



Escuela de
Diseño

Universidad Politécnica de Nicaragua
Recinto Universitario-Managua
Escuela de Diseño

Plan de Negocios Tienda de Estilo Alternativo “Nuo”

Autor: Bra. María Lourdes Solórzano López 0914925

Tutor: Luis Carvajal Rodríguez

Managua, Septiembre 2015



Universidad
Politécnica
de Nicaragua

Sirviendo a la Comunidad

Resumen Ejecutivo

Nicaragua ha sido conquistada por los productos de consumo masivo y las tendencias populares, dejando poco espacio para crear el estilo propio, para salirse del molde. De esto nace la propuesta de algo verdaderamente novedoso donde la moda y el estilo sea una creación individual en vez de un producto de consumo. La moda alternativa, es aquella que no sigue las corrientes actuales del estilo y rompe los esquemas.

Por ello queremos crear una tienda llamada Nuo que por sus siglas significa NOVEDOSO-ÚNICO-ORIGINAL.

La tienda tiene como principal fuente de inspiración la fotografía, por lo que los artículos como camisetas, collares, pulseras, etc, tendrán como eje fundamental el elemento visual fotográfico.

Con la propuesta en mano, exploramos nuestro mercado y logramos concluir que nuestro enfoque está en la dirección correcta con respecto a los artículos que pretendemos ofrecer, que hay un mercado interesado en la propuesta de nuestros productos y que debemos establecer precios atractivos y competitivos.

Una vez que estudiamos nuestro mercado definimos la producción de nuestros artículos. Debido a la naturaleza de nuestras piezas el proceso de idea a realidad es un trayecto en el cual se encuentran involucrados varios proveedores para realizarse. Nuestras ideas se plasman en forma digital y se inician pensando en base al artículo (vestimenta, accesorios, decoración) que deseamos diseñar y se utilizan plantillas digitales donde se observa cómo va a quedar el producto final. Utilizamos software de diseño tales como Adobe Photoshop, Illustrator y Lightroom.

La tienda NUO estará conformada por dos propietarios los cuales somos piezas fundamentales para la producción de los productos y de las finanzas de la misma. En un futuro se pretende agregar una tercera persona en ventas dependiendo de las proyecciones financieras.

Conociendo nuestros costos por artículos nos dimos cuenta de los precios que podemos establecer, también calculamos la cantidad de artículos que podemos producir y así dictaminar nuestras ventas anuales. La tienda tiene una ubicación en un área comercial muy importante como lo es Ciudad Jardín.

Con la producción lista tomaremos ventaja de la publicidad en línea la cual tiene un costo bajo y es sumamente efectiva hoy en día. El mayor gasto será para dar a conocer la tienda, donde agregando a la publicidad en línea nos anunciaremos con banners y daremos a conocer nuestros productos por catálogos.

Según nuestras proyecciones y datos calculados logramos concluir que nuestra tienda es rentable. Nuestro capital inicial nos permitirá producir lo suficiente para los primeros tirajes y las utilidades serán reinvertidas para la siguiente producción de artículos. Tenemos muchísimos factores a nuestro favor, como el equipo fotográfico ya adquirido, la oportunidad de un local a bajo costo, el conocimiento de programas de edición, y especialmente ganas de trabajar y superarnos. La inversión inicial será recuperada en el primer año, lo cual aumenta el valor de este proyecto. Nuestra idea es tener una empresa con alta liquidez para así crecer con riesgos mínimos y alta rentabilidad. Una apuesta segura para el éxito.

Índice

Capítulo I. Auditoría Personal	1
Capítulo II. Introducción al Plan de Negocios	3
1. Propósitos u objetivos de un Plan de Negocios.....	3
1.1 Que necesidades satisface.....	3
1.2 Tipo de empresa	3
1.3 Tamaño	3
1.4 Ubicación	3
2. Justificación.....	4
Misión.....	5
Visión.....	5
Valores de empresario.....	5
Principios empresariales.....	5
Ventajas competitivas.....	5
Distingos	6
Capítulo III. El Mercado.....	7
3.1 Objetivos de la Mercadotecnia	7
Objetivos a corto plazo:.....	7
Objetivos a mediano plazo:.....	7
Objetivos a largo plazo:	7
3.2 Investigación de Mercado	8
3.3 Estudio de Mercado.....	8
3.4 Distribución y Puntos de Venta	8
3.5 Promoción del Producto o Servicio.....	9
3.6 Fijación y Políticas de Precio	9
3.7 Plan de Introducción al Mercado	10
3.8 Riesgos y Oportunidades del Mercado	10
3.9 Sistema y Plan de Ventas.....	11
3.10 Encuesta de Estudio de Mercado.....	11
Capítulo IV. Producción	13
4.1 Objetivos del área de producción	13
4.2 Especificaciones del producto.....	14
4.3 Descripción del proceso de producción	15
4.4 Diagrama del flujo del proceso	16
4.5 Características de la tecnología	16
4.6 Equipo e instalaciones.....	18
4.7 Materia Prima.....	19
4.8 Capacidad Instalada	19
4.9 Manejo de Inventarios.....	20
4.10 Ubicación de la Empresa.....	20

Capítulo V. Organización	21
5.1 Objetivos:.....	21
5.3 Funciones Específicas.....	23
5.4 Captación de Personal.....	26
5.5 Desarrollo del Personal	26
5.6 Administración de Salarios	26
5.7 Evaluación de Desempeño.....	27
5.8 Relaciones de Trabajo	27
5.9 Marco Legal	27
Capítulo VI. Finanzas.....	28
6.1 Objetivos del área contable	28
6.2 Sistema contable de la empresa	29
6.3 Flujo de efectivo.....	30
6.4 Estados financieros proyectados	31
6.5 Indicadores financieros	32
6.7 Sistema de financiamiento	37
Anexo 1	38
Anexo 2	39
Anexo 3.....	41
Anexo 4.....	49
Anexo 5.....	52

Capítulo I. Auditoría Personal

Introducción

Como seres humanos ansiamos la libertad, en todos los aspectos de la palabra. La sociedad hoy en día nos enseña que uno puede estudiar y superarse, conseguir un buen trabajo donde podamos esperar a retirarse y después de 40 años vivir tranquilamente, o podemos seguir el ejemplo de las personas excepcionales y crear nuestro propio camino. Aprovechar los conocimientos adquiridos y combinarlos con nuestras pasiones para emprender y trabajar en algo propio, algo que nos pertenece. Pues si uno ama lo que hace, no trabajas un día en tu vida.

Este deseo de libertad financiera y por que no, espiritual, es lo que alimenta la pasión y nos conlleva a buscar ese camino. Pero nada se vuelve realidad sin planear u organizar nuestras ideas de tal manera que comprendamos cómo llegar hasta nuestra meta. Es por eso que un plan de negocios es esencial.

El plan de negocios nos permite plasmar nuestras ideas y organizarlas para cumplir con nuestros objetivos. Este nos brinda las herramientas necesarias para analizar si lo que queremos hacer es viable, a través de estudios de mercado y otros mecanismos. Nos enseña los puntos débiles, para transformar nuestro proyecto en algo verdaderamente realizable, tangible y que deje de ser un castillo en el aire.



Capítulo II. Introducción al Plan de Negocios

1. Propósitos u objetivos de un Plan de Negocios

1.1 Que necesidades satisface

Fue creada para satisfacer a un nicho del mercado alternativo, ya que actualmente este no ha sido explotado en el país.

1.2 Tipo de empresa

Tienda del sector productivo de estilo alternativo como ropa y accesorios; y productos de comercialización original, tales como fotografías en canvas, tazas, cojines, calendarios, bolsos, etc.

1.3 Tamaño

Somos una microempresa, ya que estamos compuestos por 2 personas únicamente.

1.4 Ubicación

Virtual y ubicación física en Ciudad Jardín, costado Sur de Óptica Munkel calle principal de Ciudad Jardín, Casa J-17, Managua Nicaragua.

2. Justificación

Se llama Diseño Gráfico a la transformación de ideas y conceptos en una forma de orden estructural y visual; por lo tanto definimos al diseñador gráfico como un comunicador visual que es capaz de transmitir un mensaje de forma clara y precisa a través de imágenes, símbolos y letras. Como comunicadores visuales siempre estamos al día con las tendencias y trabajamos, para entregar trabajos novedosos y siempre estamos en la búsqueda de ser originales y únicos. Aplicamos tendencias no solo a nuestros trabajos si no también a nuestro estilos de vida. Nuestro vestir, nuestros accesorios, incluso nuestros hogares se convierten en parte de esa búsqueda de nuestro estilo propio que de una muestra de quienes somos.

Nicaragua ha sido conquistada por los productos de consumo masivo y las tendencias populares, dejando poco espacio para crear el estilo propio, para salirse del molde. De esto nace la inspiración para proponer algo verdaderamente novedoso, original y único. Donde la moda y el estilo sea una creación individual en vez de un producto de consumo. La moda alternativa, es aquella que no sigue las corrientes actuales del estilo y rompe los esquemas. Sin embargo tiene un gran potencial por esta misma razón. Por ello queremos crear una tienda llamada Nuo que por sus siglas significa NOVEDOSO-ÚNICO- ORIGINAL. La tienda se quiere crear para suplir esa carencia del país y darle a la gente que busca piezas originales y únicas un espacio donde las puedan conseguir.

El plan de negocios es un documento fundamental que nos permitirá ordenar nuestras ideas de forma escrita para poder utilizarlas en el futuro. Nos permite conocer todos los ángulos de nuestro proyecto para así transformar nuestra idea en algo realizable, rentable y deje de ser nada más un habitante de nuestra mente. De esta manera podemos saber cuáles son los pasos a tomar para convertir nuestros sueños en una realidad concreta. El propósito de este plan de negocio es desarrollar mi idea de una tienda que permita libre expresión de la individualidad sin ningún límite. Donde podamos expresar nuestro estilos, nuestros gustos y pasiones ya sea a través de ropa, accesorios o diferentes artículos que nos hagan sentir único, propios de nuestro ser.

Misión

Proveer piezas novedosas, originales y únicas. Facilitarle a los clientes los elementos necesarios para crear su propio estilo.

Visión

Convertir Nuo en sinónimo de Estilo Alternativo.

Valores de empresario

Excelencia
Servicio al Cliente
Responsabilidad
Respeto
Honestidad

Principios empresariales

Calidad
Originalidad
Servicio

Ventajas competitivas

7.1 De la empresa

Nuo es diferente a cualquier otra tienda ya que sus piezas son únicas en estilo y no siguen la moda masiva. Está enfocada en darles a las personas un estilo propio, a través del cual puedan expresar lo que las hace únicas. También queremos vender piezas únicas en textiles y productos varios, diseñados digitalmente o tomando como inspiración fotografías propias.

7.2 Del producto o servicio

Las piezas de Nuo no son solo ropa y accesorios. Son una expresión. Cada pieza es seleccionada y diseñada, teniendo en mente que envíe ese mensaje de originalidad. Que sea vista y llame la atención por su estilo único.

Distingos

8.1 Servicio postventa

Ninguno

8.2 Sistema de distribución

Servicio de entrega a domicilio y la sucursal física.

8.2 Garantía

Todos los productos son revisados para asegurar la calidad y garantizar la satisfacción con el mismo.

Capítulo III. El Mercado

Satisfacer las necesidades al crear bienes y servicios es el objetivo de una empresa y la mercadotecnia nos ayuda a planear las actividades que debemos tomar identificando las necesidades y deseos del mercado, la formulación de objetivos orientados al consumidor, y la construcción de estrategias que creen un valor superior para los consumidores.

3.1 Objetivos de la Mercadotecnia

Objetivos a corto plazo:

- Dar a conocer nuestros productos y posicionarnos en el mercado.
- Lograr un volumen de venta de \$12,800 el primer año.
- Obtener una cantidad promedio de 60 clientes mensuales, para un total de 720 clientes en el corto plazo.
- Una venta de artículos entre 1000 unidades anuales.
- Captar un 10% de nuestro mercado potencial.

Objetivos a mediano plazo:

- Mantener liderazgo de ventas sobre nuestros competidores.
- Lograr un volumen de venta de \$19,000 anuales.
- Obtener una cantidad promedio de 150 clientes mensuales, para un total de 1.800 clientes en el mediano plazo.
- Una venta de artículos entre 1500 unidades anuales.
- Captar un 50% de nuestro mercado potencial.

Objetivos a largo plazo:

- Expandir locales a otros departamentos del país.
- Lograr un volumen de venta de \$25,000 anuales.
- Obtener una cantidad estable de 280 clientes mensuales, para un total de 3360 clientes a largo plazo.
- Una venta de artículos entre 2000 unidades anuales.
- Captar un 70% de nuestro mercado potencial.

3.2 Investigación de Mercado

La investigación de mercados es la herramienta que tenemos para conocer nuestro mercado. Este proceso nos permitirá analizar el entorno y las acciones de los consumidores, lo cual nos dará un diagnóstico acerca de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO) que tendremos con el lanzamiento de nuestra empresa.

3.3 Estudio de Mercado

La realización de un estudio de mercado nos proporcionará la información necesaria para conocer nuestro mercado, competencia, y a la vez saber si nuestros precios son competitivos y posibles medios de distribución. Aplicaremos una encuesta a potenciales clientes, entre las edades de 15 y 60 años de la capital, con el objetivo de medir nuestra posición en el mercado y la demanda de nuestros productos.

3.4 Distribución y Puntos de Venta

Nuestros productos serán comercializados a través del local físico, y se ofrecerá el servicio de entrega a domicilio.



3.5 Promoción del Producto o Servicio

Buscamos darnos a conocer primordialmente por publicidad en línea (e-commerce). La Web ofrece la posibilidad de participar en un mercado interactivo, la promoción en línea se realiza con el aumento de usuarios que visitan una página web, y que cada clic genera un nuevo usuario en los buscadores de forma secuencial. Por lo que el hecho de publicidad en Internet descansa en los clics que realiza el usuario y la información de imagen y texto que recibe.

Simultáneamente nos promocionaremos en revistas y periódicos de circulación nacional. Y por medio de patrocinio en sesiones fotográficas y eventos sociales.

El costo del material publicitario es de:

Producto	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Banners	2	\$ 120	\$ 240
Catálogos	100	\$ 2.50	\$ 250
Tarjetas de presentación	500	\$ 0.10	\$ 50
Espacios publicitarios	2	\$40	\$80
			Total \$ 620

3.6 Fijación y Políticas de Precio

Fijaremos nuestros precios tomando en cuenta la media del mercado con un rango de ganancia del 50% en base al costo de producción. Se trabajará con pagos de contado a través de dinero en efectivo de moneda nacional e internacional (dólares estadounidenses) y/o métodos electrónicos de pagos (tarjetas de crédito, débito, transferencias electrónicas)

3.7 Plan de Introducción al Mercado

Para librarnos del fracaso y asegurar el éxito, es necesario efectuar estudios, amplios y de distinto alcance. Nos introduciremos en el mercado mediante la estrategia de dar a conocer lo innovador de nuestros artículos y poner al alcance productos singulares.

Por lo tanto creemos que nuestros artículos tienen una buena oportunidad en el mercado ya que es un nicho poco explotado. Teniendo esto a nuestro favor nos permitirá darnos a conocer en un ambiente con poca competencia.

3.8 Riesgos y Oportunidades del Mercado

Los riesgos principales a los que nos enfrentaremos son los siguientes:

1. Regulación y cumplimiento de demanda.
2. Aumentos de Costos.
3. Gestión del talento.
4. Las presiones sobre los precios.
5. La recesión.
6. Exigencia de responsabilidad social.
7. El acceso a crédito.

Las oportunidades principales futuras a los cuales nos enfrentaremos son las siguientes:

1. Mejorar la ejecución de la estrategia en todas las áreas del negocio.
2. Invertir en procesos, herramientas y formación para mejorar la productividad.
3. Invertir en tecnología.
4. Innovar en productos, en servicios y en operaciones.
5. El crecimiento de un mercado nuevo.
6. Nuevos canales de marketing.

3.9 Sistema y Plan de Ventas

Nuestro sistema de venta ofrecerá los diferentes artículos al detalle o en tirajes no mayor a 25 unidades debido a la naturaleza de los productos.

Y nuestro plan de ventas constituye:

- La fuerza de ventas, por personas con conocimientos básicos de computación, inglés y servicio al cliente.
- Disponibilidad de atención al cliente Lunes a Viernes de 10 am a 8 pm.
- Servicio de entregas a domicilio.
- Precio competitivos.
- Se enfocarán los esfuerzos de ventas en una amplia gama de clientes.

3.10 Encuesta de Estudio de Mercado

Nuestra tienda Nuo pretende brindar un estilo alternativo a nuestros clientes, por ello nos dimos a la tarea de crear un instrumento (Ver Anexo 2) para investigar la opinión del mercado en cuanto a sus gustos. Nuestra muestra fue de 50 personas, sin tomar en cuenta género, habitantes de Nicaragua y entre las edades de 14 hasta 60 años. Por medio de estas encuestas logramos conocer un poco más a nuestros clientes potenciales, sus gustos, lugares actuales de compras que nos da una idea de nuestros competidores y los rangos de precios aceptables para nuestros consumidores.

Primero que nada logramos conocer que 61.22% de los encuestados piensa que no hay artículos novedosos en el mercado, lo que quiere decir que hay un potencial con buena captación por artículos originales. Además de pocos artículos originales es muy difícil para nuestro mercado encontrar prendas que consideren su estilo, 54% lo encuentra entre complicado o difícil. Por esto mismo una gran mayoría prefiere hacer sus compras por internet en tiendas en línea.

Un reto que encontramos es que el 76% de los encuestados se inclinan por la compra de artículos de procedencia extranjera, nosotros pretendemos cambiar esta noción a través de altos estándares de calidad y del uso de materia prima y mano de obra nacional. También encontramos que el 42% considera el precio de un producto muy importante a la hora de comprarlo, lo cual nos permite crear una política de fijación de precios ajustable a este criterio.

Determinamos los gustos de nuestro mercado al conocer que un 100% de los encuestados se encuentra interesados por prendas de vestir, un 61.70% en accesorios y un 27.66% en decoraciones artísticas. En cuanto a los rangos de precios un 64% nos expresó su atracción hacia los precios de accesorios en un rango de \$5 a \$15 dólares; con respecto a prendas de vestir un 84% entre los \$15 a \$35 dólares.(Todas las respuestas obtenidas pueden ser encontradas con mayor detalle en Anexo 3)

La información obtenida a través de esta encuesta asegura que nuestro enfoque está en la dirección correcta con respecto a los artículos que pretendemos ofrecer y nos permite establecer precios atractivos y competitivos para nuestro mercado.

Capítulo IV. Producción

La producción es un área fundamental para nuestra empresa, ya que es a través de la misma que nuestros artículos pasan de ser una idea en la mesa de diseño a convertirse en un producto tangible y listo para la venta. Debido a la naturaleza de nuestras piezas el proceso de idea a realidad es un trayecto en el cual se encuentran involucrados varios proveedores para realizarse. En esta parte vamos a exponer todo lo que este camino conlleva y vamos también a explicar los planes a futuro para mejorar este proceso mediante la empresa crezca según nuestras proyecciones.

4.1 Objetivos del área de producción

Corto plazo:

- Contar con el espacio, personal y equipos tecnológicos necesarios para poder cumplir con la producción de los artículos que permitan lograr obtener un volumen de ventas anuales de C\$260,000.
- Asegurar que los materiales recibidos por los proveedores, cumplan con los estándares de calidad y tiempo de entrega necesarios, para que el área de mercadeo logre brindar la satisfacción y oferta apropiada en la captación del 10% de nuestros clientes potenciales.

Mediano plazo:

- Incrementar nuestra capacidad productiva en un 50%, con los mismos equipos tecnológicos, recursos humanos y misma calidad, a través de la originalidad y variedad de los productos que obtendremos para la satisfacción de nuestros clientes, lo cual permitirá cumplir con el volumen de ventas establecidos por el área de mercadeo y con la captación del 30% del mercado potencial.

Largo plazo:

- Contar con un espacio físico adecuado, equipos de impresión, materia prima y personal experimentados, que permitan aumentar la capacidad productiva de la empresa en un 100%, para que nuestra área de mercadeo logre extender nuestro mercado potencial a otros departamentos del país.

4.2 Especificaciones del producto

Artículo	Descripción
Camiseta para mujer	Material polycotton con impresión de diseño original o fotografía original. Colores varios tallas S, M, L y XL.
Camiseta para Hombre	Material polycotton con impresión de diseño original o fotografía original. Colores varios tallas S, M, L y XL.
Camisola para mujer	Material polycotton con impresión de diseño original o fotografía original. Colores varios tallas S, M, L y XL.
Camisola para Hombre	Material polycotton con impresión de diseño original o fotografía original. Colores varios tallas S, M, L y XL.
Cuadro de lienzo	Impresión digital de diseño/fotografía original tamaño 20 x 24
Fotografía con marco	Impresión digital de diseño/fotografía original tamaño 20 x 24
Collar	Material cuerina/cuero con dijes de resina y diseño/fotografía original.
Pulsera	Material cuerina/cuero con dijes de resina y diseño/fotografía original.

*Ver en Anexos 5 ilustraciones de los productos finales

4.3 Descripción del proceso de producción

Nosotros hemos delimitado nuestro proceso de producción en cuatro etapas.

1. Creación y Diseño

Esta es la etapa donde nuestras ideas se plasman en forma digital y empiezan a darle forma al producto. Se inicia pensando en base al artículo (vestimenta, accesorios, decoración) que deseamos diseñar y se utilizan plantillas digitales donde se observa cómo va a quedar el producto final. Utilizamos software de diseño tales como Adobe Photoshop, Illustrator y Lightroom.

2. Encargo de Productos

Aquí se decide que materia prima vamos a escoger para la elaboración de nuestros artículos. Esto se toma en cuenta desde el proceso de diseño, en base a lo ideado se selecciona el tipo de tela a utilizar y esta es seleccionada del catálogo de materiales disponibles por nuestro proveedor o adquiridas en los mercados locales.

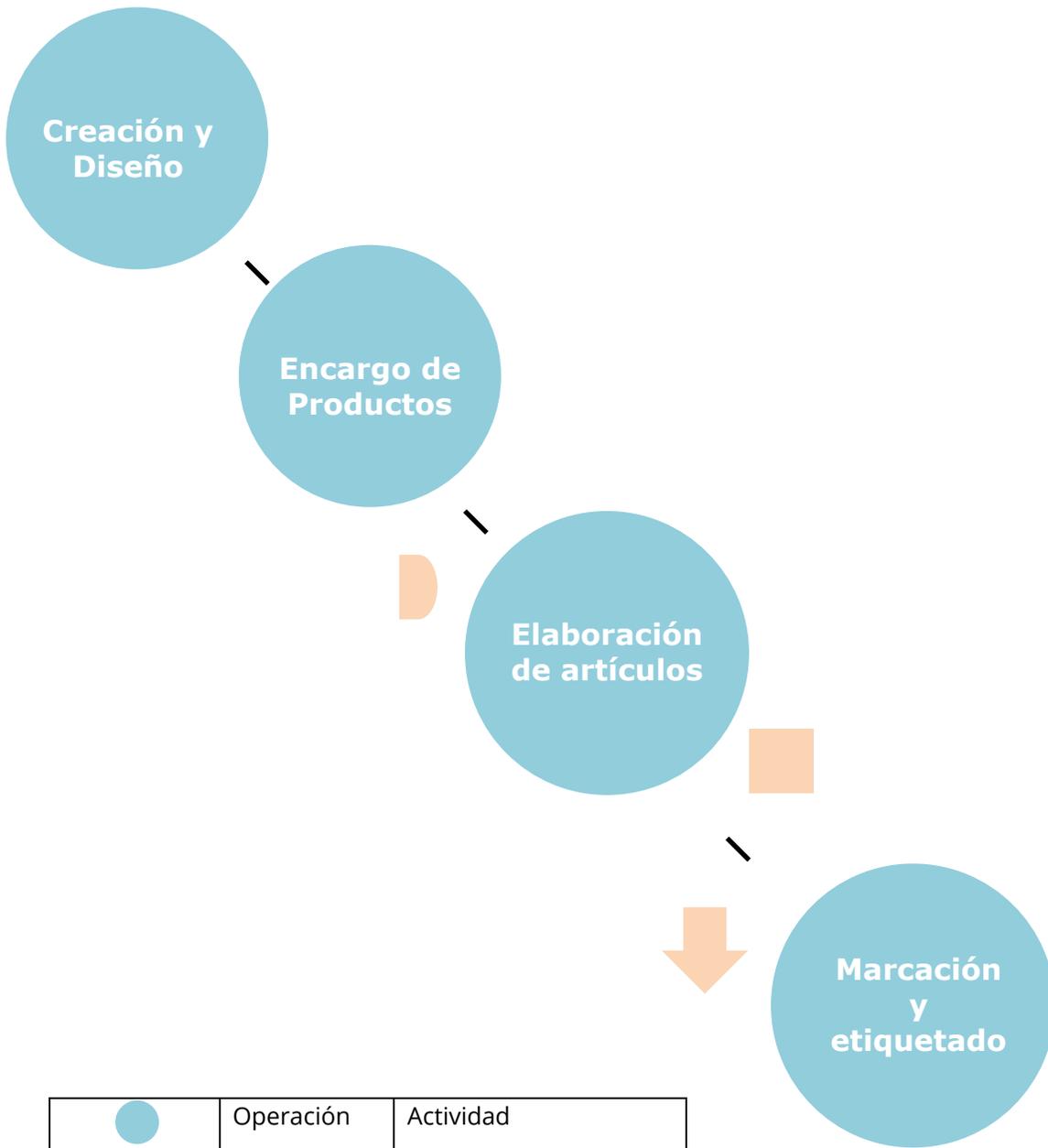
3. Elaboración de artículos

Esta etapa se espera a los proveedores por la implementación del diseño en los distintos artículos.

4. Marcación y etiquetado

Una vez recibidos los productos finales todos se les coloca una etiqueta con la marca Nuo y su precio correspondiente.

4.4 Diagrama del flujo del proceso



	Operación	Actividad
	Inspección	Verificación de calidad
	Transporte	Movimiento de artículos
	Retraso	Período de espera

4.5 Características de la tecnología Computadoras:

Laptop

- Procesador: Intel Core 2 Duo (P8600 'Penryn') @ 2.4 GHz
 - Gráficos: Nvidia GeForce 320M, con 256 MB VRAM compartida
 - Pantalla: 13.3", 1280 x 800, acabado 'glossy'
 - Memoria: 4 GB (2 GB x 2) DDR3 PC3-8500 SO-DIMM
 - Almacenamiento: OCZ Vertex 4 SSD, 256 GB
 - Unidad óptica: HL-DT-ST DVDRW GS23N
 - Color: blanco
- Costo: \$500

De Escritorio

- Procesador: Intel Core I5 3.2 GHZ
 - Tarjeta madre: Intel DH55TC 3RA GENERACIÓN.
 - DISCO DURO 1TB
 - 8GB MEMORIA RAM
 - TARJETA DE VIDEO GEFORCE GTX 670
 - MONITOR LG 17"
- Costo: \$900

Equipo Fotográfico:

Cámara Nikon D7000

- Alta resolución de 16.2 megapíxeles MP DX-format CMOS sensor.
 - Full 1080p HD con autoenfoco.
 - Rango de ISO de 100 a 6400.
- Costo: \$550

Lentes

- 18-55mm f/3.5-5.6G ED II AF-S DX Nikkor
 - 35mm f/1.8G AF-S DX Nikkor
 - 85mm f/1.8D AF Nikkor
 - 17-50mm F/2.8 SP Tamron
- Costo: \$900

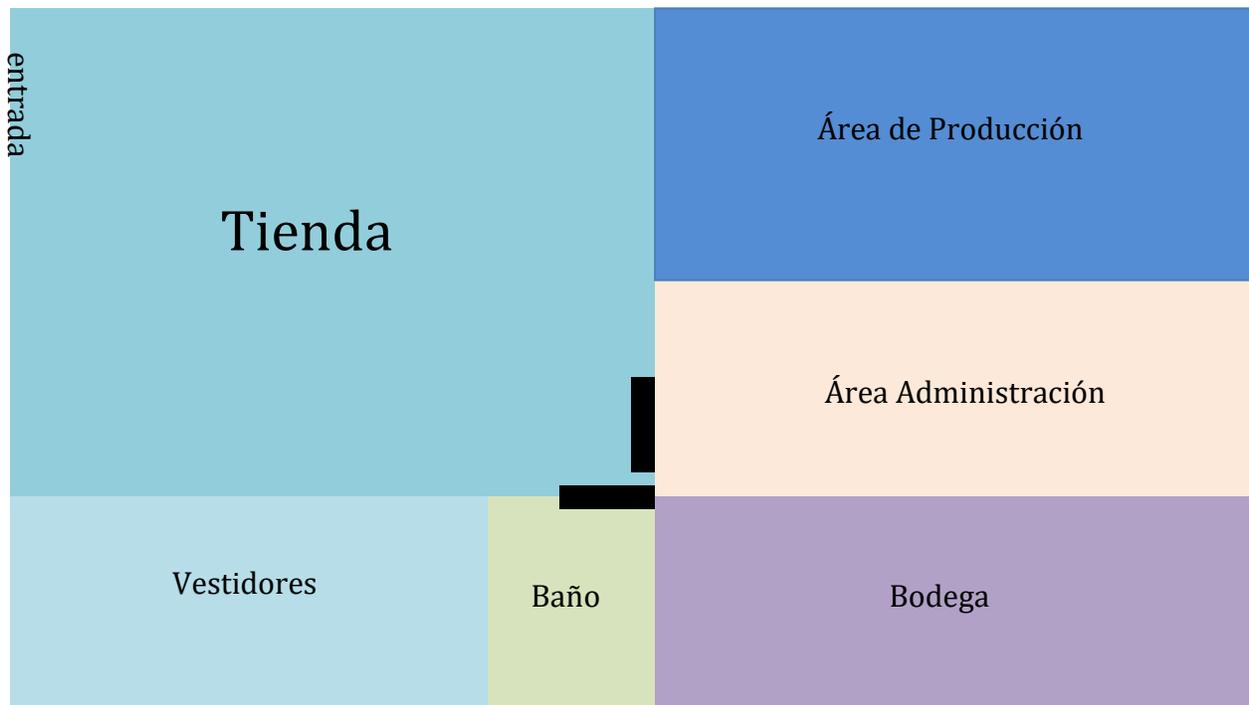
Accesorios

- 2 flash Yongnuo
 - Tripode de 66 pulgadas.
 - Reflector 5 en 1.
- Costo: \$200

4.6 Equipo e instalaciones

La tecnología previamente presentada es un medio esencial para el desarrollo de nuestros productos. Computadoras de alta capacidad son utilizadas en conjunto a los software de diseño y el equipo fotográfico se usa para capturar imágenes que son incorporadas en los diseños.

La tienda solo necesita pintura para la remodelación ya contamos con sillas, escritorios y demás mobiliario para la tienda. En caso de expandirnos, y crear nuestra área de producción esta podría localizarse en la parte trasera de la tienda. Por el momento solo tendremos el área de administración.



4.7 Materia Prima

	Cantidad	Precio
Bolsas grandes	100	\$9
Bolsas pequeñas	100	\$5.50
Pistola etiquetadora	1	\$19
Plastiflechas	5000	\$4
Etiquetas	600	\$9
Memoria USB 8GB	2	\$7
Papelería(facturas comerciales)	500	\$6
Lapiceros	5	\$4
	Total	\$63.5

4.8 Capacidad Instalada

Pretendemos como empresa poder abastecer una cantidad de cuatro tirajes de camisetas al trimestre, cada tiraje se conforma de un diseño original y con una cantidad de 25 unidades cada tiraje. En cuanto a lienzos y a fotografías con marcos, contaremos con un total de 4 diseños al trimestre. Y la capacidad que tendremos para accesorios será de 50 al mes, esto incluye pulseras y collares con los diseños de Nuo.

Artículos	Cantidad	Periodo
Camisetas	100	Trimestral
Lienzos	4	Trimestral
Accesorios	150	Trimestral

4.9 Manejo de Inventarios

El manejar un inventario nos permite satisfacer la demanda del cliente, y conocer las cantidades a comprar para mantener nuestra producción. Utilizaremos el sistema de Inventario Perpetuo, el cual consiste en el cálculo continuo de inventario. Se actualizará el inventario con cada compra y deducen el inventario después de cada venta. Este método permite una medición exacta del inventario sobre una base diaria. Además, el inventario se puede contar físicamente con frecuencia durante este proceso para asegurar que la información contable coincida con la cantidad física en mano.

4.10 Ubicación de la Empresa

Ubicación física en Ciudad Jardín, costado Sur de Óptica Munkel calle principal de Ciudad Jardín, Casa J-17. Esta es un área meramente comercial lo y tiene un alto tráfico de personas, incrementando la exposición de nuestra marca.

Este local es de propiedad familiar lo cual nos beneficia en mantener nuestros costos bajos debido a que el pago por alquiler será de tan solo \$50dólares netos al mes.

Capítulo V. Organización

La organización de una empresa es vital para que cada una de las personas involucradas en ella estén al tanto de sus tareas asignadas y responsabilidades, de esta manera se garantiza el orden y el buen funcionamiento de la misma. En este capítulo se explicaran los objetivos a corto, mediano y largo plazo con respecto a la organización, la estructura de la empresa como tal, entre otros temas tales como salarios y obligaciones legales.

5.1Objetivos:

Corto plazo:

- Contratación de persona de Ventas con experiencia en servicio al cliente y bilingüe.
- Contratación de servicios básicos de agua, luz, teléfono, internet.
- Inscripción de la empresa en la Dirección General de Ingresos como pequeño contribuyente y tramitación de cedula RUC.
- Inscripción en el INSS para garantizar seguro médico social a empleados.

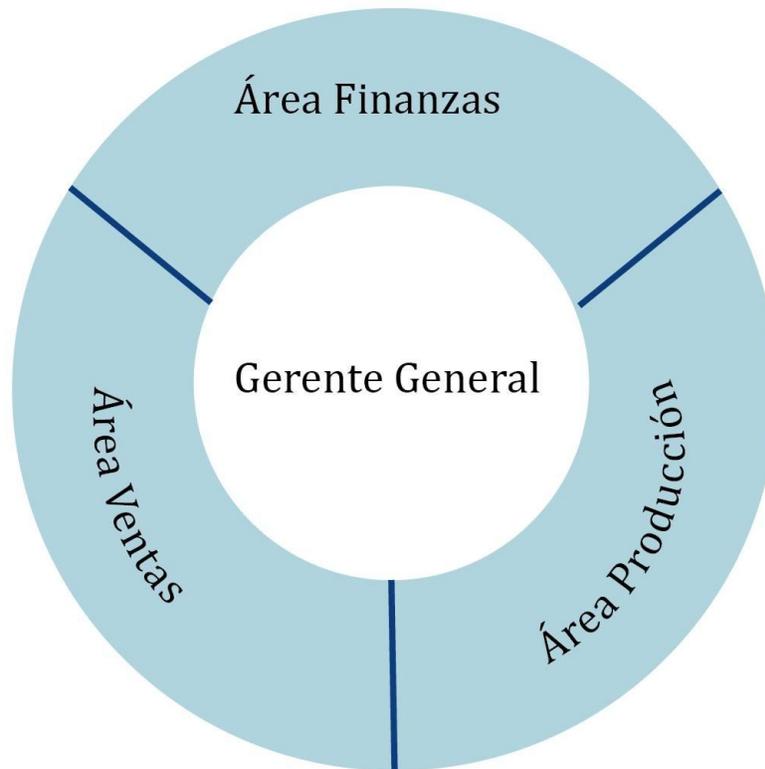
Mediano Plazo:

- Contratación de Personal para elaboración de productos
- Creación de Manual de Empleado
- Creación de Sociedad Anónima

Largo Plazo:

- Asociación con otros empresarios nicaragüenses para servir de plataforma de ventas
- Implementación de Sistema de Inventario

5.2 Estructura Organizacional:



Para nuestro organigrama hemos decidido una estructura circular para disipar la imagen de subordinación que transmiten los organigramas verticales. Debido al tamaño de la empresa creemos que esta estructura es la mejor ya que demuestra gran comunicación entre todas las áreas de la misma y cercana relación entre ellas.

Aquí también podemos apreciar las responsabilidades compartidas entre las posiciones de la empresa ya que todos tenemos un fin común, el cual es garantizar el buen funcionamiento de la empresa y el crecimiento exponencial de la misma.

5.3 Funciones Específicas

Por la naturaleza de nuestra empresa, Nuo podrá contar con un personal no mayor de tres personas, las cuales llevarán a cabo diferentes funciones para garantizar el buen funcionamiento de la misma y de esta manera también mantener la operación sostenible.

Gerente General

Funciones

- Encargado de Administración de presupuesto, adquisiciones y cotizaciones de diferentes proveedores
- Encargado de diseño de productos
- Planeación de campañas publicitarias y social media
- Contratación de personal
- Supervisión del proceso de producción
- Control de Calidad

Habilidades

- Servicio al Cliente
- Creatividad
- Manejo de personal
- Administración de tiempo para la realización de varias tareas
- Manejo de programas de Diseño, presentaciones, hojas de cálculo y procesadores de texto

Salario: \$300

Gerente de Ventas y Financiero

Funciones

- Encargado de adquisiciones y cotizaciones
- Planeación de estrategias de ventas y mercadeo
- Control de inventario
- Llevar contabilidad de la empresa y administrar el capital para cumplir con todas las obligaciones de la misma
- A cargo de relaciones con proveedores y clientes para crear relaciones de negocio duraderas

Habilidades:

- Servicio al cliente
- Manejo de personal
- Experiencia en ventas
- Excelente manejo de tareas y administración de tiempo
- Creatividad
- Manejo de programas de hoja de cálculo y procesadores de texto

Salario: \$300

Ejecutivo de Ventas:

Funciones

- Atención al cliente en la tienda
- Encargado del incremento de ventas
- Organización de Inventario
- Facturación

Habilidades:

- Bilingüe
- Servicio al Cliente
- Experiencia en ventas
- Organizado
- Proficiente en computación

Salario: \$150

Nomina de Empresa NUO

Nombre del Empleado	Salario Mensual	IR	INSS Patronal	Aporte INATEC	Vacaciones	Aguinaldo	Indemnización	Total Nómina
Gerente General	\$300	\$13.02	\$18.75	\$5.93	\$24.72	\$24.72	\$24.72	\$268.23
Gerente de Ventas y Financiero	\$300	\$13.02	\$18.75	\$5.93	\$24.72	\$24.72	\$24.72	\$268.23
Ejecutivo de Ventas	\$150	-	\$9.37	\$2.96	\$12.36	\$12.36	\$12.36	\$140.63
Totales	\$750	\$26.04	\$46.87	\$14.82	\$61.8	\$61.8	\$61.8	\$677.09

5.4 Captación de Personal

El proceso de contratación será realizado por el gerente general, que se encargara de realizar las entrevistas y coleccionar todo el papeleo correspondiente.

Se establecerá un contrato de trabajo por tiempo indeterminado que desglose las obligaciones del trabajador, horarios, beneficios y las responsabilidades del empleador.

Los requisitos para cualquier empleado serán:

- Bachiller en ciencias y letras
- Curriculum Vitae
- Llenar solicitud de empleo
- Presentar cédula original y copia
- Certificado de Conducta
- Certificado de Salud
- Referencias Laborales
- El horario laboral será de 10 am a 7pm

Capacitación del Personal

Todos los empleados recibirán un curso de inducción explicando los mecanismos de la empresa y capacitaciones de ventas y servicio al cliente.

5.5 Desarrollo del Personal

Con el objetivo de cultivar la motivación y el buen desempeño, el personal recibirá reconocimiento por el mismo. Cualquier idea o recomendación será tomada en cuenta. Se motivará la mejora, desarrollo personal y educativo.

5.6 Administración de Salarios

La modalidad de pago será quincenal. Los empleados recibirán colilla de pago con la descripción de todos sus ingresos y donde se demostrara el pago de todos sus beneficios de ley.

5.7 Evaluación de Desempeño

Se harán evaluaciones mensuales en concepto de ventas y evaluaciones anuales a los empleados donde se tomará en cuenta el cumplimiento de las obligaciones y desempeño en el puesto. Esto dará pauta a recompensar al empleado de acuerdo al resultado de las mismas, para así asegurar el buen funcionamiento de las áreas y medir la motivación de los empleados.

5.8 Relaciones de Trabajo

Las relaciones de trabajo serán directas, con el objetivo de mantener una constante comunicación. Creemos que ésto es vital ya que ayuda a la inmediata resolución de cualquier problema y abre las puertas a nuevas ideas que alimenten el crecimiento de la empresa.

5.9 Marco Legal

Nuo es una empresa privada con fines de lucro, bajo la clasificación de pequeño contribuyente según la Dirección General de Ingresos. Fundada de capital privado de parte de sus propietarios, los cuales comparten de manera igualitaria todas las responsabilidades de la misma. La sociedad está compuesta por dos personas, las cuales desempeñaran cargos dentro de la compañía. La empresa será suscrita de tal manera que cumpla todos los requisitos de ley. Nuo será registrada como sociedad anónima bajo el nombre NUO S.A.

Capítulo VI. Finanzas

Todo negocio es una institución con fines de lucro, y esto no puede suceder sin llevar un control cercano de todos los movimientos financieros de la empresa. El área contable está encargada de darle seguimiento y proveer información a través de sistemas o registros sobre la liquidez, inventario y cualquier bien o activo de la organización. En esta sección se presentará un resumen financiero de la empresa y se explicarán métodos de control y registros contables a aplicarse.

6.1 Objetivos del área contable

Corto Plazo

- Crear registro inicial de bienes y liquidez de la empresa.
- Apertura de cuenta bancaria para transacciones de la empresa
- Apertura de Diario para transacciones y creación de catalogo contable.

Mediano Plazo

- Implementación de Cierre de Inventario Mensual
- Implementación de sistema de Nómina para pago de empleados
- Implementar sistema de contabilidad Quickbooks
- Investigar y aplicar sistema de control de inventario

Largo Plazo

- Presentación de estados financieros
- Garantizar el cierre contable para los períodos fiscales según la Ley.
- Presentación de reportes de recaudación fiscal y financiera.

6.2 Sistema contable de la empresa

Usaremos el sistema contable Contpaq en sus versiones Contabilidad y Punto de venta.

Este programa posee las siguientes características:

- Facilita emisión y recepción de facturas electrónicas y físicas.
- Control de inventario
- Control de nómina
- Modificable para cumplir con normativas fiscales
- Agiliza contabilidad
- Versátil en generación de reportes
- Permite búsqueda de transacciones
- Capaz de ser utilizado con varias monedas simultáneamente

Estos sistemas simplificarán todas las tareas financieras y agilizarán los procesos, además de automatizar otros como nómina, facturación y recaudación. El catálogo de cuentas de la empresa podrá ser visualizado como Anexo 4.

6.3 Flujo de efectivo

Empresa Nou
Flujos de efectivo proyectados de 2016 a 2020
En Dólares

	2016	2017	2018	2019	2020
Efectivo inicial	500.00	3,110.83	5,615.17	8,058.70	10,726.22
Entradas de efectivo					
Ingresos	12,800.00	14,000.00	16,000.00	18,500.00	21,000.00
Total entradas	12,800.00	14,000.00	16,000.00	18,500.00	21,000.00
Salidas de Efectivo					
Compras	-5,509.17	-6,025.66	-6,886.47	-7,962.48	-9,038.49
Salarios	-2,400.00	-3,600.00	-4,800.00	-6,000.00	-7,200.00
Publicidad	-620.00	-310.00	-310.00	-310.00	-620.00
Servicio a domicilio	-960.00	-960.00	-960.00	-960.00	-1,360.00
Otros gastos	-700.00	-600.00	-600.00	-600.00	-700.00
Reinversión Equipo					-2,000.00
Total Salidas	-10,189.17	-11,495.66	-13,556.47	-15,832.48	-20,918.49
<u>Efectivo al final</u>	<u>3,110.83</u>	<u>5,615.17</u>	<u>8,058.70</u>	<u>10,726.22</u>	<u>10,807.73</u>

Elaborado por: Hernán López

6.4 Estados financieros proyectados

Empresa Nou Estado de Resultados Proyectados de 2016 al 2020 En Dólares

	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas	12,800.00	15,900.00	19,000.00	22,000.00	25,000.00
Costos	-5,509.17	-6,843.43	-8,177.68	-9,468.89	-10,760.11
Utilidad bruta	7,290.83	9,056.57	10,822.32	12,531.11	14,239.89
Gastos operativos					
Salarios	-2,400.00	-3,600.00	-4,800.00	-6,000.00	-7,200.00
Publicidad	-620.00	-310.00	-310.00	-310.00	-310.00
Servicio a domicilio	-960.00	-960.00	-960.00	-960.00	-1,360.00
Otros gastos	-700.00	-600.00	-600.00	-600.00	-700.00
Utilidad neta	2,610.83	3,586.57	4,152.32	4,661.11	4,669.89

Elaborado por: Hernán López

Empresa Nou Balances Generales Proyectados de 2016 al 2020 En Dólares

	2016	2017	2018	2019	2020
Activos					
<i>Circulantes</i>					
Efectivo	4,010.83	7,597.40	11,749.72	16,410.82	18,770.71
<i>Fijos</i>					
Equipo	3,070.00	3,070.00	3,070.00	3,070.00	5,070.00
Depreciación de equipo					
Mobiliario	670.00	670.00	670.00	670.00	670.00
Total Activos	7,750.83	11,337.40	15,489.72	20,150.82	24,510.71
Pasivo más Patrimonio					
<i>Patrimonio</i>					
Capital	5,140.00	5,140.00	5,140.00	5,140.00	5,140.00
Utilidad acumulada	2,610.83	6,197.40	10,349.72	15,010.82	19,680.71
Total Pasivo más Patrimonio	7,750.83	11,337.40	15,489.72	20,150.82	24,820.71

Elaborado por: Hernán López

6.5 Indicadores financieros

Como indicador financiero utilizaremos un indicador de rentabilidad llamado "Rentabilidad del patrimonio" para demostrar de esta manera el rendimiento de la inversión del capital.

Para medir esto utilizaremos la siguiente fórmula:

Rentabilidad del Patrimonio = Utilidad Neta / Patrimonio

A continuación un ejemplo:

$$\begin{aligned} \text{Rentabilidad 2016} &= \frac{\text{Utilidad Neta 2016}}{\text{Patrimonio 2016}} \\ &= \frac{2,610.83}{7,750.83} \\ &= 33.68\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rentabilidad 2017} &= \frac{\text{Utilidad Neta 2017}}{\text{Patrimonio 2017}} \\ &= \frac{3,586.57}{11,337.40} \\ &= 31.63\% \end{aligned}$$

Lo anterior nos indica una reducción del 2.05% en comparación al año anterior, justificada por un aumento en los salarios.

6.6 Supuestos utilizados en las proyecciones financieras

Costos de diseño trimestrales en \$

Depreciaciones

Equipo	Valor	Meses	Trimestres	Depreciación	Productos	Depreciación por producto
Portátil	500.00	60.00	20.00	25.00	254.00	0.10
Cámara	550.00	96.00	32.00	17.19	254.00	0.07

Costo intelectual de los diseños en \$

Productos	Diseños	Costo intelectual por diseño	Costo trimestral	Producción trimestral	Costo intelectual por unidad de producto
Camiseta y camiseta	2.00	10.00	20.00	100.00	0.20
Lienzo	2.00	10.00	20.00	2.00	10.00
Fotografía en cuadro	2.00	10.00	20.00	2.00	10.00
Pulsera	3.00	10.00	30.00	75.00	0.40
Collar	3.00	10.00	30.00	75.00	0.40
Parte del Salario del propietario			120.00		

Costos de servicios básicos

Servicio	Pago mensual	Pago trimestral	Productos	Costo de servicio por producto
Electricidad	6.00	18.00	254.00	0.07
Internet	10.00	30.00	254.00	0.12
Teléfono	10.00	30.00	254.00	0.12
Transporte	40.00	120.00	254.00	0.47

Costo de camiseta y/o camisola

Serigrafía y camiseta	5.00
Intelectual	0.20
Portátil	0.10
Electricidad	0.07
Internet	0.12
Teléfono	0.12
Transporte	0.47
Cámara	0.07
Total	6.15

Costo de collar

Confección del collar	4.00
Intelectual	0.40
Portátil	0.10
Electricidad	0.07
Internet	0.12
Teléfono	0.12
Transporte	0.47
Cámara	0.07
Total	5.35

Costo de pulsera

Confección de pulsera	2.00
Intelectual	0.40
Portátil	0.10
Electricidad	0.07
Internet	0.12
Teléfono	0.12
Transporte	0.47
Cámara	0.07
Total	3.35

Costo del lienzo

Lienzo	20.00
Intelectual	10.00
Portátil	0.10
Electricidad	0.07
Internet	0.12
Teléfono	0.12
Transporte	0.47
Cámara	0.07
Total	30.95

Costo de fotografía en cuadro

Impresión digital	2.56
Marco	10.99
Intelectual	10.00
Portátil	0.10
Electricidad	0.07
Internet	0.12
Teléfono	0.12
Transporte	0.47
Cámara	0.07
Total	24.50

Gastos operativos trimestrales en \$

Salarios

Cargo	Mensual	Trimestral	Anual
Propietario	100.00	300.00	1,200.00
Co-propietario	100.00	300.00	1,200.00
Total			<u>2,400.00</u>

Publicidad

Concepto	Anual
Banners	240.00
Espacios publicitarios	80.00
Tarjetas de presentación	50.00
Catálogos	250.00
Total	<u>620.00</u>

Otros gastos

	Anual
Pintura	100.00
Alquiler	600.00
Total	<u>700.00</u>

Producción proyectada para el 2016

Producto	Tirajes	Unidades por tiraje	Unidades trimestral	Unidades anuales	Costos		Ventas	
					Costo de cada producto	Costos anuales	Precio de venta unitario	Ventas anuales
Camisetas	2.00	25.00	50.00	200.00	6.15	1,229.12	15.00	3,000.00
Camisolas	2.00	25.00	50.00	200.00	6.15	1,229.12	15.00	3,000.00
Cuadro en lienzo			2.00	8.00	30.95	247.56	60.00	480.00
Fotografía en marco			2.00	8.00	24.50	195.99	40.00	320.00
Pulseras			75.00	300.00	3.35	1,003.69	8.00	2,400.00
Collares			75.00	300.00	5.35	1,603.69	12.00	3,600.00
Total			254.00	1,016.00		5,509.17		12,800.00

6.7 Sistema de financiamiento

Nuestra empresa será financiada a través de una inversión inicial de los dos socios fundadores por un total de \$1,400.00, brindada por ambos en partes iguales. Este capital surge de los ahorros personales de los dueños.

Anexo 1

¿Quién te ayuda?

La principal ayuda proviene de mi familia y mi pareja, ya que me motivan para seguir nuevos retos. Tengo la ayuda de mis padres en cuanto a distintas gestiones y el espacio para una tienda en el futuro. Mi pareja me ayuda con distintas diligencias y será el co-propietario de nuestra empresa.

¿Qué haces?

Excelente servicio al cliente, fotografías para eventos, organizativa y analítica.

¿A quién ayudas?

Los clientes a los que ayudo, son aquellos que atesoran recuerdos, que les gusta tener recuerdos únicos y piezas llamativas en el vestir diario.

¿Qué ayuda ofreces?

La ayuda está dirigida al encuentro de estilos de modas propias y de cumplir las expectativas de nuestros clientes.

¿Cómo te relacionas?

El primer contacto es virtual por redes sociales, donde se pretende proveer un excelente servicio al cliente. La relación con nuestros clientes será clara e informativa, y lo más rápida posible. La forma para que nuestros clientes nos encuentren será por el mercadeo digital, a través de Facebook y seguidamente por una página web.

¿Cómo te conocen y qué medios utilizas?

Por el portafolio de mi trabajo en línea, y por referencias personales de trabajos realizados.

¿Qué obtienes?

Por el momento la satisfacción laboral de tener nuestra propia empresa, de poder poner en práctica las ideas que tenemos y verlas realizadas.

¿Qué das?

Recuerdos, piezas originales y únicas. Lo primordial son las ideas a construir, damos los conocimientos que tenemos para implementar, y estos se complementan con un capital para iniciar el negocio. Se invierte horas de trabajo, y tiempo para ejercer distintas actividades.

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

Contamos con un capital inicial, recursos fotográficos, computadora, local y experiencia en servicio al cliente y ventas.

Anexo 2

Encuesta

Somos una tienda que quiere obtener información sobre la forma en la que expresas tu estilo. Esta encuesta está dirigida al mercado nicaragüense, valoramos tus comentarios y retroalimentación.

1.¿Consideras que existe variedad de artículos novedosos/únicos en el mercado?

- Sí
- No

2.¿Qué nivel de dificultad tienes al encontrar artículos que consideres de tu estilo?

- Imposible
- Muy Difícil
- Difícil
- Complicado
- Fácil

3.¿Qué lugares frecuenta o porque medio compra artículos que complementan su estilo?

4. ¿Cuándo eliges un artículo te inclinas más por algo nacional o extranjero?

- Nacional
- Extranjero

5. ¿Qué tan importante es el precio al momento de elegir un producto?

- Extremadamente importante
- Muy importante
- Moderadamente importante
- Poco importante
- Nada importante

6 .Seleccione todos los artículos que son de su interés

- Ropa
- Accesorios (collares, pulseras, aretes, bolsos)
- Decoraciones artísticas (cuadros fotográficos, cojines, relojes de pared, etc.)
- Otros.Mencione_____

7.¿Qué consideras es un rango de precios aceptable en accesorios (collares, pulseras, aretes, bolsos)?

- \$1-5
- \$5-10
- \$10-15
- \$15-20
- \$20-o más

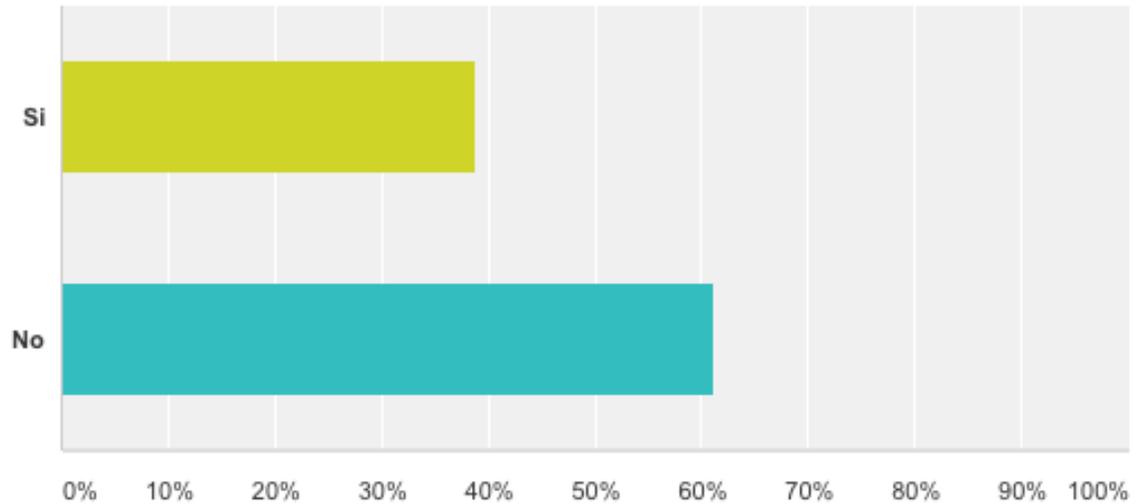
8.¿Qué consideras es un rango de precios aceptable en ropa?

- \$15-25
- \$25-35
- \$35-45
- \$45-50
- \$50-o más

Anexo 3

¿ Consideras que existe variedad de artículos novedosos/únicos en el mercado?

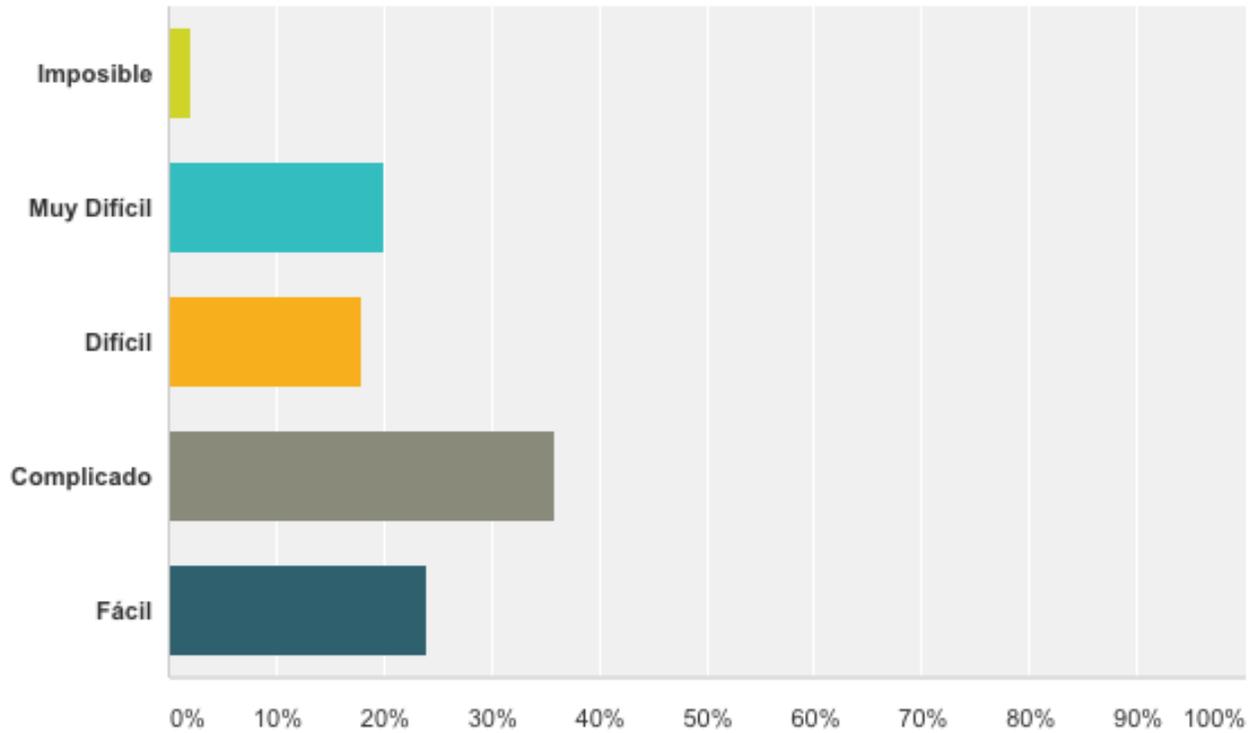
Respondido: 49 Omitido: 1



Opciones de respuesta	Respuestas
Si	38,78% 19
No	61,22% 30
Total	49

¿ Qué nivel de dificultad tienes al encontrar artículos que consideres de tu estilo?

Respondido: 50 Omitido: 0



Opciones de respuesta	Respuestas
Imposible	2,00% 1
Muy Difícil	20,00% 10
Difícil	18,00% 9
Complicado	36,00% 18
Fácil	24,00% 12
Total	50

¿ Qué lugares frecuenta o por que medio compra artículos que complementan su estilo?

Respondido: 49 Omitido: 1

Respuestas (49) **Análisis de texto** **Mis categorías**

Categorizar como... Filtrar por categoría  

Mostrando 49 seleccionadas

siman, lolita, benetton, kenneth cole, nautica, nine guest
05/05/2015 23:24 [Vea las respuestas del encuestado](#)

centros comerciales de alto costo
05/05/2015 23:15 [Vea las respuestas del encuestado](#)

tiendas close out
05/05/2015 23:10 [Vea las respuestas del encuestado](#)

online, servicio delivery
05/05/2015 23:05 [Vea las respuestas del encuestado](#)

tiendas
05/05/2015 23:05 [Vea las respuestas del encuestado](#)

Busco en todas las tiendas, o busco en catálogos.
05/05/2015 22:46 [Vea las respuestas del encuestado](#)

oriental
05/05/2015 22:44 [Vea las respuestas del encuestado](#)

Pacas
03/05/2015 20:15 [Vea las respuestas del encuestado](#)

Internet
03/05/2015 17:31 [Vea las respuestas del encuestado](#)

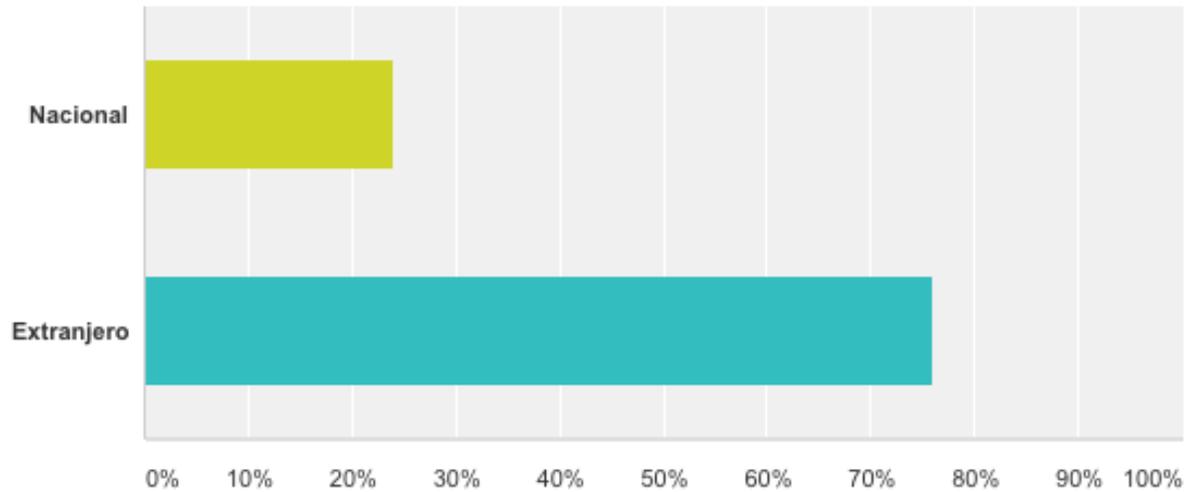
metrocentro
03/05/2015 17:28 [Vea las respuestas del encuestado](#)

Internet
03/05/2015 17:27 [Vea las respuestas del encuestado](#)

online, siman
03/05/2015 17:26 [Vea las respuestas del encuestado](#)

¿ Cuándo eliges un artículo te inclinas más por algo nacional o extranjero?

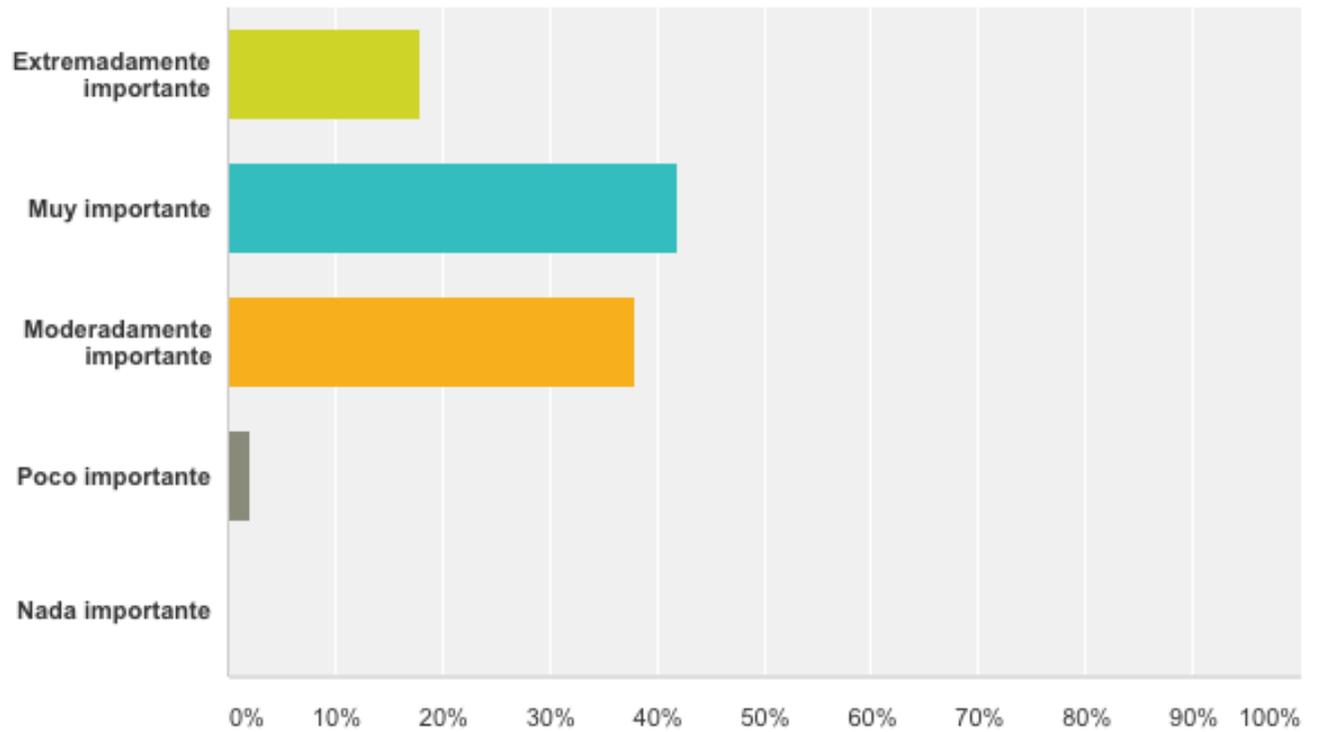
Respondido: 50 Omitido: 0



Opciones de respuesta	Respuestas
▼ Nacional	24,00% 12
▼ Extranjero	76,00% 38
Total	50

¿Qué tan importante es el precio al momento de elegir un producto?

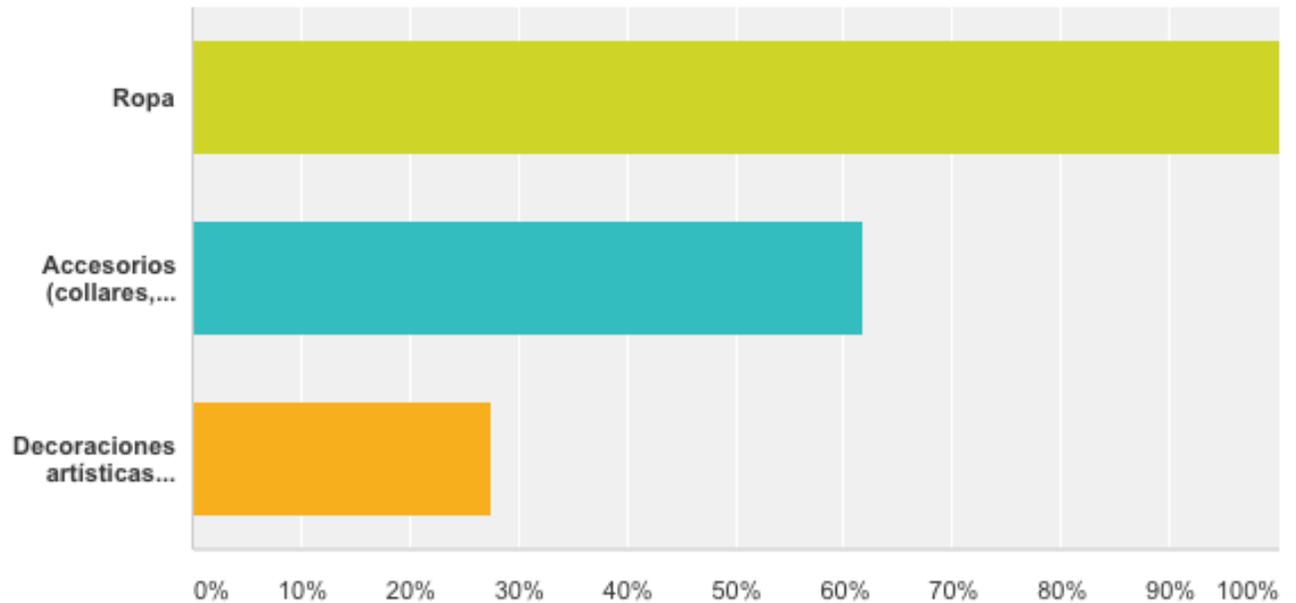
Respondido: 50 Omitido: 0



Opciones de respuesta	Respuestas
Extremadamente importante	18,00% 9
Muy importante	42,00% 21
Moderadamente importante	38,00% 19
Poco importante	2,00% 1
Nada importante	0,00% 0
Total	50

Seleccione todos los artículos que son de su interés

Respondido: 47 Omitido: 3

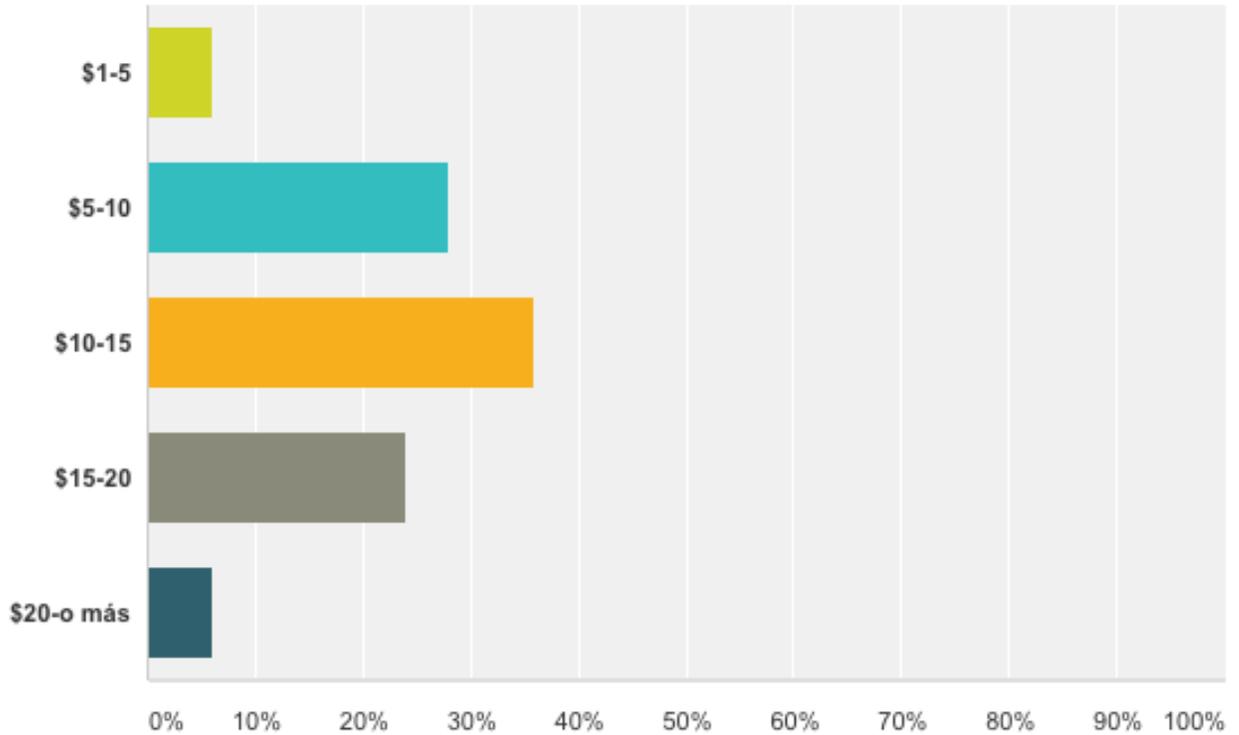


Opciones de respuesta	Respuestas
▼ Ropa	100,00% 47
▼ Accesorios (collares, pulseras, aretes, bolsos)	61,70% 29
▼ Decoraciones artísticas (cuadros fotográficos, cojines, relojes de pared, etc)	27,66% 13

Total de encuestados: 47

¿ Qué consideras es un rango de precios aceptable en accesorios (collares, pulseras, aretes,bolsos)?

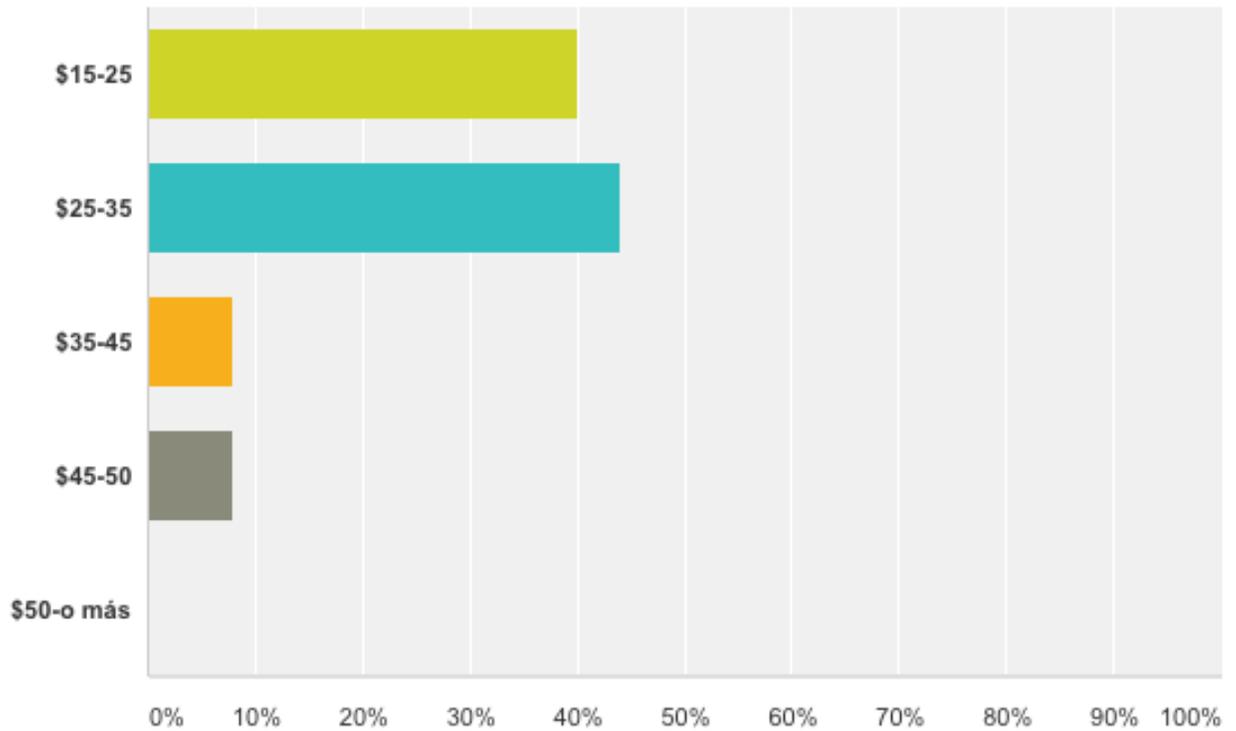
Respondido: 50 Omitido: 0



Opciones de respuesta	Respuestas
▼ \$1-5	6,00% 3
▼ \$5-10	28,00% 14
▼ \$10-15	36,00% 18
▼ \$15-20	24,00% 12
▼ \$20-o más	6,00% 3
Total	50

¿ Qué consideras es un rango de precios aceptable en ropa?

Respondido: 50 Omitido: 0



Opciones de respuesta	Respuestas
▼ \$15-25	40,00% 20
▼ \$25-35	44,00% 22
▼ \$35-45	8,00% 4
▼ \$45-50	8,00% 4
▼ \$50-o más	0,00% 0
Total	50

Anexo 4

Catálogo de Cuentas Nuo

1	Activo
11	Circulante
1101	Caja
1101-01	Moneda Nacional
1101-02	Moneda Extranjera (\$)
1102	Banco
1102-01	Moneda Nacional
1102-02	Moneda Extranjera (\$)
1103	Cuentas por Cobrar
1103-01	
1104	IVA Acreditable
1104-01	15% IVA
1105	Gastos Pagados por Anticipado
1105-01	Papelería y Útiles
1106	Inventarios
1106-01	Ropa
1106-01-01	Camiseta para hombre/mujer
1106-01-02	Camisola para hombre/mujer
1106-02	Accesorios
1106-02-01	Collares
1106-02-02	Pulseras
1106-03	Artículos decorativos
1106-03-01	Cuadros de lienzo
1106-03-02	Fotografías con marcos
12	Propiedad, Planta y Equipo
1201	Terrenos
1202	Edificios
1203	Equipo
1203-01	Computadoras
1203-02	Equipo fotográfico
1203-02-01	Cámaras
1203-02-01	Lentes
1203-02-01	Accesorios
1203-03	Mobiliario
1203-03-01	Escritorios
1203-03-02	Silla Ejecutiva

1203-03-03	Sillas de Oficina
1203-03-04	Aire Acondicionado
13	Activos diferidos
1301	Gastos pagados por anticipado
1301-01	Gastos de instalación
1301-02	Gastos de publicidad
14	Cuentas complementarias de activos
1401	Depreciación Acumulada
2	Pasivos
21	Circulante
2101	Proveedores
2102	Préstamos
2103	Intereses Acumulados por Pagar
2104	Nómina por pagar
2105	Cuentas por pagar
2105-01	Electricidad
2105-02	Agua
2105-03	Casa Claro
3	Capital
31	Capital Contable
3101	Capital Contribuido
3101-01	Capital Social
3101-02	Aportes Adicionales de Capital
3102	Capital Ganado
3102-01	Utilidades o Pérdidas Acumuladas
3102-02	Utilidad o Pérdida del Ejercicio
4	Ingresos
4101	Ventas
4101-01	Ventas al Contado
4101-01-01	Ropa
4101-01-02	Camiseta para hombre/mujer
4101-01-03	Camisola para hombre/mujer
4101-01-04	Accesorios
4101-01-05	Collares
4101-01-06	Pulseras
4101-01-07	Artículos decorativos
4101-01-08	Cuadros de lienzo
4101-01-09	Fotografías con marcos

4101-02	Ventas al Crédito
4102	Productos Financieros
4102-01	Intereses a Nuestro Favor
4102-02	Ganancia Cambiaria
4102-03	Descuento por Pronto Pago
5	Costos
51	Costos de Ventas
5101	Costo de Ventas
5101-01	Camiseta para hombre/mujer
5101-02	Camisola para hombre/mujer
5101-03	Collares
5101-04	Pulseras
5101-05	Cuadros de lienzo
5101-06	Fotografías con marcos
5101-07	Transporte
5101-08	Costos de diseño
6	Gastos
61	Gastos Operativos
6101	Gastos de Ventas
6101-01	Sueldos y Salarios
6101-02	Papelería y Útiles
6101-03	Energía Eléctrica
6101-04	Depreciación Acumulada
6101-05	Internet
6101-06	Energía
6101-07	Teléfono
6101-08	Publicidad
6102	Gastos de Administración
6102-01	Sueldos y Salarios
6102-02	Papelería y Útiles
6102-03	Energía Eléctrica
6102-04	Depreciación Acumulada
6102-05	Internet
6102-06	Energía
6102-07	Teléfono
6102-08	Publicidad
6103	Gastos Financieros
6103-01	Intereses

Anexo 5

Algunos ejemplos de diseños de los artículos para Nuo



Camiseta



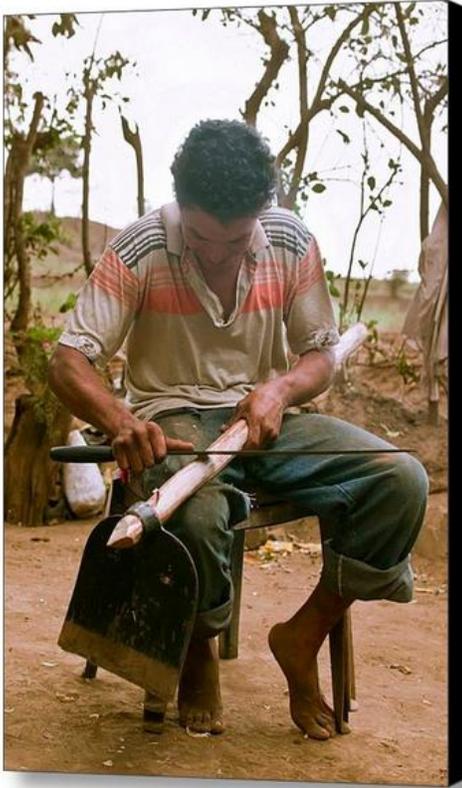
Camisola



Pulsera resina



Dije para collar resina



Canvas fotográfico



Impresión en marco