesa o escritorio, lámparas de pie, ojos de buey luces que se gradúan desde un tono más claro a uno bajo , como parte una nueva tecnología en la ambientación de los espacios, al igual que aislantes térmicos en la parte superior de las habitaciones (cielo rasos) y en el recubrimiento de las paredes para efectos de aislar ruido ambiental (R-19) , cambio de piso en dependencia del diseño a ejecutar (Ceramica simple o con decoraciones) todo esto en el área a trabajar , hay que tener presente también lo que es el mobiliario adecuado para la armonización del sitio , sean muebles de madera (pino, cedro, caoba etc.) o con materiales industrializados con materiales MDF (Cartón comprimido, madera enchapa) materiales metálicos (hierro , aluminio, etc.) que lleven un proceso de cuidado ante la oxidación , mobiliarios de plásticos (mediante inyección de plásticos) materiales que contengan vidrio (super-visor la calidad del grosor de cada pieza a usar) .Dentro de lo cual va la indumentaria de mobiliarios mediante cortinas, almohadas, cojines , tapizado ; si se requiere para la retro utilización de piezas que aun puedan dar una nueva vida útil al ambiente lo cual promueve el ahorro y la utilización de recursos y la integración de energías limpias.

Investigación del Mercado

Hemos podido observar que existe la oportunidad de empezar a ofertar un nuevo servicio al mercado , el cual consiste en Diseño de Interiores para hogares (sector urbanizadoras , viviendas de nivel socio económico media) y para pequeños negocios , lo cual como empresa que se dedicara a brindar el servicio de diseño enfatizando en la necesidades que la población tiene al momento de comprar o de realizar algún cambio en su vivienda o negocio , por lo que surge realizar una investigación de mercado que nos ayude a determinar la factibilidad de lanzar o introducir este servicio al mercado .

Teniendo en cuenta los resultados que nos ha brindado la encuesta hemos podido observar que la población de muestra desconoce de empresas que aborden el servicio de diseño de interiores lo que nos favorece en crear una oportunidad de mercado donde nuestros objetivos serán:

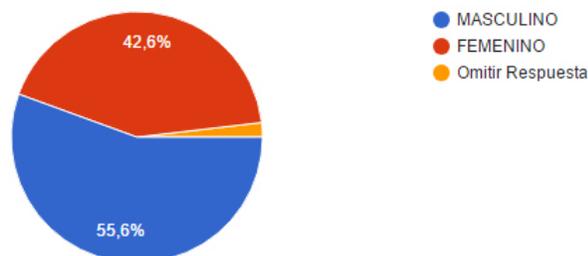
- Conocer la reacción del cliente o público meta ante la introducción de nuestro servicio de diseño de interiores como es el asesoramiento y trabajos de representación de ambientación de áreas del hogar como para pequeños negocios que quieran renovar sus espacios de trabajo.
- Además de conocer los gustos y preferencias, costumbres, hábitos de consumo (cambios en áreas del hogar, objetos decorativos etc.) , estilos o tendencias que más afinidad tengan, para hacer de ellos un trabajo de calidad y de beneficio.
- Otro objetivo que tomamos en cuenta es el posible precio de venta que podría tener cada uno de los servicios que brindaremos en cada uno de los diseño según la información obtenida por medio de nuestra encuesta.

Un dato importante dentro de la investigación de mercado es ver la evaluación de la factibilidad de introducir nuestro servicio de diseño y alcanzar los objetivos de dicha investigación , al conocer bien los lugares de compra más usuales podemos analizar que la población o la muestra estudiada han demostrado que normalmente buscan productos relacionado en lo que son almacenes , en internet o talleres artesanales , lo que nos ha permitido conocer más sobre el consumo de nuestros futuros clientes y la cantidad de dinero que están dispuestos a pagar por un diseño .

Una vez recopilada toda la información requerida por la encuesta, será posible analizar e interpretar y dar breves conclusiones a los datos arrojados en el sistema, cabe destacar que la encuesta o la muestra se realizó a 50 personas por vía internet.

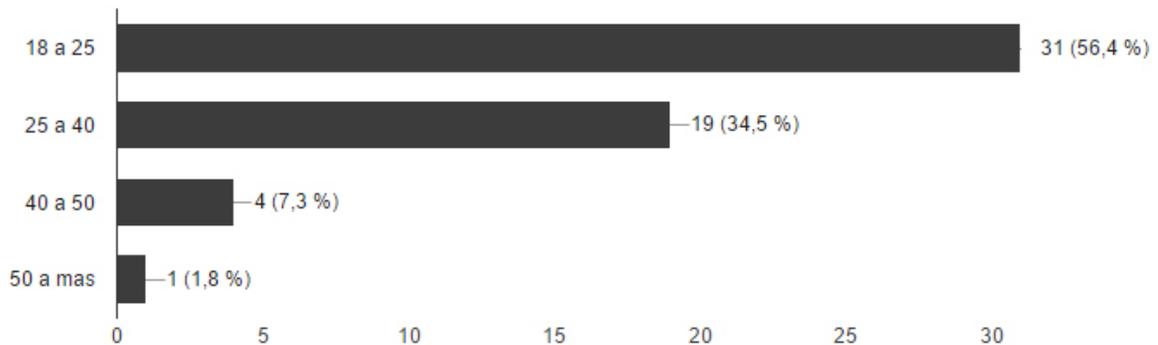
El conocer nuestro segmento meta , nos dimos cuenta que el público encuestado en su mayoría es del género masculino lo cual nos indica que poseen un poco más de interés sobre el tema de diseño, no obstante una parte de ellos son egresados jóvenes de edades entre los 18 a 25 años con el conocimiento básico del diseño de interiores .

SEXO



Como indica esta imagen el 55,6% de los encuestados son de sexo masculino mientras el 42,% son del sexo femenino y un 2% prefirió omitir su respuesta.

EDAD



Por otro lado los datos arrojados por la encuesta con posibilidad de ingresos son de 25 años a más los cuales serán los más factibles de que puedan comprar nuestros servicios de diseño de interiores, sin obviar la opinión de los demás posibles clientes potenciales como son los jóvenes.

La competencia

Empresas que se dedican al diseño de interiores como en la distribución de productos para el hogar y oficinas con relación a la modernización y ambientaciones e infraestructuras de los proyectos.

| Logotipo | Nombre | Productos Servicios |
|---|----------------|--|
|  | Disegno Casa | Mobiliario de cocina, baño, aparatos sanitarios y grifos, closets, cubiertas de piedra, pisos y recubrimientos, equipos de audio, mobiliario para interiores y exteriores. |
|  | Michel Pierson | Alfombras, lámparas, muebles para el interior y exterior. Escritorios, accesorios, archiveros, gabinetes, panales etc. |

| | | |
|---|------------------------------|---|
|  | <p>Remodela</p> | <p>Diseño de viviendas, construcción, supervisión y presupuestos, Renders 3D.</p> |
|  | <p>Arquitectura y Diseño</p> | <p>Diseño arquitectónico, diseño personalizado, elaboración de planos arquitectónicos, estructurales y diseño en 3D</p> |

Los canales más utilizados en la competencia son a través de redes sociales, páginas web y en ferias de la Vivienda



Facebook page for AD Arquitectura & Diseño. The page features a cover photo of a modern house with a car in the driveway. The profile picture is the company logo. The left sidebar shows navigation options like 'Inicio', 'Información', 'Fotos', 'Me gusta', and 'Publicaciones'. The main content area displays contact information, including a phone number (76505922-22782282) and an email address (ad.arquitectura@gmail.com).



Facebook page for Remodela Nicaragua. The page features a cover photo of a house. The profile picture is the company logo. The left sidebar shows navigation options like 'Inicio', 'Información', 'Opiniones', 'Fotos', 'Me gusta', and 'Publicaciones'. The main content area displays contact information, including an email address (ventas@remodelanic.com) and a website (http://www.remodelanic.com/).



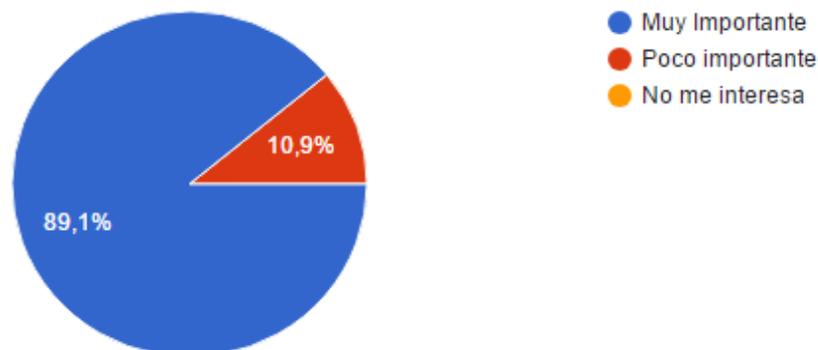
Facebook page for DISEGNO CASA. The page features a cover photo of a house. The profile picture is the company logo. The left sidebar shows navigation options like 'Inicio', 'Publicaciones', 'Videos', 'Fotos', 'Información', and 'Me gusta'. The main content area displays contact information, including a phone number (2277 1188) and an email address (@disegnocasanicaragua).

Tamaño del mercado

La empresa Spazio Diseño de Interiores tiene como universo muestra de 1,235 personas las cuales residen en tres residenciales del sector de carretera norte y la zona aledaña a la Reynaga (Residencial Las Delicias, Casa Real, Nuevo Horizonte) a los cuales se les realizó una encuesta con el fin de conocer si tenían noción sobre empresas dedicadas al diseño de Interiores o servicios y/o productos que vayan de la mano en tendencias o estilos de vida, mediante la encuesta que se realizó se logró obtener información de gran importancia para nuestro estudio de mercado y ampliar un poco más sobre las demandas dentro del mercado nacional.

Observamos en esta grafica que tenemos un amplio interés del mercado en hacer decorar o remodelar sus casa u oficinas ya que demuestran que es muy importante para ellos, la posibilidad de introducir el diseño de interiores nos da la ventaja de dar nuestro servicio en un área más amplia siendo un factor importante el conocer las necesidades de nuestro público. Según esta grafica nos da información sumamente muy importante y de gran validez por lo que el 89.1% de los encuestados opinaron el darle mucha importancia a la decoración de su hogares o de un negocio, dándonos una ventaja para incursionar en el servicio de diseño de interiores.

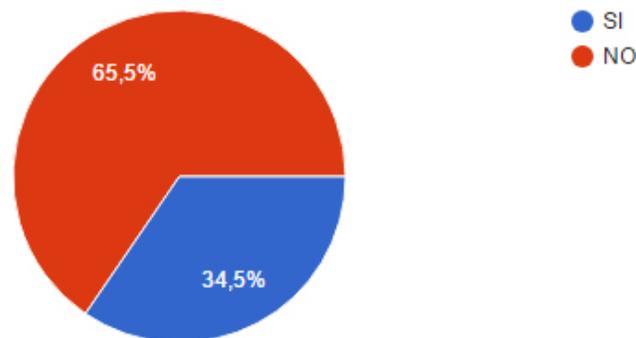
. ¿Qué importancia le da usted a la decoración de su Hogar o Negocio?



Además de querer hacer cambios en sus hogares opinaron no conocer exactamente empresas a que se dedicaran a este servicio de diseño de interiores.

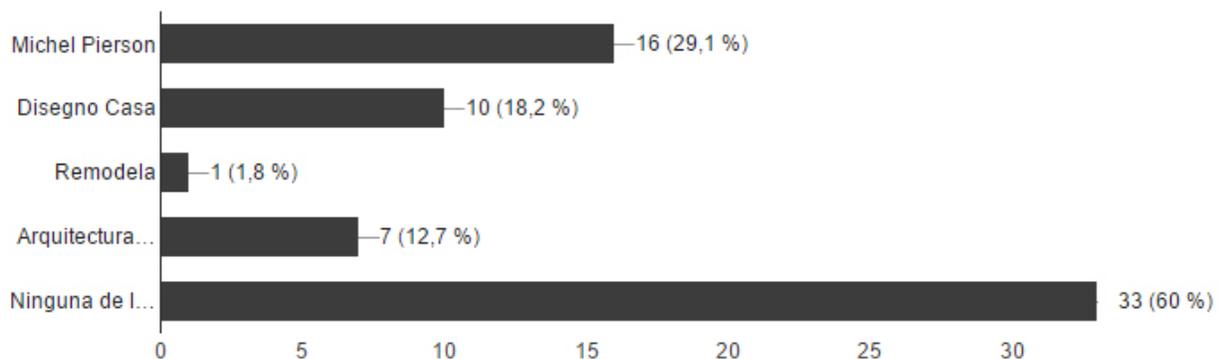
Esta grafica nos muestra lo factible que será introducir el servicio de diseño de interiores directamente sin repercutir en los segmentos de mercados para la competencia ya que el 65,5% no conocen de empresas que hagan trabajos para ambientaciones de hogares y el 34,5% dijo conocer empresas que si realizan trabajos con énfasis en el diseño tanto en decoración o remodelación.

2. ¿Conoce sobre empresas dedicadas al diseño de interiores en Nicaragua?



Según muestra la grafica nos dice que el 29,1% del mercado esta acaparado por la empresa Michel Pierson , mientras que el 60% es el area de mayor alcance para el servicio de diseño de interiores pues la misma poblacion desconoce de empresas que se dediquen al area de la decoracion o ambientacion para hogares o negocios

3. De la siguiente lista de empresas que se dedican al diseño de interiores seleccione si conoce alguna

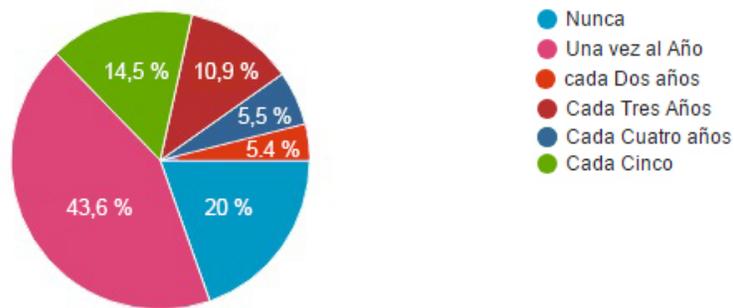


Lo que nos da paso a la introducción de nuestro servicio sin ninguna dificultad de localización sobre la competencia, además de obtener esta información nos fue posible saber si la población de muestra conocía de otras empresas que se dedicaran al diseño de interiores pero estas de manera más general abarcando más sobre materiales de construcción, es decir que poseen negocios relacionados con la edificación de obras.

Consumo aparente

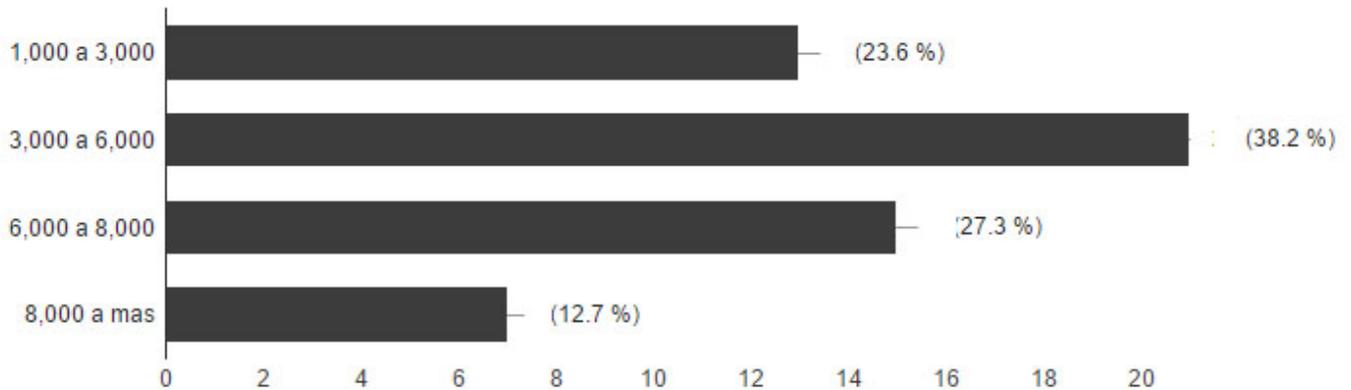
Para poder dar un dato más coherente nos percatamos que nuestro segmento de mercado es muy amplio y para conocer de cuánto será el ingreso para nuestro negocio tomamos en referencia la siguiente grafica

8. Cuántas veces ha re diseñado su casa , oficina o negocio?



| Año | % | Muestra | Muestra/meses | total |
|--|------|---------|---------------|-------|
| 1 año | 43,6 | 24 | 24/12 | 2 |
| 2año | 5,4 | 3 | 3/24 | 0.125 |
| 3 año | 10,9 | 6 | 6/36 | 0.166 |
| 4año | 5,5 | 3 | 3/48 | 0.062 |
| 5 años | 14,5 | 8 | 8/60 | 0.133 |
| | 20 | 11 | 11/6 | 1.833 |
| Cantidad de empresas o personas al mes | | | | 4.319 |

17. De cuanto sería su presupuesto para la remodelación o decoración de su hogar o Negocio?



El 38,2 % de los encuestados están decididos a invertir en la remodelación de sus hogares o negocios entre las cantidades de C\$ 3,000 a C\$ 6,000 según las áreas que desean modificar

Demanda potencial

| | |
|-------------------------------------|-----------|
| Porcentaje de venta anual | 8% |
| | 0.0067 |
| Universo | 1,235 |
| % de mercado | 89.10 |
| Precio promedio | \$ 329.20 |
| Cantidad personas o empresas al mes | 4.32 |
| % Demanda a captar | 34.0% |
| Calculando la demanda | 1,100 |
| | 1,564,906 |
| Total Vtas \$ de demanda a captar | \$ 5,321 |

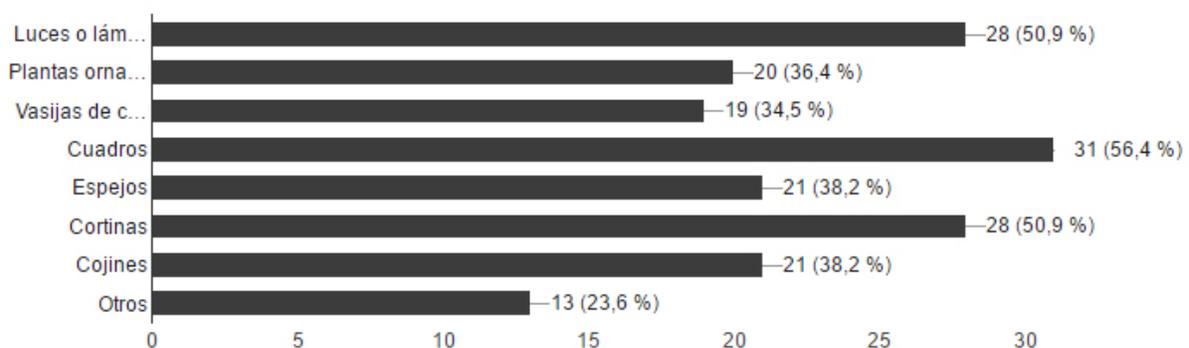
A partir de los resultados en la gráfica nos dimos cuenta la gran necesidad que tiene la población encuestada en realizar cambios en su ambiente en su mayoría son mejoras en diferentes áreas de su casa

13. Le gustaría remodelar y decorar alguna otra área en su casa? Cómo Cual



Esta información nos ayuda a conocer más de lo que el cliente busca a la hora de remodelar haciendo más factible que el servicio que ofrece nuestra empresa sea rápidamente aceptado, entre estas áreas también está la importancia de los detalles en lo que es la decoración.

7. Que objetos decorativos compra para ambientar su casa, oficina o negocio?

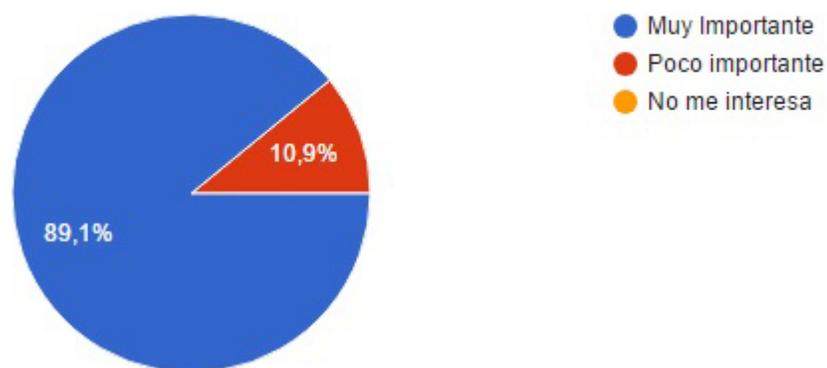


Según la demanda de los encuestado la mayoría optaron por un 58.8% sobre lo que son los cuadros para ambientaciones de la áreas que buscan rediseñar o decorar, mientras que el 52.9% busca lámparas o luces y así como lo detalla la gráfica, esto nos permite conocer que productos se pueden vender directamente al cliente o buscar proveedores que nos faciliten de los productos ya existen en la grafica.

Participación de la competencia en el mercado

Al realizar la encuesta está brindando saber que tanto abarca la competencia en el sector de diseño de interiores u otras especializaciones en la rama de diseño, lo que nos da la ventaja competitiva de posesionarnos en el mercado del Diseño

5. ¿Qué importancia le da usted a la decoración de su Hogar o Negocio?



Como lo indica la gráfica #3 el 89,1% es el área que podemos abarcar conociendo la importancia que tiene el diseño o decoración, además hay que tomar en cuenta que la competencia en cierta manera es genérica lo que significa que no está cerca de nuestras instalaciones o en áreas cercanas por posicionamiento geográfico.

La competencia tienen ciertos porcentajes de áreas abarcar pero aun no son todas reconocidas por la población encuestada, siendo Michel Pierson la más reconocida con el 29.1% y segundo lugar esta Disegno Casa 19.6% y Arquitectura y Diseño con el 7.8%

Además de la gráfica anterior la población encuestada nos brindó información sobre que no conocían empresas exactamente dedicadas al diseño de interiores por lo cual nos da un resultado positivo para posesionarnos.

Al preguntarle al encuestado si conocía empresas dedicadas al diseño el 65,5% dijo que no conocía mientras que el 34.5% conocía empresas dedicadas al diseño en si en un término más generalizado entre los cuales hacen menciones en las siguientes tablas.

| |
|----------------|
| La muebleria |
| No. |
| ninguna |
| arte casa |
| No, no conosco |
| Ninguna |
| 3CA |
| Si |
| Avaltec |

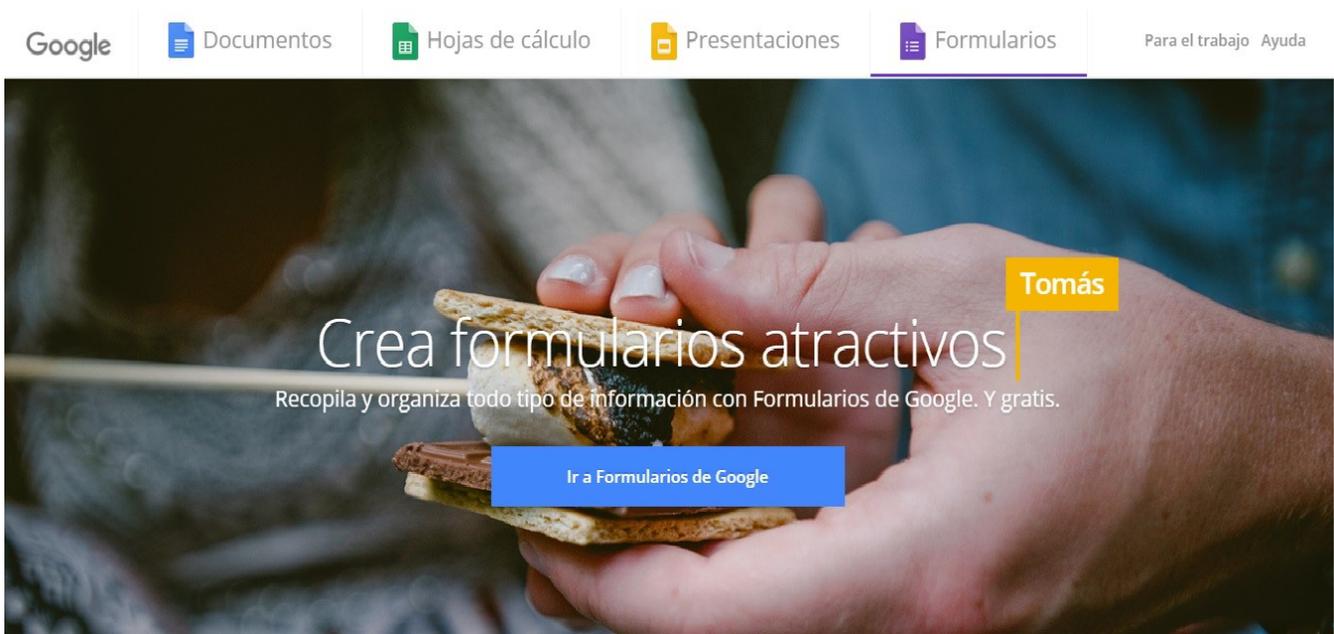
| |
|--|
| Si |
| Avaltec |
| Tengo entendido que algunas empresas distribuidoras de pinturas, como Protecto, trabajan en el área de diseño de interiores. |
| No realmente |
| Decomoda |
| tops |
| No conozco |
| No |
| Kartell |

Encuesta

Sistema o metodología a utilizar

El sistema que utilizamos para conocer un poco más sobre nuestra investigación de mercado es a través de la App de Google, la cual nos ha sido una herramienta fácil de usar con un sistema organizado y analítico sobre las respuestas brindadas mediante la encuesta que hemos podido enviar a nuestros receptores y posibles clientes, lo que nos ha permitido obtener suficiente información en tiempo real con ayuda de gráficos y hojas de cálculos que nos indican el nivel de conocimientos de nuestro objetivo de saber que tanto conocen sobre diseño de interiores.

La metodología a utilizar es cuantitativa por lo que conlleva recopilación de datos como donde, cada cuanto compran ciertos productos o cubrir otras necesidades siempre abordando en el diseño de interiores.



Somos una empresa dedicada al diseño de interiores enfocada en todos los estilos que abarca el diseño en sí, la presente encuesta tiene por objeto conocer su opinión sobre el tema del diseño de interiores alusivo a la ambientación de habitaciones para evaluar la calidad del servicio de asesoramiento que brindamos a través de nuestra empresa como parte de nuestra culminación de estudios Profesionales.

Datos Generales

SEXO

- MASCULINO
- FEMENINO
- Omitir Respuesta

EDAD

- 18 a 25 años
- 25 a 40 años
- 40 a 50 años
- 50 a mas

NIVEL ESCOLAR

- Técnico
- Egresado
- Post grado
- Maestría
- Básico

1. Que es para usted Diseño de Interiores?

- Decoración
- Pintura y acabado
- Remodelación
- Todas las anteriores

2. Conoce sobre empresas dedicadas al diseño de interiores en Nicaragua?

- Si
- No

3. De la siguiente lista de empresas que se dedican al diseño de interiores seleccione si conoce alguna.

- Michel Pierson
- Disegno Casa
- Remodela
- Arquitectura y Diseño
- Ninguna de las anteriores

4. De la pregunta anterior conoce otras empresas que se dediquen al Diseño de Interiores?

5. ¿Qué importancia le da usted a la decoración de su Hogar o Negocio?

- Muy importante
- Poco importante
- No me interesa

6. ¿Qué tipo de estilo en diseño de interiores prefiere?

- Minimalista
- Estilo Oriental
- Estilo loft
- Estilo étnico
- Estilo rustico
- Shabby Chic
- Kitsch
- Estilo clásico

7. ¿Qué objetos decorativos compra para ambientar su casa, oficina o negocio?

- Luces o lámparas
- Plantas ornamentales
- Vasijas de cerámica
- Cuadros
- Espejos
- Cortinas
- Cojines
- Otros

8. ¿Cuántas veces ha re diseñado su casa, oficina o negocio?

- Una vez al año
- Cada dos años
- Cada tres años
- Cada cuatro años
- Cada cinco años
- Nunca

9. ¿Qué características toma importante a la hora de comprar un producto para la decoración de interior de su hogar?

- Precio
- Tamaño
- Comodidad
- Calidad
- Funcionabilidad
- Durabilidad
- Todas las anteriores

10. Que tipos de cambios realizan en su Hogar o Empresa?

- Decoración
- Infraestructura
- Productos de ambientación
- Ninguna de las anteriores

11. Qué área de la casa ha recibido mayor cambio?

- Sala
- Comedor
- Cuartos
- Patio
- Área de entretenimiento
- Jardín
- Garaje
- Estudio u Oficina

12. Qué área de su Empresa o Negocio ha recibido más cambios?

- Recepción
- Lobby
- Escaparate
- Sala de juntas
- Dirección o Gerencia
- Otros

13. Le gustaría remodelar y decorar alguna otra área en su casa? Cómo Cual

14. En qué lugar o lugares le gustaría poder comprar este producto/servicio?

- Internet
- Almacenes
- Talleres
- Otros

15. Qué tipo de medios publicitarios busca al momento de comprar un mueble o elemento decorativo?

16. A través de que medio o medios les gustaría recibir información sobre este producto/servicio

- Redes sociales
- Anuncios publicitarios
- Correos
- Televisión
- Radio
- Otros

17. De cuanto sería su presupuesto para la remodelación o decoración de su hogar o Negocio?

- C\$ 1,000 a C\$ 3,000

- C\$ 3,000 a C\$ 6,000
- C\$6,000 a C\$ 8,000
- C\$8, 000 a mas

18. A la hora de remodelar o decorar su casa o Negocio que materiales toma en cuenta al momento de comprar?

- Madera
- Metal
- Textil
- Ceramica
- Plásticos
- Vidrio
- Otros

19. Que de comunicación ha visto que brinden publicidad alusiva al diseño de interiores?

- Facebook
- Vallas publicitarias
- Volantes
- Banner
- Anuncios tv
- Viñetas de Radio
- Revistas

Riesgos y oportunidades de Mercado

Como empresa hemos considerado el FODA (Fortalezas, Oportunidades, debilidades y amenazas) como una herramienta importante para el análisis estratégico de la empresa con el objetivo de destacar futuras estrategias de mercado y de ventas.

Tras realizar el análisis FODA consideramos que nuestra empresa Spazio Diseño de interiores es una empresa joven y atractiva para ser desarrollada en el mercado de decoraciones o ambientaciones, donde se centra en diseño de planos, Renders, recorridos, asesoramientos y el diseño de catálogos para mobiliarios según la tendencia y atención calificada y personalizada.

| Fortalezas | Debilidades |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Cuenta con personal capacitado 2. Maquinarias aptas para la elaboración de diseños. 3. Cuenta con una organización bien estructurada. 4. Sigue con las normas de seguridad estipulada por instituciones del estado. 5. Diseños de mobiliarios a través de catálogos 6. Atención personalizada con servicios todo el año. 7. Diseños exclusivos 8. Contamos con un taller creativo | <ol style="list-style-type: none"> 1. No contamos con instalaciones propias. |
| Amenazas | Oportunidades |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento de la competencia Directa 2. Disminución de precios en productos de la competencia. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Incremento de la demanda de productos 2. Incursionar en nuevo segmento de mercado 3. Utilizar nuevos materiales 4. Utilizar medios de comunicación para dar a conocer la empresa. 5. Ser participantes en expo ferias. |

Plan de Ventas

Distribución y Puntos de venta

Spazio Diseño de interiores distribuye de manera directa es decir por medio de un canal directo entre el negocio y el cliente sin intermediarios, lo que facilitara el ingreso de capital a la empresa, esta distribución es la forma más corta y sencilla y la que se ha convertido en algo cada vez más común.

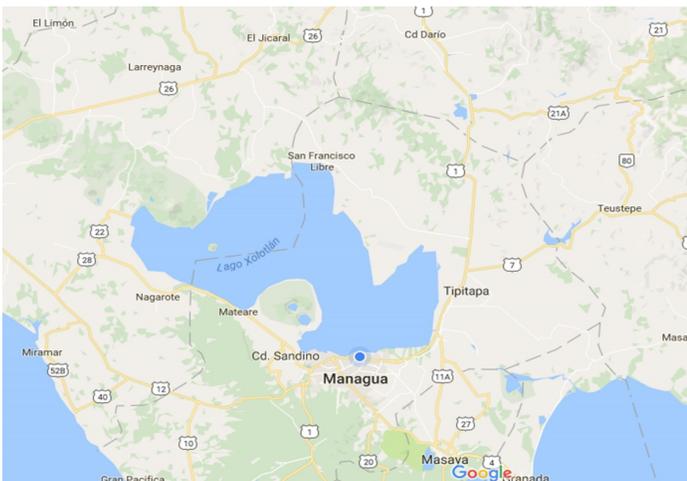
Una distribución directa implica una venta cara a cara, ventas por correo o por redes sociales, el uso de un canal directo de distribución puede conectar al cliente con el servicio o producto mediante el diseño, si el canal lo dirigimos por las redes sociales tendremos varios beneficios al darnos la oportunidad de que otras personas conozcan de la empresa.

El canal de distribución más directo tiende a tener mayor tasa de ganancia esto trae de ventaja al cliente ya que es más conveniente para ellos comunicarse por medio de las redes sociales.

Los puntos de venta serán directamente en la empresa donde el cliente tenga interacción con nosotros y conozca directamente de los servicios y de los productos.

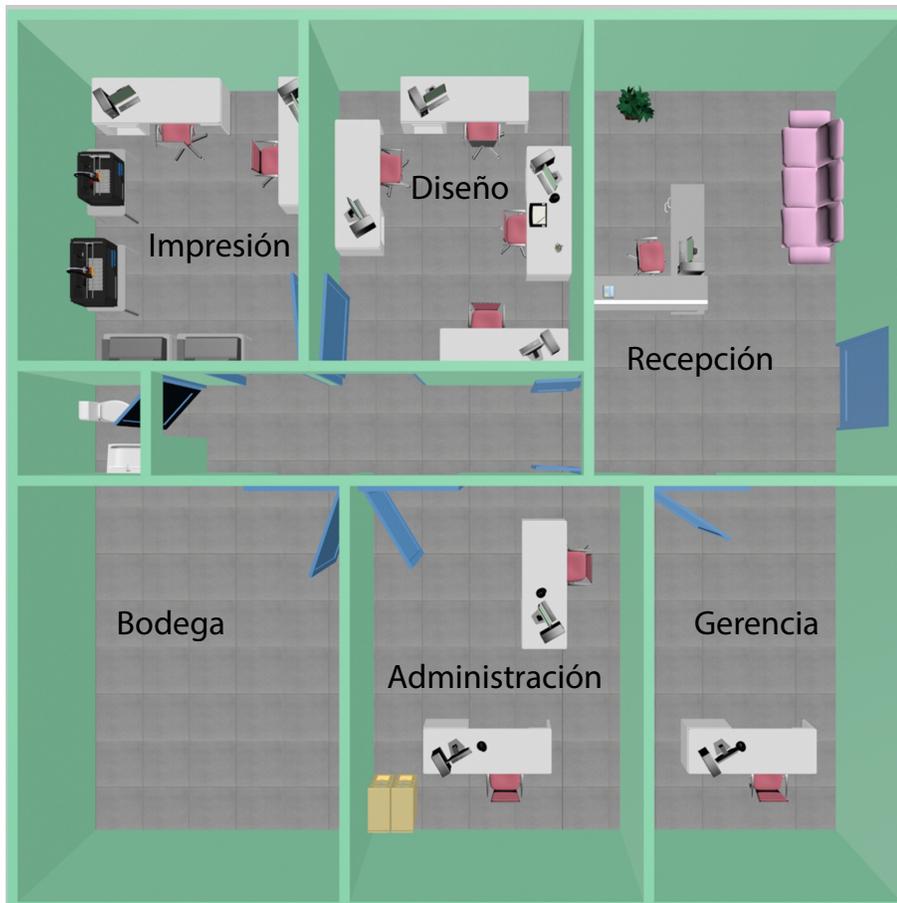
•Localización

La ciudad como sede para la empresa es la ciudad de Managua donde centraliza todos los procesos necesarios para la comercialización de nuestros diseños basados en el diseño de interiores.



La empresa Spazio Diseño de interiores estará situada en el distrito n° IV en el Barrio Santa Rosa cerca de lo que es conocido el Parque industrial, donde se encuentra una de las empresas reconocida por la población como lo fue la Nabisco central, casa de las mangueras, imprentas como Print Center, negocios aledaños como Ferretería Jenny, la empresa de la Perfecta o Parmalat siendo un sector comercial.

Plano de Oficina



Contaremos con un local de unos 13 x 13 m² en la que centraremos la sede central de nuestra empresa, que constara de la oficina Administrativa , gerencia , salas de diseño e impresiones, además de una bodega y recepcion.

Fijación y Políticas de precio.

Para la empresa Spazio Diseño de Interiores obtener beneficios mediante las ventas de servicios o productos relacionados con la ambientación o decoración de cada área del hogar o de un negocio, lo que generará ingresos los cuales vienen determinados por las cantidades de ventas que vamos a realizar

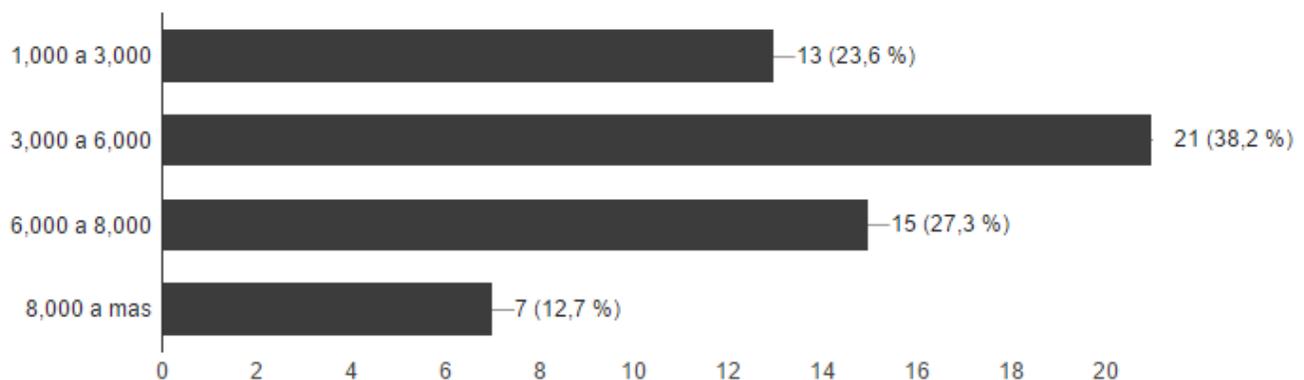
Objetivos de la Empresa

Spazio Diseño de Interiores busca conquistar el segmento de mercado tomando en cuenta cada objetivo fijado, haciendo que cada movimiento que se de sea conectada entre las funciones de la empresa como organizacional para obtener resultados positivos. Mediante los objetivos publicidad o de distribución del servicio o productos, tanto como lo financiero se entrelazarán para obtener así porcentajes de ventas estimados a corto plazo y provocar en cada servicio una experiencia de usuario única.

Costos

Mediante la encuesta realizada nos dimos cuenta el margen de inversión que estarían dispuestos los futuros o posibles clientes, en lo que sería la elaboración de diseño de interiores tomando en cuenta la decoración o remodelación del hogar o el negocio

17. De cuanto sería su presupuesto para la remodelación o decoración de su hogar o Negocio?

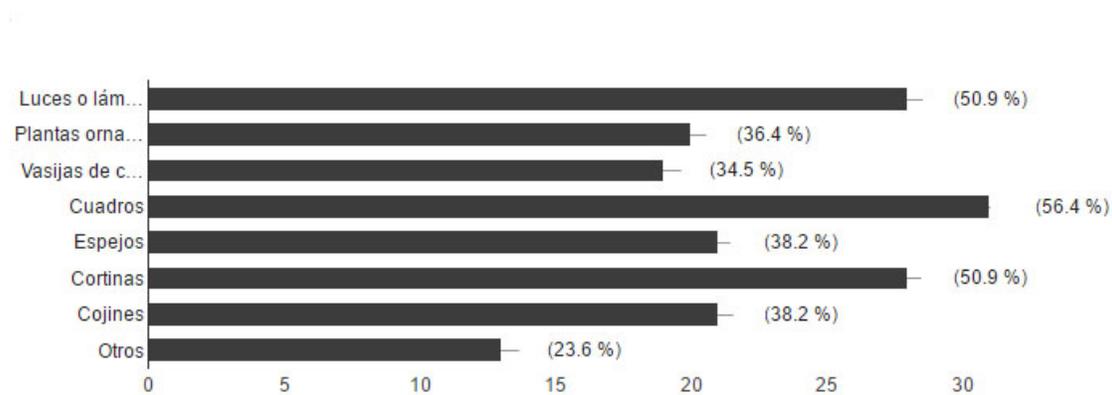


La presente tabla nos muestra que un 37.7% de la poblacion encuestada opina que pagarian entre las cantidades de C\$3,000 a C\$ 8,000(\$100 \$267.20 aproximadamente) lo que nos permite hacer una calculo sobre los precios que estaremos brindado por cada servicio siendo relativos con lo que demande el cliente o el segmento de mercado y lograr conseguir experiencias unicas a nuestros clientes.

Elasticidad de la demanda

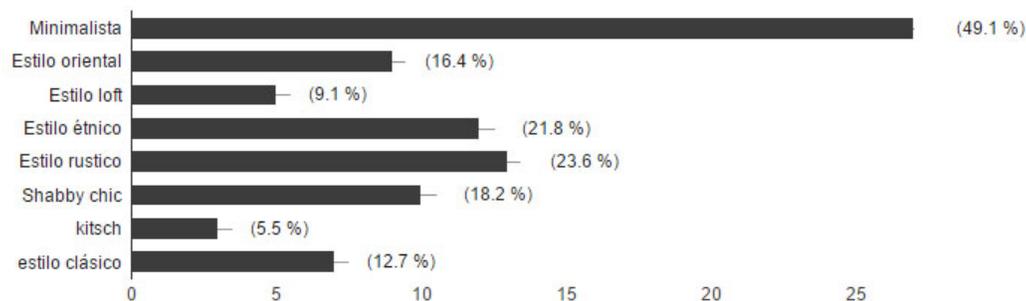
Por medio de la demanda nos damos cuenta que la mayoría de las personas optaron por elementos decorativos para sus hogares y ademas definieron algunos de los estilos o tendencias que mas les agradan los cuales los nos proporciona mayor informacion de lo que la poblacion demandaria.

7. Que objetos decorativos compra para ambientar su casa, oficina o negocio?



El conocer estos datos nos da la oportunidad de asignar valor a los productos que la poblacion busca en relacion al estilo o tendencia que mas les agrade y que quieran implementar en sus hogares u negocios , estos elementos presentes en esta tabla muestra que las familias nicaraguenses buscan mucho accesorios decorativos para ambientar los espacios de cada area de su hogar o negocios.

6. Qué tipo de estilo en diseño de interiores prefiere?



El saber que estilos o tendencias prefieren los posibles clientes nos ayuda a interactuar mejor con ellos , identificando así su perfil de diseño y poseer buena comunicación al trabajar en cada servicio de diseño , la mayoría tienen conocimientos sobre las tendencias actuales o de moda por decirlo así, no obstante el cliente que busque un estilo diferente será atendido con los mejores conceptos que se creen en nuestra empresa . La opinión de cada uno de los clientes nos retroalimentará y nos dará siempre la ventaja de estar innovando en conceptos y en experiencias .

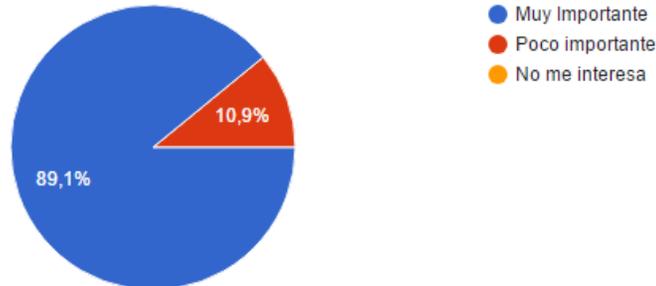
Spazio tiene como parámetros ciertas medidas en metros , según los criterios de los hogares de las urbanizadoras . Donde se fija un precio inicial de USD \$3 como precio fijo para las dimensiones aproximadas según la tabla , y dependiendo del área de diseño para negocios o viviendas de construcción independientes

| Dimensiones aproximadas | Precio/mtrs | <u>Precio total</u> |
|-------------------------|-------------|---------------------|
| 63 mtrs ² | \$ 3 | \$189 |
| 82mtrs ² | \$3 | \$246 |
| 100 mtrs ² | \$3 | \$ 300 |
| 137 mtrs ² | \$3 | \$411 |
| 200 mtrs ² | \$3 | \$500 |

Valor del producto en los clientes

Para establecer precios es preciso tener conocimientos de la manera en que compran los clientes es decir saber como estan comprando o cada cuanto estan realizando cambios en sus hogares o negocios y del valor que para ellos representa cada cambio , sabemos que la poblacion esta pendiente de realizar pequeños cambios a medida que pasa el tiempo en sus hogares lo que hace que busquen una manera de aprovechar el momento adecuado para poder cambiar de apariencia a sus viviendas . La siguiente tabla nos indica el nivel de importancia que les da la poblacion al diseño o a la remodelacion de sus hogares y cada cuanto hacen modificaciones o en otras palabras en periodos .

5. ¿Qué importancia le da usted a la decoración de su Hogar o Negocio?



La grafica muestra que la poblacion opina que es muy importante la decoracion para sus hogares o negocios arrojando un 89.1% de importancia lo que nos permite introducir propuestas de diseño dependiendo de la necesidad que el cliente demande , ya sean en periodos cortos o largos .

Promoción del Producto o Servicio

La promoción de un producto o servicio es importante para la empresa, ya que el cliente o publico meta necesitan información detallada de lo que se va a comprar y se debe considerar que cada información que vamos a promocionar sea original, que de un buen mensaje al cliente, para conseguir de esta manera la atención y la fidelidad de los mismo hacia la empresa de diseño de interiores.

Buscamos estar siempre actualizados con las nuevas tendencias en comunicación con nuestros clientes mediante las redes sociales, revistas o medios de comunicación sean por vallas publicitarias, mopis, volantes o por anuncios televisivos o radiales, sin dejar atrás las ferias de la vivienda, ferias alusivas al hogar; si es necesario para cubrir el segmento de mercado al cual nos estamos dirigiendo. Donde buscamos ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición del servicio o producto sea a corto plazo lo que se traduce en un incremento en las ventas.

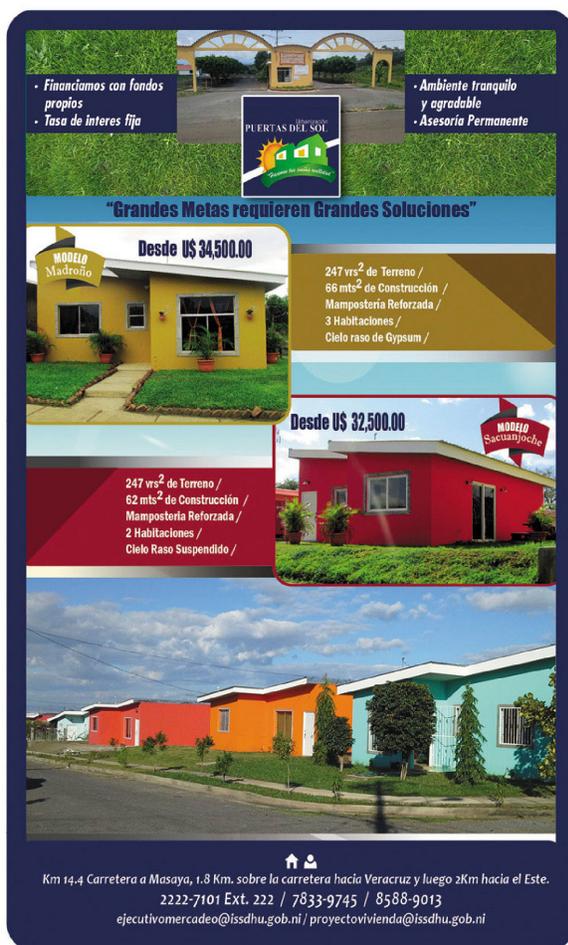
Tenemos que considerar la distribución de la promoción de cada servicio o producto llegue a cabalidad a todo nuestro mercado , esto será posible por medio de las redes sociales como Facebook puesto que la mayoría de la población hace uso de esta App y donde se ha convertido en una herramienta para el desarrollo de nuevas empresas o pequeños negocios .



La creación de una página web nos da una ventaja en el mercado digital, por lo que actualmente las personas están sujetas a la tecnología desde el alcance de sus manos, donde nuestros servicios llegaran a un sector más grande y creando así un beneficio para la empresa.

Publicidad por medio de revistas con alusión al sector de viviendas en desarrollo donde la mayoría de la población en el departamento de Managua está teniendo una mejor aceptación en la facilidad de obtener viviendas cómodas.

Nuestros servicios están siendo publicados mediante la revista semanal por medio de la revista cinematográfica.



Financiamos con fondos propios
• Tasa de interés fija

Ambiente tranquilo y agradable
• Asesoría Permanente

“Grandes Metas requieren Grandes Soluciones”

Desde US\$ 34,500.00

MODELO Madroño

- 247 vrs² de Terreno /
- 66 mts² de Construcción /
- Mampostería Reforzada /
- 3 Habitaciones /
- Cielo raso de Gypsum /

Desde US\$ 32,500.00

MODELO Secunyoche

- 247 vrs² de Terreno /
- 62 mts² de Construcción /
- Mampostería Reforzada /
- 2 Habitaciones /
- Cielo Raso Suspendido /

Kim 14,4 Carretera a Masaya, 1.8 Km. sobre la carretera hacia Veracruz y luego 2Km hacia el Este.
2222-7101 Ext. 222 / 7833-9745 / 8588-9013
ejecutivomercadeo@issdhu.gob.ni / proyectovivienda@issdhu.gob.ni



URBANIZACIÓN KOCHITLÁN

TOWNHOUSES

Cuota desde **\$450**

¡Tu hogar te espera!

Entrega inmediata · Ideal para una pareja · Precios muy competitivos
Acabados arquitectónicos con altos estándares de calidad

KM. 10.5 CARRETERA A MASAYA 1.600 M. AL SUR

SPAZIO
DISEÑO DE INTERIORES

SERVICIOS

- Planos
- Renders
- Recorridos
- Asesoramientos y el diseño de catálogos para mobiliarios según la tendencia

TENDECIA

- Minimalista
- Estilo oriental
- Estilo loft
- Estilo étnico
- Estilo rustico
- Shabby chic
- Kitsch
- estilo clásico

Carretera Norte Nabisco Cristal 110 vrs al sur

spazio_diseño@gmail.com 7719-9307 / 7812-6998



Promocionales mediante vayas de publicidad como son los mopis distribuidos en la subasta (3 mopis a doble cara) en el sector d lotería (2 a una cara) en el sector del BAC (4 mopis a doble cara) en el sector de metro centro (4 mopis a una cara) en Wall Mark (1 mopis a una cara) y en sector de plaza inter (3 mopis a una cara), tiscapa (4 mopis a una cara) cristo rey (3 mopis)

Plan de Publicidad

Estrategia introducción al mercado

Lo que se busca dentro de esta herramienta es dar a conocer a nuestro público meta o target quienes somos, que nos identifica o nos hace únicos sobre marcas o productos, todo esto con el fin de que nuestros clientes o aliados estratégicos reciba de nuestra parte el mejor trato, servicio y producto, para lograr en ellos una alta fidelidad y promocionar todos los atributos que nos diferencia de la competencia.

1. Dar a conocer

- De manera estratégica brindar información a nuestros posibles consumidores potenciales sobre nuestros productos (En este caso Diseño de interiores), mediante spots, viñetas de radio, publicidad en periódicos, revistas etc.

2. Crear una imagen de marca.

1. Llamar la atención del consumidor a través del uso de la psicología del color aplicada a nuestra imagen corporativa, en este caso demostrando la eficiencia y la seguridad de cada uno de nuestros productos y de la misma empresa.

3. Fidelidad del cliente.

- Brindar un producto de buena calidad
- Dar la mejor atención personalizada
- Tener precios competentes con respecto a la competencia.

4. Promocionar el producto estrella como la cartera de negocio.

- Mediante los medios de comunicación (spots tv, viñetas de radio, periódicos, revistas, vallas, publicidad móvil, etc.)
- Visitar o dar exposiciones en ferias territoriales o permanentes.
- Descuentos o promociones a medio año en periodos cortos.
- Creación de campañas sociales o de interés para el bienestar de los clientes según nuestro target.

Medios de Publicidad

Mediante el plan de medios que cuenta la empresa se busca una manera adecuada de hacer uso correcto de las herramientas publicitarias que se pueden brindar de manera planificada y organizada todos los elementos publicitarios que deseamos dar a conocer sobre nuestra institución y productos de tal manera que las estrategias sean más que puntos clave para la introducción de mensajes dirigidos a un objetivo o target mediante los medios de comunicación que se ajuste a nuestra proyección de marca y producto.

Dentro de nuestro plan de medios se busca y se necesita llegar al público de manera directa o indirecta con medios alternos y masivos que permitirán difundir el mensaje de nuestros productos donde lo que se pretende es dar a conocer más de los beneficios y necesidades que la empresa pueda suplir a la población en general o directamente al target, en lo cual se llevarán a cabo una serie de actividades para promocionar a la empresa.

Medios de comunicación

La televisión y la radio poseen una fuerte audiencia en determinada programación que ya tiene determinada la emisora, donde la mayoría de los casos la audiencia no sintonizan la misma programación o sintonía, pero existen ciertos números de masas (población) que están conectadas a un mismo interés, lo que hace justificable el uso de estos medios dentro de las preferencias de los jóvenes o entidades gubernamentales, puedan recibir el mensaje de manera directa para que sean piezas claves para eventual comprar del producto, todo esto como parte de los tiempos en los cuales se van a transmitir cada uno de los spots o viñetas radiales.

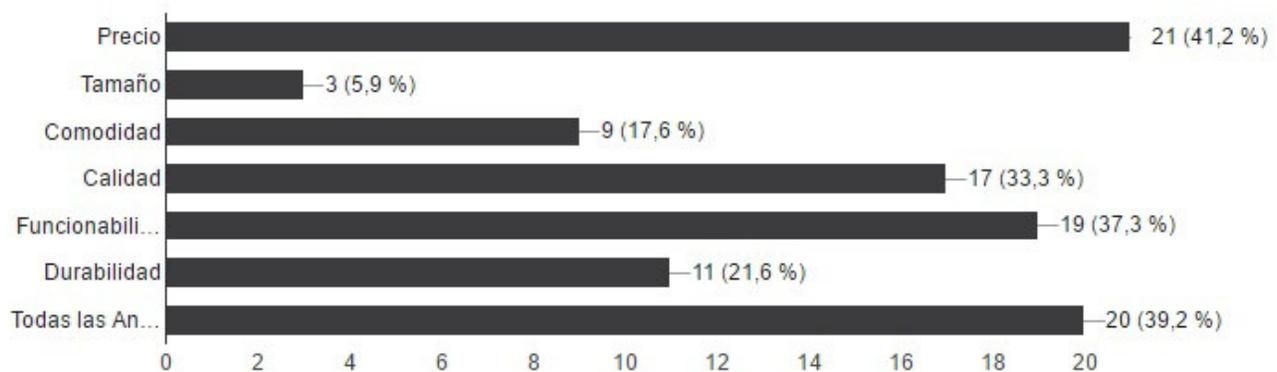
| Medio | Cantidad | Costo unitario | Costo total |
|--------------------------------|--|---|-----------------|
| Mopis | 20 mopis x 12 meses se bonifica 5 emisoras de radio por 1 mes + 4 mopis por 12 + 4 volanteo en un año con 2 edecanes | \$ 170 alquiler (1 cara) \$ 42 impresión \$ 10 seguro | \$ 4,440 |
| Revista Cinematográfica | 1 anuncio (semanal) 5x3" | \$ 150 | \$600 |
| TOTAL | | | \$ 5,040 |

Garantía

Para dar garantía de cada uno de los servicios o productos tenemos en consideración factores que nos ayudaran a brindar un buen desempeño.

Tomamos mucho en cuenta que las personas buscan un precio accesible , que el servicio o producto sea de calidad, que tenga funcionabilidad , sea cómodo tanto en tamaño o confort , lo que nos proporciona la información necesaria para el poder dar una garantía a cada diseño o concepto a realizar dentro de nuestro negocio

9. Que características toma importante a la hora de comprar un producto para la decoración de interior de su hogar ?



Como nos muestra esta tabla las personas buscan en un producto para la decoración del hogar u oficina son indispensables para que Spazio diseño de interiores sea un negocio rentable para el mercado meta.

Ventas Corto, Medio y Largo plazo

Nuestra meta es poder cubrir el mercado meta mediante ventas a cortos y medianos plazos para obtener ingresos mensuales o trimestrales, para obtener un flujo de facturación más alto e incrementar cada mes la rentabilidad del servicio mediante la empresa de diseño de interiores .

Lo que deseamos es incrementar las ventas en un periodo de corto plazo donde buscamos que el cliente actual nos compre de manera habitual y que los clientes potenciales comiencen a buscar como comprar nuestros servicios o productos.

Como uno de nuestros objetivos en ventas a corto plazo es desarrollar estrategias donde nuestros clientes habituales sigan comprando nuestros servicios pues ya que por medio de ellos da vida a la empresa, hay que considerar también la parte de los clientes potenciales que son los que queremos acaparar. Lo que (Spazio Diseño de Interiores) busca es captar una cartera de clientes fijas y de probabilidades de compra del servicio, hay que considerar que la empresa contara con una base de datos de los clientes actuales para llevar un seguimiento de lo que compran, buscan o necesitan, además de información personal (teléfonos, correos electrónicos etc.) con el fin de estar enviando información nueva o actualizada de nuestros servicios o productos.

Una vez hecha una clasificación por medio de los datos adquiridos podremos establecer un incentivo por compra adaptada a cada grupo de clientes , el incentivo puede ser por precios especiales por compras de servicios o de productos , descuentos especiales , cupones para participar en sorteos (de productos) ; ya establecido el incentivo para cada uno de los grupos de clientes se tiene que comunicar rápidamente esta acción promocional a cada cliente por medio de la fuerza de ventas , por publicidad mediante redes sociales o correos .

Para obtener ventas con clientes potenciales (personas, empresas u organizaciones) debemos definirlos por lo que buscan o necesitan de un producto o servicio, tenemos que elaborar una lista de clientes potenciales o identificar características en lo que podamos establecer un incentivo especial para captar la atención de los mismos.

Al tener ya una lista con nombres y apellidos o de características podemos establecer el incentivo especial como cupones de descuento por la primera compra de un producto o del servicio de diseño.

Mediante nuestra investigación de mercado Spazio Diseño de Interiores puede evaluar los gastos e ingresos que puede brindar a través de las ventas del primer año de servicio en diseño de interiores.

Contamos con los siguientes datos reflejados en la siguiente tabla donde percibimos nuestro universo y la demanda a captar, donde nuestro porcentaje de venta será del 8 % según los objetivos generales que establecimos anteriormente, y nuestro universo que será el número de hogares donde realizamos nuestra encuesta esta fue dirigida para tres residenciales dentro del distrito IV y VI de la ciudad de Managua.

| | |
|--|-----------------------------------|
| Porcentaje de Venta Anual | 8% |
| | 0.0067 |
| Universo | 1,235 |
| % de mercado | 89.10 |
| Precio promedio | \$329.20 |
| Cantidad de personas o empresas al mes | |
| | |
| % demanda a captar | 34.0% |
| Calculo de la demanda | 1,100 |
| Tasa de cambio a 29.42 | C\$1, 564, 906 (moneda nacional) |
| Total de ventas \$ de demanda a captar | \$5,321 |

| Ventas mensuales en el 1 er año | |
|---------------------------------|---------------|
| Enero | \$5, 321 |
| Febrero | \$5, 356. 15 |
| Marzo | \$5, 391.86 |
| Abril | \$5,427.80 |
| Mayo | \$5,463 . 99 |
| Junio | \$5, 500.42 |
| Julio | \$5,537.09 |
| Agosto | \$5, 574. 00 |
| Septiembre | \$5, 611.16 |
| Octubre | \$5,648. 57 |
| Noviembre | \$5,686.22 |
| Diciembre | \$5,724. 13 |
| Ventas totales | \$66, 242. 07 |

| Ventas en años | |
|----------------|----------|
| Año 1 | \$66,242 |
| Año 2 | \$71,541 |
| Año 3 | \$77,265 |
| Año 4 | \$83,466 |
| Año 5 | \$90,112 |

Capítulo III La Producción

Producto

Spazio brindara el servicio de diseño de interiores abordando tendencias y estilos que nuestros clientes busquen destacar para el realce de sus hogares o pequeños negocios, siempre tomando en cuenta la distribución de los espacios considerando la psicología ambiental, como el diseño de productos adecuándose al ambiente o a la infraestructura (dimensiones) .

Los precios se establecerán dependiendo las dimensiones de las áreas (Mtrs ²) a diseñar para dar propuesta de Diseño adecuada a los recursos que el cliente esté dispuesto a invertir en sus hogares.

Se evaluara el espacio donde se hará el rediseño o la decoración y conocer el contexto económico, social, cultural e histórico en donde se desarrollara el diseño de interiores.

Especificaciones del producto

Generar y materializar soluciones funcionales, formales y técnicas que permitan el aprovechamiento y la utilización idónea de espacios interiores.

Concebir y desarrollar proyectos de diseño de interiores con criterios que comporten mejora en la calidad, uso y consumo de las producciones.

Dirigir y certificar la realización de proyectos de interiores. Analizar, interpretar, adaptar y producir información relativa a la materialización de los proyectos

Resolver los problemas estéticos, funcionales, técnicos y constructivos que se planteen durante el desarrollo y ejecución del proyecto.

Interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica.

Conocer las características, propiedades físicas y químicas y comportamiento de los materiales utilizados en el diseño de interiores.

Conocer los procesos de fabricación, producción y manufacturado más usuales de los diferentes sectores vinculados al diseño de interiores

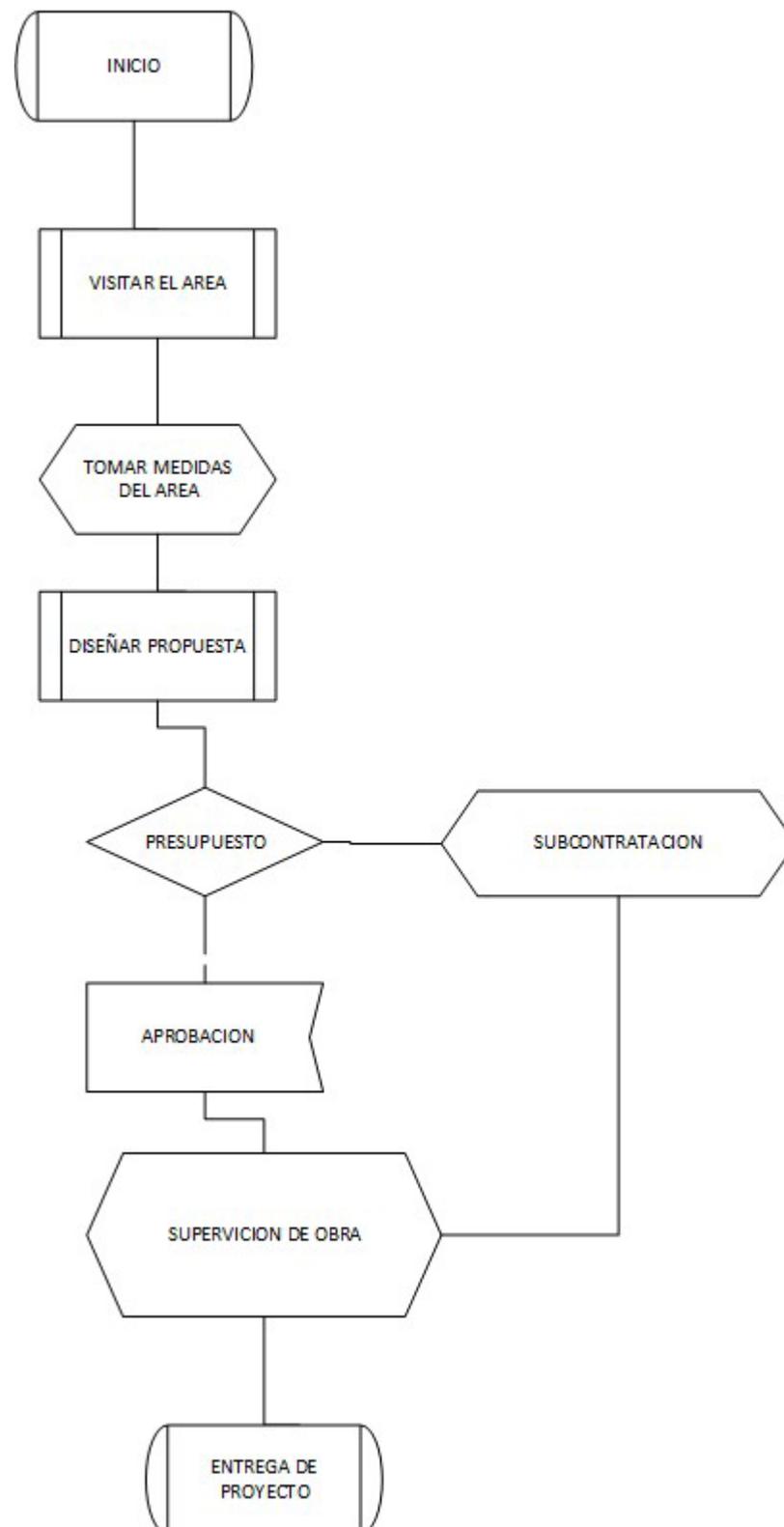
Descripción del proceso de Producción

La empresa Spazio Diseño de interiores creara y realizara el diseño del área o lugar en el cual el cliente necesite realizar cualquier cambio en decoración o remodelación.

En este apartado se describirá el proceso del servicio de Diseño de interiores.

1. Realizar una visita al lugar donde se hará el trabajo de diseño.
2. Observar el local o área en el cual se va proyectar un diseño a fin (estado visual y arquitectónico del sitio)
3. Medir el área por metros
4. Obtener información de parte del cliente, sobre lo que requiere realizar en el área.
5. Mediante la información obtenida se efectuara el proceso de diseño en 2D (Bocetos del área) según la tendencia o estilo de preferencia del cliente
6. Luego se hará un presupuesto sobre los posibles materiales que serán necesarios para realización del diseño en el área seleccionada.
7. Se subcontratara maestro de obras independientes, para realizar los cambios según el diseño.
8. Se llevara seguimiento al proceso de diseño mediante el maestro de obra o por nuestra propia interacción con el área.
9. Supervisar cada detalle del diseño en el área.
10. Ubicar accesorios según el diseño o la tendencia
11. Entregar el servicio de diseño.

Diagrama de flujo del proceso



Características de la Tecnología o equipos

Spazio contara con equipo adecuado para la creación de diseños de interiores donde el cliente podrá visualizar las propuestas que más le agrade según su estilo personalizado.

Equipos tecnológicos

Especificaciones

| Ítems | Descripción | Cantidades | Proveedor | Precio Unitario | Precio total |
|---|--|------------|-----------------|-----------------|--------------|
| Computadora 17-4790k | Core i7 , disco duro 1TB | 3 | Sevasa | \$400 | \$ 1,200 |
| Impresora Epson Eco Tank L1300 | Impresión de 4 colores CMYK Sistema operativo Windows 8, Windows 7, Windows vista, Windows XP, Windows XP Professional x64 Mac OS, | 1 | Librería Jardín | \$ 400 | \$ 400 |
| Cámara Mod. D3100 Profesional Nikon 14 MP | Pantalla led 3" Video en HD Compatible con tarjetas SDHC y SDXC | 1 | Radio Shack | \$270 | \$ 270 |
| Estabilizador de energía | Mod.SL-800UL Capacidad de 800VA/480W | 3 | Sevasa | \$74.75 | \$ 224.25 |
| Aire Acondicionado | FASC12C6AHLW | 4 | Curacao | \$389.96 | \$ 1,559.84 |
| Total | | | | | \$ 3, 654.09 |

Programas para Diseño

| Programas | Descripción | Precio |
|-----------------------------------|--|------------|
| Sketch up | Software de modelo 3D permite modelar en 3D de edificios, paisajes, escenarios, mobiliario , personas y cualquier objeto o articulo Sistema Operativo Windows, Mac OS X | \$695 |
| Autodesk 3ds Max | Es un programa de creación de gráficos y animación 3D desarrollado por autodesk, es uno de los programas de animación, utilizado para la creación de videojuegos, anuncios de tv, en arquitectura o en películas. Sistema operativo Microsoft Windows | \$ 1,470 |
| AutoCAD | Es un software de diseño asistido por computadora utilizado para dibujo 2D y modelo 3D. Con sistema operativo Microsoft Windows , Mac OS | \$ 1,470 |
| Familia Adobe Adobe Ilustrador | Editor de gráficos vectoriales en forma de taller de arte Sistema operativo Microsoft Windows, Mac OS X | \$ 50/ mes |
| Adobe photoshop | Editor de gráficos rasterizados, usado principalmente para retoque de fotografías y gráficos. Sistema operativo Apple Macintosh, Windows | \$ 50/ mes |
| Total | | \$3,735 |

Articulos de Oficinas

| Mobiliario | Cantidad | Distribuidor | Precio Unitario | Precio Total |
|--------------------------------|----------|--------------------------|-----------------|------------------|
| Mesas | 2 | Librería Apolo | \$20 | \$40 |
| Sillas para oficina | 5 | Librerías Jardín | \$ 35 | \$175 |
| Sillas de Espera | 5 | Sevasa | \$27.03 | \$135.15 |
| Marcadores Sharpie | 2 | Librerías Gonper | \$ 12 | \$24 |
| lapices de colores | 2 | Librerías jardín, Gonper | \$ 8 | \$16 |
| Reglas Geometricas | 2 | Librerías jardín, Gonper | \$ 15 | \$30 |
| Lapices Graduados | 2 | Librerías jardín, Gonper | \$3 | \$6 |
| Resma de Papel tamaño carta | 2 | Librerías jardín, Gonper | \$ 6 | \$12 |
| Resma de Papel tamaño tabloide | 1 | Librerías universal | \$ 20 | \$20 |
| Total | | | | \$ 458.15 |

Materia Prima

La materia prima en la empresa Spazio será en su mayoría accesorios decorativos, (cuadros de madera, plástico, yeso)

Lámparas (plásticas y metales compuestos, de luces adaptables)

Plantas ornamentales (naturales y artificiales)

Vasijas de cerámica (tamaño, color y formas) talleres artesanales de la zona de pueblos blanco, zona de san de oriente

Espejos (vidrierías)

Cortinas y cojines (algodón, poliéster, etc.)

Cortinas roller shabe

| Productos / Accesorios | Descripción |
|------------------------|--|
| Cortinas Roller Shabe | Cortina pequeñas hecha con cordón de plástico |
| Cortinas de madera | Combinación de fibras naturales ,versatilidad del control de luz |
| Cortinas Romanas | |
| | |

Capítulo IV La Organización

Objetivos del área de Organización

La empresa Spazio Diseño de Interiores, utiliza una estructura organizacional lineal donde se pone en manifiesto una estructura simple que concentra el poder en los puestos superiores delegando responsabilidades de forma descendente, las ventajas de esta estructura es sencilla y clara, los deberes y responsabilidades de los diferentes miembros y las relaciones entre ellos aparece claramente definidas, se facilita la rapidez de acción y es útil para las pequeñas empresa.

Estructura Organizacional

La organización está estructurada mediante un organigrama circular donde la gerencia general este en el centro de esta y alrededor de ella círculos concéntricos donde figuran los niveles decrecientes. Los puestos de trabajo quedaran definidos en el organigrama tal y como se detalla a continuación



Funciones Específicas del puesto

Personal necesario y definicion de puestos

Administrador:

Este puesto es el más importante dentro del organigrama, su tarea consiste en planificar, organizar, dirigir y controlar todo el proceso productivo, es el responsable del funcionamiento de la empresa y del personal a su cargo. Tiene que tener competencias de liderazgo y carisma para dirigir a todo el equipo de la empresa.

Con la información recibida del departamento de comercialización y de marketing debe ser capaz de planificar la rentabilidad cada mes. Por lo que debe controlar los almacenes, el inventario de insumos y de la adecuada distribución.

Encargado de la innovación y de diseño del departamento Creativo

En la empresa tiene vital importancia el desarrollo de nuevos producto / servicios, El encargado de innovación tiene como funciones organizar, dirigir y controlar todo el proceso de innovación.

Las funciones de diseño consistirán en la elaboración de proyectos a requerimiento del departamento comercial para la presentación hacia los clientes.

El dpto. de representaciones 2 y 3D se encargaran los diseñadores más expertos en estas áreas para obtener mejores resultados en propuestas gráficas , estos a cambio deberán saber utilizar programas aptos para la representación gráfica mediante software como el diseño a mano alzada y prototipos

Administrador

Funciones

- Sera responsable de la gestión global y desarrollo del negocio en la empresa.
- Gestión y dirección de las distintas áreas funcionales: comercial, post venta, técnico, Financiera y de RRHH
- Analiza el posicionamiento de la compañía en el mercado: producto-cliente-competidores-pre-cio-política de servicio definiendo las políticas comerciales más adecuadas.
- Implementa estrategias necesarias para el crecimiento del negocio y optimiza los recursos y equipos para garantizar una buena eficacia organizativa.

Formación y experiencia

- 1.Formación universitaria en Diseño de productos
- 2.Manejo de programas de diseño, área administrativa.
- 3.Persona dinámica, líder, emprendedora.

Gerencia de Producción

En la empresa tiene vital importancia el desarrollo de nuevos productos, para ello tendremos un encargado del departamento Operaciones que tiene como funciones:

- Organizar, dirigir y coordinar todo el proceso creativo e innovación
- Estudiar la viabilidad de proyectos
- Estudio de necesidades de mano de obra y compra de futuras herramientas para el desarrollo de los proyectos.

- Selección de personal necesario en los momentos de expansión del departamento.
- Realización de planes de acción de los proyectos de innovación.

Formación y experiencia

1.Educación universitaria, técnico superior o licenciado en Diseño de Productos, Diseño industrial, Arquitectura.

Departamento Creativo

En la empresa tiene vital importancia el desarrollo de nuevos productos, por cual contamos con empleados con innovación, creatividad.

Funciones

- Búsqueda de nuevas oportunidades en el sector
- Desarrollo de proyectos de innovación
- Realizar planes de acción para el desarrollo de los nuevos productos

Formación y experiencia

- 1.Título superior universitario, con estudios en diseño de productos e innovación, creatividad, marketing
- 2.Experiencia en desarrollo en sistemas operativos de nuevos productos
- 3.Debe tener competencias de creatividad, capacidad de trabajo en equipo y una orientación a la innovación

Gerencia Comercial y Marketing

Funciones

- Investigación de canales de distribución con seguimientos de los principales competidores
- Elaboración y planificación de cómo serán las ventas según la zona geográfica y los distribuidores.
- Diseño de la estrategia de marketing con relación a decisiones con respecto a la distribución, precio, promociones.
- Ser creativo, dinámico y de carácter de liderazgo.
- Contar con un plan de comunicación y publicidad.
- Planificación de visitas a ferias para promover los diseños de interiores para el sector vivienda.
- Los objetivos del diseño será la elaboración de proyectos de ambientación interiorista con el fin que los clientes adquieran el servicio /producto

Formación y experiencia

1. Título universitario con formación en mercadeo y ventas, Publicidad
2. Contar con 5 años de experiencia.

Departamento de Ventas / Marketing

Funciones

- Búsqueda y captación de nuevos clientes o empresas
- Presentación y negociación de nuestro producto con empresas cliente para sus campañas de viviendas, promociones.
- Creación y mantenimiento de la base de datos de contactos.
- Formación de experiencia en ventas y aptitud comercial
- Capacidad de trabajar en equipo y por objetivos.
- Contar con la capacidad de negociación, dinamismo y buena presencia.
- Buen manejo App para el control de cartera de clientes.
- Disponibilidad para viajar a nivel nacional para promover la venta de nuestros productos o servicios.

Formación y experiencia

1. Título de grado medio (técnico superior en Marketing y ventas , Publicidad)
2. Contar con 3 años de experiencia

Gerente Financiero

Funciones

- Dirección estratégica de la empresa
- Responsabilidad de un sistema de gestión de transacciones financieras, contabilidad
- Desarrollo de un sistema de eficiencia y eficacia
- Elaboración de cierre en balances anuales
- Planificación del presupuesto y planificación a medio Plazo.

Formación y Experiencia

1. Título universitario en Administración de empresas / Contabilidad
2. Experiencia de 3 a 5 años en un puesto de característica similar

Administración de Sueldo y Salario

Respecto al personal necesario, el primer año de actividad la empresa contara con un planilla interna compuesta por 4 personas que se ampliara a 10 a partir del tercer año hasta el quinto año. Se hará contratación de servicios profesionales de Contabilidad en periodo mensual correspondiente a cada año.

| Cargos | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Gerencia general | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| Gerente Administrativo | | | 1 | 1 | 1 |
| Gerente Financiero | | | 1 | 1 | 1 |
| Gerente de Producción | | | 1 | 1 | 1 |
| Gerente de Operaciones | | | 1 | 1 | 1 |
| Gerente de Marketing y Publicidad | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Operario Creativo | | | 2 | 2 | 2 |
| Diseñador en 2D y 3D | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| Total | 4 | 4 | 10 | 10 | 10 |

Planilla correspondiente en el primer y segundo año de la empresa .

| Cargo | Salario Mensual | H.E | Tasa H. E | Monto H. E | Antigüedad | Ingreso Bruto | INSS | IR | Deducion | Ingreso Neto | INSS Patronal | INATEC | Vacaciones | Aguinaldo |
|---------------|-----------------|-----|-----------|------------|-------------|---------------|-----------|-----------|-------------|--------------|---------------|-------------|-------------|-------------|
| Administrador | C\$12,000.00 | | C\$100.00 | C\$0.00 | C\$1,080.00 | C\$13,080.00 | C\$817.50 | C\$589.38 | C\$1,406.88 | C\$11,673.13 | C\$2,223.60 | C\$1,177.20 | C\$1,090.00 | C\$1,090.00 |
| Marketing | C\$10,000.00 | | C\$83.33 | C\$0.00 | C\$900.00 | C\$10,900.00 | C\$681.25 | C\$282.81 | C\$964.06 | C\$1,406.88 | C\$1,853.00 | C\$981.00 | C\$908.33 | C\$908.33 |
| Diseñador | C\$8,000.00 | | C\$66.67 | C\$0.00 | C\$720.00 | C\$8,720.00 | C\$545.00 | C\$0.00 | C\$545.00 | C\$9,935.94 | C\$1,482.40 | C\$784.80 | C\$726.67 | C\$726.67 |
| Diseñador | C\$8,000.00 | | C\$66.67 | C\$0.00 | C\$720.00 | C\$8,720.00 | C\$545.00 | C\$0.00 | C\$545.00 | C\$8,175.00 | C\$1,482.40 | C\$784.80 | C\$726.67 | C\$726.67 |
| Agente de Vta | C\$7,600.00 | | C\$63.33 | C\$0.00 | C\$684.00 | C\$8,284.00 | C\$517.75 | C\$0.00 | C\$517.75 | C\$8,175.00 | C\$1,408.28 | C\$745.56 | C\$690.33 | C\$690.33 |
| Contador | C\$6,000.00 | | C\$50.00 | C\$0.00 | C\$540.00 | C\$6,540.00 | C\$408.75 | C\$0.00 | C\$408.75 | C\$6,131.25 | C\$1,111.80 | C\$588.60 | C\$545.00 | C\$545.00 |

Recursos Humanos

El programa de recursos humanos se implementará cuando la empresa ya haya alcanzado algunos de sus objetivos estratégicos a partir de ese momento se formara el organigrama posteriormente explicado; así en un primer momento las funciones de director general, gerencia administrativa, gerencia comercial, gerencia de producción serán realizadas por dos únicas personas, ellos serán los socios fundadores y optaran por modelo de remuneración de un salario por beneficios obtenidos al final de año.

La gestión de nuestra empresa será como una PYME es por ello que la comunicación deberá ser directa y fluida entre los empleados.

Selección y Contratación de Personal

Los objetivos de la selección de personal es encontrar trabajadores idóneos con quienes se pretende a trabajar dentro de la empresa, donde se busca nuevos talentos que sepan trabajar en equipo cumpliendo en si metas propias y organizacionales con disciplina y la capacidad de compartir conocimientos e información para aprender y crecer profesional y personalmente.

Los tipos de técnicas que Spazio utilizara será por medio de entrevista personal donde se permitirá una mejor selección al conocer las reacciones del candidato , también permite su perfil motivacional; además de test cognitivos donde se nos permitirá acceder al nivel de conocimientos que poseen los candidatos es decir conocer sus habilidades y aspectos psicológicos.

Mediante el proceso de entrevista se busca desarrollar una conversación que sostiene un propósito definido un intercambio de expresiones, para realizar una entrevista se debe preparar con anticipación y tener objetivos específicos mediante la información recopilada del candidato donde también se tomara en cuenta el comportamiento del candidato y el contenido de la entrevista , al término de esta se considerara la información que el candidato haya brindado para así poder tomar medidas o evaluación sobre este.

Las preguntas dentro de la entrevista deben tener armonía y relajar al candidato, darle la libertad de responder con sus propias palabras para evitar que haya presión o estrés.

Los requisitos que debe presentar el candidato deberán ser los siguientes:

- Curriculum Vitae
- Certificado de Salud
- Record de policía
- Portafolio de trabajos realizados anteriormente
- Manejo de programas (paquete adobe, paquete Autodesk)
- Ilustraciones Formales
- Carta de egresado o diploma universitario de carreras afines al diseño.

Las solicitudes de empleo se recepcionaran por medio de correo o por medio de entrega de documentos a las instalaciones de la empresa.

Capacitación de Personal

Es toda actividad en una organización, respondiendo a sus necesidades buscando mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.

La necesidad de capacitación surge cuando hay diferencia entre lo que una persona debería saber para desempeñar una tarea y lo que sabe realmente, estas diferencias suelen ser descubiertas a través de evaluaciones de desempeño o en la descripciones de perfil de puesto.

Una de las principales responsabilidades de la supervisión es adelantarse a los cambios previendo demandas futuras de capacitación y hacerlo según las aptitudes y el potencial de cada individuo.

Los campos de aplicación de la capacitación son varios, la empresa generalmente llega a tomar en cuenta:

Inducción: esta se brinda a los empleados recién ingresados, donde generalmente lo hacen los supervisores de la empresa, RRHH establece por escrito las pautas de modo de que la acción sea uniforme y planificada.

La organización interna de la empresa invierte recursos con cada colaborador al seleccionarlo, incorporarlo y capacitarlo, donde se debe conocer el potencial de cada individuo permitiendo alcanzar un techo laboral y se pueda alcanzar posiciones más elevadas. La capacitación está pensada para mejorar la productividad de la empresa también tiene importantes efectos sociales, los conocimientos adquiridos por cada persona no solo lo perfeccionan para trabajar sino también para su vida.

Desarrollo de Personal

Spazio diseño de interiores tomara en cuenta el desarrollo de personal lo cual busca la superación personal, crecimiento , cambio personal o desarrollo humano, donde se busca la transformación mediante el cual la persona adopte nuevas ideas o formas de pensamiento que permitan generar nuevos comportamientos y actitudes para el mejoramiento de su calidad de vida .

Es necesario comenzar este proceso es necesario pasar por un cierto grado de insatisfacción con lo que hacemos o estar en una situación de vida lo suficientemente incomoda. Es importante tomar conciencia de que la calidad de vida que tenemos, es el resultado de los pensamientos y actitudes que hemos mantenido hasta el día de hoy.

Consideramos algunas características personales que ayudaran a ser un mejor profesional Los valores donde la persona debe ser integra y honesta que sea de forma consecuente, son aspectos que están unidos y que deben reflejarse en la manera de actuar en el puesto de trabajo. Humildad lo que es virtud que se aprender y se ejercita a lo largo de la vida.

Optimismo ver las cosas desde un punto de vista positivo se trasladara al ámbito laboral, Constancia el ser persistente y trabajar duro es fundamental para lograr los objetivos profesionales.

Compromiso, la mayoría de las empresas exigen hoy un compromiso, donde se debe de tener en mente que la empresa es como propia, vivir con éxito y fracasos como si fueran personales.

Organización ser organizado resulta muy útil en el ámbito laboral y en el personal, donde se valora muy positivamente a una persona que sea capaz de planificar una serie de acciones y cumplir con lo pautado.

Competencias profesionales que llevan a mejorar el desarrollo personal

Iniciativa: ser capaz de tomar decisiones, de iniciar proyectos y de impulsar acciones y facilita el logro de proyectos personales.

Liderazgo: desarrollar una serie de cualidades que incorporara al mismo tiempo a su vida privada como por ejemplo a capacidad para tomar decisiones, identificar los objetivos o el gestionar equipos.

Gestión del trabajo: saber gestionar bien sus ocupaciones laborales serna también capaz de hacer lo propio en el ámbito personal, tener una actitud tolerante y abierta facilita la interacción con otras personas a nivel personal y profesional.

Flexibilidad: es vital y permite adaptarse no solo a las condiciones de trabajo, sino también a quienes se encuentra alrededor.

Trabajo en equipo: trabajar en equipo es fundamental y aprender hacerlo no tan sencillo como podemos pensar, requiere ser humildes y saber escuchar.

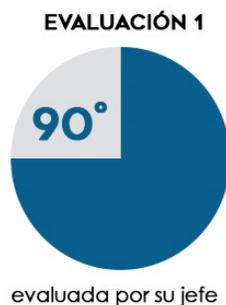
Se debe tener en consideración consejos útiles como el autoconocimiento donde se conoce lo profesional como lo personal, sus puntos fuertes y debilidades.

Evaluación de desempeño

La evaluación del desempeño es una interacción formal entre un empleado y un supervisor o jefe, donde se evalúa y se discute completamente a detalle las fortalezas y debilidades observadas en el empleado y también identificando las oportunidades de desarrollo profesional.

Se pueden definir ciertas modalidades de evaluación de desempeño de acuerdo a su periodo y duración; donde el objetivo de la evaluación es definir las responsabilidades, conocimientos y funciones del cargo. Además de evaluaciones psicológicas donde se califican la habilidad intelectual del trabajador, su estabilidad emocional, habilidades analíticas y otras características.

La evaluación puede ser por grados (90°, 180°, 360°)



Spazio toma en cuenta la evaluación 360° por ser una herramienta útil para conocer y retroalimentar el desempeño laboral

Spazio Diseño de Interiores
 Evaluación de desempeño y conducta laboral profesional y técnico

| Período | | Fecha de Evaluación | | | |
|--|--|---|---|---|--|
| Nombre y Apellidos | | | | | |
| Cargo y Nivel | | | | | |
| | | | | | |
| Parámetros | Niveles Valorativos | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Planificación | Buena planificación | Excelente nivel de planificación | Le es difícil planificar las actividades de su área | Tiene inconveniente para planificar | Planifica con facilidad las actividades |
| Responsabilidad | Falla en el cumplimiento de los objetivos | Cumple con responsabilidades | Muy responsable en sus funciones | Asume funciones encomendadas | Excelente grado de responsabilidades |
| Iniciativa | Asigna las tareas claras y precisas | Realiza aporte para mejorar el trabajo | Carece de iniciativa | Se apeg a la rutina establecida | Se apeg a la rutina y a veces logra sus objetivos |
| Oportunidad | No todos los trabajos cumple en tiempo | Entrega sus trabajos con tiempo | Cumple con los plazos en fechas solicitadas | Entrega trabajos después de la fecha | No cumple con los plazos fijados |
| calidad del trabajo | Realiza excelentes trabajos | Realiza trabajos con un mínimo de error | La calidad de trabajo es promedio | Son mayores los errores que aciertos | Frecuentemente incurre en errores apreciables |
| confiabilidad y discreción | No sabe diferenciar la información | Sabe usar información con fines discretos y constructivos | Es prudente y guarda la información | Indiscreto nada confiable | Sabe diferenciar la información |
| Relaciones interpersonales | Mantiene equilibrio emocional y buenos modales | No muestra preocupación ni colaboración | Descortés en el trato Ocasiona quejas | No siempre manifiesta buen trato a terceros | Muestra amabilidad con todos, fácil comunicación, seriedad y respeto |
| cumplimiento de las normas de la empresa | A veces no muestra respeto a la empresa | Siempre cumple con las normas generales | Cumple con las normas se le recuerda siempre | No cumple con las normas | Casi siempre cumple las normas |

Nombre del Evaluador: _____

Cargo y nivel del evaluador: _____

Nombre / Profesión del evaluado: _____

Capítulo V Las Finanzas

Sistema Contable de la Empresa

Según el código de comercio de la republica de Nicaragua en su título II de la contabilidad mercantil decreta en su art.28 los comerciantes llevaran necesariamente

:

1. un libro de inventario y balance
2. un libro Diario
3. un libro Mayor
4. un libro Copiador de cartas y telegramas

Las sociedades o compañías mercantiles o industriales llevaran también un libro de actas, un libro de inscripción de las acciones nominativas y de las remuneratorias y un talonario de las acciones al portador.

El art.29 menciona que la contabilidad será llevada por partida doble.

Los libros con excepción del Libro Copiador de Cartas y Telegramas, deberán inscribirse en idioma castellano.

El art.30 podrá llevar los comerciantes los demás libros que estimen convenientes pero para que puedan aprovecharles en juicio han de estar escritos en castellano y reunir los requisitos prevenidos en los art.32 y 41.

Arto. 32. Presentarán los comerciantes todos los libros a que se refiere el artículo 28, con excepción del Libro Copiador de Cartas y Telegramas, encuadernados, foliados y forrados, al Registrador Mercantil de la jurisdicción donde tuviesen su establecimiento comercial o industrial, para que ponga en el primer folio de cada uno, nota firmada y sellada de los que tuviere el libro, con expresión del nombre del comerciante.

Se estampará, además, en todas las hojas de cada libro, el sello del registro, y se fijará en ellas el timbre correspondiente al impuesto establecido por la ley.

Arto. 42. Los comerciantes salvarán a continuación, inmediatamente que los adviertan, los errores u omisiones en que incurrieren al escribir los libros; explicando con claridad en qué consisten y extendiendo el concepto tal como debiera haberse estampado.

Si hubiere transcurrido algún tiempo desde que el yerro se cometió, o desde que se incurrió en la omisión, harán el oportuno asiento de rectificación, añadiendo al margen del asiento equivocado, una nota que indique la corrección.

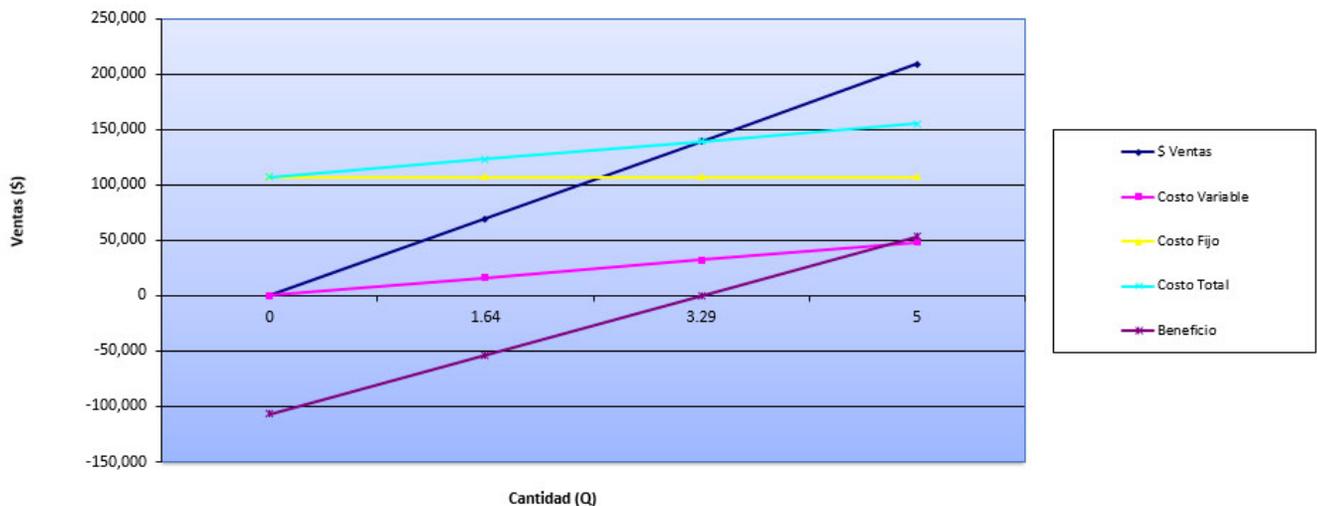
Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO

| Datos iniciales | | |
|------------------|---------|---|
| Precio Venta | 42,366 | precio de ventas al mes según las empresas a trabajar (4.32) |
| Costo Unitario | 9,807 | precio promedio de ventas sobre Mtrs² , según la tasa de cambio de la moneda extranjera |
| Gastos Fijos Mes | 107,031 | la suma de todos los gastos fijos del mes |
| Q Equilibrio | 3.29 | Numero de ventas necesarias para obtener ganancia al mes |
| \$ Equilibrio | 139,268 | Pto de Equilibrio en ventas netas en moneda nacional (Cordobas) |

| Datos para el gráfico | | PERDIDA | P.E. | UTILIDAD |
|-----------------------|----------|---------|---------|----------|
| Q = Ventas | 0 | 1.64 | 3.29 | 5 |
| \$ Ventas | 0 | 69,634 | 139,268 | 208,902 |
| Costo Variable | 0 | 16,119 | 32,238 | 48,356 |
| Costo Fijo | 107,031 | 107,031 | 107,031 | 107,031 |
| Costo Total | 107,031 | 123,149 | 139,268 | 155,387 |
| Beneficio | -107,031 | -53,515 | 0 | 53,515 |

Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 3.287 unidades al mes



$$P \times Q = CF + (Cvu \times Q)$$

$$Q = CF / P - Cv$$

$$Q = CF / P - Cv$$

P= precio

$$Q = 107,031 / 42,366 - 9807$$

Q= Cantidad

$$Q = 107,031 / 32,559$$

Cf= costos fijos

Cvu= Costos Variable unitario

$$Q = 3.29 \text{ unidades}$$

Dónde:

> 0 es ganancia

< 0 es perdida

= 0 no hay ganancia, ni perdida

Spazio Diseño de Interiores

| Enter Values | |
|-----------------------------|----------------|
| Loan Amount | C\$ 595,800.00 |
| Annual Interest Rate | 22.00 % |
| Loan Period in Years | 5 |
| Number of Payments Per Year | 12 |
| Start Date of Loan | 1/1/2017 |
| Optional Extra Payments | |

| Loan Summary | |
|------------------------------|---------------|
| Scheduled Payment | C\$ 16,455.35 |
| Scheduled Number of Payments | 60 |
| Actual Number of Payments | 60 |
| Total Early Payments | C\$ - |
| Total Interest | \$ 391,520.87 |

Lender Name: ALEXANDRA DAVILA VARGAS

| Pmt No. | Payment Date | Beginning Balance | Scheduled Payment | Extra Payment | Total Payment | Principal | Interest | Ending Balance |
|---------|--------------|-------------------|-------------------|---------------|---------------|-----------|-----------|----------------|
| 1 | 1/2/2017 | C\$ 595,800.00 | C\$ 16,455.35 | - | 16,455.35 | 5,532.35 | 10,923.00 | 590,267.65 |
| 2 | 1/3/2017 | 590,267.65 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 5,633.77 | 10,821.57 | 584,633.88 |
| 3 | 1/4/2017 | 584,633.88 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 5,737.06 | 10,718.29 | 578,896.82 |
| 4 | 1/5/2017 | 578,896.82 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 5,842.24 | 10,613.11 | 573,054.58 |
| 5 | 1/6/2017 | 573,054.58 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 5,949.35 | 10,506.00 | 567,105.23 |
| 6 | 1/7/2017 | 567,105.23 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 6,058.42 | 10,396.93 | 561,046.81 |
| 7 | 1/8/2017 | 561,046.81 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 6,169.49 | 10,285.86 | 554,877.32 |
| 8 | 1/9/2017 | 554,877.32 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 6,282.60 | 10,172.75 | 548,594.73 |
| 9 | 1/10/2017 | 548,594.73 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 6,397.78 | 10,057.57 | 542,196.95 |
| 10 | 1/11/2017 | 542,196.95 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 6,515.07 | 9,940.28 | 535,681.88 |
| 11 | 1/12/2017 | 535,681.88 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 6,634.51 | 9,820.83 | 529,047.36 |
| 12 | 1/1/2018 | 529,047.36 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 6,756.15 | 9,699.20 | 522,291.22 |
| 13 | 1/2/2018 | 522,291.22 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 6,880.01 | 9,575.34 | 515,411.21 |
| 14 | 1/3/2018 | 515,411.21 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 7,006.14 | 9,449.21 | 508,405.07 |
| 15 | 1/4/2018 | 508,405.07 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 7,134.59 | 9,320.76 | 501,270.48 |
| 16 | 1/5/2018 | 501,270.48 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 7,265.39 | 9,189.96 | 494,005.09 |
| 17 | 1/6/2018 | 494,005.09 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 7,398.59 | 9,056.76 | 486,606.50 |
| 18 | 1/7/2018 | 486,606.50 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 7,534.23 | 8,921.12 | 479,072.27 |
| 19 | 1/8/2018 | 479,072.27 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 7,672.36 | 8,782.99 | 471,399.92 |
| 20 | 1/9/2018 | 471,399.92 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 7,813.02 | 8,642.33 | 463,586.90 |
| 21 | 1/10/2018 | 463,586.90 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 7,956.25 | 8,499.09 | 455,630.65 |
| 22 | 1/11/2018 | 455,630.65 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 8,102.12 | 8,353.23 | 447,528.53 |
| 23 | 1/12/2018 | 447,528.53 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 8,250.66 | 8,204.69 | 439,277.87 |
| 24 | 1/1/2019 | 439,277.87 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 8,401.92 | 8,053.43 | 430,875.95 |
| 25 | 1/2/2019 | 430,875.95 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 8,555.96 | 7,899.39 | 422,319.99 |
| 26 | 1/3/2019 | 422,319.99 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 8,712.81 | 7,742.53 | 413,607.18 |
| 27 | 1/4/2019 | 413,607.18 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 8,872.55 | 7,582.80 | 404,734.63 |
| 28 | 1/5/2019 | 404,734.63 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 9,035.21 | 7,420.13 | 395,699.42 |
| 29 | 1/6/2019 | 395,699.42 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 9,200.86 | 7,254.49 | 386,498.56 |
| 30 | 1/7/2019 | 386,498.56 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 9,369.54 | 7,085.81 | 377,129.02 |
| 31 | 1/8/2019 | 377,129.02 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 9,541.32 | 6,914.03 | 367,587.70 |
| 32 | 1/9/2019 | 367,587.70 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 9,716.24 | 6,739.11 | 357,871.46 |
| 33 | 1/10/2019 | 357,871.46 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 9,894.37 | 6,560.98 | 347,977.09 |
| 34 | 1/11/2019 | 347,977.09 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 10,075.77 | 6,379.58 | 337,901.32 |
| 35 | 1/12/2019 | 337,901.32 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 10,260.49 | 6,194.86 | 327,640.83 |
| 36 | 1/1/2020 | 327,640.83 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 10,448.60 | 6,006.75 | 317,192.23 |
| 37 | 1/2/2020 | 317,192.23 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 10,640.16 | 5,815.19 | 306,552.08 |
| 38 | 1/3/2020 | 306,552.08 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 10,835.23 | 5,620.12 | 295,716.85 |
| 39 | 1/4/2020 | 295,716.85 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 11,033.87 | 5,421.48 | 284,682.98 |
| 40 | 1/5/2020 | 284,682.98 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 11,236.16 | 5,219.19 | 273,446.82 |
| 41 | 1/6/2020 | 273,446.82 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 11,442.16 | 5,013.19 | 262,004.66 |
| 42 | 1/7/2020 | 262,004.66 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 11,651.93 | 4,803.42 | 250,352.73 |
| 43 | 1/8/2020 | 250,352.73 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 11,865.55 | 4,589.80 | 238,487.19 |
| 44 | 1/9/2020 | 238,487.19 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 12,083.08 | 4,372.27 | 226,404.10 |
| 45 | 1/10/2020 | 226,404.10 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 12,304.61 | 4,150.74 | 214,099.50 |
| 46 | 1/11/2020 | 214,099.50 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 12,530.19 | 3,925.16 | 201,569.31 |
| 47 | 1/12/2020 | 201,569.31 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 12,759.91 | 3,695.44 | 188,809.40 |
| 48 | 1/1/2021 | 188,809.40 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 12,993.84 | 3,461.51 | 175,815.55 |
| 49 | 1/2/2021 | 175,815.55 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 13,232.06 | 3,223.29 | 162,583.49 |
| 50 | 1/3/2021 | 162,583.49 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 13,474.65 | 2,980.70 | 149,108.84 |
| 51 | 1/4/2021 | 149,108.84 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 13,721.69 | 2,733.66 | 135,387.16 |
| 52 | 1/5/2021 | 135,387.16 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 13,973.25 | 2,482.10 | 121,413.91 |
| 53 | 1/6/2021 | 121,413.91 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 14,229.43 | 2,225.92 | 107,184.48 |
| 54 | 1/7/2021 | 107,184.48 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 14,490.30 | 1,965.05 | 92,694.18 |
| 55 | 1/8/2021 | 92,694.18 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 14,755.95 | 1,699.39 | 77,938.23 |
| 56 | 1/9/2021 | 77,938.23 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 15,026.48 | 1,428.87 | 62,911.75 |
| 57 | 1/10/2021 | 62,911.75 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 15,301.97 | 1,153.38 | 47,609.78 |
| 58 | 1/11/2021 | 47,609.78 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 15,582.50 | 872.85 | 32,027.28 |
| 59 | 1/12/2021 | 32,027.28 | 16,455.35 | - | 16,455.35 | 15,868.18 | 587.17 | 16,159.10 |
| 60 | 1/1/2022 | 16,159.10 | 16,455.35 | - | 16,159.10 | 15,862.85 | 296.25 | 0.00 |

Spazio Diseño de Interiores S.A

Balance General al 31 de Diciembre de 2017

ACTIVO

| | |
|--------------------------------|-------------------------|
| Activo Circulante | |
| Caja | C\$ 595,800.00 |
| Bancos | |
| Inversiones a corto plazo | |
| Cuentas por cobrar | |
| Inventario | C\$ 278,768.99 |
| Total Activo Circulante | C\$ 874,568.99 |
| Activo Fijo | |
| Edificios | |
| Terrenos | |
| Depreciación acumulada | |
| Mobiliario y equipo. | C\$ 58,648.00 |
| Depreciación acumulada | C\$ 4,887.33 |
| Equipo de transporte | |
| Depreciación acumulada | |
| Equipo de cómputo | C\$ 220,120.99 |
| Depreciación acumulada | C\$ 3,668.66 |
| Total Activo Fijo | C\$ 287,324.98 |
| Activo diferido | |
| Rentas pagadas por anticipado | C\$ 5,958.00 |
| Otros activos diferidos | |
| Total Activo Diferido | C\$ 5,958.00 |
| SUMA DEL ACTIVO | C\$ 1,167,851.97 |

PASIVO

| | |
|---|-------------------------|
| Pasivo Circulante | |
| Proveedores | C\$ |
| Acreedores | |
| Intereses por pagar | C\$ 391,520.87 |
| IVA por pagar | C\$ 16,455.35 |
| Anticipo de clientes | C\$ |
| Total Pasivo Circulante | C\$ 407,976.22 |
| Pasivo a Largo Plazo | |
| Documentos por pagar a largo plazo | C\$ 595,800.00 |
| Total Pasivo Circulante | C\$ 595,800.00 |
| SUMA DEL PASIVO | C\$ 1,003,776.22 |
| CAPITAL CONTABLE | |
| Capital Social | |
| Reservas | C\$ 164,075.75 |
| Resultados de ejercicios anteriores | |
| Resultados del ejercicio | |
| Total Capital contable | C\$ 164,075.75 |
| SUMA DEL CAPITAL CONTABLE | C\$ 164,075.75 |
| SUMA DEL PASIVO + CAPITAL CONTABLE | C\$ 1,167,851.97 |

SPAZIO DISEÑO DE INTERIORES

Estado de resultados
Al 31 de enero de 2017

| | | | |
|-------------------------------------|-----|------------|----------------|
| Ingresos: | | | |
| Ventas brutas | C\$ | 413,530.05 | |
| Menos: | | | |
| Devoluciones y provisiones | | | C\$ 413,530.05 |
| Ventas netas | | | |
| | C\$ | 158,503.05 | C\$ 158,503.05 |
| Costo de las ventas | | | |
| | C\$ | | C\$ 255,027.00 |
| Ganancia (pérdida) bruta | | | |
| Gastos Generales y Administrativos: | | | |
| Publicidad | C\$ | 12,500.00 | |
| Amortización | | | |
| Incobrables | | | |
| Gastos bancarios | | | |
| Donaciones de beneficencia | | | |
| Comisiones | | | |
| Mano de obra contratada | C\$ | | |
| Gastos de tarjetas de crédito | | | |
| Gastos de entrega | | | |
| Depreciación | | | |
| Membresías y suscripciones | | | |
| Seguros | C\$ | 12,426.00 | |
| Intereses | | | |
| Mantenimiento | C\$ | 1,000.00 | |
| Varios | C\$ | | |
| Gastos administrativos | | | |
| Gastos operativos | C\$ | 872.19 | |
| Impuestos sobre salarios | C\$ | - | |
| Permisos y licencias | C\$ | - | |
| Franqueo postal | C\$ | 6,000.00 | |
| Honorarios profesionales | C\$ | | |
| Impuestos sobre la propiedad | C\$ | | |
| Alquileres | C\$ | 4,468.50 | |
| Reparaciones | C\$ | 2,000.00 | |
| Teléfono e Internet | C\$ | 1,500.00 | |
| Viajes | | | |
| Servicios públicos | C\$ | 6,000.00 | |
| Gastos de los vehículos | C\$ | 1,500.00 | |
| Sueldos y salarios | C\$ | 45,600.00 | |
| Total de gastos | | | C\$ 93,866.69 |
| Total costos más gastos | | | C\$ 252,369.74 |
| Ganancia (pérdida) neta | | | C\$ 161,160.31 |

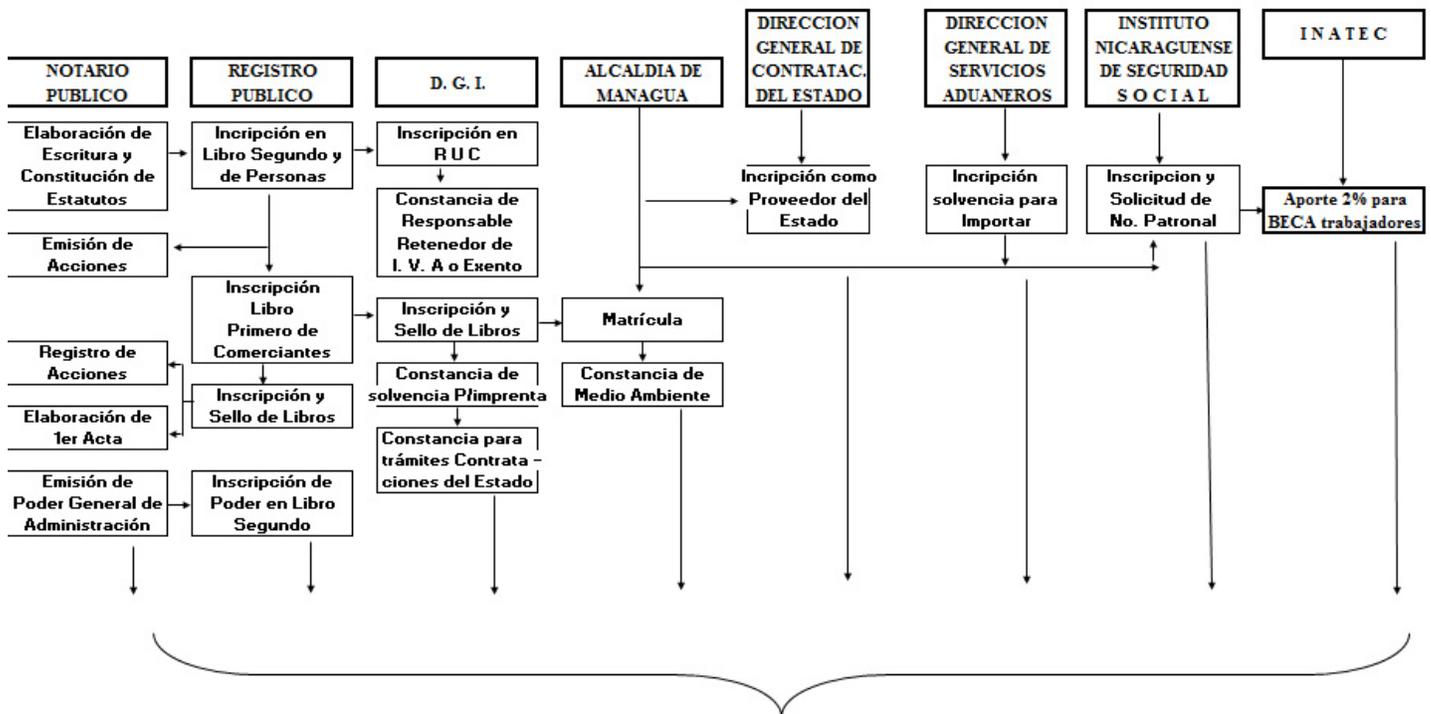
Capítulo VI El marco legal

Spazio Diseño de Interiores es una empresa bajo sociedad anónima la cual es reconocida en el código de comercio de la republica de Nicaragua en su art.118 ; según el capítulo V de las compañías anónimas sección I menciona en su art.201 La sociedad anónima es una persona jurídica formada por la reunión de un fondo común, suministrado por accionistas responsables sólo hasta el monto de sus respectivas acciones, administrada por mandatarios revocables, y conocida por la designación del objeto de la empresa.

Arto. 202. La sociedad anónima puede constituirse por dos o más personas que suscriban la escritura social que contenga todos los requisitos necesarios para su validez, según el artículo 124.

La Junta General de accionistas convocada en los términos que establezca dicha escritura, emitirá los estatutos de la sociedad.

DOCUMENTOS LEGALES Y TRAMITES NECESARIOS PARA LA CONSTITUCION E INICIO DE OPERACIONES DE SOCIEDAD MERCANTIL



TESTIMONIO

ESCRITURA NÚMERO CUARENTA Y CUATRO (44).- CONSTITUCIÓN Y ESTATUTOS DE SOCIEDAD ANÓNIMA “SPAZIO DISEÑO DE INTERIORES”.- En la ciudad de Managua, Departamento de Managua, República de Nicaragua, a las tres y diez minutos de la tarde del día dos de Agosto del Año, de Nuestro Señor, dos mil dieciséis. ANTE MÍ: EDDY ANTONIO SÁNCHEZ MARTÍNEZ, mayor de edad, casado, Abogado y Notario Público de República de Nicaragua, del domicilio de la ciudad de Managua, Departamento de Managua, identificado con Cédula de Identidad Número cero, cero, uno, guión, uno, cinco, cero, uno, ocho, dos, guión, cero, cero, dos, cero, H (001-150182-0020H) y Carnet de la Corte Suprema de Justicia Número dieciocho mil doscientos noventa y tres (18,293), debidamente autorizado para ejercer la Noble Institución del Notariado por la Corte Suprema de Justicia durante el quinquenio que inició el día siete de Diciembre del año, de Nuestro Señor, dos mil once y concluirá el día seis de Diciembre del año, de Nuestro Señor, dos mil dieciséis.----- Comparecen los señores: LASTEYNER HUEL MARTINEZ ZAMORA, quien es mayor de edad, Diseñador de Productos, nacional de la República de Nicaragua, del domicilio de la ciudad de Managua, Departamento de Managua, identificado con cédula de identidad cero, cero, uno, guión, uno, seis, uno, dos, nueve, tres, guión, cero, cero, cero, cinco, F (001-161293-0005F), KATERINNE JANNYA GUTIERREZ CHAVARRIA, quien es mayor de edad, Diseñadora de Productos, nacional de la República de Nicaragua, del domicilio de la ciudad de Managua, Departamento de Managua, identificada con cédula de identidad uno, seis, uno, guión, cero, uno, cero, cuatro, ocho, nueve, guión, cero, cero, cero, tres, X (161-010489-0003X) ----- Doy fe de no conocer personalmente a los comparecientes, pero de que éstos tienen a mi juicio la capacidad legal necesaria para obligarse y contratar, especialmente para el otorgamiento de este acto o contrato en el que proceden en su propio nombre, representación e interes. ----- En este estado intervienen de manera conjunta los comparecientes y dicen: CLÁUSULA PRIMERA: (CONSTITUCIÓN, DENOMINACIÓN Y DOMICILIO).- La sociedad se denominara: SPAZIO DISEÑO DE INTERIORES, SOCIEDAD ANÓNIMA y será conocida comercialmente como “SPAZIO DISEÑO DE INTERIORES”. O BIEN SPAZIO DISEÑO DE INTERIORES, S. A.- Que la sociedad tendrá su domicilio social en la ciudad de Managua, Departamento de Managua, pudiendo establecer agencias o sucursales en cualquier parte del país y aún fuera de la República. CLÁUSULA SEGUNDA: (OBJETO): A)- La sociedad tendrá como objeto principal la de importar, distribuir, vender, comercializar. B)- Representar corporaciones nacionales o extranjeras, actuando como agente o apoderado de dichas casas, que se dediquen al ramo referido al diseño de interiores A)-. C)- Producir y Distribuir productos en general, D)- Realizar todas las actividades que sean necesarias para brindar todo tipo de asesorías y capacitaciones en instituciones públicas o privadas.

E)- Podrá también dedicarse a la Importación, Exportación, y Comercialización de toda clase de productos F)-. Suscribir y ser parte de cualquier tipo de contrato, convenio u obligación con cualquier persona, compañía o entidad, ya sea Privada, Pública, Municipal, Nacional o Extranjera. G)- Participar en la Organización, formación y constitución de Sociedades de giro idéntico, similar o distinto a ella y en cualquier tipo de actividades lícitas sin excepción alguna, ya sea dentro o fuera de la República de Nicaragua y sin ninguna limitación. I)- Hacer cualquier negocio lícito aunque no sea semejante al objeto relacionado en la presente Escritura de constitución o en sus reformas, pudiendo la Sociedad en cumplimiento de su objeto Social, adquirir toda clase de Bienes muebles e inmuebles, emitir, endosar y realizar todo tipo de operaciones bancarias, abrir y manejar cuentas corrientes en moneda nacional o extranjera en cualquier entidad financiera o no financiera, nacional o extranjera, dentro o fuera del país, así como hacer uso de otros productos financieros disponibles y necesarios para la buena marcha de los negocios sociales, adquirir títulos valores o acciones en otras sociedades, celebrar todo tipo de actos y contratos civiles, comerciales, industriales, así como para dedicarse a otra actividad lícita dentro o fuera de la República que apruebe la Junta Directiva, ya que las anteriores enumeraciones no son taxativas, sino que deben considerarse meramente enunciativas, en consecuencia y por ningún motivo se podrá entender que alguna negociación no estuviera comprendida dentro de su objeto, en caso de duda, bastara una resolución de la Junta Directiva explicando la naturaleza de la Negociación a desarrollar para considerar la negociación o actividad dentro de los fines de la Sociedad. ----- CLÁUSULA TERCERA: (CAPITAL SOCIAL).- El capital social lo constituye la cantidad de CINCUENTA MIL CÓRDOBAS NETOS (C\$50,000.00) MONEDA NACIONAL, el que estará dividido por CINCUENTA (50) ACCIONES NOMINATIVAS, inconvertibles al portador, con valor de UN MIL CÓRDOBAS NETOS (C\$1,000.00) cada una. Las acciones son suscritas y pagadas de la siguiente forma: a) LASTEYNER HUEL MARTINEZ ZAMORA, suscribe la cantidad de OCHENTA Y NUEVE (89) Acciones y paga en dinero efectivo la cantidad de OCHENTA Y NUEVE MIL CÓRDOBAS NETOS (C\$89,000.00), b) KATERINNE JANNYA GUTIERREZ CHAVARRIA, suscribe la cantidad de SEIS (06) Acciones y paga en dinero efectivo la cantidad de SEIS MIL CÓRDOBAS NETOS (C\$6,000.00), C) quedan de RESERVA como acciones REMUNERATORIAS conforme el artículo 225 C.C. la cantidad de CINCO (5) ACCIONES no sujetas a pago conforme le artículo 226 numeral 5. Los valores aquí aportados quedan en poder de la Tesorería de esta sociedad.

En esta forma queda suscrito y pagado la parte del capital social, limitándose el suscrito notario a observar la aportación del dinero que queda en manos de los mismo socios. ----- Las acciones serán emitidas en la forma prescrita por las leyes y la Junta de Directores podrá autorizar que se emitan certificados de acciones representativas del número que corresponde a las que haya suscrito cualquiera de los accionistas o a una parte de las mismas. Los resguardos provisionales de acciones serán firmados por los accionistas. ----- CUARTA: (ADMINISTRACIÓN, DIRECCIÓN, REPRESENTACIÓN, FISCALIZACIÓN Y VIGILANCIA).- UNO)- La Dirección de la sociedad y de sus negocios se ejercerá por una Junta Directiva compuesta de no menos de dos, ni más de cuatro directores. Cuando fuesen dos directores tendrán las funciones de Presidente y Vicepresidente–Secretario; si fuesen tres tendrán las funciones de Presidente-Tesorero, Vice- Presidente y Secretario y si fuesen cuatro tendrán las Funciones de Presidente, Vice- Presidente, Secretario y Tesorero.- Que los miembros de la Junta Directiva durarán en sus cargos el período de CINCO (5) AÑOS. Para ser electo director, mientras la ley así lo exija, se necesita ser accionista. Los miembros de la junta directiva y la de la Vigilancia podrán ser reelectos en el ejercicio de sus cargos. La Ausencia del Presidente será suplida por el Vicepresidente. La Ausencia del Secretario será suplida por el Tesorero. Las Vacantes Definitivas serán cubiertas por quienes designe la Junta General de Accionistas. Las personas jurídicas que sean accionistas podrán dividir la representación de sus acciones en dos o mas personas naturales y cualquiera de ellas podrán ser electas como directores. También podrán ser nombrado director las personas jurídicas que sean accionistas. DOS)- El Presidente representará a la sociedad judicial y extrajudicialmente con las facultades propias de Apoderado Generalísimo. TRES)- Habrá también un Vigilante que será electo con los Directores y durará en sus funciones el tiempo que la Junta General de Accionistas le designe. La Junta General de Accionistas nombrará a los Directores y al Vigilante y llenará sus vacantes en su caso. Los Directores y el Vigilante serán electos por mayoría en Junta General de Accionistas. El quórum para las sesiones de la Junta Directiva será con la asistencia de por lo menos de la mayoría de sus miembros; y para tomar resoluciones se necesitara del voto favorable de la mayoría de los directores presentes. ----- Son funciones del presidente de la Junta Directiva tener la Representación de la Sociedad con facultades de Apoderado Generalísimo, además tiene las funciones de convocar y presidir las sesiones de la Junta Directiva y de la Junta General, suscribir con el tesorero los títulos definitivos de las acciones y los resguardos provisionales, sustituir a gerente general en caso de ausencia temporal o definitiva, desempeñar todas las atribuciones que se le asignen por la junta general y junta directiva.

REPRESENTACIÓN: Que así mismo la representación de la sociedad la ejercerá el PRESIDENTE con facultades de Apoderado Generalísimo con todas las facultades inherentes a estos mandatos, más los especiales que se le otorguen como las siguientes atribuciones: a- otorgar poderes, sean estos Generales, de Administración, Generalísimos, General Judicial, Poder especial y todos los tipos de Poderes contemplados en nuestra legislación, b- Revocar Poderes, sustituir poderes y asumirlos cuando crea conveniente. Estos poderes podrán ser otorgados a socios o personas que no sean socios de esta sociedad. ----- --- QUINTA: (JUNTAS GENERALES DE ACCIONISTAS).- UNO.- Las Ordinarias deberán celebrarse una vez al año, durante los tres meses posteriores al cierre del ejercicio económico o fiscal de la sociedad, en las oficinas de la sociedad y DOS.- las Extraordinarias serán las que se citen por la Junta Directiva o su Presidente, ya sea por iniciativa propia o a solicitud de socios con expresión de objeto y motivo. Las convocatorias tanto para las Juntas Ordinarias como para las Extraordinarias, se efectuarán mediante aviso publicado en el Diario Oficial, La Gaceta o cualquier medio electrónico: como correo electrónico, fax, teléfono o diario de circulación nacional o cualesquier otro medio comprobable de citación. Con quince días de anticipación por lo menos al día en que deba efectuarse la sesión (Arto 253 C.C.). Los avisos de convocatorias para las Juntas Generales Ordinarias o Extraordinarias, deberán contener la indicación del lugar, fecha, hora y local en que deba verificarse la junta. El aviso de Convocatoria de la junta Extraordinaria, deberá incluir además el objeto o agenda de la misma. Los acuerdos o resoluciones que se tomen sin este requisito no tendrán valor (Arto 255 C.C). Las Asambleas Extraordinarias se citarán cuantas veces fuera necesaria a juicio de la Junta de Directores y las decisiones se tomarán por mayoría de votos. TRES) - (Quórum)- Para que haya quórum en las Juntas Generales, ya sean ordinarias o extraordinarias se necesita que estén presentes al menos dos socios que representen más de la mitad de las acciones suscritas y pagadas. SEXTA: (REUNIONES DE LAS JUNTAS).- Tanto las Juntas Generales de Accionistas, sean ordinarias o extraordinarias, como las reuniones de Junta Directiva, podrán celebrarse dentro o fuera de Nicaragua y no se necesitará de citación cuando estén presentes o representados todos los accionistas o directores, en su caso. SÉPTIMA: (DURACIÓN).- La duración de la sociedad será de noventa y nueve (99) años que se comenzarán a contar a partir de la inscripción de la presente escritura en el Registro Público competente. ----- OCTAVA: (VENTAJAS O RESERVAS).- Los accionistas fundadores se reservan el derecho de enajenar entre ellos sus acciones y tener derecho preferente para adquirirlas frente a terceras personas.

----- NOVENA: (ESTADOS FINANCIEROS).-

UNO)- (Fecha). El ejercicio Económico de la Sociedad será de Un año y durará desde el día Primero de Enero al Treinta y uno de Diciembre, fecha en que termina el período fiscal. Al finalizar cada ejercicio Económico se practicará inventario general de los bienes sociales y con los resultados de la Contabilidad se formará el balance general, con un estado de ganancias y pérdidas.

DOS)- (Contabilidad). La contabilidad se llevará por sistema de partida doble y de acuerdo a las leyes existentes relativas a asuntos contables. TRES)- (Reservas). Se destinará a la constitución de un fondo de reserva la vigésima parte de las ganancias líquidas de la sociedad, hasta que dicho fondo represente la décima parte del capital social; este fondo habrá que reintegrarse cuantas veces se hallare reducido por cualquier causa. CUATRO)- (Utilidades). El cálculo y la repartición de beneficios se harán en la forma que sea decidida por la Junta General de Accionistas teniendo en cuenta las costumbres mercantiles y los dictados de una sana política contable.

----- DÉCIMA: (SUMISIÓN AL VOTO DE LA MAYORÍA).- Los accionistas se someterán al voto de la mayoría en las Juntas o Asambleas, ya sean ordinarias o extraordinarias, que hubiesen sido debidamente convocadas y constituidas. ----- (ESTATUTOS).-----

En este estado los otorgantes y accionistas de la sociedad se constituyen en Junta General a fin de emitir sus Estatutos, elevando a escritura pública el acta de la aprobación de los mismos Estatutos, acto que se realiza con el quórum legal necesario y por unanimidad de votos. Por lo tanto se completa la personería legal de la presente sociedad decretando sus ESTATUTOS, que ya discutidos en lo general y artículo por artículo, se aprueban definitivamente del modo siguiente:

----- Artículo Uno: (Constitución, Denominación. Domicilio, Objeto, Duración, Capital Social).- Como ya se relacionó anteriormente la razón social de la sociedad es SPAZIO DISEÑO DE INTERIORES, SOCIEDAD ANÓNIMA y será conocida comercialmente como "SPAZIO DISEÑO DE INTERIORES" está constituida en la presente escritura pública, donde con anterioridad se deja establecida su Constitución, Denominación. Domicilio, Objeto, Duración, Capital Social. Artículo Dos: (Juntas Generales).- La Junta General de Accionistas es la máxima autoridad de la sociedad y todos los accionistas Debidamente legitimados tienen derecho a tomar parte en las Deliberaciones de la Junta General de Accionistas ya sean Estas juntas ordinarias o extraordinarias. Son atribuciones de la Junta General: a)- Elegir a los miembros de la Junta de Directores y al Vigilante y llenar sus vacantes en su caso. b)- Aprobar, improbar o reformar los balances de la sociedad.c)- Decretar la repartición de utilidades. d)- Acordar cualquier reforma al pacto social. e)- Disponer la forma en que será liquidada la presente sociedad en caso de disolución de la misma y nombrar al o los, liquidadores.

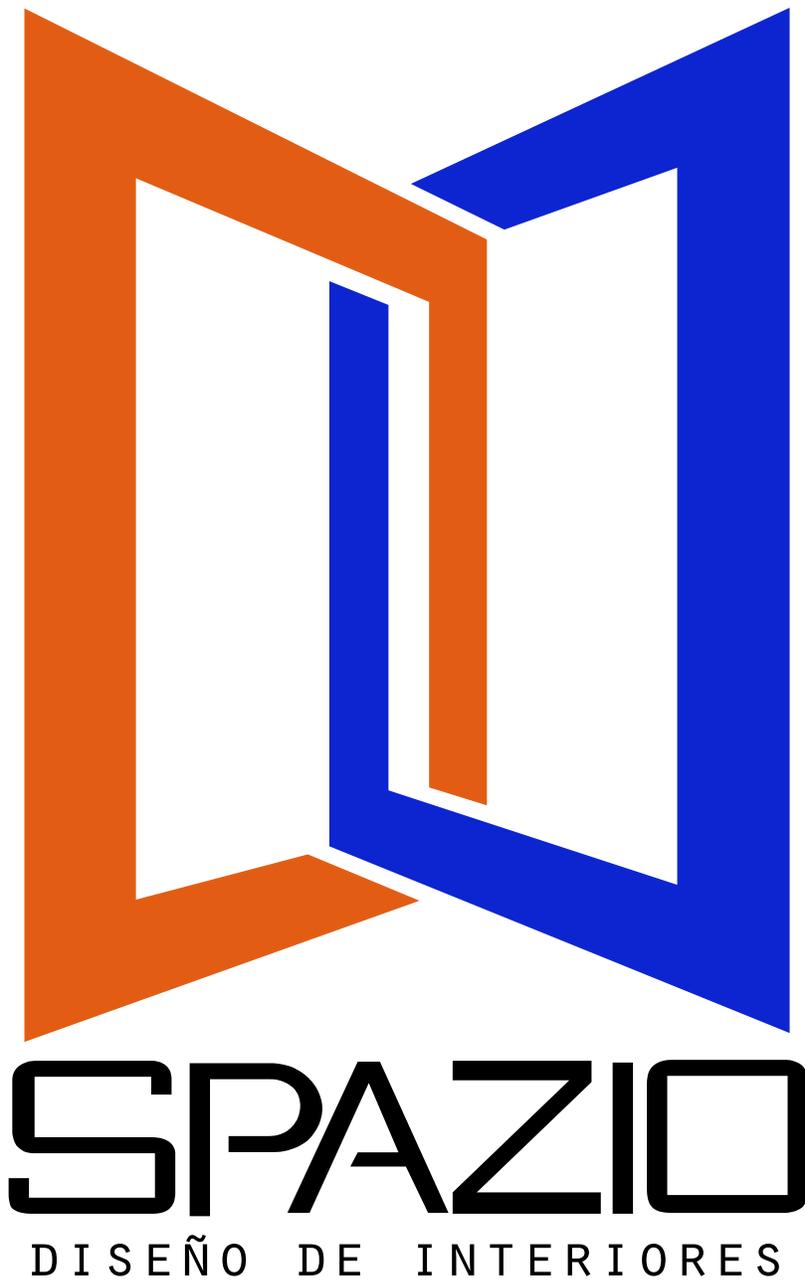
Artículo Tres: (Junta Directiva y Gerencia).- La

Junta de Directores es la que tiene también a su cargo el manejo, dirección, disposición y administración de todos los bienes y negocios sociales con facultades de apoderado generalísimo de la misma, y sin perjuicio de las atribuciones del Presidente en particular tendrá las siguientes atribuciones: a)- Aprobar la política empresarial de la compañía. b)- Acordar la compra o venta, o cualquier acto de disposición de bienes muebles e inmuebles y la constitución de gravámenes sobre los mismos. c)- Aprobar la contratación de empréstitos y el otorgamiento de garantías. d)- Cumplir y hacer cumplir los contratos legalmente celebrados y las disposiciones, acuerdos y resoluciones de la Junta General de Accionistas. e)- Nombrar mandatarios de toda especie y a la persona o personas que representarán a la sociedad en los organismos de las otras sociedades. f)- Designar, cuando lo creyere conveniente, a un Gerente General que maneje y administre los negocios sociales, delegando en él las facultades y poderes que estime conveniente. Este Gerente puede ser o no miembro de la Directiva. g)- Designar en que banco o bancos se depositarán los fondos de la sociedad y señalar al mismo tiempo cuales son las personas que puedan girar contra los fondos así depositados. h)- Disponer de la emisión de las acciones o su reposición. i)- Autorizar el presupuesto anual de la sociedad, la celebración de contratos que excedan la cuantía que la misma Junta fijará y los parámetros para contratación del personal. j)- Pasar oportunamente el Balance General al Vigilante y a los Auditores externos antes de someterlo a la Junta General de Accionistas; y k)- Llevar a cabo cualquier otra gestión que le fuere confiada por la Junta General de Accionistas, sin detrimento de su poder de mandatario generalísimo, y en general, velar por el cumplimiento de los fines sociales. Artículo Cuatro: (El Presidente).- El Presidente de la Junta Directiva será el Presidente de la sociedad y le corresponde la representación de la misma tanto judicial como extrajudicialmente con las facultades propias de un Apoderado Generalísimo en especial tendrá las siguientes atribuciones: a)- Presidir las sesiones de la Junta General de Accionistas ya sean ordinarias o extraordinarias así como las de la Junta de Directores y suscribir las actas respectivas. b)- Suscribir con el Secretario de la Directiva los resguardos provisionales, títulos, acciones o certificados definitivos, y demás documentos que fueren emitidos por la sociedad. c)- Ejercer la supervisión de todos los negocios sociales e inspeccionar, cuando lo crea conveniente, los trabajos de la misma. d)- Firmar conjuntamente con el Secretario, las actas de las sesiones de las Juntas Generales y Juntas de Directores y e) otorgar poderes en nombre de la sociedad de cualquier índole con las facultades convenientes, f)- ser firma libradora de las cuentas corrientes o cheques que tenga la sociedad y g)- Desempeñar todas las demás funciones que le sean delegadas por la Junta General o por la Junta Directiva.

Artículo Cinco: (Vicepresidente).- Las vacantes, temporales del Presidente, serán llenadas por el Vicepresidente quien tendrá las mismas atribuciones que el Presidente. Las vacantes no temporales, las llenará la persona que designe la Asamblea General de Accionistas. Artículo Seis:(Secretario).- tendrá la obligación de conservar y vigilar los libros de actas y de registro de acciones y actuar como órgano de comunicación de la Junta General de Accionistas y de Junta de Directores, entre la sociedad y los accionistas; y en particular tendrá las siguientes atribuciones: a)- Suscribir con el Presidente los títulos provisionales, acciones o certificados de acciones que fueren emitidos. b)- Autorizar con su firma las actas, resoluciones o acuerdos que se tomaren por la Junta General de Accionistas o por la Junta Directiva. c)- Llevar el Libro de Registro de Acciones y tomar nota o registro de los títulos que se emitan en favor de los accionistas. d)- Publicar todos los avisos de convocatoria y remitir las citaciones a los socios Para las sesiones correspondientes y e)- Librar las certificaciones que haya necesidad de extender de cualquier libro o registro de la sociedad para cualquier fin legal; certificaciones las cuales podrán también ser extendidas por Notario Público. Artículo Siete: (El Tesorero).- Corresponde al Tesorero el custodiar, conservar y vigilar los bienes sociales y especialmente los fondos y valores comerciales de la empresa, así como ser firma libradora de las cuentas corrientes o cheques que tenga la sociedad. Artículo Ocho: (Vigilancia).- El Vigilante debe velar por la buena marcha de los negocios sociales, se encargará de su inspección y fiscalización y para ello serán sus atribuciones las de: a)- Hacer arqueos y comprobaciones en cualquier tiempo, en caja, valores, cartera y libros. b)- Revisar los balances y estados financieros mensuales. c).-Asistir, cuando fuere citado, a las reuniones de las Juntas Generales de Accionistas presentando los informes y haciendo las observaciones que creyese oportunas. d)- Cuidar de la buena inversión de los fondos sociales. e)- Rendir un informe anual de sus actividades a la Junta General Ordinaria de Accionistas. Artículo Nueve de conformidad con lo dispuesto, se procede a la elección, habiendo resultado electos por unanimidad de votos los siguientes personas: PRESIDENTE - TESORERO:LASTEYNER HUEL MARTINEZ ZAMORA ; VICE-PRESIDENTE – SECRETARIO : KATERINE JANNYA GUTIERREZ CHAVARRIA. — Artículo Diez: (Gerente General): Para la mejor administración los socios nombraran un Gerente General. El Gerente General llevará la participación ejecutiva o administración Inmediata de los negocios sociales; tendrá los poderes y facultades, deberes y atribuciones, que le confiera la Junta Directiva y estos Estatutos y tendrá para la realización de los mismos, la representación legal de la Sociedad con las más amplias facultades ejecutivas y administrativas, para lo cual se le otorgará un Poder General de Administración. Artículo once: (Los Socios).- Los socios tienen derecho de el empleo

de los fondos sociales. Todas las resoluciones aún las indicadas en el artículo doscientos sesenta y dos del código de comercio, se tomarán por simple mayoría de votos de los accionistas presentes en cualquier asamblea. El quórum para cualquier tipo de sesión será el establecido en la escritura de constitución social. Hasta aquí los estatutos que han quedado definitivamente aprobados y que habrán de regir a la presente sociedad. ----- Así se expresaron los comparecientes bien instruidos por el suscrito Notario Público acerca del valor, objeto y trascendencias legales de este Acto, del valor de las cláusulas generales que aseguran su validez, de las especiales que contiene, renunciaciones implícitas y explícitas que han hecho.---- Advertí a los otorgantes de la necesidad de: a) inscribir en el Registro Público competente, el Testimonio que de la presente libre, b) emitir los Certificados de Acciones, c) inscribir ante la Dirección General de Ingresos, d) inscribir ante la Alcaldía de Managua, e) registrarse como Comerciante, f) adquirir y razonar los Libros sociales. ---- Dando fe el suscrito Notario de haber tenido a la vista los siguientes documentos: a) Documentos de identidad vigentes de los otorgantes. Y leída que fue íntegramente toda esta escritura a los comparecientes, la encuentran conforme, aprueban, ratifican y firman junto con el suscrito Notario. Doy fe de todo lo relacionado. (F) ILEGIBLE (LASTEYNER HUEL MARTINEZ ZAMORA).- (F) ILEGIBLE (KATERINNE JANNYA GUTIERREZ CHAVARRIA).- (F) SÁNCHEZ MARTÍNEZ EDDY ANTONIO.-

MANUAL COORPORATIVO



MANUAL COORPORATIVO

E25013

R: 226

G: 93

B: 19

C: 0%

M: 82%

Y: 92%

K: 0%



002501

R: 13

G: 37

B: 209

C: 93%

M: 87%

Y: 0%

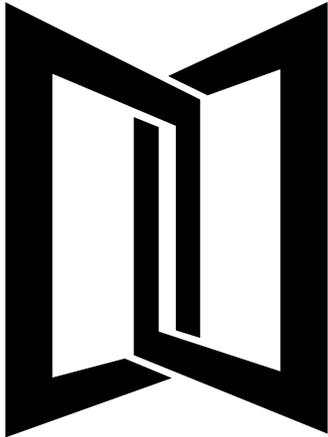
K: 0%

SPAZIO

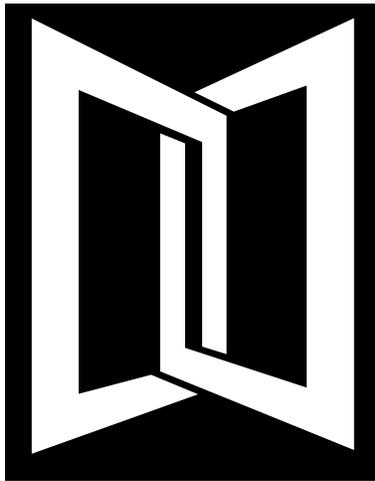
DISEÑO DE INTERIORES

El color es fundamental para distinguir e identificar la imagen visual de la empresa en la aplicación de estos dos colores, donde el azul dependerá siempre de un buen uso para mantener la armonía y eficiencia, el color naranja expresa dinamismo, juventud, modernidad y accesibilidad.

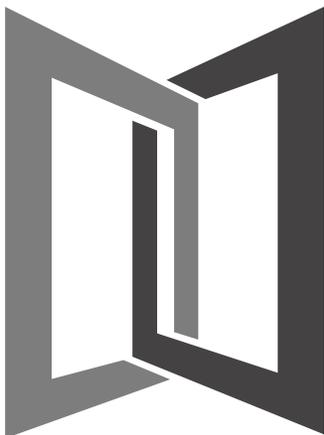
MANUAL COORPORATIVO



IMAGOTIPO POSITIVO



IMAGOTIPO NEGATIVO



IMAGOTIPO ESCALA DE GRICES

MANUAL COORPORATIVO

SPAZIO
DISEÑO DE INTERIORES

LOGOTIPO POSITIVO

SPAZIO
DISEÑO DE INTERIORES

LOGOTIPO NEGATIVO

SPAZIO
DISEÑO DE INTERIORES

LOGOTIPO ESCALA DE GRICES

MANUAL COORPORATIVO



RESUMEN EJECUTIVO

Spazio diseño de interiores es una empresa dedicada al diseño de ambientación y / o decoración de áreas del hogar o de pequeños negocios donde se busca armonizar y rediseñar estas, que son parte esencial para cada uno de los individuos que habitan un hogar o que se desenvuelven en un negocio.

Hemos observado que existe la oportunidad de emprender en este servicio al ofertar al mercado una opción más para el bienestar del mercado meta el cual estará dirigido al sector de las urbanizadoras , viviendas del sector socioeconómico media y para pequeños negocios .

Spazio tendrá una comunicación directa con el cliente que implicara una interacción más personalizada y única, a través de la comunicación mediante redes sociales, correos o de cara a cara.

La empresa estará situada cerca de lo que es bien conocido el parque Industrial, donde están la mayoría de empresas que abastecen en gran parte a la ciudad, tomando en cuenta siempre los objetivos ya establecidos en la empresa y al igual en la fijación de precios y políticas de la misma para conseguir ingresos que ayuden a la estabilidad o pre factibilidad de la empresa Spazio Diseño de Interiores. Durante un pequeño estudio de mercado se tomó de referencia un cierto porcentaje de la población con el fin de conocer sobre los puntos de vistas o conocimientos que estos poseen sobre servicios o productos relacionados con el tema de diseño de interiores, mediante los datos recolectados nos abre paso para incursionar en el diseño de interiores y de asignar un valor a cada servicio a realizar según el estilo o tendencia que el cliente busque para satisfacer su necesidad.

Como empresa consideramos tomar en cuenta ciertas medidas a la hora de asignar un precio al diseño de cada área con el fin de obtener o brindar a nuestros clientes un precio estándar dentro de la empresa, siendo así la medida métrica a utilizar seria por mts ² para mayor precisión y para llegar a un acuerdo con el cliente, dependiendo del área que desee remodelar.

Como parte también de la empresa es buscar nuevos medios donde el cliente potencial siempre mantenga contacto con la empresa es mediante la publicidad o promociones que se estará efectuando en el transcurso de determinado periodo, buscando siempre mantener satisfecho e involucrado al mercado meta con nuevas actualizaciones en el sistema o en el parte de diseño según los tipos de tendencias o estilos que se incursionan en el mercado nacional como extranjera.

Esta empresa está constituida como sociedad anónima con todos los requisitos en regla para el trámite ante la DGI y la alcaldía y con un sistema contable de partida doble, la aportación de cada uno de los socios es su desempeño en práctica en diseño, con la ayuda de un extra financiamiento de una cantidad de \$ 20, 000 o su equivalente en moneda nacional (C\$ 595,978), para dar inicio a la empresa, con pre factibilidad de introducir el servicio de diseño de interiores.

| Tabla de Oportunidad de Plan de Negocio | | |
|---|------------------------|-------------------------|
| FACTORES | OPCIÓN | OPORTUNIDAD |
| DE MERCADO | | |
| Necesidad en el mercado | Identificada | OPORTUNIDAD ALTA |
| Clientes | Receptivos | OPORTUNIDAD ALTA |
| Valor añadido para el mercado | Alto | OPORTUNIDAD ALTA |
| Estructura del mercado | Mucha competencia | OPORTUNIDAD BAJA |
| % de crecimiento del mercado | Superior al 10 % | OPORTUNIDAD ALTA |
| % de margen bruto | Superior al 15 % | OPORTUNIDAD ALTA |
| Cuota de mercado | Inferior al 5 % | OPORTUNIDAD BAJA |
| ESTRATÉGICOS | | |
| Costes de producción | Bajos | OPORTUNIDAD ALTA |
| Costes de promoción | Altos | OPORTUNIDAD BAJA |
| Costes de distribución | Altos | OPORTUNIDAD BAJA |
| Grado de control sobre el precio | Alto | OPORTUNIDAD ALTA |
| Grado de control sobre costes | Bajo | OPORTUNIDAD BAJA |
| Grado de control sobre proveedores | Bajo | OPORTUNIDAD BAJA |
| Grado de control sobre distribuidores | Alto | OPORTUNIDAD ALTA |
| Barreras de entrada | Bajas | OPORTUNIDAD ALTA |
| Tecnología | De fácil adquisición | OPORTUNIDAD ALTA |
| Aporta innovación | SI | OPORTUNIDAD ALTA |
| Localización | Buena | OPORTUNIDAD ALTA |
| Equipo de gestión | Competente | OPORTUNIDAD ALTA |
| Posibilidades contractuales | Ninguna | OPORTUNIDAD BAJA |
| Red de contactos | Amplia | OPORTUNIDAD ALTA |
| FACTORES FINANCIEROS | | |
| Beneficio potencial s/ventas | Inferior al 10 % | OPORTUNIDAD BAJA |
| Punto de equilibrio | A corto plazo | OPORTUNIDAD ALTA |
| Retorno de la inversión | Inferior al 20 % anual | OPORTUNIDAD BAJA |
| Facilidad de salida | Fácil, sin costes | OPORTUNIDAD ALTA |
| RESUMEN | 16 | OPORTUNIDAD ALTA |
| | 9 | OPORTUNIDAD BAJA |
| | CRITERIOS CON | OPORTUNIDAD ALTA |
| | CRITERIOS CON | OPORTUNIDAD BAJA |

Grafica de Oportunidad de Negocio

