



Diseño & Remodelación

Plan de Negocio

Samuel A. Vivas Aragón

1 de Junio del 2017

Facilitadores: Luis Carvajal
Howard Rojas

Contenido

.....	0
Auditoria Personal o Emprendedor	3
La Idea de Negocio	4
Resumen Ejecutivo.....	5
En la siguiente tabla se muestran las valoraciones de oportunidad para la empresa.....	5
Capítulo I El Plan de Negocio.....	6
Surgimiento o Idea del Plan de Negocio.....	6
Justificación.....	6
Objetivo General.....	7
Objetivos Específicos.....	7
Misión	7
Visión.....	7
Valores de la Empresa.....	7
Principios de la Empresa	8
Ventajas Competitivas	8
Distingos.....	8
Capítulo II El Mercado.....	9
Presentación del Servicio	9
Investigación del Mercado	10
La competencia	10
.....	13
Sistema o metodología a utilizar	17
Cuestionario	18
Plan de Ventas	21
.....	22
Fijación y Políticas de precio.....	22
Plan de Publicidad.....	23
Estrategia de introducción al mercado.....	24
Medios de Publicidad.....	26
Garantía.....	27
Capítulo III La Producción	29

Producto	29
Descripción del proceso de Producción	29
Diagrama de flujo del proceso	30
Características de la Tecnología o equipos.....	31
Equipos e Instalaciones.....	32
Materia Prima	33
Proveedores	33
Capacidad de producción máxima.....	33
Control de calidad.....	34
Capítulo IV La Organización.....	35
Objetivos del área de Organización	35
Recursos Humanos	44
Capacitación de Personal.....	47
Desarrollo de Personal	49
Evaluación de desempeño.....	50
INSTRUCCIONES	51
Capítulo V Las Finanzas	55
Flujo de efectivo.....	56
Balance General.....	56
Estado de resultado.....	56
Punto de equilibrio	56
Sistemas de Financiamiento.....	56
Capítulo VI El marco legal	57
Presupuesto y Anexo.....	61

Auditoria Personal o Emprendedor

Soy una persona dinámica, me gusta reír, tratar de llevar la vida de la mejor forma posible, siempre trato de resolver mis problemas antes de que se acabe el día, me gusta hacer amistades, soy muy sociable, amable, respetuoso, compañero, me gusta siempre actuar con justicia, busco como cada día mejorar mis debilidades, aunque no siempre lo logro, trato de ser lo más responsable que se pueda y cumplir con mis obligaciones, pero tengo un defecto no siempre soy seguro refiriendo a decisiones que tomo muchas veces en la vida.

En mi vida cuento con varias virtudes como lo había mencionado antes, respeto, amabilidad, sociabilidad, trato de cumplir con mis obligaciones tratando de ser lo más responsable que se pueda, pero como mencionaba antes no siempre logro hacerlo, a veces me gustaría tener una forma de accionar explosiva refiriéndome a la forma de actuar antes las circunstancias, siempre trato de ofrecer lo mejor, o dejar nada a medias, cumplir con mis tareas asignadas pero siempre estoy luchando con un defecto el cual es que nunca doy una milla más de lo que se pide algo en lo que estoy tratando de mejorar para bienes propio y así ofrecer una milla más a los clientes y a mi familia cuando hablo de milla me refiero a dar un poco más del esfuerzo que se pide en lo personal, en lo profesional y en el seno familiar.

En el ámbito personal siempre hablo de mis pasatiempos: música, ejercicios del gimnasio de los recuerdos y travesuras que hice eh hicimos con los amigos de infancia, en el ámbito profesional siempre hablo de las nuevas actualizaciones de los programas que utilizo de algunas tendencias, técnicas y tutoriales que recomiendo a mis colegas claro también un poco de aquellos clientes que piensan que realizar las actividades de diseño es inflar chimbomba y de los que siempre quieren las cosas regaladas y de lo botado que esta nuestra carrera., para mí el verbo que me conecta e inspira en mi profesión es **crecer** ya que siempre me ha gustado desarrollarme en el conocimiento de los programas que utilizo, evolucionar en las técnicas del diseño que empleo en mis trabajos. El tiempo pasa volando y lo disfruto cuando estoy conversando con mis compañeros de trabajo ya sea de tutorial y técnicas de diseño como experiencia vividas en trabajos anteriores o cuando pasamos un buen tiempo riéndonos de situaciones que nos saca unas buenas carcajadas, pero entre todo esto hay un momento cuando el tiempo es súper reducido y es cuando estoy realizando un diseño al que me es necesario dedicarle mucho empeño y dedicación y es de aquellos trabajos que por decirlo de alguna forma se le siente sabor realizarlo.

Yo me considero muy bueno en lo que hago, ya que siempre me gusta mantener la calidad y estética que todo buen diseño debe de llevar con un mensaje claro y preciso, de lo que siempre hablo sin cansarme es de 3 cosas, el trabajo, las vivencias vividas en la infancia y de entrenamientos en el gimnasio.

Actualmente la persona que más me ayuda o apoya a realizar mi trabajo es mi esposa, mi suegro de alguna forma por el momento indirecta me ayudaría ya que sería un punto fundamental para la obtención de trabajos en el ramo laboral que desarrollaré mi proyecto de plan de negocio. ¿Qué hago? Pues en este momento estoy realizando un plan de negocio el cual deseo desarrollar con mucho entusiasmo para poder obtener un mejor ingreso y poder cumplir con las necesidades del hogar, personales y algunas expectativas puestas en mí con este proyecto, también trabajo como pintor residencial y ayudo en el cuidado de mi hijo, con la actividad que realizo el área de pintura ayudo a mi jefe

a poder entregar en tiempo y forma con el trabajo solicitado y así siempre poder mantener a los cliente y contratista satisfecho y poder siempre conservar una buena relación laboral con ello, en el cuidado del bebe ayudo a la tía-abuela y abuela del niño ya que con mi ayuda ellas tienen tiempo para realizar otras actividades en el hogar. Con las actividades que realizo ayudo a mi jefe a mantener una buena relación laboral con los contratistas, entregando en tiempo y forma los trabajos asignados y de esta forma mantener al dueño del proyecto con unas buenas referencias de nuestro trabajo.

En el desarrollo de mi plan de negocio considero que una de las relaciones que tenemos que realizar con nuestros futuros clientes es vía e-mail ya que así conseguimos las citas para poder ir a ofrecer nuestro servicio, claro está que la relación cara a cara con el cliente es muy fundamental ya que puede dar un poco de confianza al futuro cliente porque él está viendo el rostro de con quien en futuro podrá hacer relaciones laborales.

La forma de darnos a conocer es presentando los trabajos realizados, la calidad con que se efectuó, la responsabilidad con que los realizamos ya sea por e-mail o vista personal al futuro cliente.

De todo esto obtendré seguridad económica para poder solventar las necesidades del hogar obteniendo también la satisfacción de poder cumplir con mis responsabilidades como padre de familia.

Quiero dar todo lo que pueda dar para poder llevar a cabo este proyecto, todo en la vida cuesta, hay sacrificios que se deben de realizar, como es el de dejar de pasar con tu esposa e hijo por llevar a cabo una meta que en un futuro será de beneficios para todos, la inversión de dinero, energía y el estrés acumulada son parte de este sacrificio todo depende de cuánto estas seguro de dar para llegar a coronar la meta.

Las experiencias obtenidas en la vida que desde pequeño estoy aprendiendo de ellas e obteniendo un gran conocimiento que es necesario para poder llevar a cabo este proyecto conocimientos que no se aprenden de la noche a la mañana, experiencia que no se vive una sola vez si no que cada día son nuevas así como el conocimiento que evoluciona y han creado un propósito de vida a través de ellas el cual es progresar crecer como persona y poder dar en su momento una milla más de mí y llegar a ser un gran empresario sin olvidar de dónde vengo.

La Idea de Negocio

El inicio de esta idea o plan de negocio se basaba en prestar un servicio único por decirlo así, ya que se trataba de realizar solo un tipo de actividad, pero al ver que el mercado no era o los clientes mejor dicho no eran tan accesibles y dados a experimentar con productos innovadores pero ya existentes en el mercado y la falta de aceptación para dicho servicio, me vi en la necesidad de modificar mi visión para así obtener una idea mucho más completa y observando el movimiento del mercado en este rubro opte por crear una empresa de servicio de remodelación en el área de la construcción la cual brindara todos los servicios en este ramo. Pintura, gypsum, mampostería etc. Gracias al conocimiento heredado por mi padre y a la capacidad humana con la que puedo contar a través del personal a contratar de los cuales conozco su calidad de trabajos., la oficina de la empresa estará ubicada en el km 11 ½ carretera a Masaya, en Esquipulas en mi casa de habitación

Resumen Ejecutivo

El negocio consiste en la creación de una empresa de servicio de Remodelación residencial y de oficina, la cual pueda prestar los servicios independientes según la necesidad del futuro cliente de pintura residencial o de oficina, todo en el ramo de estructura de gypsum, mampostería y todo lo que derive del ramo de la construcción con cálida y responsabilidad, Las fuentes de ingreso serán de la venta de los servicios que con lleve la prestación de remodelación, ya sea en pintura, trabajos en gypsum, cambio de pisos o lozas, iluminaciones, en resumen, del ingreso de la remodelación parcial y total.

Para nuestro arranque se necesitan 22,000 dólares para la creación de la empresa, así como para disponer de fondos propios durante el primero año. Los socios aportarán un 50% de esta cantidad, pero se necesitan inversión externa para el resto.

Para motivar el deseo de los clientes para que adquieran nuestro servicio haremos promociones como, Premios para los clientes más recurrentes, Cupones con descuentos en servicios pre seleccionados estos cupones serán solo en medios impresos, Reducción de precios y ofertas en temporadas o fechas especiales, Sorteos en los cuales se premiaran con servicios gratis o del 50% dependiendo del servicio a ejecutar. Estos se harán en periodos seleccionados y de corta duración.

La organización de la empresa está formada por:

Keyla Cortez Lcda., en relaciones internacionales (Gerente General)

Enrique Castillo ingeniero civil (Jefe de Operaciones)

Samuel Vivas Lic. en diseño gráfico (Jefe Creativo)

Los conocimientos adquiridos de cada uno ayudasen al mejor funcionamiento de la empresa, ya que se han adquiridito en el ámbito laboral lo cual ayuda a tener un concepto más claro de cómo llevar acabo las asignaciones de trabajo de cada uno.

En la siguiente tabla se muestras las valoraciones de oportunidad para la empresa



La tabla de Oportunidad de Negocio fue proporcionada por el tutor del proyecto en la cual se ingresan algunos datos proporcionados por nuestro trabajo realizado, el objetivo de dicha tabla es ver la oportunidad que tiene la empresa en el mercado, ya sea alta o baja, donde se toman en cuenta tres factores, El Mercado, Estrategias y Finanzas, así nos damos una idea más clara de la rentabilidad de nuestro proyecto.

Capítulo I El Plan de Negocio

Surgimiento o Idea del Plan de Negocio

La idea de crear una empresa dirigida o especializada en el servicio de remodelación y diseño surge al observar la necesidad de las empresas o personas particulares que requieren este tipo de servicios pero no pueden acceder a los mismos, debido a que no existe suficiente oferta para atender los requerimientos de todo el mercado y se está dejando un gran segmento del mismo sin atender. Por ello creamos E.K Diseño & Remodelación una empresa con excelente calidad en los diseños, ideas súper innovadoras y sobre todo al alcance del bolsillo de la población Nicaragüense.

Justificación

La justificación de este Plan de Negocio, está fundamentada en la rentabilidad de dicho segmento de mercado, basándonos en el alto crecimiento del sector de la construcción, en nuestro país en un periodo de 5 años (2012 – 2016) se han construido más 60,938 viviendas promediando así un poco más de 10,000 viviendas anuales según el informe presentado por el Congreso Internacional de Viviendas de Interés social en Octubre el año pasado.

Al crear nuestra empresa de remodelación deseamos resolver la necesidad de la oferta en este ramo de la construcción , el diseño y remodelación tanto de viviendas como de espacios de trabajo (oficinas, sala de juntas, recepción, etc.) , satisfaciendo así a nuestros futuros clientes otorgándoles un servicio de calidad y a un excelente precio, sin tener que recurrir a una empresa de construcción que generalmente prestan el servicio con un valor monetario muy alto, por lo tanto atender la demanda que no está siendo captada por los pocos oferentes es la parte central de nuestra justificación.

La justificación de rentabilidad del Plan de Negocio está también sostenida en la forma de trabajar en el aspecto monetario, en este ramo los avances van de la mano del desembolso de capital por el cliente ejemplo: 50/50 o 50 desembolso para iniciar las obras y según avances se realiza el desembolso.

Parte de la justificación de este plan es basada también en la experiencia personal ya que conozco como se trabaja en este sector, su forma de producción, haciendo referencia a tiempo y forma de entrega de trabajos, el constate movimiento de este ramo, el alto crecimiento de nuevos asentamientos (residenciales) el constate cambio de las empresas en sus infraestructuras

(modificaciones en las oficinas e edificios) es por ellos que estimo la alta rentabilidad de dicho plan de negocio.

Objetivo General

Crear una empresa que sea rentable y que a la vez satisfaga las necesidades de los clientes que utilizan el servicio de diseño y remodelación y que no están siendo atendidos porque existen pocos oferentes.

Objetivos Específicos

- Incrementar las ventas en un 10% anual los primeros 2 años
- Lograr una participación de mercado de la Zona del Pacifico del 15% para el Segundo semestre del año.
- Montar una sucursal en granada para el 3er año.

Misión

- Somos una empresa de servicios de remodelación que nacemos con el objetivo de servir a nuestros clientes con la mejor cálida y responsabilidad contando con un personal altamente profesional para brindarle la asistencia que usted merece porque su satisfacción es importante para nosotros, por eso trabajamos con empeño para usted.

Visión

- Ser reconocida como una de las mejores empresas en el ramo de la remodelación en nuestro país, con la mejor calidad y responsabilidad para nuestros clientes, brindado el mejor servicio y precios del mercado.

Valores de la Empresa

Cálida: Porque un servicio de cálida siempre traerá al cliente de regreso y motivo de recomendación.

Responsabilidad: Porque la responsabilidad en los trabajos siempre causa muy buenas impresiones de la empresa y mantiene al cliente contento.

Puntualidad: porque en ella se encuentra las buenas costumbres y al entrar como al entregar un trabajo con puntualidad el cliente descubre con qué tipo de empresa está trabajando.

Comunicación: Porque una buena comunicación ya sea entre trabajadores o la empresa con el cliente fomenta la amistad y aclara cualquier mal entendido.

Seguridad: Brindar seguridad de lo que se hace crea un ambiente de confort para el cliente.

Trabajo en equipo: porque sin un buen trabajo en equipo las cosas jamás irán bien, tanto en los trabajadores como con el cliente, siempre se debe hacer sentirlo parte de la obra en ejecución.

Honestidad: La Honestidad es una gran base moral, si soy honesto con mis compañeros de trabajo siempre conservare una sana relación con ello o el cliente.

Principios de la Empresa

Trabajo en equipo: para maximizar el crecimiento, dos cabezas generas más ideas que una sola.

Calidad y Responsabilidad: fomentar la confianza de nuestros clientes para con nuestra empresa.

Respeto y Honestidad: es lo que esperamos, recibimos y damos a nuestros clientes.

Compromiso: desarrollar de la mejor manera posible los trabajos y tareas asignadas, tanto en la empresa como el trabajo con el cliente.

Ventajas Competitivas

1. Personal altamente calificado que brindar un excelente servicio atención al cliente y realiza un mejor desempeño de ejecución de los trabajos.
2. Asesoramiento personalizado a nuestro cliente antes del ejecutar cualquier trabajo (todo lo que tenga que ver tanto en diseño , remodelación o edificación de una obra)
3. Precios accesibles al cliente, manteniendo siempre la calidad de los trabajos.
4. Ubicación geográfica accesible para ser visitados por nuestros futuros cliente.
5. Post-Venta, el cliente es especial para nosotros (se le enviara obsequio en días especial, llamada de agradecimiento por preferirnos, garantía para brindarle seguridad de servicio que está contratando.)
6. Acceso a la información de la empresa que le permite tomar y procesar rápidamente los pedidos del cliente, y brindando así una rápida atención (Facebook, correo electrónico, WhatsApp, citas programadas ajustadas al cliente.)

Distingos

1. Servicio Postventa 24 horas del día.
2. Asesoría o Atención Personalizada 24 horas del día.
3. Si el cliente acepta remodelar, el diseño es gratis dependiendo el tamaño de la obra.
4. Flexibilidad en los precios.
5. Responsabilidad de entrega en tiempo y forma.
6. Garantía Incondicional de Servicio.

Capítulo II El Mercado

Presentación del Servicio

El enfoque a que estará dedicada la empresa es al servicio de Remodelación (casas, oficinas) ya sea cambio completo en la habitación (remodelación total) o parcial (un segmento de la casa u oficina) también prestaremos servicios independiente sea así renovación o cambio de color de la casa u oficina, instalación de paredes falsas, cielos raso, electricidad (iluminaciones), obras relacionada a la mampostería (paredes de concreto, piso, aceras, muro perimetrales) obras en techos (cambios de techos, pintura, impermeabilización, o bien aplicación de convertidor de óxido). Para la ejecución correcta y profesional de nuestro servicio la empresa constara con un ingeniero civil el cual se encargara de dirigir el proyecto a realizar y a la misma vez llevar la supervisión para el control de calidad junto al diseñador ya es el quien tiene la idea principal de la remodelación a ejecutar, se requerirán también servicio de sus contratados cuando esto lo amerite como sería el caso de un maestro de obra el cual deberá de constar con sus propios trabajadores y herramientas, ellos deberán regirse a las normas establecidas por la empresa.

También se subcontratarán los siguientes servicios: - Electricidad. - Carpintería. - Escayola. - Pintura. - Diseño. - Servicio de Prevención de Riesgos Laborales. Los criterios que determinarán la elección de estas empresas son la relación calidad precio, seriedad en plazos y proximidad geográfica.

Nuestros servicios de remodelación están enmarcado a las tendencias del diseño de interiores, por ejemplo, para remodelación de casa mencionaremos 2 tendencias, pero se ofrecerán variedad de diseños entre las cuales están las siguientes:

El Terracota: está presente en paredes completas y en baños esta tendencia podría agregar el carácter y calidez a un hogar. reemplazará los tonos neutros.

Estilo colonial: Para conseguir este estilo, la clave está en pintar las paredes en colores pastel o apagados. Además, podemos acudir a Internet para encontrar muebles y elementos de decoración antiguos, donde el bronce y el hierro negro son materiales muy frecuentes en este tipo de decoraciones.

Para las oficinas

Tonalidades grises

La combinación en grises, es un clásico para decorar cualquier estancia, y siempre hay que tenerlo en cuenta a la hora de decidir qué elementos de decoración se vas a usar en el diseño interior. Los distintos tonos de grises son ideales para decorar cualquier pieza con estilo y elegancia, y se conseguira un equilibrio sereno y agradable.

Los salones decorados en tonos grises son tendencia este año, y si se añade algún elemento en tonos verde greenery o en yellow primrose, serán éxito garantizado a la hora de decorar.

Transparencia y luminosidad: eliminación de barreras visuales que interfieran en la comunicación de los trabajadores; cuando sea necesario mantener la privacidad el vidrio uno de los materiales más utilizados para tal fin. También es muy importante que los espacios se encuentren bien iluminados

tanto por la luz natural propia como por el sistema de iluminación que se diseñe y en el que prime el ahorro energético.

Solo hemos mencionado 2 tendencias por hogar y oficina existen variedad de en tendencias y esto depende también según el deseo o gusto de nuestros clientes a la hora que deseen remodelación su casa u oficina.

Investigación del Mercado

Nuestra investigación de mercado está basada en una encuesta realizada en las redes sociales en la cual realizamos preguntas basada en la línea de negocio de nuestra empresa, las preguntas están hechas con el objetivo de recopilar información de consumo aparente, cuánto pagan por los servicios, también investigamos los tipos de diseño por los que más opta la gente, para especializar nuestros servicios de acuerdo a los requerimientos del cliente.

La competencia

En el mercado nacional existen empresas ya posicionadas las cuales brindan el servicio de remodelación y es contra ella que competiremos por alcanzar ser la, líder en el mercado en el servicio de remodelación, pero también es bueno mencionar que hay varias pequeñas empresas no registradas que también brindan este servicio, siendo ellas de carácter natural (personas naturales que brindan este servicio, de las cuales no tenemos datos recopilados de ellos)

Desde el punto de vista de la diversificación, existen empresas que ofrecen un servicio de construcción integral (diseño del proyecto, medición, construcción y remodelación etc.) y otras especializadas en algunas áreas del negocio, como pueden ser los servicios de Aire Acondicionado, fontanería, gas y electricidad, etc., En cuanto a los clientes a los que se dirigen, hay empresas orientadas básicamente a particulares y otras que trabajan con intermediarios. Por lo que se refiere a la ubicación, el 100% de las empresas de construcción que prestan el servicio de remodelación se concentran en Managua, consecuencia lógica al ser las Municipio con índices de población más altos. La forma jurídica mayoritariamente adoptada es la de empresario Autónomo seguida de la de Sociedad Limitada.

A continuación, mostraremos una lista de nuestra competencia, siendo entre todas nuestras principales competencias:

Remodelación Y Acabados

Servicio de Construcción y Remodelación

Carret. Norte Km 10 1/2 Entrada Carnic 2km al Lago Managua, Nicaragua

Remodela Nicaragua

Es una empresa dedicada a brindar: Diseño de Viviendas, Construcción, Supervisión y Presupuesto, Adicional elaboramos Renders 3D.

Colonia Jardines de Veracruz de la Entrada Principal 8 Cuadras al Sur Casa L - 23, Managua, MI
Nicaragua Managua

Grupo Spro

Arquitectura, Construcción, Diseño de Interiores, Materiales para Construcción, Muebles de Madera, Remodelaciones.

Los Robles, Rest. Marseillaise 1 1/2c al Norte, No.19

Servicios Múltiples NOVOA

Servicio de Construcción, Muebles, Vidriería, Fontanería, electricidad, aire acondicionado, telecomunicaciones, seguridad electrónica.

Managua: Enitel Jardines de Veracruz 3c. Arriba, 1c. al Sur, 1 1/2c. Abajo Rivas: BDF 20vrs al Sur

Grupo Valdivia

Los servicios que Ofrece son: Electricidad industrial, Electricidad residencial, Mantenimiento de generadores eléctricos, Reparación e instalación de generadores eléctricos, Trabajos de soldaduras convencionales y especiales, Remodelación, Construcción, Mantenimiento y reparaciones, Gypsum, Venta e instalación de cámaras de seguridad (circuito cerrado), Venta de repuestos para inyección diésel, Electromecánica, Fabricación de cajones secos y refrigerados, Elaboración de todo tipo de pieza en fibra de vidrio, Elaboración de rótulos de seguridad, Pintura residencial

Semáforos de la Asamblea 7 1/2c abajo, Edificio color rojo. Managua, Nicaragua

James Arquitectos

Diseño, Construcción, Administración y Asesoría

Estatua Salvador Mendieta 75vrs al Sur, Col Centroamérica Managua, Nicaragua

Proyenitsa

Construcción de Obras Verticales, horizontales y Remodelaciones

Semáforos del zumen 2c al norte contiguo a transporte agila del sur, barrio Altagracia

Browne Arquitectos

Diseño Arquitectónico

Diseño de Interiores

Diseño de Mobiliario

Gerencia y Supervisión de Proyectos (Verticales)

Consultorías

Ubicada en la ciudad de Managua y fundada en el año 2,000 por el arquitecto Jeffry Browne

Jem Contratista

Construcción y Remodelación

Managua

El estudio e investigación de la competencia muestra las siguientes características:

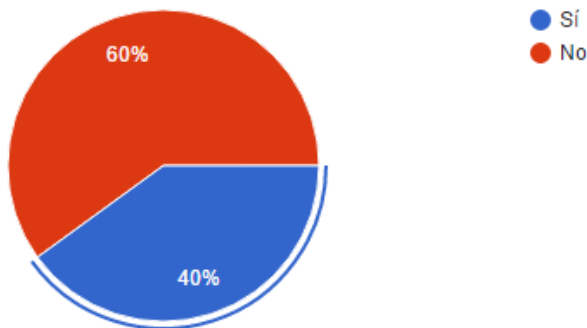
-Tipo de clientes: Particulares y Empresas.

- Productos: Remodelaciones totales o parciales de viviendas u oficinas, relacionadas con la electricidad, pintura, cerámica etc.

- Filosofía de trabajo: Relacionan métodos tradicionales de albañilería, con algunos sistemas tecnológicos avanzados del mercado. Abarcan cualquier tipo de proyecto de diferentes dimensiones, lo que les lleva en muchos casos a la lentitud en la entrega, o a la pérdida de calidad.
- Instalaciones: Pocas empresas cuentan con modernas instalaciones, lo habitual es disponer de unas pequeñas instalaciones que cumplan las funciones de una pequeña bodega y de oficina, alrededor de 150-200 m2.
- Personal: El gerente de la empresa lleva todo el peso de la organización, siendo a la vez un trabajador más. La plantilla de personal carece de formación reglada, con experiencia adquirida principalmente durante el ejercicio de la actividad. Cuanto más joven es la plantilla de la empresa, más calificados en base a formación sus recursos humanos.
- Estrategia de promoción y comercialización: nula o casi nula, la mayor parte no utilizan promociones. Su diferenciación se basa en el precio y el trato directo con el cliente.

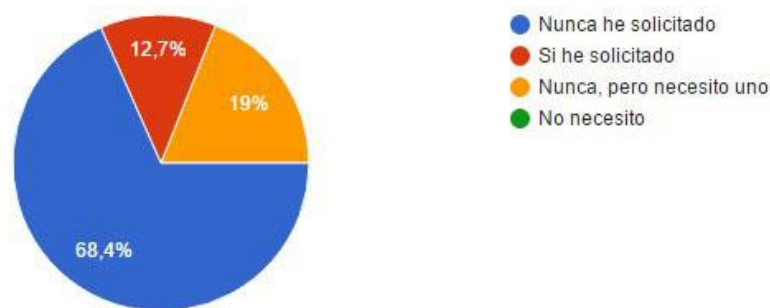
Tamaño del mercado

3. ¿Conoce usted de alguna empresa de Remodelación?.



En el estudio de marketing apoyado con nuestra encuesta basándonos en la pregunta numero 3 no brinda la información que del 100% de nuestros encuestados solo el 40% conoce de alguna empresas que brinden el servicio de remodelación, pero esto no significa que lo hayan requerido y un 60% que no conoce de una empresa de remodelación considerando un tamaño de mercado muy favorable para dar a conocer nuestra empresa y servicio, para así captar ese porcentaje como nuestros futuros clientes.

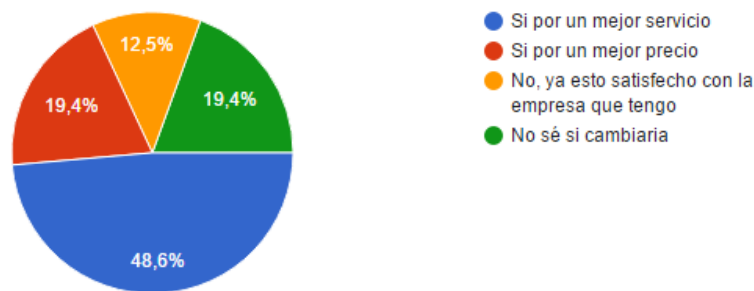
5. ¿Alguna vez ha solicitado servicio de Remodelación?



La pregunta número 5 nos arroja la estadística que el 68,4% de los encuestados nunca ha solicitado este servicio y que el 19% indica que nunca, pero necesitan uno y un 12,7% que sí lo ha solicitado, brindándonos un mercado amplio para la introducción de nuestro servicio.

Gracias a esta gráfica podemos apreciar que la oportunidad de introducción de nuestro servicio es muy amplia, pasando el 60% de clientes potenciales que nunca han solicitado pero que necesitarían de este servicio y es ahí donde nosotros entraremos promocionando nuestros servicios y poder captar este tamaño del mercado.

9. ¿Si usted ya trabaja con una empresa de diseño de interiores, estaría dispuesto a cambiarla?

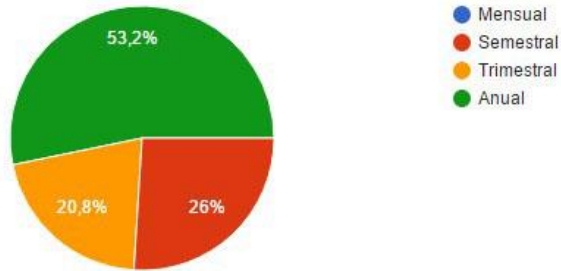


Y en las estadísticas de la pregunta número 9 encontramos que un 48,6% de los encuestados está dispuesto a cambiar por un mejor servicio, el 19,4% por un mejor precio y otro 19,4% no sabe si cambiaría de empresa y un 12,5% que está satisfecho con la empresa con la que ya se encuentran trabajando, brindándonos grandes oportunidades para la oferta de nuestro servicio, en un mercado amplio de más del 80% de clientes potenciales.

Consumo aparente

Nuestra gráfica nos indica que de una muestra de 100 clientes estos requieren servicios un promedio de 15,6 empresas al mes. O sea que se atiende el 15,6% del mercado al mes.

8. ¿Cada cuanto estima usted que realizara una remodelación en su casa u oficina? (tome en cuenta los puntos de la pregunta número 7).



Porcentaje de venta anual	10%
	0.0083
Universe	1,000
% de mercado	250.00
Precio promedio	\$ 25.00
Cantidad personas o empresas al mes	44.00
% Demanda a captar	15.6%
Calculando la demanda	2,500
	2,750,000
Total Vtas \$ de demanda a captar	\$ 4,290

Ventas mensuales del 1er Año

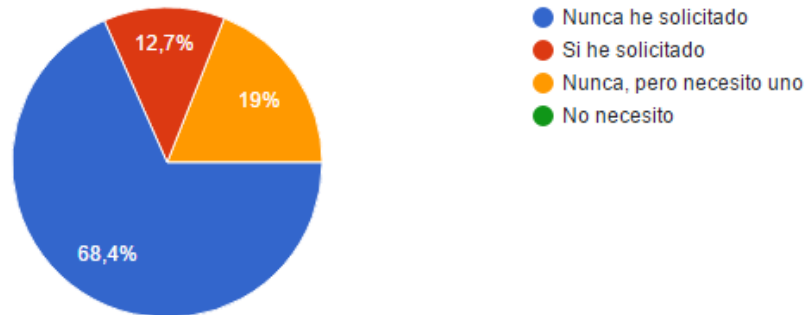
Enero	\$	4,290.00
Febrero	\$	4,325.75
Marzo	\$	4,361.80
Abril	\$	4,398.15
Mayo	\$	4,434.80
Junio	\$	4,471.75
Julio	\$	4,509.02
Agosto	\$	4,546.59
Septiembre	\$	4,584.48
Octubre	\$	4,622.69
Noviembre	\$	4,661.21
Diciembre	\$	4,700.05
Ventas total 1er año	\$	53,906.29

Ventas en Año

Año 1	\$	53,906
Año 2	\$	59,297
Año 3	\$	65,227
Año 4	\$	71,749
Año 5	\$	78,924

Demanda potencial

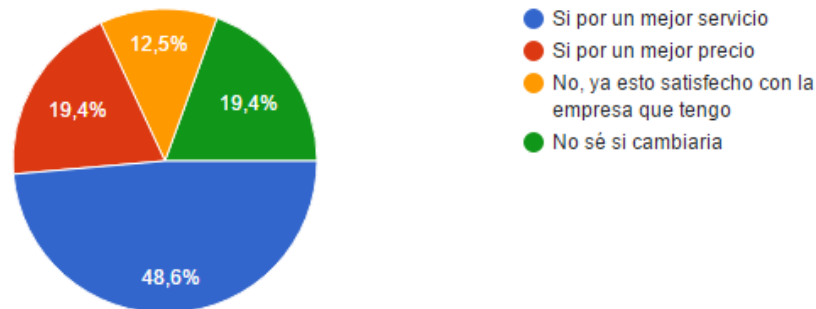
5. ¿Alguna vez ha solicitado servicio de Remodelación? (79 respuestas)



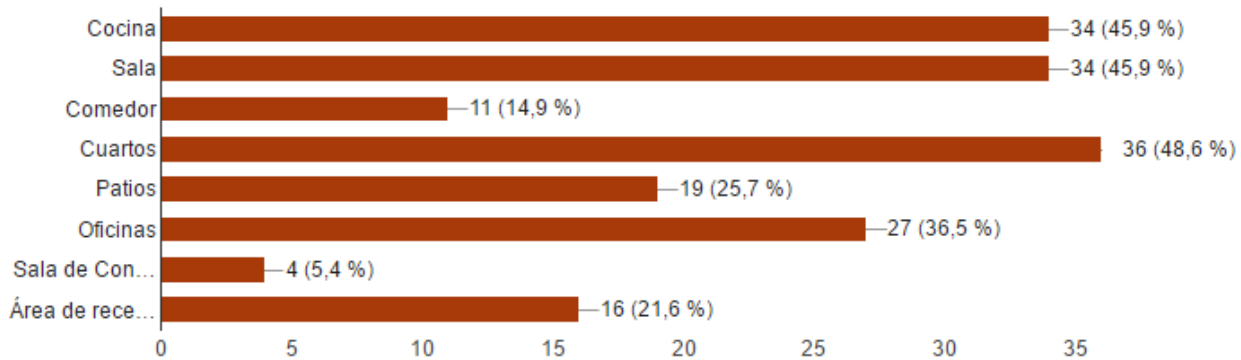
La demanda potencial del servicio según los datos arrojados por la encuesta sobre pasa el 60% del mercado, donde el 12% si lo ha solicitado el servicio y un 87.4 es nuestro mercado a adquirir para la oferta de nuestro servicio de remodelación.

9. ¿Si usted ya trabaja con una empresa de diseño de interiores, estaría dispuesto a cambiarla?

(72 respuestas)



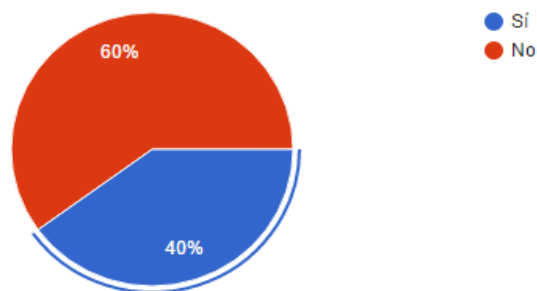
Un porcentaje favorable del 87.4% de potencial demanda están dispuesta a cambiar de proveedor por un mejor servicio y un mejor precio, siendo estos números de gran beneficio para nuestra empresa para ofrecerle a este porcentaje de futura demanda potencial nuestro servicio de remodelación.



observamos en el gráfico de barra de la pregunta número 10 que los espacios pagar por una inversión en remodelación más solicitado en residencias son: cuartos con un 48.6%, salas y cocinas con un 45.9% y en las empresas las oficinas son las que destacan más con un 36.5%

Participación de la competencia en el mercado

3. ¿Conoce usted de alguna empresa de Remodelación?.



En Nicaragua la mayor parte de las empresas que prestan el servicio de remodelación son empresas constructoras, donde la remodelación solo es uno de los muchos servicios que ellos ofrecen, donde por consiguiente tienen el conocimiento en remodelación, pero no como su especialización, es por ende que las compañías no conocen empresas que se dediquen a prestar este servicio como su producto estrella.

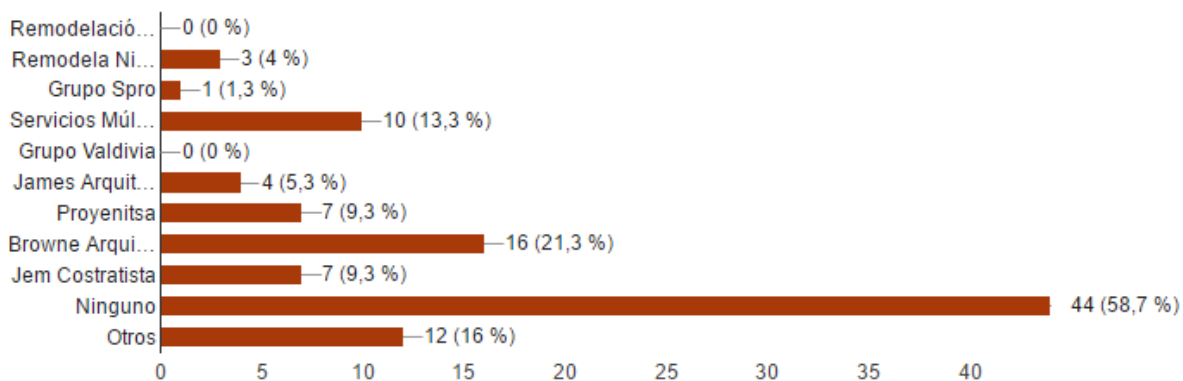
Es por esta razón que la mayor parte de las empresas encuestadas del 100% de la muestra tomada el 60% dice desconoce de empresas de remodelación en Nicaragua. Siendo por este motivo poca participación de la competencia en el mercado, son pocas las empresas conocidas que se dediquen a este servicio y como mencionábamos anteriormente las que se conocen son empresas constructoras.

Es por esta razón que nuestro plan de negocio deberemos crear estrategias que no ayuden tener una participación de calidad en el mercado y poder así brindar un servicio de calidad, con precios aceptables y cómodos para nuestros clientes, creando en ellos una lealtad así nosotros a nuestro trabajo.

En la figura de la pregunta numero 4 podemos apreciar que la mayor parte de la participación o las más reconocida es Browne Arquitectos y que la opción de ninguno es la de mayor porcentaje, donde otros, lo catalogamos como personas naturales que prestan el servicio de construcción (maestros de obra independientes) siendo la participación de la competencia baja hasta cierto criterio.

4. Indique el nombre de las empresas que conoce que preste este servicio.

(75 respuestas)



Canales de distribución de la competencia

La mayoría de nuestras competencias usan un canal de distribución directo, de la empresa al cliente, pero esto no siempre es así, ya que más de alguna vez son subcontratadas por otra empresa que necesitan sus servicios ya sea de diseño o solo instalación.

Encuesta

Sistema o metodología a utilizar

El sistema utilizado para el desarrollo de esta encuesta como parte del estudio de mercado, es el sistema digital con la ayuda de Google.

La encuesta contiene tipos de preguntas cerradas, la encuesta fue diseñada de tal manera que se tuvieron en cuenta los siguientes puntos:

- La disposición de las preguntas adecuada para que la entrevista obedeciera a un orden lógico y fuera clara y breve para la persona entrevistada.
- Para obtener la mayor información brindada por nuestros encuestados.

Se realizó una prueba piloto con amigos y compañeros del curso de Plan de Negocios para comprobar que las preguntas fueran comprensibles para las personas encuestadas y si con ellas se obtendría la información deseada.

Cuestionario

E.K Diseño & Remodelación

Por favor si es tan amable dedique unos minutos de su tiempo para llenar esta encuesta.

1. Solo para fines de clasificación, por favor indique su sexo.
Femenino
Masculino
Prefiero omitir

2. Para fines de clasificación, por favor elija un parámetro de edad
A- 25 a 30
B- 31 a 35
C- 36 a 40
D- 41 a 45
E- 46 a 50
F- prefiero no responder

3. ¿Conoce usted de alguna empresa de remodelación?
Si
No

4. ¿escriba el nombre de las empresas que conoce que preste este servicio?

A- Remodelación Y Acabados
B- Remodela Nicaragua
C- Grupo Spro
D- Servicios Múltiples NOVOA
E- Grupo Valdivia
F- James Arquitectos
G- Proyenitsa
H- Browne Arquitectos
I- Jem Costratista
J- Ninguna
K- Otros _____

5. ¿Alguna vez ha solicitado servicio de remodelación?
Nunca he solicitado
Si he solicitado
Nunca, pero necesito uno
No necesito

6. Si su respuesta fue si, Qué tan satisfecho o satisfecha esta con la remodelación de su casa u oficina?,
Satisfecho

Insatisfecho

Pudo haber quedado mejor

7. ¿Si está probable que utilizara nuestro servicio de remodelación, indique que área remodelaría?
- Cocina
 - Sala
 - Comedor
 - Cuartos
 - Patio
 - Oficinas
 - Sala de conferencia
 - Área de recepción
8. ¿Si usted ya trabaja con una empresa de diseño, estaría dispuesto a cambiarla?
- A- Si por un mejor servicio
 - B- Si por un mejor precio
 - C- no, ya esto satisfecho con la empresa que tengo
 - D- No sé si cambiaría
9. Cada cuanto estima usted que realizara una remodelación en su casa u oficina. (tome en cuenta los puntos de la pregunta 8)
- A- Mensual
 - B- Semestral
 - C- Trimestral
 - D- Anual
10. ¿Cuánto ha invertido o estaría dispuesto a invertir en remodelación?
- 1- \$200 a \$500
 - 2- \$500 a \$1,000
 - 3- \$1,000 a \$5,000
 - 4- \$5,000 a \$10,000
 - 5- \$10,000 a mas
11. Cuáles de estos factores cree usted que provocarían una insatisfacción en las remodelaciones instaladas.
- 1- Dishonestos
 - 2- Impuntualidad
 - 3- Mala calidad
 - 4- No terminaron
 - 5- Mal Diseño
 - 6- Todo bien
 - 7- Otro _____

12. ¿Qué factores le impiden solicitar este servicio?
- 1 Precio?
 - 2 no conoce de empresa que le presten este servicio?
 - 3 Falta de Capital?
13. ¿Solicitaría Crédito para mejoramiento de su casa u oficina?
- Si
No
Talvez
14. Seleccione la característica de servicio más importante.
- 1 Calidad
 - 2 Costo
 - 3 Asesoría
 - 4 Puntualidad
 - 5 Garantía
15. ¿En qué medios de comunicación busca información para saber de empresas que se dediquen a la remodelación?
- 1 Televisión
 - 2 Radio
 - 3 Internet (redes sociales)
 - 4 Periódico
 - 5 Otros _____
16. ¿De los medios de comunicación antes mencionados por cuál de ellos le gustaría obtener información de nuestra empresa y servicios?
- A- Televisión
 - B- Radio
 - C- Internet (redes sociales)
 - D- Periódico
 - E- Otros _____

Riesgos y oportunidades de Mercado

Con el siguiente análisis de FODA se planteará en la siguiente tabla de modo resumido aquellas principales amenazas y oportunidades, factores que influirán en el arranque que la empresa en desarrollo de la actividad, así como las ventajas y desventajas frente a la competencia.

DEBILIDADES	FORTALEZAS
Insuficiente capacidad para instalada para el desarrollo de la actividad	Control de la calidad del servicio de remodelación
Alta dependencia de subcontrataciones	Promoción del Servicio de remodelación
Falta de recursos humanos	Mejor introducción de precios en el mercado
Falta de capital para obtención del servicio de remodelación	Gestión óptima de la garantía sobre el servicio de remodelación
	Conocemos de las debilidades comunes de nuestras competencias.

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Surgimientos de nuevos competidores con precios bajos.	Necesidades de calidad en los servicios de remodelación
	Mejoras en los materiales de construcción
	Necesidades de satisfacción en el servicio de remodelación
	Un gran porcentaje del mercado nunca a solicitado este servicio de remodelación.
	Clientes dispuestos a adquirir nuestro servicio.

Plan de Ventas

Canales de distribución

El canal de distribución que se utilizara es el directo de la empresa al cliente.



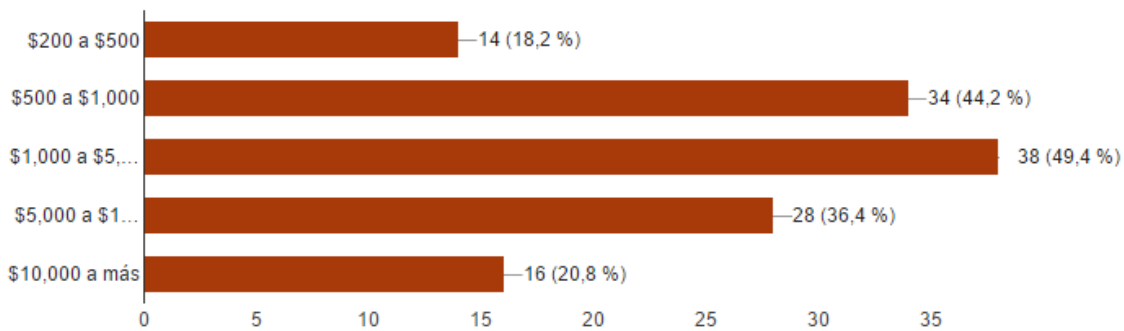
El uso del canal directo como herramienta de comunicación facilitará la comercialización y distribución de nuestro servicio, para la presentación de nuestro servicio a través del marketing directo, se optará fundamentalmente por de venta por teléfono (telemarketing), por la web (comercio electrónico en este caso redes sociales). Y vistas personales a nuestros futuros clientes, en las últimas décadas, los formatos de venta directa y a distancia han experimentado un crecimiento sostenido, es por esto que de los distintos formatos de venta directa (correo convencional, venta por catálogo, telemarketing, anuncios en medios convencionales, marketing directo en Internet), el marketing directo en la red es el

que más adeptos ha ganado y es el que más utilizaremos, también esto está relacionado a la forma que desean las empresas recibir información de nuestro servicio según los datos arrojados por la encuesta realizada.

Pero aunque nuestro canal específico sea el directo no descartamos en algún momento utilizar canal indirecto, por ejemplo sería que seamos sub contratados para desarrollar un servicio especificado, el diseño o la instalación.

10. ¿Cuánto ha invertido o estaría dispuesto a invertir en Remodelación?

(77 respuestas)



Fijación y Políticas de precio

La grafica de barra nos indica que la mayor parte de los encuestados está dispuesto a gastar en remodelaciones desde los 500 dólares hasta más de 10,000 dólares, donde el rango más fuerte es del 49.4% que oscila entre 1,000 dólares y 5,000 dólares, pero sabes que a partir de este porcentaje las posibilidades de que las empresas o clientes gasten más en su inversión es positiva.

Para garantizar la competitividad de los precios de venta sugeridos para nuestra empresa, la Siguiete tabla relaciona los precios de los mejores y más económicos servicios de las dos empresas estudiadas dicionalmente una tarifa promedio tomada de 2 contratistas independientes.

Item	Tipo de Servicio	Lugar de Instalación	Total de Costos Directos e Indirectos (M2)			
			Browne Arquitectos	Servicio Multiples NOVOA	Constratista Independiente	E.K Diseño y Remodelación
		Área no Residencial				
Gypsum	Instalación	cuartos y Salones	\$ 25.5	\$ 22.5	\$ 22.5	\$ 24
		Cocinas	\$ 26.5	\$ 20.6		\$ 22
		Áreas Residenciales	\$ 28	\$ 28		\$ 26
		Empresas				
Gypsum	Instalación	Baños y Exteriores	\$ 26.5	\$ 30	\$ 28.7	\$ 30
		Cocinas	\$ 30	\$ 29		\$ 22
Pintura	Aplicación de Pintura		\$ 4	\$ 3.5	\$ 3	\$ 3

Con la ayuda de esta tabla estableceremos la política de precios los cuales podrían tener una variación dependiendo el costo de los materiales y geolocalización del lugar donde se hará el servicio en este rubro no siempre se trabaja con empresas grandes, hay que recordar que la mayor parte de las remodelaciones están en las viviendas por lo cual los precios pueden tener alguna modificación.

Nota: en esta tabla hemos tomados los Ítem de Gypsum y Pintura teniendo en cuenta las áreas de remodelación que las empresas más solicitarían según la encuesta realizada, también los precios varían, aunque son los mismos ítem lo que diferencia un precio de otro es el lugar de ejecución del servicio, residencial u oficina.

Promoción del Servicio

Motivaremos el deseo de los clientes para que adquieran nuestro servicio a través de los siguientes tipos de promociones:

- Premios
- Cupones
- Reducción de precios y ofertas
- Sorteos

Plan de Publicidad

En general las empresas de construcción que prestan el servicio de remodelación no suelen hacer publicidad para darse a conocer.

Este será el diferencial de nuestra empresa, que le dará relevancia a las acciones de promoción, siendo el propio promotor quien se preocupe directamente de realizar una buena campaña comercial utilizaremos medios locales, como cuñas de radio o prensa local uniforme a nuestro personal, tarjetas de presentación para los clientes, etc.

Los elementos en las acciones de promoción y publicidad serán los siguientes:

- Papelería de la empresa: El papel corporativo será reciclado, para transmitir a los clientes la Preocupación y respeto por el medioambiente. Recibos, Facturas y hojas membretadas contarán con el logo (en la parte superior) y los datos de la empresa (en la parte inferior).

- Tarjetas corporativas: Las tarjetas serán de estilo tanto vertical como horizontal, donde en la parte de la porta siempre constara con una imagen de los trabajos más vistosos realizados por nuestra empresa para captar la atención de nuestros clientes, las contraportadas serán iguales en todas las tarjetas, ya que aquí es donde se incluirán los datos de contacto y localización de la empresa, fanpage de la empresa.

- web corporativa (Facebook): Como ya se ha comentado, la página web será un elemento de vital importancia en la empresa, ya que será el escaparate no sólo de productos, sino de la profesionalidad, calidad, la seriedad y el compromiso con el cliente.

- Vestuario del personal: Los trabajadores serán la principal imagen de la empresa, por lo que habrá un especial cuidado de transmitir profesionalidad desde la imagen de una organización corporativa. Al

mismo tiempo, esto servirá también para transmitir a los trabajadores motivación, implicación y preocupación por los detalles en todos y cada uno de los aspectos de la empresa.

- Volantes y Brochures: Sin llegar a ser catálogo, la finalidad de estos será su distribución a través de su entrega en semáforos en las zonas más activas de la capital teniendo en referencia los horarios de hora picos en la mañana como en la tarde. Se tratará de llevar a nuestro público a través del siguiente mensaje: ¿Cuánto vale el calor de tu hogar? ¿Y su silencio? Precios básicos de referencia y datos de contacto completarán la información.

- Internet: Google Maps y la contratación del servicio de publicidad de googles adwords siendo en esta donde se invertirá más en publicidad por ser el ítem según la encuesta donde los clientes y empresas desean obtener más información.

En la siguiente tabla se muestra el gasto de la inversión de publicidad

Item	Cantidad	Precio
Papelería		
Block de Facturas	2 Block	C\$500.00
Block de Recibos	2 Block	C\$500.00
Hojas Membretadas	100 Hojas	C\$250.00
Tarjetas de Presentación	100 Tajetas	C\$200.00
volantes	100	C\$1,200.00
brochures	100	C\$1,700.00
sub total		C\$4,350.00
Medios		
Radio	1 semana	C\$ 3,900.00
sub total		C\$ 3,900.00
Internet		
Campaña Google Adwordr	3 meses	C\$12,374.00
	Total	C\$20,624.00

Estrategia de introducción al mercado

Para la estrategia de introducción de nuestro servicio al mercado y poder competir con las demás empresas que brindan este servicio y obtener una diferenciación en el mercado brindaremos un servicio de calidad con un buen precio a nuestros clientes.

Es por esto que podemos decir que el valor agregado se trasladara a las empresas o clientes que obtenga nuestro servicio cumpliendo con el objetivo de adquirir la aceptación de nuestros clientes y empresas.

Estrategia del servicio.

- Ofrecer al mercado un servicio que satisfaga la necesidad de nuestro cliente.
- Cubriremos la demanda que el mercado exige en cuanto a la calidad del servicio ofrecido a las cliente o empresas.
- Enfocaremos la promoción del servicio en el municipio de Managua, así de esta forma iremos obteniendo reconocimiento en el mercado competitivo.
- Participación en Ferias de la construcción para promover y dar a conocer de nuestros servicios.

Estrategia de Precios y condiciones

La estrategia de precios se basa en ofrecer servicios de calidad a un precio competitivo.

Por esto entraremos al mercado con un precio bajo(competitivo), para que, de ese modo, podamos lograr una rápida penetración, una rápida acogida, o podamos hacerlo rápidamente conocido.

Por ello, los precios dependerán del tipo de trabajo a realizar, según las horas de trabajo necesarias y la calidad de los materiales empleados y todo ello, orientado en función de los precios de la competencia.

El precio fijado para el servicio está de acuerdo con la realidad del mercado es decir lo que actualmente están dispuestas a pagar las empresas.

Por esta razón se establecerá un precio promedio al del mercado con el objetivo de entrar y posicionarnos en él.

Estrategia de canal de distribución.

Nuestra empresa estará ubicada en Carreta a Masaya Km 11 ½. Esquipulas ya que uno de los objetivos es tener una sucursal en la ciudad de Granada y la distancia es más corta a que nos ubicáramos en el centro de Managua, En este local se realizarán las actividades organizativas de la empresa y distribución del servicio.

Este local tendrá fácil acceso a los clientes y empresas, los factores a tomar en cuenta para la selección de este local fueron: ubicación en zona de alto crecimiento urbanístico, fácil acceso, ambiente más agradable para el cliente. Se utilizarán el siguiente canal de distribución:

Fabricante (La Empresa) – Consumidor

Ya que según la encuesta realiza más del 70% de los encuestados obtiene el servicio directamente con las empresas constructoras que prestan este servicio.

Estrategia de Organización Comercial

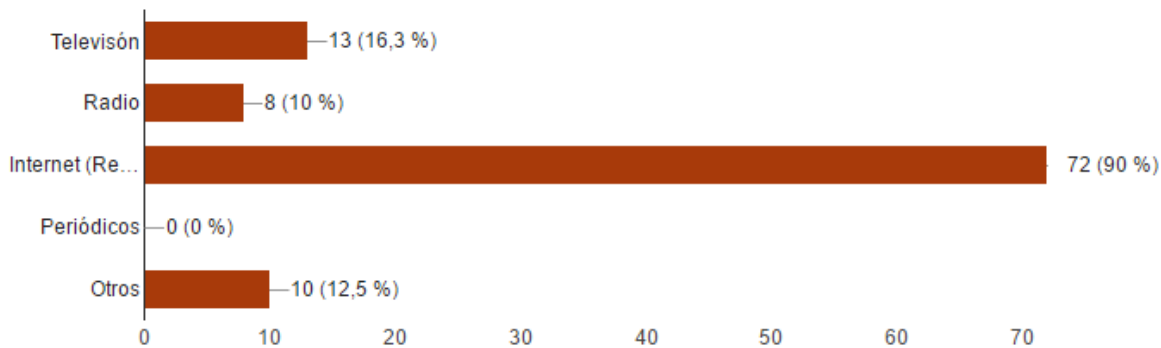
- Realizar un Diagnóstico de la Organización Comercial: determinando la Administración de la experiencia a clientes y sus requerimientos, la integración requerida de la estrategia comercial, la

infraestructura y la organización de ventas; así como, las mejoras necesarias en la estructura de organización en las áreas de Mercadotecnia, Ventas y Servicio a Clientes.

- Definir los Roles para ejecutar la estrategia: determinando las responsabilidades para el proceso, incluyendo los sistemas de integración de la información del cliente, segmentación de clientes, personalización de la oferta comercial, administración de contactos con clientes y soporte de las transacciones con clientes y determinando las responsabilidades para realizar las funciones de mercadotecnia, ventas y servicio a clientes.

- Especificar los Requerimientos de implantación del Proceso: incluyendo la definición de los responsables, las tareas claves y el plan de implantación y definir los mecanismos de coordinación de la implantación.

Medios de Publicidad



La estrategia consistirá en dar a conocer, informar o hacer recordar nuestro servicio de remodelación a nuestros consumidores, así como persuadirlos, estimularlos o motivarlos a adquirir nuestros servicios, las estrategias que usaremos para la promoción o comunicación son:

- Ofreceremos descuentos especiales en determinadas temporadas del año.
- Usaremos cupones de descuento periódicamente.
- Daremos pequeños regalos u obsequios a nuestros principales clientes.
- Anunciarnos en las revistas más populares y especializadas.
- Anunciarnos en sitios de anuncios clasificados en internet.
- Promocionar nuestra Fanpage de Facebook
- Participar en ferias y exposiciones de negocios.
- Colocar valla publicitaria en la fachada o muro perimetral de nuestra empresa.
- Rotulación vehicular de la empresa,
- Adquirir espacio publicitario en vallas colocadas en la villa públicas.
- Impresión de flayer y brochures.

En la estrategia de publicidad los medios de comunicación son parte fundamental a la hora de querer promocionar un bien, producto y en nuestro caso el servicio de remodelación, es por ellos que en nuestra estrategia de publicidad guiándonos en los resultados de la encuesta realizada el medio con mayor enfoque será vía internet (medios sociales), pero también se usaran medios como Radios, el medio televisivo no lo usaremos en nuestro inicio por su alto coste, pero en futuro será valorado si requeriremos de dicho medio.

La cuña de radio contara de 60 segundos en un tiempo AA de 12m a 7:00 pm, este llevara una información más compacta, con un inicio alusivo de cambiar de ambiente a cumplir con la meta propuesta para este año, narrado con una voz llena de energía y ánimo, Brindara los datos de contacto de nuestra empresa y el búscanos en Facebook.

La Fanpage de Facebook la cual será nuestro medio de comunicación más fuerte porque será la que mantendrá al cliente más informado de nuestras actividades, llevara todos nuestros datos y una reseña del servicio que la empresa brinda, acá subiremos imágenes de los trabajos más relevantes y de mayor calidad realizados y postharemos algunos testimonios de nuestros clientes acerca de la conformidad de nuestro servicio y la calidad que nos diferenciara de la competencia, también postharemos comentarios o imágenes deseando por ejemplo un buen día, una buena tarde, inicio de semana, fin de semana, frases de motivación o bien saludando en su día de cumpleaños de un cliente especial o felicidades de aniversario de una empresa especial.

En los materiales impresos irán información más variada de la empresa (dependiendo el formato a usar) de quienes somos a lo que nos dedicamos nuestros trabajos, la información de contacto y es promocional la información de la promoción para dicha temporada.

Garantía

La confianza en nuestros servicios, la responsabilidad con un trabajo bien hecho y la experiencia acumulada nos permiten conceder un servicio de calidad, es por eso que nos atrevemos a garantizar que nuestros clientes quedarán muy satisfechos con nuestro servicio.

- En las prestaciones de servicios en los que se acuerdan objetivos determinados y bien definidos que no hayan sido cubiertos en tiempo y forma por nuestra empresa y pueda ser contrastada y justificada la disconformidad, se podrá solicitar la garantía Incondicional de Servicio.

- El reclamo deberá ser presentado por correo electrónico al representante de calidad y servicio al cliente y especificando claramente cuál es el motivo de la disconformidad y el o los puntos que hayan sido declarados como objetivos a cumplir y se considere que la prestación del servicio no haya sido acorde a lo pactado. Se deberá adjuntar tanto un comprobante o muestra de la/las fallas y/o una atención no correcta por parte del personal de la empresa.

- La fecha límite para hacer uso de la garantía de incondicional de servicio es a los 30 días naturales de presentar la factura de prestación de servicios. Ésta será entregada una vez que el trabajo se

considera finalizado, siempre y cuando no existan factores externos a nuestra empresa que impidan lo contrario.

- Esperamos que ninguno de nuestros clientes se encuentre en la situación de hacer uso de la garantía, aunque nuestro compromiso de calidad de servicio nos obliga a exponer esta posibilidad para nuestra tranquilidad y la de nuestros clientes, que es lo más importante.

Ventas Corto, Medio y Largo plazo

Recordemos que nuestro objetivo general es de aumentar las ventas en un 20% para los dos primeros años y el específico nos dice que las ventas aumentarán en el 10% anual para lograr el objetivo general.

Por lo tanto, las ventas a corto plazo será alcanzar la meta de aumentar las ventas en un 5% semestral, en mediano plazo a un 2.5% trimestral y en un largo plazo en un 10% anual, tratando de seguir una lógica para poder lograr nuestros objetivos de venta.

Capítulo III La Producción

Producto

Especificaciones del Servicio

La empresa se encargará de la remodelación de viviendas y locales comerciales, dentro del servicio de remodelación se hará una distinción entre:

- **Remodelación Total:** remodelación de toda una vivienda u oficina
- **Remodelación Parcial:** remodelación de una cocina, un baño, cuarto, oficina, sala, terraza, electricidad, trabajos de fontanería o electricidad, impermeabilización, etc.

Como parte de nuestra estrategia de diferenciación, la empresa oferta el servicio de limpieza en todas sus obras, evitando la suciedad que supone el fin de obra, ese va hacer uno de nuestro valor añadido, junto con la calidad y nos va a diferenciar de la competencia, también ofreceremos al cliente la posibilidad de consultar el proyecto de remodelación a realizar con un diseñador de interiores profesional, garantizando diseños modernos, elegantes y funcionales.

En todas las obras que se inicien, se establecerán garantías como la pulcritud o el cumplimiento de plazos y presupuestos. La estrategia de precios se basa en ofrecer servicios de calidad a un precio competitivo. Por ello, los precios dependerán del tipo de trabajo a realizar, según las horas de trabajo necesarias y la calidad de los materiales empleados y, todo ello, orientado en función de los precios de la competencia.

Descripción del proceso de Producción

El proceso a seguir es el siguiente:

- Recepción de la solicitud del cliente
- Levantamiento de campo
- Proforma o según presupuesto del cliente
- Adelanto del 50% de Total del Proyecto (el porcentaje pendiente será en desembolsos según avances del proyecto en ejecución)
- Elaboración de Diseño para el cliente, según proforma
- Presentación de propuesta al cliente según proforma
- Preparación del área a trabajar (envió de materiales a usar)
- Realización del trabajo
- Control de calidad
- Entrega del servicio realizado
- Facturación de Cancelación

Nota:

Los procedimientos o controles establecidos en el proceso de prestación del servicio que garantizarán la realización de un servicio de calidad, son los siguientes:

- Control de subcontratos (cuando sea necesario)

- Planificación de la actividad
- Gestión de presupuestos
- Plan de formación en seguridad al personal
- Control de proveedores
- Gestión de quejas y reclamaciones.

Será importante cuidar otros aspectos que no están relacionados directamente con la realización del trabajo. Hacer frente a quejas y reclamaciones es fundamental. Para esto, al finalizar la prestación de cada servicio, se le entregará al cliente una encuesta de satisfacción sobre el trabajo realizado.

Diagrama de flujo del proceso



Características de la Tecnología o equipos

Para el diseño de interiores existen varios programas especializados para dicho fin tales como: IKEA Home Planner, QuickMobel, Furnish, Room Arranger, Sweet Home 3D, pero el que nosotros usaremos será:

Envisioneer Express

Envisioneer Express es especializado en diseño de casas e interiores en 3D (cocina, baños, salón, despacho, habitaciones y más) . Permite crear tus propios diseños de forma fácil aunque no seas un experto en el tema. Puedes distribuir y decorar las habitaciones con todo lujo de detalles: azulejos, luces, lámparas, suelos, muebles, cuadros, etc. Permite incluso crear tus propios materiales e generar imágenes estereoscópicas en tiempo real. Es totalmente gratis.

CPU DELL OPTIPLEX SSF 7040 I7-6700 8G



Características / precio \$ 780.00

- Dell Optiplex 7040 Desktop Procesador Intel Core I7-6700 3.4 GHz Frecuencia turbo máxima 4 GHz Memoria RAM DDR4 4Gx2 a 2133MHz 4 Slot para Memoria RAM Disco Duro de 1TB Diez Puertos USB

- 6 USB 3.0

4 USB 2.0 DisplayPort Puerto HDMI PS2 Puerto de Audio Ethernet LAN 10/100/1000 Unidad Óptica Dvd+/-Rw Teclado Mouse y Parlantes Integrados Windows 7 Profesional actualizable a Windows 8

MONITOR SAMSUNG 27" LC27F390FHLXZP

Características / precio \$ 408.25

Monitor Curvo Modelo

LC27F390FHLXZP Resolución

1920x1080 Relación de Aspecto 16:9

(Típico) 250 cd/m² Curvatura de la

1800R Relación de Contraste Estático

(típico) Tiempo de Respuesta 4 (GTG)

de la Pantalla 27 Colores Admitidos

Puertos: VGA HDMI Audífonos

Incorporados PIP



Brillo

Pantalla

3000:1

Tamaño

16.7M

Altavoces

Equipos e Instalaciones

En este apartado solo se mencionarán los equipos con que la empresa constara ya que el restante de herramientas que se pueden utilizar en una remodelación es facilitado por el sub contratista (maestro de obra)



Taladro Atornillador Compacto 18V con batería XR Li-Ion 1,3Ah
Portabrocas de 13mm con sistema auto apriete para un rápido cambio de la broca
Dos velocidades variables y reversibles para mayor control
Precio: 231.93



Taladro DeWalt Rotativo
Un embrague electrónico reacciona ante una situación de emergencia para la desconexión de la herramienta
Ideal para taladrar acero y en la industria de la construcción
Motor reversible con protección por sobrecarga que evita problemas en situaciones críticas
Precio: \$ 231.93

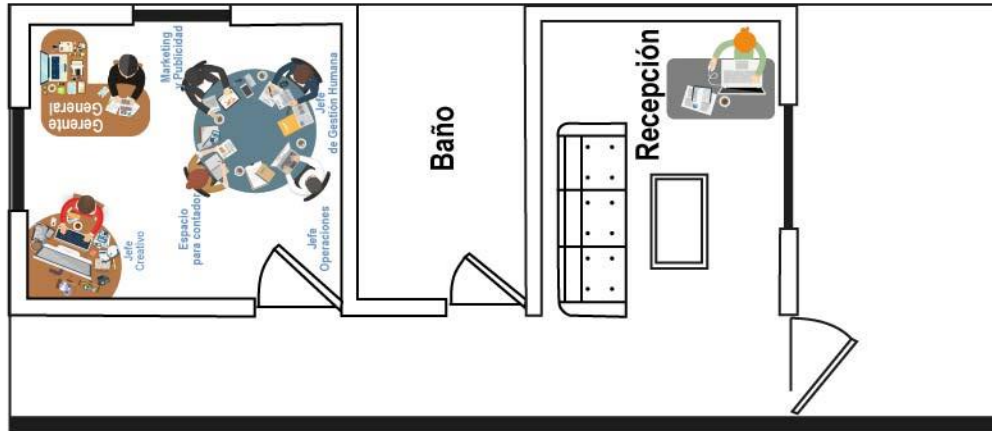


DWD112
ESMERILADORA ANGULAR 4 1/2 10A DEWALT D28403
Precio: \$ 133.28



SIERRA CIRCULAR 7 1/4" 1950W DWE575 DEWALT
Precio: 225.4

Para iniciar labores nuestra oficina está ubicada en una casa de habitación y el tamaño del cuarto es de 4mts x 4mts cuadrados. Pero también se usara la sala como recepción.



Materia Prima

Para el desarrollo del trabajo no es preciso disponer, previamente al encargo del compromiso, los materiales de consumo, dado que se pueden ir adquiriendo en función de los pedidos de los clientes, sin tener que realizar un desembolso inicial. Además, se evita así tener o sobrecargar la bodega.

Los materiales se comprarán en almacenes específicos de material de construcción próximos a la obra o a la empresa, para evitar altos costes de transporte.

En el caso de la maquinaria y las herramientas de mano, las compras se realizarán en comercios minoristas, pero esta maquinaria y herramientas serán proporcionadas en su mayor parte por los subcontratistas.

Proveedores

Nuestros proveedores serán grandes compañías como minoristas siempre se tomará en cuenta lo dispuesto a invertir por nuestro cliente o empresa, con algunos proveedores se realizarán alianzas tales como sinsa, halcon, lugo, home center.

Capacidad de producción máxima

La capacidad máxima de prestación de servicios de la empresa se determinará en función de los recursos disponibles (recursos materiales y humanos).

Estimamos que la capacidad máxima de prestación de servicios para el primer año sería de:

- 5 remodelaciones totales de vivienda (cada vivienda 100 m²) (tiempo estimado 2 meses)
- 5 remodelaciones parciales de cuartos (cada cuarto 15 m²) (tiempo estimado 20 días)

- 3 remodelaciones parciales de cocina (cada cocina 10 m2) (tiempo estimado 1 meses)

El horario laboral se realizará en jornada partida de 7:00 am a 12:00 md y de 1:00 pm a 4:30pm. este será el horario de la empresa de lunes a viernes, en función de las características del servicio que se vaya a prestar se emplearán más o menos días, si es imprescindible un incremento de horas laborales estas serán remuneradas como horas extras.

Control de calidad

El servicio de calidad exige implicación y compromiso por eso será prioritaria la formación de los trabajadores y el trabajo en equipo.

La retroalimentación continua asegurará la comprensión de tareas y responsabilidades, así como la adquisición de habilidades y destrezas del puesto de trabajo, el trabajo en equipo permitirá conseguir la eficiencia basada en las sinergias que ofrece la colaboración, la calidad final basada en la percepción del cliente se evaluará según el seguimiento de la satisfacción, a partir de las encuestas proporcionadas a la finalización del trabajo realizado.

Los aspectos que contribuirán a que los resultados de la satisfacción del cliente sean positivos, serán la puntualidad, el cumplimiento de plazos, el cuidado con los objetos del entorno, la limpieza de la obra, la corrección en el trato y la comunicación sobre las distintas incidencias que surjan y las posibles soluciones que se planteen. Los procedimientos o controles establecidos en el proceso de prestación del servicio que garantizarán la realización de un servicio de calidad, son los siguientes:

- Control de subcontrados
- Planificación de la actividad
- Gestión de presupuestos
- Plan de formación en seguridad al personal
- Control de proveedores
- Gestión de quejas y reclamos

Será importante cuidar otros aspectos que no están relacionados directamente con la realización del trabajo, hacer frente a quejas y reclamaciones es fundamental, para esto, al finalizar la prestación de cada servicio, se le entregará al cliente una encuesta de satisfacción sobre el trabajo realizado.

Capítulo IV La Organización

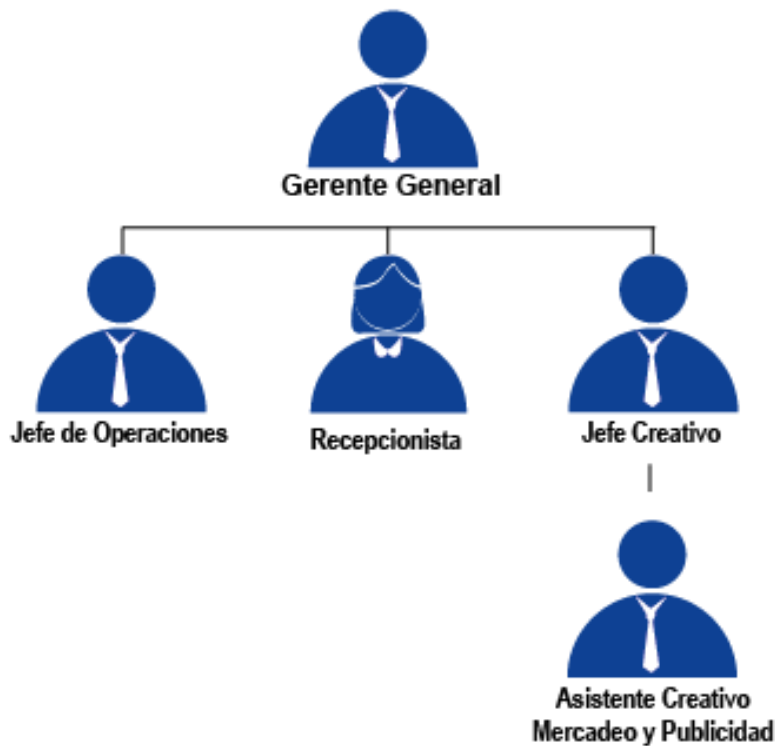
Objetivos del área de Organización

Incluir dentro de la estructura de la empresa, el personal mínimo necesario, para cada una de las áreas a cubrir.

Formar la estructura interna de la empresa y las funciones para cada área y los empleados que las conformen.

Causar confianza en los empleados de la empresa como en el cliente

Estructura Organizacional



Funciones Específicas del puesto

El bosquejo del organigrama funcional resume de manera integral las jerarquías y nivel de responsabilidad de cada puesto de trabajo.

Descripción de puestos de trabajo

Gerente General

Función principal

El Gerente General deberá dirigir y liderar todas las acciones, decisiones y cambios generados internamente bajo las políticas y objetivos del sistema para lograr el éxito del mismo, deberá dirigir las actividades de carácter financiero, contable, administrativo y de mercadeo de la empresa; definiendo los diferentes procesos financieros y contables, planificando las alternativas financieras y de mercadeo, supervisando la contabilidad y el flujo de caja.

Responsabilidades

- Diseñar políticas estratégicas con empresas asociadas
- Estudiar diferentes alternativas de inversión y su modo de financiación
- Mantener relaciones con entidades financieras, clientes y proveedores.
- Liderar el equipo humano a su cargo
- Evaluar productividad de la organización
- Elaborar estudios financieros de diversos tipos: control de gastos, análisis de inversiones.
- Supervisar y controlar los análisis financieros, contabilidad general y de costos.
- Desarrollar planes de mercadeo con una frecuencia tal que mantenga vigente y activo el sistema de reciclaje
- Administrar los recursos financieros para alcanzar los objetivos de la compañía.
- Elaborar e interpretar los balances y cuentas de resultados informados al Directivo de la empresa.
- Planificar y realizar el reclutamiento, selección y capacitación del personal.

- Implantar y supervisar la correcta aplicación de los diferentes sistemas de los Recursos Humanos: planes de carrera, apreciación del desempeño, valoración de puestos, análisis de capacidades, etc.
- Realizar la gestión administrativa de personal: nóminas, seguros sociales, contratos, etc.
- Implantar y hacer cumplir las normas laborales y aquellas propias de la empresa.
- Mantener relaciones con los Sindicatos y negociar con ellos los aspectos del personal que les competen.

Personal a su cargo

- Jefe de Operaciones
- Jefe de Personal
- Contador (sub contratado)
- Encargado de Publicidad y Marketing
- Director Creativo

Requisitos

Título en Ingeniería Civil, Diseño, Administración, Relaciones Internacionales o carreras a fines.

Conocimientos necesarios

- Administración estratégica
- Manejo de Recursos Humanos
- Utilitarios

Edad Promedio: 38 años

Experiencia: 4 años

Actitudes y Habilidades

- Iniciativa
- Liderazgo
- Buena comunicación Oral y escrita
- Honestidad
- Creatividad
- Innovador
- Puntual

JEFE DE OPERACIONES

Función principal

El Jefe de Operaciones deberá dirigir las actividades relacionadas con la remodelación, transportación, ejecución del servicio a elaborar, estableciendo objetivos y planes que respalden la logística y funcionamiento de dicho programa de control de calidad.

Responsabilidades

- Diseñar e implantar estrategias y políticas para la logística para sub contratados.
- Optimizar y mejorar el proceso de control de calidad.
- Optimizar los recursos humanos y financieros en el área de remodelación o ejecución de la obra.
- Aplicar políticas Seguridad e Higiene Industrial para el personal y los equipos.

- Determinar el plan de mantenimiento de los equipos.

Personal a su cargo

- Contratista
- Chofer de la Empresa.
- Operadores (personal del contratista)

Requisitos

Título en Ingeniería Civil

Conocimientos necesarios

- Logística integrada
- Mantenimiento de maquinarias
- Higiene y Seguridad
- Utilitarios

Edad Promedio: 32 años

Experiencia: 4 años

Actitudes y Habilidades

- Líder
- Ingenioso
- Creativo
- Buena comunicación oral y escrita
- Buenas relaciones laborales

- Paciente
- Honesto

JEFE CREATIVO

Función principal

Generar ideas y planes de acción para el diseño de lo que los clientes soliciten.

Responsabilidades

- Creación de los bocetos y diseño de los trabajos a solicitado por los clientes
- Optimizar y mejorar el proceso de creatividad.
- Determinar el plan de presentación de la propuesta de Diseño al cliente.

Personal a su cargo

- Asistente Creativo (Mercadeo y Publicidad)

Requisitos

Título en Diseño gráfico, diseño de interiores o arquitectura

Conocimientos necesarios

- Conocimiento y manejo de los programas de diseños
- Edición de video
- Multimedia

- Utilitarios

Edad Promedio: 27 años

Experiencia: 2 años

Actitudes y Habilidades

- Líder
- Ingenioso
- Creativo
- Buena comunicación oral y escrita
- Buenas relaciones laborales
- Paciente, trabajo en equipo
- Honesto

ASISTENTE CREATIVO (MERCADEO Y PUBLICIDAD)

Objetivo General

El encargado de Publicidad y Marketing deberá desarrollar un programa de marketing tal que mantenga activo el servicio brindo por la empresa

La planificación de programas de difusión y campañas capten el interés general para que el servicio tenga una respuesta favorable del público, ajustándose con el presupuesto asignado.

Responsabilidades Básicas

- Desarrollar ideas innovadoras de sistemas de difusión y campañas que capten el interés del público en general.
- Investigar e identificar empresarios claves para crear relaciones empresariales.
- Representar y “vender” nuestro servicio de remodelación resaltando las ventajas competitivas que adoptarían las compañías en caso de obtener nuestro servicio
- Cumplir el presupuesto asignado.
- Asesorar a los asociados sobre los productos reciclados.

Personal a su cargo: Ninguno

Requisitos

Conocimientos necesarios

- Técnicas de mercadeo
- Servicio al cliente

Edad Promedio: 26 años

Experiencia: 2 años

Actitudes y Habilidades

- Innovador
- Creativo
- Buenas relaciones interpersonales
- Buena comunicación oral y escrita
- Honesto

RECEPCIONISTA

Función principal

La recepcionista deberá receptor a los clientes telefónica o personalmente brindando una excelente imagen y atención para crear en ellos una satisfacción al momento de solicitar los servicios brindados por la fábrica, así como también asistir a la Gerencia general en sus actividades de apoyo.

Responsabilidades Básicas

- Receptar llamadas, correo físico y electrónico.
- Registrar llamadas y personas que ingresan a la empresa.
- Anunciar la llegada de la visita a quien se solicite.
- Dirigir al departamento correspondiente de acuerdo a lo que se busca.
- Ofrecer bebidas en caso de ser pertinente.
- Elaborar cartas, memos e informes solicitados por el Gerente.
- Llevar agenda del Gerente.

Personal a su cargo: Ninguno

Perfil del Ocupante

Título de bachiller

Conocimientos necesarios

- Mecanografía
- Conocimientos básicos de computación

- Servicio al cliente

Edad Promedio: 22 años

Experiencia: No necesaria

Actitudes y Habilidades

- Cumplid@
- Buena capacidad de trabajo bajo presión
- Habilidades de rápido aprendizaje
- Alto nivel de concentración
- Buena presencia

Recursos Humanos

Administración de Sueldo y Salario

La determinación de salarios estará subordinada por un sistema de remuneración equitativo, en dependencia del puesto de trabajo y el nivel de resultados. Se establecerá un campo de variación permisible con un mínimo y un máximo. De igual modo, se mantendrá presente la cifra de salario mínimo presentada por el MITRAB y las disposiciones expuestas en el Código del Trabajo.

En cuanto a los beneficios, estarán determinados entre éstos están: aumento salarial, bonos (en efectivo, canastas básica, días pagos de descanso).

Nota: ver tabla en Anexo

Selección y Contratación de Personal

Esta etapa básicamente es un procedimiento que se emplea para decidir qué solicitantes deben ser contratados, el cual comienza con la entrevista y culmina con la decisión de contrato.

Además de los participantes, otro personaje que forma parte de la selección es el entrevistador. Con anticipación a la entrevista este individuo debe ser capacitado e informado sobre la vacante, los requisitos y la metodología de la entrevista para que el resultado de la evaluación no sea erróneo. La seguridad en sí mismo, la transparencia, la objetividad y el profesionalismo deben ser algunas de las características personales de quien esté a cargo de la entrevista brindando así confianza y prestigio para quienes ocupen los cargos estos factores ayudarán a que el intercambio de información sea lo más eficiente.

Una vez realizada la primera entrevista de trabajo, se hará una preselección en base a ciertas condicionantes básicas que discernirían desde el inicio a un grupo de personas con otro; por ejemplo: los conocimientos, la disposición de tiempo, la predisposición de trabajar y colaborar etc. Así pues, se procederá con este grupo a seguir al siguiente paso de comprobación de referencias laborales siendo éste un elemento determinante para la selección del personal.

Poco a poco se va reduciendo el número de alternativas entre las cuales se puede seleccionar a la persona idónea, es más la evaluación se vuelve más compleja por lo que los clasificados cada vez empiezan a tener características más similares entre ellos. Por lo tanto, para este paso tan definitivo se sugiere adoptar un método utilizado para la toma de decisiones estratégicas denominado AHP (Método de Jerarquía Analítica). Esta metodología consiste en elegir la mejor alternativa para el programa entre un conjunto de propuestas (o aspirantes). Los pasos para elaborar una matriz de este tipo aplicada en el caso de seleccionar el recurso humano es el siguiente:

1. Identificar por lo menos tres alternativas para la vacante a ser ocupada.
2. Determinar los criterios de evaluación para medir el desempeño de los aspirantes en base a los requerimientos de la descripción de puestos. Cada uno de los puestos de trabajo se diferenciarán según los siguientes criterios a evaluar:
 - a. Calidad de la formación profesional (para las jefaturas)
 - b. Conocimientos de proceso a desarrollar en el puesto
 - c. Experiencia laboral en empresas relacionadas
 - d. Referencias laborales
3. Ponderar porcentualmente los criterios según las exigencias y responsabilidades del puesto, estos pesos deben sumar el cien por ciento.
4. Medir numéricamente (con una escala de su preferencia, recomendable del 1 al 5) el desempeño de cada candidato con respecto a cada criterio.
5. Sumar las multiplicaciones de la calificación anterior de cada criterio por su correspondiente peso o ponderación y sacar un resultado final por cada aspirante.
6. Elegir a los tres mayores puntajes como la terna de alternativas.

Esta técnica es considerada como una de las más objetivas posibles en el momento de deliberar un resultado de selección. Aun así sí se identifica la posible subjetividad cuando se califican los aspirantes con respecto a cada criterio, aunque se puede reducir con la calificación numérica. Sin embargo, es por este motivo que se recomienda al comité ser lo más objetivo posible y basarse en los hechos que refleja la hoja de vida de cada aspirante.

Previamente a que el comité de selección tome la decisión sobre la elección del ganador de la vacante, se recomienda realizar todos los exámenes médicos recomendados para evitar cualquier contagio o enfermedad entre el equipo de trabajo.

Finalmente, luego de aprobados dichos exámenes, se tomará la decisión de quién es la persona más capacitada y precisa para ocupar el cargo.

Capacitación de Personal

El programa de capacitación planteado a continuación se refiere a la organización y planificación de eventos con el fin de reforzar conocimientos, fortalecer habilidades y solidificar los lineamientos y objetivos de quiénes ocuparán los cargos.

La educación del equipo de trabajo se la realizará a través de dos métodos que se complementarán de tal manera de aprender lo teórico para luego aplicarlo en la práctica. Se ha creído conveniente plantear estos dos tipos de capacitaciones para así asegurar no cometer errores, el programa teórico se denomina Plan de capacitación Académico y el práctico Plan de capacitación “Manos a la Obra”, los cuales se detallan a continuación.

Plan de capacitación Académico

Siendo el proceso de selección de personal lo más óptimo posible, el personal escogido tiene un nivel de conocimiento sobre el cargo desempeñar. Estas personas comprenden la importancia del ser competitivos en el mercado laboral, los beneficios a futuro en los que incurre involucrarse en el programa y los procedimientos a seguir para lograr un óptimo desempeño laboral. Por tanto, el plan de capacitación académico va a enfatizar sus actividades con enseñanzas de tipo estratégicas para la toma de decisiones más acertada. Las actividades que comprenden el plan son las siguientes:

1. Sesión # 1.- “Definición de misión, visión y metas a corto plazo para el programa de capacitación ”
2. Sesión # 2.- “Refuerzo en el compromiso del equipo para el éxito del proyecto”.
3. Sesión # 3.- “Incentivo al mejoramiento continuo de los procesos del desempeño laboral, como responsabilidad de todo el personal”
4. Sesión # 5.- “Medidas de seguridad a tomar para un óptimo proceso laboral (jefaturas)”
 - Identificación de riesgos
 - Equipos de Protección Personal
 - Normas y procedimientos alineados con las medidas de seguridad
5. Sesión # 4.- “Identificación de oportunidades de negocio con empresas relacionadas”

Plan de capacitación “Manos a la Obra”

El Plan de capacitación “Manos a la Obra” es un programa en donde se pone en práctica lo que se aprendió en la teoría. El plan de capacitación “Manos a la Obra” se basa en una actividad denominada workshop la cual es similar a un taller teórico-práctico con la finalidad de reforzar conocimientos e involucrarse con la finalidad del proyecto. Generalmente los workshops pueden definirse como eventos de formación, ya que tienen objetivos educacionales.

Este workshop es un taller en el cual se pondrán en práctica los procesos aprendidos el cual será dirigida específicamente al personal interno. Previo al taller, cada una de las autoridades de las áreas explicará de manera ilustrativa los pasos a seguir para la ejecución de las actividades. Con dicha explicación, se conformarán grupos generando por la diversidad de departamentos y éstos pondrán en práctica los procedimientos según se les enseñó. Con esta actividad, se creará un ambiente de jovialidad, aprendizaje e adhesión en todas las áreas existentes.

Desarrollo de Personal

El desarrollo personal en la empresa, es un tema al que, con frecuencia, no se le da la debida importancia, quizá porque se desconocen sus utilidades prácticas.

Para adentrarnos en este tema, tendríamos que reconocer que debido al alto nivel de competencia que actualmente exigen los mercados, las empresas de todos los sectores de la actividad económica, se enfrentan a un gran desafío: Generar resultados extraordinarios de forma permanente.

Ya no es suficiente con poseer algunas gentes brillantes o preparadas en la organización, sino, es imprescindible que todos los integrantes estén alineados, con un propósito común y que se mantengan muy motivados. No hacerlo de esta forma, genera ineficiencia, disminución de la competitividad y eventualmente ser desplazados del mercado.

Para comprender la importancia del desarrollo personal en la empresa, debemos partir de una premisa básica: los resultados extraordinarios solo pueden ser generados por gente extraordinaria.

y... ¿Dónde se consigue a la gente extraordinaria?

¡¡La gente extraordinaria, ya se encuentra trabajando en las empresas!! Solo es cuestión de reconocerla.

Los cursos o entrenamientos de desarrollo personal, permiten a todos los participantes despertar y desarrollar habilidades y actitudes, que ya poseen internamente, como las siguientes:

- 1.- Confianza en sí mismo
- 2.- Integridad (congruencia entre lo que se dice y lo que se hace)
- 3.- Proactividad (hacer que las cosas sucedan)

- 4.- Lealtad
- 5.- Orientación a resultados
- 6.- Capacidad para manejar y expresar sus emociones (inteligencia emocional)
- 7.- Capacidad y gusto de aprender
- 8.- Habilidad para tomar decisiones
- 9.- Habilidades de comunicación y retroalimentación
- 10.- Capacidad para el manejo de conflictos
- 11.- Capacidad de reconocer los logros y méritos de los demás.
- 12.- Inclinación por lograr la excelencia en lo que se hace.

Con estas características, generaremos resultados extraordinarios, tanto en la empresa como en su vida diaria, no es cuestión de suerte; es un estilo de vida. Por ello, la formación de equipos de alto rendimiento o desempeño en las empresas, después de un proceso de capacitación en desarrollo personal, es la consecuencia natural e inmediata.

El desarrollo personal en la empresa, es una garantía de crecimiento y competitividad.

Evaluación de desempeño

FORMATO DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO LABORAL DEL PERSONAL CONTRATADO.

PUESTO----- FECHA DE INGRESO-----

EVALUADOR-----

FECHA DE LA EVALUACIÓN -----

En qué grado cree usted que el trabajador tiene desarrollada las competencias que se presentan a continuación. - Marque con una X el número que refleja su opinión

INSTRUCCIONES

1. Antes de iniciar la evaluación del personal a su cargo, lea bien las instrucciones, si tiene duda consulte con el personal responsable de Recursos Humanos.
2. Lea bien el contenido de la competencia y comportamiento a evaluar.
3. En forma objetiva y de conciencia asigne el puntaje correspondiente.
4. Recuerde que, en la escala para ser utilizada por el evaluador, cada puntaje corresponde a un nivel que va de Muy bajo a Muy alto.

Muy bajo : 1 ---Inferior. - Rendimiento laboral no aceptable.

Bajo : 2 ---Inferior al promedio. - Rendimiento laboral regular.

Moderado : 3 ---Promedio. - Rendimiento laboral bueno.

Alto: 4 ---Superior al promedio. - Rendimiento laboral muy bueno.

Muy Alto : 5 ---Superior. - Rendimiento laboral excelente.

5. En el espacio relacionado a comentarios, es necesario que anote lo adicional que usted quiere remarcar.
6. Los formatos de evaluación deben hacerse en duplicado, y deben estar firmadas por el evaluador y el ratificador (jefe del evaluador), si es necesario agregar algún comentario general a la evaluación.
7. No se olvide firmar todas las hojas de evaluación.
8. La entrega de los formatos de evaluación, es con documento dirigido a la Dirección correspondiente, bajo responsabilidad Funcional como máximo a los dos (02) días de deprecionado el formato.

ÁREA DEL DESEMPEÑO	MUY BAJO	BAJO	MODERADO	ALTO	MUYALTO	PUNTAJE
	1	2	3	4	5	
ORIENTACIÓN DE RESULTADOS						
Termina su trabajo oportunamente						
Cumple con las tareas que se le encomienda						
Realiza un volumen adecuado de trabajo						
CALIDAD						
No comete errores en el trabajo						
Hace uso racional de los recursos						
No Requiere de supervisión frecuente						
Se muestra profesional en el trabajo						
Se muestra respetuoso y amable en el trato						
RELACIONES INTERPERSONALES						
Se muestra cortés con los clientes y con sus compañeros						
Brinda una adecuada orientación a los clientes						
Evita los conflictos dentro del equipo						
INICIATIVA						
Muestra nuevas ideas para mejorar los procesos						
Se muestra asequible al cambio						
Se anticipa a las						

dificultades						
Tiene gran capacidad para resolver problemas						
TRABAJO EN EQUIPO						
Muestra aptitud para integrarse al equipo						
Se identifica fácilmente con los objetivos del equipo						
ORGANIZACIÓN						
Planifica sus actividades						
Hace uso de indicadores						
Se preocupa por alcanzar las metas						
PUNTAJE TOTAL:						

Firma del evaluador (director, Jefe de Departamento, o Jefe Administrativa RRHH)	Comentarios
---	--------------------

Firma del ratificador (RRHH)	Comentarios

Capítulo V Las Finanzas

Sistema Contable de la Empresa

El sistema contable que se usará en muestra empresa será Monica9 las características de este software son las siguientes:

- 1- Inventarios
- 2- Facturación
- 3- Cuentas por Pagar
- 4- Cuentas Corrientes
- 5- Cuentas por Cobrar
- 6- Ordenes de Compras
- 7- Contabilidad General
- 8- Cotización a Cltes. y Supls.
- 9- Impresoras Fiscales por país.
- 10- Salida de Almacén
- 11- Multi-Almacén
- 12- Bimonetario
- 13- Todos los reportes pueden ser personalizados a su empresa
- 14- Mejoras en la interface gráfica
- 15- Tecnología SQL usado en almacenamiento de datos.
- 16- Almacena hasta 10 GB de información, pero puede ser ampliado si su empresa lo requiere.
- 17- Productos de inventario aceptan número de lote (ideal para farmacia) y número de serie (celulares, discos duros, etc.)
- 18- Cálculo de comisión para vendedores.
- 19- Copias de respaldo automático.
- 20- Etiquetas para los inventarios físicos.
- 21- Punto de Venta permite utilizar una gran cantidad de impresoras de recibos y gavetas de dinero.
- 22- Más de 140 reportes personalizables.

Flujo de efectivo

Ver tabla en Anexos

Balance General

Ver tablas en Anexos

Estado de resultado

Ver tabla en Anexos

Punto de equilibrio

Ver tablas en Anexos

Sistemas de Financiamiento

Ver en Anexos

Capítulo VI El marco legal

En este apartado mencionaremos los pasos o requisitos para constituir nuestra empresa.

La forma de inscripción será como persona natural y para poder hacerlo seguiremos los siguientes pasos:

- Dos fotografías recientes tamaño carnet.
- Fotocopia de la Cédula de Identidad.
- Tener 18 años o más.
- Constancia salarial o última colilla de pago que refleje la retención IR a cuenta del asalariado, Constancia de Retención por servicios profesionales o técnicos o bien fotocopia de último contrato de trabajo (vigente). Las constancias, retenciones y contratos deben estar firmados y sellados.

Trámite debe ser realizado personalmente.

Después de obtener nuestro número RUC procederemos a inscribir nuestra empresa legalmente como una MIPYME, en este paso inscribiremos nuestros libros contables, inscribiremos en el registro mercantil y la alcaldía, para ello seguiremos las siguientes indicaciones:

Para comenzar vamos a buscar la manera más fácil de registrar nuestras operaciones de ingresos y gastos, de manera que podamos informarnos fácilmente sobre la rentabilidad o no de nuestro negocio, para ello:

- a) Compramos dos libros Order Book que sirven para llevar la contabilidad básica, estos pueden ser comprados en cualquier librería y son llamados:
 - El Libro diario (aquí se registran los ingresos y gastos diarios del negocio)
 - El Libro Mayor (registramos el consolidado de ingresos y gastos mensuales).
- b) Después de comprar los libros, vamos al banco que nos quede más cerca y ahí pagamos la cantidad de C\$ 50.00 (cincuenta córdobas) por la inscripción de los dos libros y el foliado de los mismos.
- c) Luego es aconsejable ir al Registro Mercantil.

Gran parte de los gerentes propietarios de PYMES no acostumbran hacer este trámite, sin embargo, es recomendable hacerlo tomando en cuenta de que en la medida en que nosotros estemos legalizados, será mucho más fácil conseguir el auxilio de las autoridades en caso de cualquier estafa o incumplimiento por parte de los compradores de nuestros bienes y servicios, esta **es la mejor manera de proteger nuestros contratos de compra y venta de bienes y servicios**. Para legalizarnos como empresa *debemos ir al REGISTRO MERCANTIL que está ubicado en la Centroamérica contiguo al registro de la Propiedad y hacer la solicitud en papel sellado.*

Si hemos hecho nuestra empresa bajo una Escritura Pública:

- Debemos anexar a la solicitud en papel sellado, una copia de la Escritura Pública,
- En caso de que no sea así, solo debemos solicitar nuestro registro y suministrar los datos en la solicitud sobre la base de los Artos. 15 y 19 del Código Comercial de Nicaragua.

También en el Registro Mercantil debe mostrar la minuta de cancelación obtenida en el banco.

d) ¿Qué hacer en la Alcaldía?

Aquí solicitamos la **Matrícula Comercial** de nuestro negocio

La alcaldía municipal es un lugar de visita obligatoria para todo Micro, pequeño o mediano empresario y en esta dependencia debemos cumplir con los siguientes requisitos:

- Presentar una solvencia municipal que tiene un valor de C\$25.00 (veinte y cinco córdobas) y esta solvencia es cancelada en la caja de la Alcaldía.

- Esta solvencia municipal la debemos presentar con una carta, en original y copia, en la cual solicita la matricula comercial suministrando los siguientes datos:

- Nombre del negocio.
- Tipo de negocio.
- Dirección del negocio (ubicando el nombre del barrio, N° de casa, con la mayor exactitud posible para su fácil ubicación)

Acompañada de esta carta debemos presentar:

- Original y copia de su cédula R.U.C.
- Fotocopias de inscripción de los libros Mayor y diario.
- Y pagará un anticipo de C\$ 260.00 (doscientos sesenta) córdobas de la MATRÍCULA COMERCIAL. El valor restante de esta matrícula se cancela al recibir este documento lo cual sucede dos meses y diez días después de haber declarado la primera retención del 1.5 % del I.G.V.

Una vez adquirida la Matrícula Comercial de nuestro negocio; vamos a:

e) La Administración de Rentas más cercana:

Al llegar a estas oficinas tenemos que tener presente, que ya existe una categorización de las PYMES que maneja la Administración de Rentas y es la siguiente:

- Categoría 1 Ingresos de C\$1.00-239.0 = Microempresa

- Categoría 2 Ingresos de C\$240.000.00 -499.0 = Pequeña.
 - Categoría 3 Ingresos de C\$500.0 - 5, 999.0 = Mediana.
 - Categoría 4 Ingresos de C\$6,000.000.00 = Grande
- Los negocios que tengan obligaciones sujetas a gravamen del I.G.V. tanto importadores como los que proyectan ingresos mayores a los C\$ 240,000.00 (doscientos cuarenta mil córdobas) anuales, deben obtener la constancia de Responsable Retenedor del Impuesto General al Valor (I.G.V.).

Los PYMES que se encuentren bajo estas condiciones, serán sometidos al régimen simplificado de pequeños contribuyentes y cerraran sus obligaciones de inscripción pagando las respectivas cuotas fijas que se le asignen mensualmente

Al presentarse a la Administración de Rentas debemos de:

- Presentar el número R.U.C.
- Suministrar los datos que nos pidan sobre nuestro negocio.
- Dar nuestro nombres y apellidos completos según nuestra Cédula de Identidad o identificación de ley).
- La dirección exacta del negocio.
- El giro del negocio. (qué tipo de actividad comercial desarrollamos)

f) **La emisión de Factura Comerciales.**

Demos de Recordar que todo tipo de negocio, tiene la obligación de emitir las facturas comerciales por toda compra que se haga de bienes y servicios.

En el caso de Nicaragua, la factura comercial debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Nombre de la empresa o razón social.
- Pie de imprenta fiscal.
- Facturas pre-numeradas comenzando con el 0001.
- No. De R.U.C.
- Dirección y teléfono de quien las emite.
- Fecha en que se efectúa la transacción.

Nota: EK no requiere escritura de constitución de la empresa, debido a que no posee socios, es una persona inscrita en DGI como persona Natural con el nombre comercial EK diseño & Remodelaciones. En el futuro si la empresa requiere de socios procedía a contratar los servicios legales que se necesiten para cambiar a EK Diseños & Remodelaciones a Empresa Jurídica.

Presupuesto y Anexo