



Plan de Negocios 2015



Plan de Negocios 2015



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE NICARAGUA
"Sirviendo Comunidad"



Proyecto Plan de Negocios
para Optar al Título de Licenciada en Diseño Gráfico



Elaborado Por:
Tatiana José Ramírez Calderón

Tutor:
Luis Carvajal Rodríguez

Escuela de Diseño

Septiembre 2015



INDICE

AGRADECIMIENTO

RESUMEN EJECUTIVO

CAPITULO I.....1

AUDITORIA PERSONAL

CAPITULO II.....3

INTRODUCCION AL PLAN DE NEGOCIOS

2.1 Que necesidades satisface

2.2 tipo de empresa

2.3 Tamaño de la empresa

2.4 Ubicación de la empresa

CAPITULO III.....7

MERCADO

3.1 Objetivos de la empresa

3.2 Distribución y punto de venta

3.3 Promoción del producto o servicio

3.4 Plan de introducción al mercado

3.5 Riesgos y oportunidades del mercado

3.6 Sistema y plan de ventas

CAPITULO IV.....15

PRODUCCION

4.1 Objetivos de producción

4.2 Especificaciones del producto o servicio

4.3 Descripción del proceso de producción

4.4 Diagrama del flujo de proceso

4.5 Características de la tecnología

4.6 Equipos e instalaciones

4.7 materia prima

4.8 Capacidad instalada

4.9 Mano de obra requerida

4.10 Ubicación de la empresa



CAPITULO V.....	22
ORGANIZACIÓN	
5.1 Objetivos del área de organización	
5.2 Estructura organizacional	
5.3 Funciones específicas por puesto	
5.4 Capacitación del personal	
5.5 Desarrollo del personal	
5.6 Evaluación del desempeño	
5.7 Relaciones del trabajo	
5.8 Marco legal de la organización	
CAPITULO VI.....	28
FINANZAS	
6.1 Objetivo del área contable	
6.2 Sistema contable de la empresa	
6.3 Flujo de efectivo	
ANEXOS	
7.1 Quién te ayuda	
7.2 Estudio de Mercado	
Investigación de Mercado	
7.3 Analisis FODA	
7.4 Plano del Local	
7.5 Contrtos por servicio profesional	
Contrato Laboral	
7.6 Nomina	
7.7 Manual de Marca	



RESUMEN EJECUTIVO

Punto Creativo es una pequeña empresa creada con el fin de cubrir la necesidad que existe en el mercado, ofreciendo un impacto visual por contar con elementos Promocionales y personalizados con alto valor estético, funcionalidad y carácter comunicativo tales como: Camisetas, tazas, gorras, buzos, catálogos, papelería de divulgación entre otros artículos de publicidad; lo que hace diferente a esta empresa de una imprenta, es que sus servicios son totalmente personalizados, cada uno lleva su estudio y técnica para poder ofrecer al cliente una herramienta o medio que sea propio de su negocio, el hecho de vender servicios en cantidades específicas beneficia al cliente y a la empresa.

Como negocio podemos decir que Punto Creativo es viable y rentable según nuestras proyecciones a un plazo de 5 años. Existe gran demanda en el mercado por consumir diseño de calidad, basándonos en esta premisa, Punto Creativo decide brindar servicios de sublimación como producto estrella para el sector educativo; valorando nuestro entorno pudimos descubrir que son pocas los negocios o medios que se enfocan en este público meta y escasas las que brindan beneficios de verdad a este segmento; según los estudios que realizamos en nuestra investigación de campo, descubrimos que los centros educativos, micro empresas, hombres y mujeres, hacen mayor uso un medio publicitario y personalizado que les brinde un mejor posicionamiento en el mercado, algo muy importante es destacar que las pequeñas y medianas empresas y centros educativos son los que hacen mayor uso de este servicio tanto de sublimación como de publicidad impresa ya que se preocupan por el empuje que este medio publicitario les brinda en cuanto a crecimiento, esto es un punto a favor para la empresa

Punto Creativo, es el nombre de la empresa, sus principales beneficios recaen sobre el público directo, los centros educativos y empresas, este servicio les permite proyectar sus negocios,



servicios y promociones para que la comunidad estudiantil y potenciales clientes los conozcan, además sirve como un trampolín para atraer más clientes a Punto Creativo mediante la difusión de la calidad del trabajo entregado.

La oportunidad de mercado con que cuenta Punto Creativo, es grande, a pesar de que el mercado de la publicidad y el diseño se hace más angosto cada vez más, sabemos que tenemos grandes posibilidades de subsistencia; pues la era en la que estamos está siendo dominada por la experiencia y la creatividad de personas como nosotros, contar con una cartera específica de productos nos hace ver como una empresa formal que sabe lo que quiere y hacia donde apuntar, contamos con la garantía de que hacemos un trabajo de calidad que es lo que el cliente espera y como nueva empresa pretendemos cumplir con el objetivo de consolidarnos en este mercado para marcar nuestro territorio.

Capítulo I. Capítulo I: Auditoría Personal

Introducción

Soy una Comunicadora Visual que proporciona propuestas de soluciones creativas para los problemas que los clientes quieren resolver, cuento con el conocimiento en manejo de programas de diseño que facilita mi trabajo a la hora de crear propuestas de diseño; también cuento con una PC, Smartphone, Laptop y espero que luego de finalizar este plan de negocios pueda plantear bien un esquema con el cual me pueda dar cuenta cuanto sería el capital con el que tenga que contar como financiamiento para comprar la maquinaria necesaria para el negocio que quiero iniciar.

Así ofreciendo un servicio eficaz de calidad y confianza con el cual los clientes se sientan satisfechos con los trabajos realizados para ellos.

Mi público meta al que me quiero dirigir serían los colegios principalmente, pequeñas empresas y clientes individuales.



Capítulo 2

Capítulo 2: Introducción al Plan de Negocios

Introducción

En el siguiente capítulo nos encontraremos como es la formación de una empresa, su planeación, desarrollo y ejecución.

Propósito empresarial:

El propósito de mi empresa es brindar soluciones a las peticiones de mis clientes de una manera creativa en las cuales pueda escoger ya sea tipos de materia prima, colores, texturas que serán incluidos en los producto que sean solicitados.

Tipo de Empresa:

Mi empresa será de tipo productiva- pequeña industria.

Número de empleados:

4 Empleados

Tamaño:

Microempresa

Ubicación:

Villa Libertad del colegio villa lib. 1/2 cuadra al sur casa l 16-52 esquinera verjas blancas.

Justificación:

Debido al incremento de competencia en el ramo de la Publicidad muchos de estos no ofrecen los productos que más se buscan dando excusas de falta de materia prima etc. Es por ello que se tiene la necesidad de desarrollar un modelo de plan de negocios que se pueda implementar estratégicamente, que nos permita adquirir esos clientes a los cuales las grandes empresas les dicen no.



Objetivo General:

Ofrecer productos y servicios de calidad a los centros educativos y público minorista que busquen una nueva alternativa de dar a conocer sus negocios mediante productos que les permita llegar a más gente.

Misión:

Generamos soluciones integrales en el campo de la comunicación empresarial estratégica siendo la mejor opción en negocios de Diseño Gráfico y Sublimación en un entorno en el que el cliente busque un servicio que les brinde variedad, alta calidad por lo cual contamos con un equipo de personas innovadoras y excelentes en el campo del diseño que buscan la excelencia, contribuyendo de forma justa al desarrollo del país y de la empresa .

Visión:

Ser una marca líder, consolidada en el mercado del diseño y la comunicación empresarial, con productos y servicios que cumplan con las expectativas de los clientes en cuanto a calidad y tendencias.

Valores de empresario:

1. Responsabilidad
2. Honestidad
3. Ética
4. Puntualidad
5. Transparente
6. Arriesgado
7. Congruente
8. Cumplido



Principios empresariales:

1. Calidad.
2. Brindar oportunidades.
3. Espíritu emprendedor
4. Reinventar cada día
5. Ahorro
6. Sostenibilidad

Target:

1. Colegios (principalmente).
2. Micros y medianas empresas.(PYME).
3. Clientes individuales.(persona natural).

Ventajas competitivas:

1. De la empresa:
 - 1) Productos con acabados de calidad.
 - 2) Consientes con el medio ambiente.
 - 3) Utilización hasta del más mínimo recurso de materia prima, (ahorro).
 - 4) Ofrecer mejores precios.
 - 5) Propuestas de ofertas o paquetes de servicio y producto.
 - 6) Accesibilidad a la empresa (Ubicación).

2. Del producto o servicio:

- 1) En tarjetas artesanales son totalmente originales y con materia prima de calidad aportándole un valor distinto acorde con las peticiones del cliente.
- 2) En sublimación proporcionaremos materiales de calidad y ofreceremos diversos productos que se ajusten a la demanda de el target al que nos dirigimos.
- 3) Precios accesibles
- 4) Variedad de productos y materia prima
- 5) durabilidad



Distingos

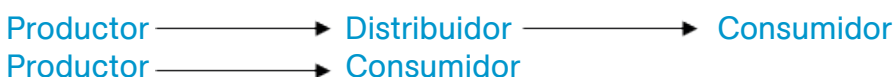
1. Servicio post-venta.

En este punto se busca no garantizar que nuestro cliente realice una o dos compras sino asegurarlo como un cliente fijo, lográndolo así mediante la realización de trabajos que se entreguen en tiempo y forma, dar seguimiento luego de la venta del producto o servicio, Identificar puntos en los cuales se puedan aplicar mejoras para garantizar la calidad, conocer la opinión de los clientes.

2. Sistema de distribución.

Para la distribución de nuestros productos y servicios utilizaremos el canal de distribución, empresa-cliente, Punto Creativo es una empresa que se comunica de manera directa con sus clientes ya sea en persona o por medio del correo electrónico o llamadas telefónicas, con el fin de brindarles un mejor servicio y un trato personal, por el momento no contamos con distribuidores pero una vez que seamos aceptados por los colegios antes dicho si podremos realizar el trabajo de un proveedor ya seremos los que les demos los productos que luego sean revendidos a sus estudiantes y maestros.

Su canal de distribución es completamente directo, es decir de proveedor a cliente y después será de productor a distribuidor a consumidor.



3. Garantía

Que se entregaran productos a base de materia prima de calidad debidamente seleccionada.



Capítulo 3

Capítulo 3: El Mercado

Introducción

Es la actividad administrativa encaminada a conocer, estimular, satisfacer y mantener a los mercados influyendo en las actividades de la empresa, como lo es la relación del precio, promoción, distribución y venta de bienes y servicios de esta, en base en las preferencias del consumidor, de forma, que satisfaga las necesidades que este posee cumpliendo así nosotros con nuestros objetivos como empresa.

Objetivos General:

Determinar cuál sería el impacto de la utilización de los artículos personalizados o promocionales para los Colegios, PYMES y personas naturales del distrito 7 de Managua y sus alrededores más cercanos.

Objetivo Específico

- Crear una cartera de clientes potenciales que puedan demandar el servicio ofrecido.
- Crear un control para el crecimiento de la cartera de clientes.
- Realizar encuestas a clientes para saber si el producto es conocido por los habitantes del sector meta.

1. Objetivos de la mercadotecnia.

Los siguientes datos son en base a las encuestas realizadas y apuntando a nuestro público meta.

Corto plazo

- 1) Llegar a vender una cantidad de C\$6,000 córdobas
- 2) Lograr atender a 100 clientes



- Lograr atender a 10 empresas (colegios, pymes)
- 3) Volumen de venta 250 productos
- 4) Alcanzar el 20% de mi universo empresarial

Mediano plazo

- 1) Llegar a vender una cantidad de C\$10,000 córdobas
- 2) Lograr a atender a 350 clientes
- 3) Lograr a atender a 15 empresas (colegios, pymes)
- 4) Volumen de venta 600 productos
- 5) Alcanzar el 40% de mi universo empresarial

Largo plazo

- 1) Llegar a vender una cantidad de C\$20,000 córdobas
- 2) Lograr a atender a 950 clientes
- Lograr a atender a 25 empresas (colegios, pymes)
- 3) Volumen de venta 1500 productos
- 4) Alcanzar el 75% de mi universo empresarial

Otros objetivos

- a) Dar a conocer a la Empresa mediante los medios publicitarios
- b) Crear en cada proyecto un producto o servicio que satisfaga al cliente, utilizando herramientas y materiales de calidad con un costo adecuado para obtener utilidades a corto plazo.
- c) Proveer soluciones especializadas que permitan a corto plazo optimizar el manejo de la maquinaria, facilitando el uso.
- d) Creación constante de nuevos modelos de productos en el área artesanal (tarjetería).
- e) Mejorar permanentemente la calidad de vida de los empleados, brindándoles condiciones de trabajo adecuadas, generando un ambiente laboral y un desarrollo organizacional que propicie en ellos el sentido de equidad.
- f) aumentar las ventas, la distribución y el posicionamiento de la empresa.



2. Distribución y Puntos de Venta.

En primera instancia la distribución será 50% entregas delivery y 50% entregas en el local.



3. Promoción del Producto o Servicio.

1) Se utilizará la publicidad impresa como:

- Volantes
- Tarjetas de presentación
- Afiches
- Stickers

2) Se utilizará la publicidad exterior como:

- Mantas
- Banners

Ver diseños en anexos




Plan de Medios:

Para el lanzamiento de la empresa, se implementarán las redes sociales y medios impresos como afiches Volantes, Stikers, trípticos, Banner y mantas publicitarias. Dicha publicidad pretende llevarse a cabo desde el mes de enero hasta marzo, para causar 3 meses de impacto.

- Redes sociales: Como principal medio de publicidad utilizaremos Facebook, Instagram, con el fin de anunciar el lanzamiento de la empresa.
- Afiches impresos: Durante los mismos 3 meses también planeamos utilizar los medios impresos para conseguir una mayor cobertura del sector educativo y comercial, por lo cual pretendemos imprimir 300 afiches en total, para distribuirse estratégicamente durante los 90 días de campaña. Los puntos donde distribuiremos los afiches será: Colegios y Empresas de los sectores de villa Rafaela Herrera, Villa Venezuela, Villa Libertad y pista Sabana Grande. El resto se pretende distribuirse en Paradas de buses y negocios más cercanos a los colegios que puedan hacer uso de nuestros productos y servicios.
- Stickers: Si imprimirán alrededor de 800 Stickers de tamaño 2 x 2”con corte redondo.
- Volantes: Se pretende imprimir 500 volantes de un cuarto de página de tamaño. Los puntos donde distribuiremos los volantes será: Calles Principales de Villa Venezuela, Vila libertad, Pista a Sabana Grande y pista Iván Montenegro, Colegios y Empresas de los sectores de Villa Venezuela, Villa Libertad y pista Sabana Grande.





- **Banner:** El banner se utilizara en las afueras del negocio el cual llamara la atención hacia nuestras instalaciones. Con medidas de 100x150 cm.

- **Mantas:** Las mantas serán colocadas en las calles principales y sectores a los que se quiere llegar. Serán un total de 10 mantas cruza calle de medidas 6 x 1 mts.

Promoción de ventas:

Se llegará personalmente donde el cliente potencial a dar a conocer nuestros productos ofreciéndole ofertas y descuentos, dándole un obsequio (llavero y/o lapicero con el logotipo de la empresa).

4. Fijación y Políticas de precio.

El precio es la cantidad de dinero que hay que pagar por la adquisición o utilización de un producto o servicio. El precio afecta la demanda del producto, así como determina el posicionamiento que este tendrá en el mercado. Es el factor más importante que determina la aportación que el producto da a los resultados de la empresa y que permite determinar su éxito o fracaso.

El primer paso para la fijación del precio consiste en determinar “cuánto estarán dispuestos a pagar los clientes”. Para ello se recurre a las técnicas de investigación de mercados. En general, el precio máximo lo determinan los clientes (¿hasta qué cantidad están dispuestos a pagar?) y el precio mínimo lo determinan los costes (a un determinado precio ya no será rentable producir).

En general, a la hora de establecer precios podemos hablar de tres métodos de fijación de precios:

En función de la demanda: es decir, teniendo en cuenta la elasticidad del precio de la demanda. Para ello habrá que analizar cuál es el comportamiento de los consumidores ante variaciones de los precios y ver si una elevación del precio compensa el descenso que se producirá en la demanda o si un descenso de los pre-



cios genera el aumento de demanda deseada.

- En función de los costes: se halla añadiendo un margen a los costes de fabricación del producto. De esta manera el precio de venta será igual al coste unitario más un margen de beneficio aplicado a ese coste.
- En función de los precios de la competencia: el precio que marca la empresa debe también tener en cuenta el de las otras empresas del sector y si su precio es superior se deberá corresponder con una mayor calidad. Puede ser similar si incluye pocas diferencias, o inferior si queremos, como vimos en un tema de la unidad anterior, utilizar la estrategia de liderazgo de costes.

5. Fijación y Políticas de venta.

Políticas de ventas

Generales

1. La entrega de productos será válida únicamente dentro de la República de Nicaragua.
2. Los precios expresados en esta página son expresados en Córdobas Nicaragüenses.
3. Los precios expresados no incluyen I.V.A.
4. La entrega de productos y los precios publicados en promoción sólo aplican para compras realizadas en la época en que son anunciados.
5. El tiempo de entrega estará sujeto a la disponibilidad del producto (solo si son compras de productos no personalizados), el cual no será mayor a 10 días naturales posteriores al pago de los productos.
6. Los datos proporcionados por el cliente serán debidamente tratados de acuerdo al “aviso de privacidad”, como lo establece la ley correspondiente.
7. Las políticas de garantía, devoluciones y cancelaciones pueden cambiar sin previo aviso y serán actualizadas por medio de los contratos que los clientes deberán firmar con antelación.

Garantía y confianza

En Punto Creativo, nuestro principal objetivo es brindarle el mejor servicio y productos y servicios de alta calidad.

- Punto Creativo es una empresa nueva y tiene un sentido de seriedad y compromiso con sus clientes, por lo que le garantiza la entrega de sus productos y servicios dentro de las condiciones establecidas.
- La garantía de Punto Creativo es válida a partir de la adquisición de los productos y expira a los 2 días naturales posteriores a la recepción del producto o en caso de entregas a domicilio. Después del período mencionado, la garantía aplica en el cambio del producto y por el plazo que cada uno de ellos establezca para cada artículo.
- Esta garantía no cubre daño por manejo inadecuado del cliente, como ralladuras, daños por caídas (tazas, platos, copas) o cualquier desperfecto ocasionado por el mal uso del producto.
- El cliente deberá presentar el producto en nuestras oficinas o reportar dicha anomalía dentro de un plazo no mayor a 2 días naturales, al correo puntocreativo@hotmail.com y traer el producto defectuoso para valorar su cambio.

Cancelaciones

- Los pedidos originados por la página web (red social) cuyo pago no sea acreditado dentro de los 5 días naturales posteriores a la compra, serán cancelados automáticamente.
- Formas de pago: Usted puede realizar el pago de nuestros servicios de las siguientes formas:
 - Transferencia interbancaria.
 - Depósito en cuenta.



Políticas de envío

- El envío de productos solo se realizará dentro de la ciudad de Managua.
- El cliente podrá solicitar que los productos le sean entregados a domicilio o el podrá retirarlos personalmente en nuestras oficinas.
- El costo de envío será absorbido por el cliente.
- Es obligación y responsabilidad del cliente y/o empresa proporcionar los datos completos y exactos de su domicilio, teléfono y correo electrónico para que el pedido llegue al destino establecido.

6. Plan de Introducción al Mercado.

La empresa deberá introducirse en el mercado mediante la estrategia de precios bajos y también buscando aquellos nichos de mercado que la competencia descuida.

A su vez, es una ventaja competitiva para la empresa el hecho de que en un comienzo tendrá gran cantidad de capacidad ociosa por lo que esto le permitirá responder rápidamente a los exigentes pedidos de los clientes en cuanto a la velocidad de entrega. Es de esta forma que se ganan los clientes.

Como un agregado de valor sería el cuidado que tendríamos para con los clientes ya que las empresas ya establecidas gozan de exceso de confianza lo que hace que descuiden al cliente solo por el simple hecho de pensar que ya es un cliente frecuente. Es por ello que nuestra filosofía será “siempre cuidar de Nuestros Clientes”.

7. Riesgos y oportunidades del Mercado.

Riesgos

- Regulación y cumplimiento.
- La reducción de gastos.
- La gestión del talento.
- Las presiones sobre los precios.
- Las tecnologías emergentes.
- Los riesgos de mercado.



- La expansión de la participación de los gobiernos.
- La creciente exigencia de responsabilidad social.

Oportunidades

- Mejora de la estrategia en las áreas claves del negocio.
- Inversión en procesos, herramientas y formación para mejorar la productividad.
- Invertir en tecnología.
- Innovar en productos, servicios y operaciones.
- Mejora en la relación con los inversores.
- Incursionar en nuevos canales de marketing.

8. Sistema y Plan de Ventas.

Fijación y políticas de venta

Se pedirá un 50% de anticipo y 50 contra entrega

Los precios serán iguales con tendencia a un descuento por compras mayoristas.

Los precios varían de acuerdo al producto o servicio contratado.

Capítulo 4.

Capítulo 4: Proceso de Producción

Introducción

Es la transformación de insumos, a través de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores. Estos productos pueden ser bienes y/o servicios.

La producción es la actividad económica que aporta valor agregado por creación y suministro de bienes y servicios, es decir, consiste en la creación de productos o servicios y al mismo tiempo la creación de valor, más específicamente es la capacidad de un factor productivo para crear determinados bienes en un periodo de tiempo determinado. Desde un punto de vista económico, el concepto de producción parte de la conversión o transformación de uno o más bienes en otros diferentes. Se considera que dos bienes son diferentes entre sí cuando no son completamente intercambiables por todos los consumidores.

El concepto económico de producción engloba un rango de actividades más amplio que el comprendido en el concepto genérico de producción del lenguaje corriente. Producción es la elaboración o la fabricación de los objetos físicos, pero también la provisión de servicios (médicos sanitarios, enseñanza; espectáculos; restaurantes; etc.). En la actualidad, los servicios constituyen la mayor parte de la producción total de los países industrializados. Así en un sentido económico, el término producción engloba todas aquellas actividades que no son estrictamente de consumo.

- Objetivos del área de producción.

1. Corto plazo

Elaborar y ofrecer los productos y servicios que se realizan en nuestra empresa y que son demandados en los sectores en los que se quiere incursionar. En el plazo de 3 meses se pretende vender la cantidad de 150 artículos de sublimación y 5 servicios de diseño.



2. Mediano Plazo

Invertir en recursos productivos como maquinas complementarias de las principales para poder acrecentar la producción en un 25% en productos terminados al mes.

3. Largo Plazo

Ampliar la cartera de clientes para aumentar los pedidos en un 65%, lo que nos ayudara a en igual medida a aumentar nuestra cartera de clientes por medio de la recomendación.

- Especificaciones del producto.

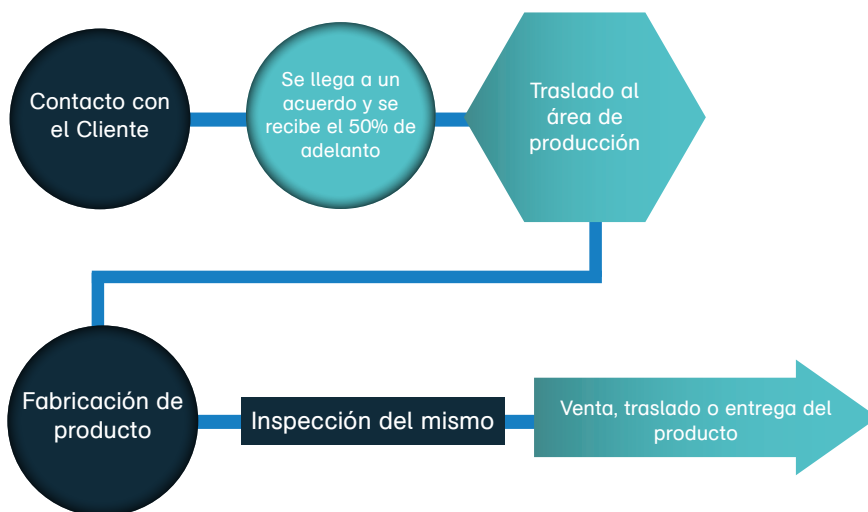
El producto consiste en artículos personalizados y promocionales, imprimibles full color y tarjetería artesanal en general. Con una amplia variedad de artículos dependiendo de las necesidades de cada cliente.

1. Descripción del proceso de producción.

- a) Contacto con el cliente
- b) Se llega a un acuerdo y se recibe un 50% de adelanto
- c) Traslado de la materia prima al área de producción
- d) Fabricación del producto
- e) Diseñar o elaborar el arte, para después imprimirlo.
- f) Ya el arte impreso, se recorta y coloca el papel al artículo a sublimar sujetándolo con la cinta de calor.
- g) Calentar la plancha a utilizar, regulando el tiempo y la presión según el artículo a estampar.
- h) Se coloca el artículo ya listo para sublimar en la plancha y se prensa.
- i) Ya transcurrido el tiempo necesario de cada artículo en la plancha, se retira el papel y listo.



2. Diagrama del flujo del proceso.



3. Características de la tecnología.

La tecnología es una herramienta muy poderosa para lograr un desempeño eficaz en la productividad y conseguir mayor oportunidad de negocios, es por ello que tenemos la máquina de sublimación 5 en 1 la cual nos da la facilidad de hacer diferentes artículos en una sola, contando con el conocimiento y poniéndonos al día con los equipos actuales, así como la impresora especial para la sublimación seleccionando la de mejor calidad y acabados.

4. Equipo e instalaciones.

Se necesitará de un taller/local que cuente con luz eléctrica, mesas para área de trabajo, computadora de escritorio con los softwares necesarios instalados (adobe Photoshop, Illustrator, indesign.)

Equipos e instalaciones para el local

- Sala de espera
- Oficina
- Área de almacenamiento (bodega)
- Área de producción

Equipos para el proceso de información

- Computadora de escritorio
- Disco duro de respaldo

Mobiliario

- Exhibidor
- Muebles para PC (escritorio)
- Silla de escritorio
- Mesón para la Máquina de sublimación y sus herramientas.



Depreciación

	Precio	Vida útil	Valor residual	Depreciación
Impresora	\$ 475	4	100	\$ 94
Plotter de corte	\$ 350	5	75	\$ 55
Máquina sublimadora	\$ 1,800	5	175	\$ 325
Computadoras	\$ 2,100	3	500	\$ 533
Exhibidor	\$ 90	5	-	\$ 18
Sillas	\$ 535	5	-	\$ 107
Mesón	\$ 135	8	-	\$ 17
Escritorios	\$ 135	8	-	\$ 17
Depreciación anual				\$ 1,166

5. Materia prima.


Los proveedores serán 4: Sublimación ABC, ya que tiene variedad de productos para sublimación de alta calidad, TUBELITE debido a sus precios, SURETKA ya que ellos son los proveedores de las maquinarias de producción para la sublimación y de algunos artículos, LA TIENDONA, la TricoTextil debido a sus calidad y accesibilidad de precios al por mayor.

Compra de materia prima para la producción mensual.



Artículo	Unidades por año	Costo unitario	Costo Sublimación	Costo total unitario	Costo Total anual
Taza cerámica	900	\$ 2.50	2.00	\$ 4.50	\$ 4,050
Taza mágica	400	5.70	2.00	7.70	3,080
Plato decorativo	120	6.00	2.00	8.00	960
Camiseta	3,000	5.00	4.00	9.00	27,000
Buzos	3,000	5.00	3.00	8.00	24,000
Zippo	72	8.00	2.00	10.00	720
Llaveros	180	3.00	2.00	5.00	900
Cojin	500	4.00	3.00	7.00	3,500
Gorras	200	4.00	3.00	7.00	1,400
Tarjetas	72	25.00	2.00	27.00	1,944
Total costo de venta anual				\$ 277.00	\$ 67,554





Los requerimientos de compra dependerán en su existencia en bodega y el manejo frecuente con el que se mueve determinado producto y del precio y de la demanda del producto, pues se asume que la calidad del servicio es excelente.

6. Capacidad instalada.

Se espera tener una capacidad instalada de producción de entre 8 y 10 artículos diarios, 50 a la semana y unos 310 artículos al mes depende del pedido del cliente si es persona natural o PYME, lo que es factible producir por los equipos con los que cuenta la empresa y se espera tener un crecimiento mensual gradual.

7. Ubicación de la empresa.

Primeramente se habilitara una habitación de mi casa con medidas de 5 mts. Ancho x 4 mts. Largo con un baño de 2 x 2 mts.

La casa está ubicada en Villa Libertad del colegio media cuadra al su casa l 16-52 mano izquierda esquinera.

La ubicación de la que sería la primera oficina les da una accesibilidad a mi target lo que me permitirá darme a conocer ya que quedaría en una calle principal y me ayudaría a trasladarme tanto a mis clientes como a mí a la hora de hacer negociaciones y entregas de productos.

8. Mano de obra requerida.

El proceso de producción se llevará a cabo con el aporte de 2 a 3 personas, las que trabajarán en la elaboración del producto pero una de ellas se encargará de supervisar que la producción se haga de manera correcta para obtener el mejor resultado posible.

Persona 1: Se encargará de diseño, digitalización y sublimación del producto manteniendo el orden y la limpieza durante el proceso, también se encargará.



Persona 2: Se encargará de la atención a los clientes y mantener el orden también de hacer la entrega a domicilio según la necesidad del cliente si ocupa de este servicio.

9. Procedimientos de mejora continua.

La calidad del producto se mantendrá siempre ya que le cliente prefiere un producto que tenga calidad constante.

Se invertirá siempre en lo necesario, ya sea materia prima o equipos necesarios para la producción.

Si el cliente pide una mejora o un detalle especial en su producto o servicio, este le será brindado.

Se renovaran constantemente las políticas de precios para así poder mantener siempre un precio accesible al bolsillo de nuestros clientes.

La calidad del servicio se va a mantener siempre. Al cliente no le gusta comprar productos o adquirir un servicio que no tienen una calidad consistente. Por esta razón y porque este servicio es relativamente nuevo en el sector al que nos queremos dirigir, se realizaran los análisis necesarios para obtener los colores deseados en el artículo y entregar calidad en el servicio. No se bajará la calidad del servicio por ahorrar dinero. Se invertirá en lo necesario y en lo que vaya pidiendo la empresa como puede ser: ampliar el local, implementar el servicio a domicilio. A medida que la producción sea mayor, la empresa podrá realizar éstos y otros planes. Si el cliente pide alguna cosa en especial de nuestro producto, como es una mejora o más variedad de productos con las mismas características de sublimación o tarjetería la empresa no dudara en ampliar la gama de nuevos artículos. Otro aspecto de calidad que no se va a descuidar, es la presentación del personal, siempre tendrá que andar con su uniforme que en este caso será una camisa estilo polo con el logotipo de la empresa.



También se planea ampliar el local en un futuro.

10. Programa de producción.

- Mejoras del local.(mi casa)
- Comprar maquinaria principal necesaria para la producción, maquina sublimadora, impresora y plotter de corte.
- Selección de proveedores, tomando en cuenta la calidad de sus productos y el precio.
- Comprar de materia prima necesaria.
- Trabajar siguiendo el diagrama de flujo de proceso.

Capítulo 5.

Capítulo 5: Organización

Introducción

En el área organizacional presentaremos como estará organizada la empresa o cuáles serán los roles de cada uno de los miembros de la misma, lo que se pretende alcanzar en cuanto a las metas establecidas con anterioridad.

Objetivos del área de organización.

- Administrar de manera eficaz los recursos y bienes de la empresa y siempre estar pendiente del buen uso que se les da a los equipos
- Orientar de manera clara las tareas a realizar de cada uno de los individuos dentro de la empresa con la intención de que todos realicen un trabajo eficiente.
- Asegurar las áreas físicas que necesitan las diferentes áreas laborales de bienes y equipos.
- Asegurar la contratación de recursos humanos para cada área que sea necesaria.
- Administrar eficientemente los recursos de la empresa
- Proyectarse hacia el mercado en el que se quiere incursionar
- Expandir el negocio
- Proveer de insumos y productos para la producción
- Asegurar nuevos equipos para la nueva demanda.
- Preparar y asegurar los estados financieros
- Presentar análisis de cuenta

Es necesario establecer lo siguiente

- Procesos operativos (funciones) de la empresa.
- Descripción de puestos de la empresa.
- Definición del perfil para cada puesto de la empresa.



1. Estructura organizacional Integradora.



- Gerencia ● ● ● ●
- Diseño Gráfico ● ● ● ●
- Producción ● ● ● ●
- Finanzas ● ● ● ●
- Mercadeo ● ● ● ●

2. Funciones específicas por puesto.

a) Gerente.

Un Gerente debe saber dirigir, representar, planificar el plan de trabajo y supervisarlos para que todos los departamentos puedan cumplir con las tareas con un alto sentido de responsabilidad, es la máxima autoridad y el único que toma las decisiones más importantes dentro de la empresa.

b) Financiero.

El Contador o Financiero es el encargado de procesar, codificar y contabilizar los activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante la contabilización de cada una de las operaciones, así como la actualización de los soportes adecuados para cada caso, debe llevar el control sobre las distintas partidas que constituyen el movimiento contable y que dan lugar a los balances y demás reportes financieros.

- Verificar que las facturas recibidas tengan los datos fiscales de la empresa que cumplan con las formalidades requeridas.
- Registrar las facturas recibidas de los proveedores, a través del sistema computarizado administrativo para mantener actualizadas las cuentas por pagar.
- Revisar el cálculo de las planillas de retención de Impuesto sobre la renta del personal emitidas por los empleados, y realizar los ajustes en caso de no cumplir con las disposiciones.
- Elaboración de cheques para el recurso humano de la empresa, proveedores y servicios.
- Llevar libros contables (Diario, mayor e inventarios).
- Control y ejecución de solvencias de Seguro Obligatorio.
- Realización de la relación de las Cuentas por Cobrar y por Pagar.

c) Administrador:

Planear: Incluye definir metas, establecer estrategias y desarrollar planes para coordinar actividades.

Organizar: Determinar qué actividades deben realizarse, con quien se cuenta para realizarlas, como se van a agrupar las actividades, quien va a informar a quien y que decisiones tienen que tomarse.

Dirigir: Incluye motivar a empleados, dirigir a otros, seleccionar los canales de comunicación más efectivos y resolver conflictos.

Controlar: Seguimiento de las actividades para asegurarse de que se están cumpliendo como se planearon y corregir cualquier desviación significativa sobre la marcha.

El administrador estará encargado de planificar las tareas correspondientes a la adquisición de artículos necesarios para emplear en el negocio; encargado de proyectar los servicios a ejecutar contemplados en el plan de trabajo establecido ya sea mensual o trimestral. Velar por el inventario de materia prima para elaboración de productos.

d) Diseño:

El diseñador deberá ser capaz de ubicarse dentro de un equipo multidisciplinario proyectando y concretando trabajos de manera original y eficiente, el mismo deberá dominar el lenguaje técnico que le permitirá trabajar con distintas especificaciones y habilidades.

Este aportara nuevas ideas.

Aceptar sugerencias: El diseñador debe aceptar sugerencias de otras personas y valora las distintas opiniones que le convengan al diseño o proyecto en ejecución.

Organizar su actividad, planificando de manera minuciosa todas sus ideas proyectadas en papel es lo más recomendable para que este siempre tenga un norte de hacia dónde quiere dirigir el diseño.



Manual operativo por trabajador

- Establecer el objetivo general que se pretende lograr en cada función general.
- Desarrolla las funciones y/o actividades específicas.
- Elaborar los procesos de cada actividad
- Determinar los indicadores
 1. Operativos (de desempeño)
 2. De calidad (mejoramiento)

3. Desarrollo del personal.

La empresa contará con pocos colaboradores, cinco en total, así que primero se deberá recibir un entrenamiento para el uso de la máquina sublimadora, la impresora y el plotter de corte.

En cuanto a capacitación, se considera necesario contar con un curso de atención al cliente, ya que esto nos permitirá brindarle una experiencia agradable a nuestros clientes, un mejor servicio. Los colaboradores tendrán contacto directo con ellos y de ello dependerá el desarrollo de la empresa.

4. Administración de sueldos y salarios.

Ver anexos

5. Relaciones del trabajo.

La empresa tiene como política un trato cálido y cordial entre todos los colaboradores para evitar discusiones o diferencias entre los mismos. Sancionar cualquier tipo de comportamiento en contra de las normas de la empresa. Como ya se sabe, los socios formarán parte del equipo de trabajo y tendrán un contacto directo con el personal, lo que dará una visión más clara de las necesidades de ellos, a la vez que beneficiará para tener una buena relación de trabajo.



6. Marco legal de la organización

La constitución de la empresa Punto Creativo será Compañía limitada, ya que es una empresa familiar.

Pasos para constituir una empresa en Nicaragua.

1. Constituirse legalmente ante el registro público mercantil y de la propiedad mediante escritura de constitución.
2. Obtener su número de Registro Único de Contribuyente (RUC) ante la Dirección General de Ingresos (DGI).
3. Otorgar Poder de Administración a su representante legal.
4. Registrarse como contribuyente ante la Administración de Rentas de su área (Consultar en la oficina de atención al contribuyente, en que administración de rentas le corresponde registrarse y además registrar los libros contables cotidianos, un libro diario, un libro mayor, uno de actas y uno de acuerdos.
5. Registrarse en la Alcaldía de Managua, para lo cual se debe presentar copia de escritura de constitución y los libros contables debidamente registrados en la Administración de Rentas.
6. Una vez realizado estos pasos optara por inscribirse en la Ley sectorial que le corresponda según la naturaleza de su empresa o compañía.
7. Registrarse en el Sistema de Registro Estadístico de Inversiones Extranjeras de la Republica de Nicaragua, si su inversión es mayor a los US\$30,000.00 (TREINTA MIL DOLARES NETOS), según mandato de Ley N° 344 Promoción de Inversiones extranjeras y su Reglamento. El formulario lo obtiene en la Dirección de Políticas de Fomento de Inversiones y Exportaciones del MIFIC.

Trámites fiscales

Dirección General de Ingresos.



Para legalizar la empresa en la DGI se debe de seguir las siguientes instrucciones considerando que es una pequeña empresa:

1. Requisitos del Representante Legal de la Sociedad Mercantil.
2. Original y fotocopia de cédula de identidad del Representante Legal y la Junta Directiva.
3. Fotocopia de recibos: Agua, Luz, Teléfono o fotocopia de contrato de arriendo. Nota. Si los recibos aparecen a nombre del que se va a inscribir, debe de elaborar una carta el dueño del servicio y anexar fotocopia de su cédula, expresando en que condición habita en su vivienda.
4. Si el trámite lo realiza una tercera persona deberá presentar, Poder Especial Notariado donde se autorice a que realice el trámite.

Sociedades Mercantiles

1. Original y fotocopia certificada del Acta Constitutiva con sus Estatutos debidamente inscrita en el Registro Público Mercantil.
2. Fotocopia de la cédula de identidad de los Socios nicaragüenses y Fotocopia de Pasaporte de los socios extranjeros, Dirección Completa: Ciudad, Municipio, Barrio, Teléfono (máximo 20 socios).
3. Libros Contables: Diario y Mayor debidamente inscritos en el Registro Público Mercantil o minuta de depósito sellada por el Registro Público Mercantil, en caso los libros estén en proceso de registro.
4. Fotocopia de Recibos: Agua, Luz, Teléfono o fotocopia de contrato de arriendo del lugar donde está ubicado el negocio. SI ESTÁN UBICADAS LAS OFICINAS DE LA SOCIEDAD MERCANTIL EN LA CASA DE HABITACIÓN DEL PRESIDENTE ELABORAR CARTA ACLARATORIA.
5. Escritura de comerciante debidamente inscrita en el Registro Público Mercantil.



Alcaldía Municipal.

El procedimiento para matricular la empresa en la alcaldía municipal es por medio de la presentación de la documentación que a continuación se detalla:

1. Presentar Acta de constitución de la empresa.
2. Fotocopia de Poder General de quien representa la empresa.
3. Fotocopia de cédula de identidad de quien la representa.
4. Presentar solvencia hasta la fecha en lo que se refiere a impuestos de bienes Inmuebles y Tasas Municipales.
5. Presentar una evaluación de impacto ambiental.
6. Pago de la Matrícula en Oficina de recaudación.
7. Llenar formato de solicitud de matrícula donde se piden datos tales como: El nombre del negocio, durante qué año hace la solicitud, la ubicación de la empresa, No de cedula, barrio o comunidad, Valor de la matrícula, etc.

Capítulo 6.

Capítulo 6: Finanzas

Introducción

Es el área encargada de la organización de las cuentas de la empresa, el área que velara por generar nuevas oportunidades de ahorro, disminuir los gastos y aumentar el rendimiento empresarial.

Objetivos del área financiera

- 1) Se pretende recuperar los costos de inversión, los costos de materia prima y los demás costos fijos y variables.
- 2) Con la finalidad de generar utilidades se pretende a su vez aumentar las utilidades hasta en un 15%
- 3) Se pretende reinvertir una parte de las utilidades para la mejora del local y compra de nueva capacidad productiva de la empresa mediante equipos avanzados.
- 4) Llevar un registro ordenado de todas las operaciones realizadas en una empresa.

1. Sistemas contables de la empresa.

El sistema contable que pretende usar la empresa PUNTO CREATIVO es el de partida doble está compuesta por las siguientes bases especiales:

- Toda registración mediante asientos contables consta de dos partes, cada una de las cuales totalizan sumas iguales.
- Cada una de esas dos partes reciben una denominación arbitraria, pero no carente de sentido. La de la izquierda se la designa como DEBE y la de la derecha se la designa como HABER.
- Quien recibe algo (dinero, mercaderías, maquinarias, inmuebles, etc.) es DEUDOR y se lo debita.
- Quien entrega algo (dinero, mercaderías, maquinarias, inmuebles, etc.) es ACREEDOR y se lo acredita.

- Las pérdidas se DEBITAN, son deudoras.
- Las ganancias se ACREDITAN, son acreedoras.

El objetivo de este es suministrar a los usuarios de los estados financieros las bases para evaluar la capacidad que tiene la empresa para generar efectivo y el equivalente a éste, así como sus necesidades de liquidez, toma de decisiones económicas, así como las fechas en que se producen y el grado de certidumbre relativa de su aparición.

2. Flujo de efectivo.

El objetivo de este es suministrar a los usuarios de los estados financieros las bases para evaluar la capacidad que tiene la empresa para generar efectivo y el equivalente a éste, así como sus necesidades de liquidez, toma de decisiones económicas, así como las fechas en que se producen y el grado de certidumbre relativa de su aparición.

5. Indicadores financieros.

$$\text{VAN} = \$12,659.28$$

$$\text{TIR} = 57\%$$

6. Supuestos utilizados en las proyecciones financieras.

7. Sistema de financiamiento.

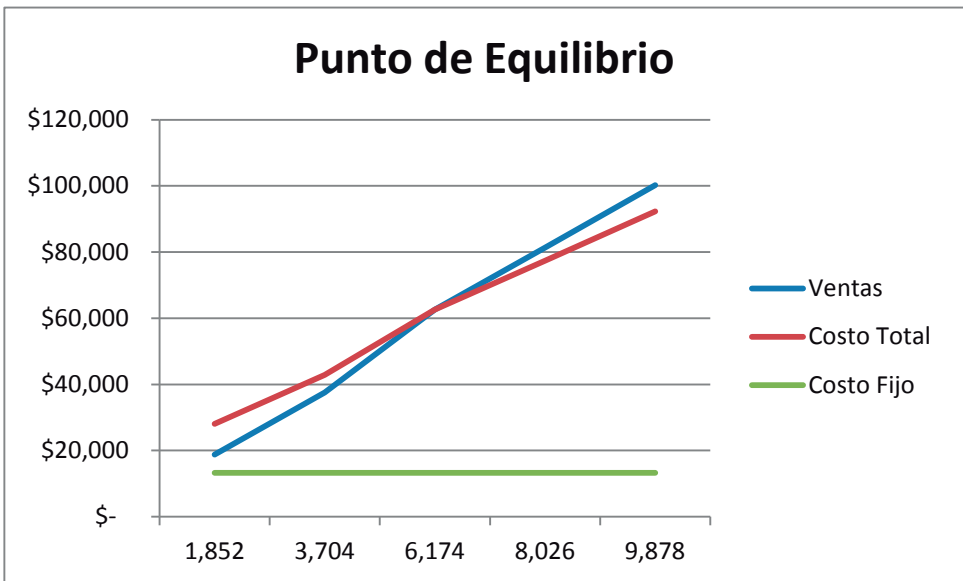
8. Punto de equilibrio

A continuación presento un indicador importante que permite reflejar la condición de la empresa de acuerdo a los márgenes de ventas y unidades del producto a ofrecer en el mercado. Este indicador nos ayudara a conocer donde se encuentra la utilidad y la pérdida o bien la cantidad del producto a vender para no ganar ni perder lo cual encontraremos su punto de equilibrio.

La empresa vende articulos promocionales sublimados.

$$\text{PE} = \frac{\text{costos fijos}}{\text{precio venta} - \text{costos variables}}$$

Punto de equilibrio articulos vendidos = 6,174



Anexo 1.

Quién te ayuda

Primeramente Diosito es una de las primeras en los que pongo mis pasos y decisiones, mi familia que siempre están ahí apoyándome en los nuevos proyectos, están ahí guiándome para poder realizarlos de la mejor manera, mi novio que siempre me alienta en esos momentos en los que llego a dudar dándome el empujón para sentirme determinada a realizar las cosas.

Lo que hago.

Me considero una emprendedora ya que desde que cursaba el segundo año de mi carrera yo ya empezaba a tratar con clientes lo que me ha permitido ir conociendo distintos tipos de estos, sus gustos, sus necesidades y a cómo lidiar con sus puntos de vista e indecisiones. Me ha permitido negociar con clientes, gestionar materia prima y equipos, analizando costos de los productos que le ofreceré a mis clientes lo que me permite crecer como profesional, que me permitía generar nuevas propuestas de solución a sus pedidos.

A quién ayudo

Bueno en este momento mi cliente directo sería la organización OEA a la cual le proporciono soluciones de diseño digital mayormente, entre otros clientes.


A los cuales aparte de ofrecerles el diseño de los que piden también les ofrezco lo que sería la gestión de imprenta lo que les facilita o agiliza sus actividades ya que no se encargan de eso.

¿Qué ayuda ofreces? ¿Cómo ayudamos a otras personas a hacer su trabajo?, ¿Para qué nos contrata un cliente?, ¿Qué beneficio obtienen de nuestra intervención?

Brindo servicios de Diseño Gráfico, Sublimación, Diseño Editorial, Diseño de Tarjetería Artesanal, de los cuales el servicio de Sublimación sería el Producto estrella de la empresa y el resto serían los complementarios, a parte del diseño de los productos que piden, también ayudo a los clientes proporcionándoles el servicio de gestión de imprenta como un secundario o colateral.

¿Cómo te relacionas?, Con los clientes, ¿tenemos una relación cara a cara?, ¿O preferimos el mail?, Hay mucha gente que se





esconde detrás del teléfono, ¿somos uno de ellos?, ¿es la mejor manera de conservar nuestros clientes?

Mi relación con los clientes en primera instancia sería por teléfono o por correo y luego sería cara a cara de preferencia, lo que me facilita captar todos aquellos detalles que el cliente desea en el diseño como tal.

¿Cómo te conocen y qué medios utilizas?, ¿Cómo saben nuestros clientes o nuestros futuros clientes la ayuda que prestamos?, ¿Cómo comunicamos nuestra propuesta de valor?

Me he dado a conocer por medio de trabajos realizados con anterioridad ya sea durante pasantías o a clientes externos los cuales me recomiendan con clientes nuevos, utilizo las redes sociales como lo son el Facebook e Instagram para publicar trabajos

¿Qué obtienes?

Obtengo experiencias, aprendo a caracterizarlos, incremento mi cartera de clientes, beneficios monetarios, conocimiento y estabilidad.

¿Qué das?

Pongo empeño en cada uno de los trabajos, trato de cuidar cada uno de los detalles de las cosas que creo, doy mi tiempo el cual puedo ocupar en otras actividades con mi familia, novios y amigos, proporciono mis conocimientos que he adquirido en cursos o en la universidad.

¿Qué recursos tienes?, ¿Quién eres?, ¿Qué tienes?

Conocimientos en Diseño Gráfico, propiedad Intelectual con énfasis en Diseño, soy una persona con ganas de poder posicionarme en el mercado laboral con lo que lograría estabilidad económica.



Anexo 2.

1. En que consiste un estudio de mercado

Consiste en una iniciativa con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. El cual consta de 2 análisis importantes:

El análisis del consumidor:

Estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias, montos a los que están dispuestos a pagar, etc.). Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores.

La estrategia:

Concepto breve pero imprescindible que marca el rumbo de la empresa. Basándose en los objetivos, recursos y estudios del mercado y de la competencia debe definirse una estrategia que sea la más adecuada para la nueva empresa. Toda empresa deberá optar por dos estrategias posibles:

- Liderazgo en costo. Consiste en mantenerse en los primeros lugares de la lista a nivel competitivo a través de aventajar a la competencia en materia de costos.
- Diferenciación. Consiste en crear un valor agregado sobre el producto

ofrecido para que este sea percibido en el mercado como único: diseño, imagen, atención a clientes, entrega a domicilio.

2. Que se necesita para un estudio de mercado.

El estudio de mercado nos facilita la toma de decisiones empresariales. Nos ayuda a escoger la alternativa más acertada. Aumenta nuestra probabilidad de éxito.

1) Definición del problema.

La primera fase de todo estudio es la definición del problema, procurando concretar su origen.

Qué queremos estudiar. Cuál es nuestro propósito. Qué queremos conocer. Cuál es el objetivo de investigación.

2) Análisis previo de la situación actual.

Centrarse en aquellos puntos determinantes para estudiar el problema clave. Estudiaremos internamente los factores controlables por la empresa, y externamente aquellos que no lo son, pero que sí afectan a la marcha del negocio.

Interno: Análisis de recursos propios y disponibles, análisis de costes, marketing mix (Análisis del producto, del precio, de la política de comunicación y distribución), Determinación del mercado potencial, Estudio de actitudes y expectativas del público objetivo,

Externo: Todas las variables que están fuera de la empresa, que no controlamos pero sí podemos intervenir en ellas. La empresa se mueve en un “Macro entorno” formado principalmente: Entorno económico, Legal, Socio/Cultural y Entorno tecnológico.

3) Análisis D.A.F.O.

Es el momento de recopilar información y hacer un repaso de lo aprendido al documentarnos en nuestra investigación, colocando los datos de forma resumida, para tener una visión clara de qué es lo que podemos hacer para encontrar un hueco que nos permita seguir con nuestro proyecto.

Debilidades. (Factores Internos de la Empresa). Indicar las más importantes de nuestras debilidades con respecto al mercado y al resto de competidores.

Amenazas. (Factores Externos de la Empresa). Factores que puedan ser perjudiciales a corto o medio plazo para nuestro negocio.

Fortalezas. (Factores Internos de la Empresa). Nuestras ventajas. Siempre que queramos tener un mínimo de éxito en nuestra actividad empresarial, debemos partir de alguna ventaja competitiva.

Oportunidades. (Factores Externos o del Entorno). Tratar de ver dónde están los huecos, las fisuras, qué es lo que puede ocurrir en el mercado que nos permita aprovechar mejor sus características o unas circunstancias favorables

4) Tipo de información de la que disponemos.

Fuentes Internas (Primarias o Secundarias).

Fuentes Externas (Primarias o Secundarias).

5) Elección de la muestra.

Definición del Público Objetivo.

Quiénes serán los que responderán a nuestro estudio, de entre todo el público objetivo existente.

6) Qué tipo de técnicas utilizaremos.

Según la procedencia de los datos (Fuentes de datos primarias y secundarias)

Fuentes primarias: Son aquellas que nos proporcionan datos específicos sobre el problema a analizar. Proceden de análisis y estudios diseñados a medida, para detectar un problema, explorar una situación o una opinión sobre un tema concreto, o para cuantificar unos datos de mercado.

Fuentes secundarias: Aquellas que contienen datos genéricos, estadísticos o cualitativos, son informes y estudios que no han sido diseñados específicamente para el tratamiento del problema o el asunto que nos proponemos investigar pero que contienen datos relacionados.

Según la tipología de la información a obtener. (Cuantitativas y cualitativas)

Técnicas cuantitativas: Nos permiten medir, o cuantificar el alcance de un determinado fenómeno. Las dos técnicas más usuales son Encuestas y Paneles.

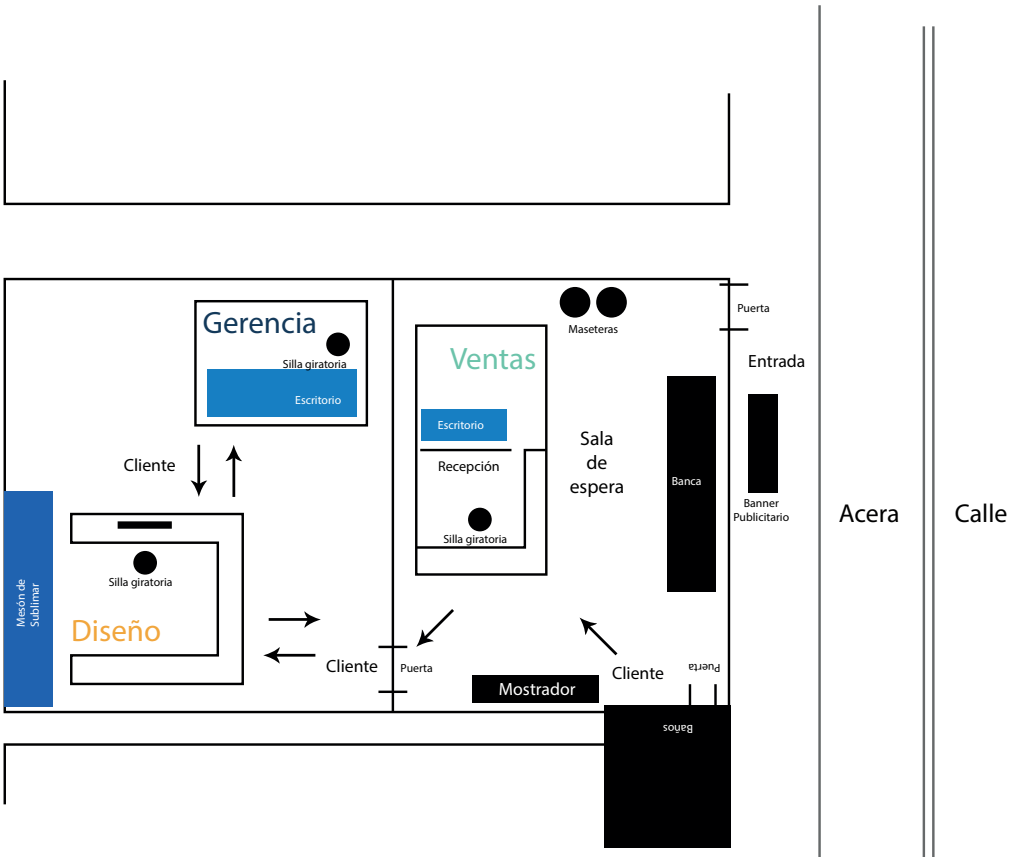
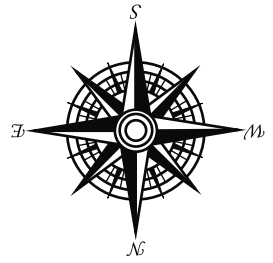
Técnicas cualitativas: Facilitan información del por qué, o sea de las razones por las que existen determinados hábitos de consumo o de actuación en general. Aportan cosas como las preferencias de uso, las estéticas, necesidades ergonómicas, deficiencias que perciben en los productos actuales, los temores, el desconocimiento, la simpatía que despiertan... Las técnicas más importantes son Observación directa, Entrevista en profundidad y Grupo Focal.

7) Recogida y elaboración de datos.

8) Interpretación de los datos.



Vista Planta





Contratos

Contrato : Servicios profesionales
Dependencia : PUNTO CREATIVO

Nosotras, Lic. Tatiana José Ramírez Calderón, mayor de edad, soltera, Diseñadora Gráfica y de este domicilio e identificada con cedula de identidad número 001-281190-0006S (cero, cero, uno, guion, dos, nueve, ocho, uno, uno, nueve, cero, guion, cero, cero, cero, seis, S), actuando en mi calidad de Directora de recursos humanos de la empresa PUNTO CREATIVO, estudio de sublimación, a quien en lo sucesivo se podrá denominar EL CONTRATANTE y LA XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, mayor de edad, soltero(a) y XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, de este domicilio, identificada con la cedula de identidad ciudadana 000-000000-00000 (cero, cero, cero, guion, cero, cero, cero, cero, cero, cero, guion, cero, cero, cero, cero, cero), actuando por si, a quien en lo sucesivo se le podrá denominar EL/LA CONTRATADA, hemos convenido en celebrar el presente contrato de servicios profesionales, el cual se regirá por las siguientes clausulas:

PRIMERA (DEL OBJETO DEL CONTRATO):

El XXXXXXXXXXXXXXX se compromete a prestar sus servicios como tal en el proyecto "XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX" que será dirigido por PUNTO CREATIVO, sujetándose a las leyes, estatutos, reglamentos y normas del programa que corresponda, así como a las disposiciones emanadas o indirectamente de PUNTO CREATIVO.

SEGUNDA (DE LOS ONORARIOS PROFECIONALES Y FORMA DE CANCELACION):

El contratante pagara por los servicios prestados como XXXXXXXXXXXXX, la cantidad de C\$ 000.00 (cero cero cero netos) por la realización de todos los servicios señalados en la cláusula quinta. Los honorarios serán cancelados en un solo monto, al momento de la aprobación de los servicios o tareas a ejecutar.

El pago de los servicios del XXXXXXXXXXXXX serán sin perjuicio de las retenciones que deba realizar el contratante y a la cual está obligado de conformidad con la legislación fiscal vigente.

TERCERA (DE LA DURACION DEL CONTRATO):

La duración del presente contrato es válido entre el día ____ de _____ y el día ____ de _____.

CUARTA (FORMAS DE SEGUIMIENTO):

Queda establecido que el responsable del proyecto en ejecución ejercerá seguimiento y control del cumplimiento del XXXXXXXXXXXXX para fines de pago, cancelándose solamente las trabajadas, en un solo pago, el monto señalado en la cláusula segunda.

QUINTA (DE LOS COMPROMISOS DEL TRABAJADOR):

Se comprometa a:

- a) Realizar XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX :
 1. XXXXXXXXXXXX
 2. XXXXXXXXXXXX
 3. XXXXXXXXXXXX
 4. XXXXXXXXXXXX
 5. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX



Contrato : Servicios profesionales
Dependencia : PUNTO CREATIVO

- b) acatar recomendaciones y realizar los cambios brindados al xxxxxx por la dirección de PUNTO CREATIVO.
- c) Aplicar el modelo del estudio de diseño.
- d) Cumplir con el desarrollo del contenido del proyecto que se ejecutara.
- e) Cumplir con las demás disposiciones señaladas en los reglamentos internos tanto del PUNTO CREATIVO como del proyecto en ejecución
- f) Abstenerse de realizar actos de intimidación, amenazas, represalias o cualquier tipo de acoso sexual y cualquier tipo de discriminación que conlleven a producir voluntades o daños a los trabajadores y resto de personal involucrado en el proyecto, así como respetar y cumplir con las distintas políticas, normativas y demás disposiciones administrativas establecidas o que establezca el estudio relacionados con todos estos aspectos
- g) Entregar en la dirección de recursos humanos la documentación requerida: currículo de vida, fotocopias de diplomas, fotocopias de cedula de identidad y completar ficha de datos.

SEXTA (DE LA TERMINACIÓN ANTICIPADA DEL CONTRATO):

El estudio podrá dar por terminado el presente contrato, si el xxxxxxxxxxxx no cumple con las obligaciones que establecen las clausulas anteriores y las disposiciones en general.

SÉPTIMA (DE LA NATURALEZA DEL SERVICIO):

Queda establecido por ambas partes que el presente contrato es de la naturaleza civil y que todo lo que no se encuentre regulado en el presente contrato, se regirá por la legislación civil vigente y demás normas aplicables en esta materia.

OCTAVA (DOMICILIO):

Ambas partes fijan como su domicilio para efectos del presente contrato de servicios profesionales, la ciudad de Managua, a cuyos tribunales se someterán.

En fe de lo anterior firmamos y ratificamos el presente contrato, en dos folios útiles, sin hacerle ninguna modificación, en la ciudad de Managua, a los _____ del mes _____ de dos mil catorce.

Tatiana José Ramírez Calderón
El Contratante

EL CONTRATO (A)



Contrato : Servicios profesionales
Dependencia : PUNTO CREATIVO

ANTE Mí, XXXXXXXXXXX XXXXXXX XXXXX, abogado y notario público de la república de Nicaragua, debidamente autorizado por la excelentísima corte suprema de justicia, para ejercer el notariado durante el quinquenio que finaliza el día veintidós de febrero del año dos mil dieciséis, soy fe que las firmas que anteceden son las de las señoras: Lic. Tatiana José Ramirez calderón y Lic. XXXX XXXX XXXXX XXXX, fueron puestas ante mí, por los otorgantes y son las que usan en todos los actos civiles, mercantiles y admirativos. Dado en la ciudad de Managua a los tres días del mes de junio de dos mil catorce.

XXX XXX XXX
ABOADO Y NOTARIO PÚBLICO





Punto Creativo

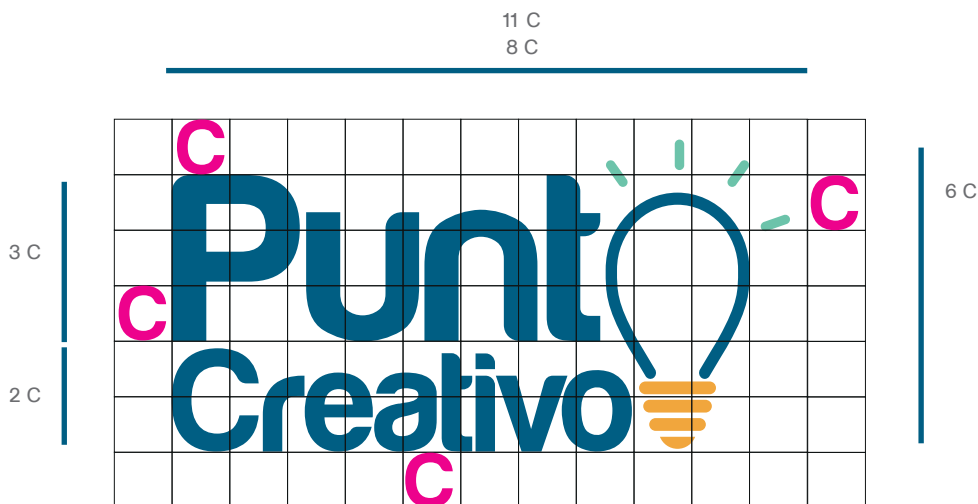
Diseño Y Sublimación

Manual de Marca



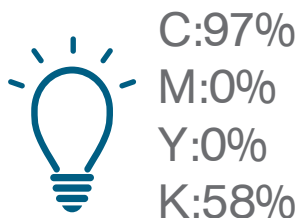


Construcción gráfica



Colores Corporativos:

En la elaboración de la identidad corporativa, el isotipo lleva un color dentro de los azules , y el imagotipo esta compuesto por tres colores el naranja, azul y verde tierno.



Tipografía

La tipografía utilizada en el Isotipo fue la HARABARA BOLD y para la frase complementaria se utilizó LOBSTER 1.3

Punto Creativo

abcdefghijklmnopqr 1234567890!@#\$%&'()*=

Diseño y Sublimación

abcdefghijklmnopqr 1234567890!"#\$%&'()*=

Punto
Creativo 
Diseño Y Sublimación

Área de reserva: es el límite imaginario del rectángulo que encierra el logotipo y dentro del cual no se puede insertar ninguna información adicional a los componentes de esta misma, en este caso el área de reserva es de 0.50 cm.



Reducción Máxima: El objetivo es indicar que el logotipo, no podrá reducirse a menos 2.8 cm de ancho por 2.8 cm de alto, ya que si se reduce a menos porcentaje, no podrá mantener su legibilidad y claridad en su orientación horizontal.





Estandar de Color



Positivo



Negativo



Escala de grises



Variaciones

Correctas



Variaciones

Incorrectas



Diseño Y Sublimación





Miscelaneos





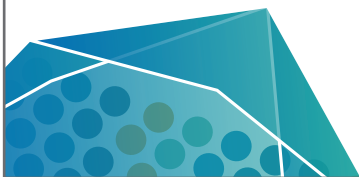


Stickers





Papelería



Tel.
+505 86663714

E-mail:
puntocreativo2015@outlook.es
tatykalder@hotmail.es



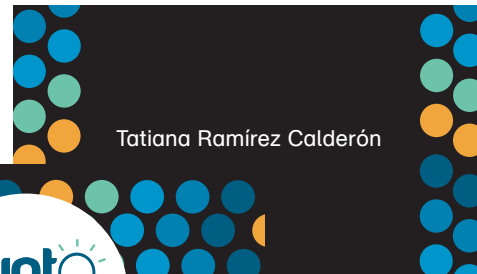


RECIBO OFICIAL DE CAJA

MONTO	RUC:	FECHA	/	/
Recibimos de: _____				
Por cuenta de: _____				
La suma de: _____				
En concepto de: _____				
Cheque No. _____				
Banco _____				
Monto Retenido _____	Entregué conforme	Recibí conforme		

Dirección: Villa Libertad del Co. 1/2 Cuadra al Sur, Casa # 1-1652 • Managua, Nicaragua
e-mail: tatykalder@hotmail.es - puntcreativo2015@outlook.es Cel: (505) 86663714









Punt Creativo

Tel.
+505 86663714

E-mail:
puntocreativo2015@outlook.es
tatykalder@hotmail.es

Punt Creativo





Punt
Creativo

Diseño Gráfico
Sublimación
Publicidad
Diseño Web



Punt
Creativo

Diseño Gráfico
Sublimación
Publicidad
Diseño Web

Tel.
86663714
Correo:
tatykalder@hotmail.es
puntocreativo2015@outlook.es





Diseño Gráfico
Sublimación
Publicidad
Diseño Web
Tarjetas (todo evento)

Tel.
86663714
Correo:
tatykalder@hotmail.es
puntocreativo2015@outlook.es

