

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE NICARAGUA



*you*PhotoStore

PLAN DE NEGOCIOS
2015



*you*PhotoStore

PLAN DE NEGOCIOS

DISEÑO GRÁFICO
2015

Geysel Yahoska Morales
Kerfin Rugama Castillo

Tutor: Luis Carvajal

INDICE

Resumen Ejecutivo	5
Información de la Naturaleza del Proyecto	6
Información de Mercado	7
Información de Sistema de Producción	8
Información de Organización	9
Marco legal de la empresa	10
Plan de Negocio	11
Introducción	12
Mercado	13
Objetivos de Mercado	14
Investigación de Mercado	15
Estudio de Mercado	16
Distribución de Puntos de Ventas	17
2.5 Promoción del producto o servicio	18
2.6 Fijación y políticas de precio	19
2.7 Plan de introducción al Mercado	20
2.8 Riesgos y Oportunidades de Mercado.	21
2.9 Sistema de plan de ventas	22
Objetivos de Venta	23-25
Producción	26
3.1 Objetivos del area de producción	27
3.3 Descripción del proceso de Producción	28
3.4 Diagrama de flujo de procesos	29
3,5 Características de la Tecnología	30
3.6 Equipo e Instalaciones	31
3.7 Materia Prima	32
3.10 Ubicación de la empresa	33
3.12 Proceso de mejora continua	34
3.13 Programa de Producción	35-36
Organización	37
4.1Objetivos del aerea de organización	38-39
4.3Funciones específicas del puesto	40-41
4.4 Capacitación del Personal	42
4.5 Desarrollo del Personal	43
4.6Administración de Sueldos y Salarios	44
4.7 Evaluación el desempeño	45
4.8Relaciones de Trabajo	46
4.9Marco Legal de Organización	47
Finanzas	48
5.1Objetivos del aerea contable	49
Tablas Excell	50-56
Manual de Marca	57-73
Anexos	74
Auditoría Personal	75-76
Encuesta	77-80



RESUMEN EJECUTIVO



INFORMACIÓN DE LA NATURALEZA DEL PROYECTO

Nuestra empresa es un sitio web que aloja fotografías elaborada, distribuida por nosotros de manera online. Mediante la estrategia de ventas y el modelo de distribución que pretendemos hacer se hará popular generando mayor alcance de usuarios.

Para el desarrollo de la empresa es necesario considerar la demanda existente en el mercado online, en donde es sumamente necesario innovar ante un mercado que demanda calidad y diversidad de productos(fotografías), siendo este nuestro motivo principal para el desarrollo de la idea empresarial, por medio de la cual se brindara la oportunidad al público de obtener algo único, diferente, creativo e innovador de una manera rápida y efectiva, caracterizados como empresa por brindar una nueva experiencia a nuestros clientes/o usuarios .

Como empresa ofrecemos dos opciones para que nuestros clientes realicen sus pedidos, una es de manera online a través de la visita nuestro sitio web de la empresa en donde podrán visualizar los las fotografías y de esta manera realizar el pedido siendo el pago llevado a cabo por medio del sistema PayPal que es un método que funciona a través de tarjeta de crédito, de no ser así, nuestros clientes contarán con una aplicación para android que le permitirá hacer su compra a través de google wallet o sea simplificando los dos métodos de paga serán con uso de tarjetas de crédito.

Se ofertara dos tipos o modelos de productos el gratuito y de paga si el cliente no obtiene lo que busca gratuitamente tendrá opción de buscarlo en opciones de paga, además se permitirá poner comentarios a aquellos que adquieran la fotografía y calificar su fotografía del 1 al 3 esto es para mayor interacción con el cliente e ir conociéndolo.



INFORMACIÓN DE MERCADOS

Nuestro segmento de mercado será entre las edades de 18-60 años de cualquier tipo de condición sexual entre ellos los navegantes web, (usuarios de Facebook , instagram, twitter, youtube entre otros) y toda empresa necesitada por adquirir este servicio.

Siendo nuestra mayor demanda a empresas de publicidad, freelance, revistas impresas, revistas digitales, periódicos, empresas de moda, turismo nacional entre otras.

Para determinar la demanda potencial se realizó una encuesta que permitió definir algunos parámetros de relevancia elaborada al segmento correspondiente como: que tipo de personas le gustaría adquirir este producto, el índice de compra de estos tipos de productos así como la frecuencia de compra, que tipos de fotografías le gustaría adquirir, y la cantidad máxima que estarían dispuestos a pagar, información fundamental para determinar la viabilidad de la empresa

Los datos obtenidos de los resultados ayudaron a definir la proyección de ventas de nuestros productos, en donde a corto plazo se aumentara la demanda de los productos medidos por nuestra capacidad de alojamiento a futuro debido y de mayor cantidad de clientes online.

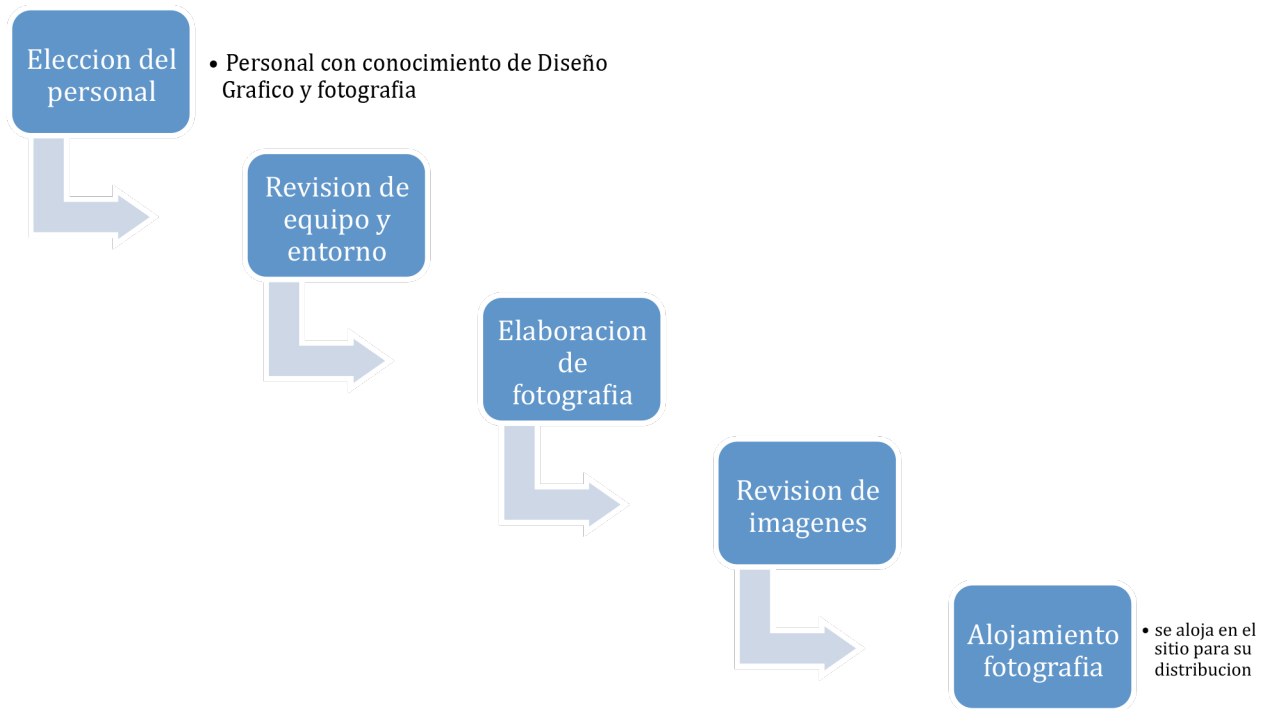
La introducción al mercado como empresa nueva, debemos aplicar estrategias simples, y funcionales en el medio adecuado para agilizar la pregnancia de nuestro servicio o producto además que principalmente conozcan nuestra empresa.



INFORMACIÓN A CERCA DEL SISTEMA DE PRODUCCIÓN

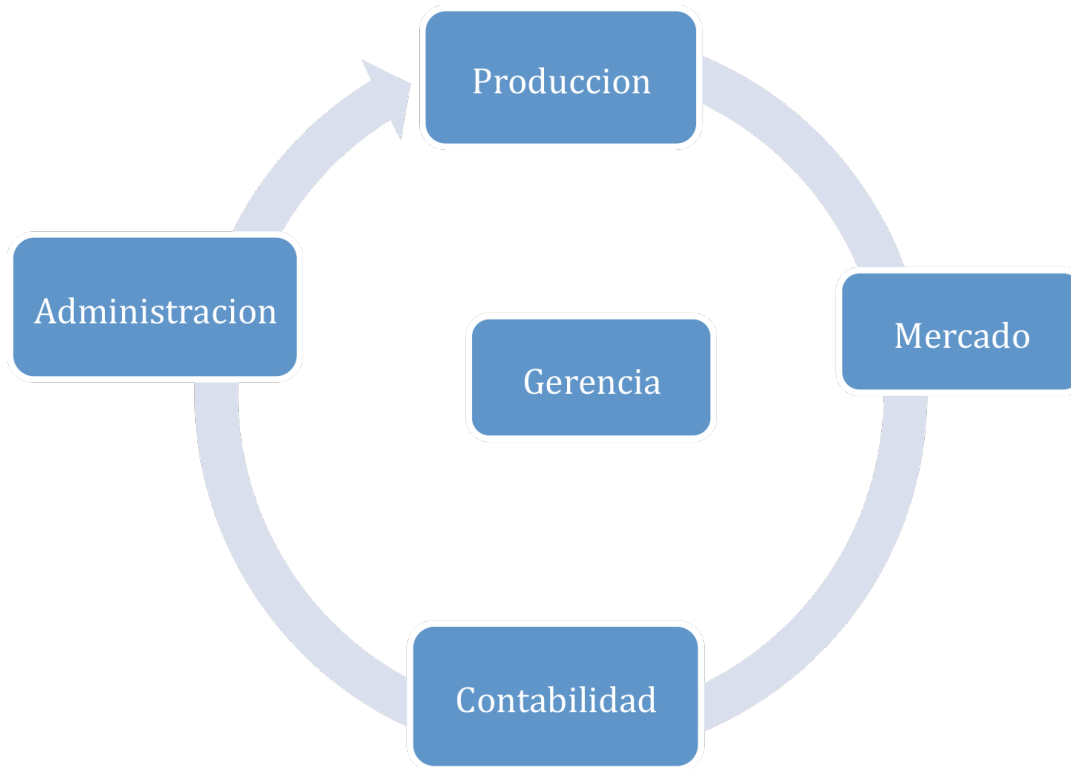
EL plan de producción de You Photo store se encuentra diseñado de tal manera que se obtenga un control constante de este, en donde los trabajadores del área de producción deberán conocer cada uno de los pasos que son necesarios implementar para llevar el desarrollo de un producto en tiempo y forma. Además de llevar un inventario de equipos, información del personal.

Equipos tecnología de alta calidad mínimo requerimientos (Dell 4g ram, 1tb de almacenamiento, sistema operativo con windows 8)





INFORMACIÓN A CERCA DE LA ORGANIZACIÓN



TECNOLOGÍA

La tecnología a implementar en el corto y mediano plazo será la necesaria para realizar las funciones básicas debido a que la empresa no cuenta con la capacidad financiera para solventar la deuda de los equipos. A futuro se plante comprar cámaras y sus equipos además de computadoras con mejores condiciones.



MARCO LEGAL DE EMPRESA

YouPhoto Store es constituida por cuatro áreas funcionales distribuidas en un organigrama circular, en donde es necesario la contratación de 4 persona, en donde los postulantes deberán de cumplir una serie de requisitos para obtener el puesto de trabajo.

Persona Juridica o Persona Moral:

Es una empresa con derechos y obligaciones que existen pero no como individuos si no como institución que es creada por una ó mas personas físicas para cumplir un objetivo social que puede ser con ó sin animo de lucro.

INFORMACIÓN DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

Youphoto Store contara con una capital de 130,090.60 córdobas para poder iniciar operaciones, y la manera que adquirimos dicha capital fue por medio de ahorros personales y un préstamo bancario equivalente a 70,000 córdobas.



PLAN DE NEGOCIO



Introducción

Un Plan de Negocios es el planteamiento de una idea o iniciativa empresarial, contiene la información verbal y gráfica de lo que el negocio es o tendrá que ser, definiendo así el modelo de negocio y sus acciones estratégicas.



MERCADO



OBJETIVOS DE MERCADO

Objetivos de Corto Plazo (1año)

En el corto plazo, estimamos atender a un total de 2000 clientes, alcanzando un volumen de venta de nuestros servicios estimado en C\$400,000 correspondiente a un total de 2,000 servicios, con lo cual estaremos incorporando en nuestro portafolio de clientes a un total del 10%, tomando en considerando que nuestro mercado potencial es de 20,000 clientes.

Objetivos de Mediano Plazo (3 años).

En el corto plazo, estimamos atender a un total de 8000 clientes, alcanzando un volumen de venta de nuestros servicios estimado en C\$702,000 correspondiente a un total de 8,000 servicios, con lo cual estaremos incorporando en nuestro portafolio de clientes a un total del 40%, tomando en considerando que nuestro mercado potencial es de 20,000 clientes.

Objetivos de Largo Plazo (5 años)

En el corto plazo, estimamos atender a un total de 14000 clientes, alcanzando un volumen de ventas de nuestros servicios estimado en C\$1375,920.00 correspondiente a un total de 14,000 servicios, con lo cual estaremos incorporando en nuestro portafolio de clientes a un total del 70%, tomando en considerando que nuestro mercado potencial es de 20,000 clientes.



INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La investigación de mercado es la recopilación de información de nuestro giro de negocio mas alineado a nuestro consumidor y la dirección que va nuestra empresa, para llevar a cabo nuestras decisiones correctas y poder alcanzar las metas deseadas y satisfacción nuestros clientes.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO:

Objetivo sociales:

Cumplir con las necesidades del cliente, mediante nuestros servicio requerido, es decir, que cumplan con los requerimientos y necesidades exigidas cuando sea necesaria.

Objetivo económico:

Determinar el balance económico que pueda tener una empresa al entrar a un nuevo mercado o al introducir un nuevo un nuevo servicio y, así, saber con mayor claridad las acciones que se deben tomar.

Objetivo administrativo:

Ayudar al desarrollo de empresa, mediante la planeación, regulación de tiempo, control de los recursos y áreas que distribuyen en su debido tiempo, para que cubra las necesidades del mercado, antes de la elaboración de un servicio.

NUESTRAS RAZONES QUE HACEN NECESARIA A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO SON:

-Conocer al Consumidor.

Para adaptar el plan de mercadotecnia a las necesidades, costumbres, deseos y motivaciones del consumidor.

-Disminuir los Riesgos.

Su objetivo final es dar la información necesaria para la definición de la mejor política de mercadotecnia posible.



ESTUDIO DE MERCADO.

Un estudio de mercado es una actividad de mercadotecnia que tiene la finalidad de ayudarlo a tomar decisiones en situaciones de mercado además de conocer al cliente y su entorno.

Por ejemplo, para elaborar un pronóstico de ventas (para 1 año, 1 semestre o una temporada específica) necesito conocer el tamaño actual del mercado meta, y para ello, necesito realizar un estudio de mercado que me permita obtener ese importante dato.

EL ESTUDIO DE MERCADO TIENE CUATRO ETAPAS BÁSICAS

1-Establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar: El primer paso en el estudio es establecer sus objetivos y definir el problema que se intenta abordar.

2-Realización de investigación exploratoria: Antes de llevar a cabo un estudio formal, los investigadores a menudo analizan los datos secundarios, observan las conductas y entrevistan informalmente a los grupos para comprender mejor la situación actual.

3-Búsqueda de información primaria:

Se suele realizar de las siguientes maneras:

- Entrevista grupal
- Investigación basada en encuestas
- Investigación experimental

4-Análisis de los datos y presentación del informe:

La etapa final en el proceso de estudio de mercado es desarrollar una información y conclusión significativas para presentar al responsable de las decisiones que solicitó el estudio.



DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTAS

La distribución es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final (consumidor) en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan o desean.

Distribución

La distribución es un punto muy importante que debe abordarse con analizando el mercado, ya que va de la mano del servicio de pre y post venta. Existen diferentes alternativas para distribuir el producto en el mercado que se quiere posicionar. Se debe estudiar la mejor alternativa dependiendo del tipo de servicio que quiera brindar.

- Exportación directa:

Generalmente para la venta a tiendas departamento. Por lo general ofrece seguridad y orden. Se puede usar como fórmula exclusiva de distribución o combinarla con alguna de las que a continuación se mencionan.

- Distribución a través de una oficina propia:

Generalmente se realiza cuando las operaciones alcanzan volúmenes que justifiquen el costo asociado. Es a largo plazo. Se recomienda contar en esta oficina con empleados de nacionalidad del país, que conozcan la idiosincrasia de la comunidad y opere de acuerdo a sus patrones.

- Distribución a través de servicios de terceros online:

La organización o esquema de permite exportar en el país asumiendo costos moderados y sin realizar inversiones iniciales estratosféricas ni asumir demoras por concepto de puesta en marcha de una oficina física. Permite combinar las alternativas anteriores.



2.5-PROMOCION DEL PRODUCTO O SERVICIO.

Como empresa nueva, debemos aplicar estrategias con capacidad de síntesis pero funcionales para agilizar la pregnancia de nuestro servicio o producto nuevo en el mercado, estas estrategias llevaremos a cabo:

En un corto y mediano plazo se tiene proyectado promocionar el producto a través de redes sociales el conocido como marketing social y personalizada Facebook, Twitter, Instagram, y Youtube. Elaborando su plan de marketing para cada producto.

Una estrategia de promoción consistirá en enviar masivos correos a clientes con promociones además de visitar a clientes posibles de la región. A largo plazo, para atraer a los clientes potenciales se promocionará a través de spot publicitarios en Youtube que sean visto a la región nacional de 10 segundos así también banners de Advertising de Google.

Se incluirá también la elaboración de banner a través de facebook y publicidad para aumentar los likes (recuerden esta empresa estará online app android).

Los costos calculados son:

- Montaje de banner de advertising de google C\$ 5,000 a corto plazo (12 meses) (12 meses) mediano plazo (36 meses) C\$ 15,000 y a largo plazo (60 meses) C\$ 25,000
- Elaboración de spot publicitario 15 segundos y montaje mensual C\$ 2,000 a corto plazo (12 meses) mediano plazo (36 meses) C\$ 6,000 y a largo plazo (60 meses) C\$ 10,000
- Publicidad de facebook e instagram C\$ 1,500 a corto plazo (12 meses) mediano plazo (36 meses) C\$ 4,500 y a largo plazo (60 meses) C\$ 7,500



2.6 FIJACIÓN Y POLÍTICAS DE PRECIO

- 1.- la empresa hará un descuento del 20% de una fotografía con fallas o error de envío.
- 2.- La empresa se encargara de cobrar los pagos de los clientes por medio de googlenwallet y androidpay permitiendo el uso de tarjetas de crédito online y al cliente sentirse mas seguro.
- 3.- La empresa solo aceptara pagos completos protegiendo la propiedad intelectual del fotógrafo y de uso exclusivo para la persona que descargo la imagen.
- 4.- La empresa solo aceptara los pagos en efectivo y ventas e tarjetas de crédito a clientes manteniendo la seguridad de la compra y evitar robo a nuestros clientes.

Análisis de la competencia

El analisis de la competencia describe los futuros competidores del negocio, tanto directos (empresas que producen o venden productos o servicios similares al que se va a ofrecer) como indirectos (empresas que producen o venden productos o servicios sustitutos al que se va a ofrecer).

Nombre	Fortaleza	Debilidad	Estrategia para combatir
Getty Images	Esta página se venden imágenes de Flickr y de todos aquellos creadores que están dados de alta en la web, donde quienes quieren obtener un rendimiento a sus creaciones exponen su material, desde fotografía de stock libre de derechos e imágenes de Editorial hasta vídeo, música y productos multimedia. Es un poco más cara que Depositphotos, pero tiene gran calidad en las imágenes.	Poca realización de promociones. Carencia de atención al cliente.	Implementación de una mayor interacción con nuestros clientes por medio de la realización de promociones y descuentos, que incrementaran el volumen de venta, lo que nos permitirá lograr un mayor alcance a nuestro segmento de mercado.
Shutterstock	Otra web para comprar imágenes, con un gran catálogo y múltiples opciones a la hora de comprar las imágenes. Tienes la opción de pago tipo suscripción, o por el contrario pagar por cada imagen libre de derechos que te puede salir por unos 3€ aproximadamente.	Costos elevados	Ofrecer a nuestros clientes, precios accesibles, brindando un descuento cuando el pedido sobrepase la cantidad de 100 fotos



2.7 PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO

Entraremos al mercado como una empresa nueva en rubro, por lo tanto el target o nuestro consumidor sentirá inseguridad. Por lo tanto dichas desventajas serán resueltas con un excelente nivel de servicios (fotografías) de alta calidad en este caso fotografías de las cuales el cliente pueda sentir seguridad en su compra.

Es una ventaja competitiva para nosotros el hecho de tener un servicio de calificación de productos por lo cual sabremos que es lo que al cliente más le gusta y así mismo buscar más opciones del mismo servicio o fotografía.

Para lograr una venta óptima como empresa nueva hace falta ofrecer al cliente un precio atractivo y conforme lo que pueda encontrar en el mercado y establecerlo de forma más elevada según los requerimientos que se pasaron para obtener y la calidad de lo que se ofrece como fotografía.

Dentro de este marco, el precio de lanzamiento se va a establecer inicialmente un precio gratuito pero al no obtener lo que busca se va a dar un precio de penetración, con el fin de atraer a tantos nuevos usuarios como sea posible y hacer popular nuestro sitio.

Además, se le hará saber al cliente un control de sus descargas en nuestros sitios y además se le dará un incentivo a el mismo por la compra de determinadas cantidades de nuestras fotografías además de incluir paquetes de imágenes si son empresas que lo necesitan.

Para generar pertenencia en nuestros clientes se le permitirá comentar dentro del sitio para así ver tanto la calificación por foto como el comentario de los demás con respecto de la misma.

Parte de nuestra estrategia a diferenciarnos de las demás empresas consiste en prestar especial atención a todas y cada una de las necesidades del cliente y hacia que rumbo va sus nuevas necesidades.



Conforme a la estrategia concentrada es necesario establecer las características (perfiles) que debe poseer nuestro publico meta, como se muestra a continuacion:

Perfil Demográfico

Edad: 18 -60 años

Sexo: Masculino / Femenino **Nacionalidad:** Nicaragüense / Extranjeros

Perfil Geográfico

Pais: Internacional

Perfil Socioeconómico

Estrato: Media, media alta y alta.

Ocupación: Estudiante universitario / Trabajador activo. Ingresos: \$10 en adelante, Perfil por personalidad Jóvenes y adultos, entre las edades de 18-60 años, estudiante universitario o trabajador activo, que desee hacer uso de fotografías de alta calidad para un mejor desempeño de sus proyectos.

Perfil General

Personas entre las edades de 18 a 60 años, de sexo masculino y femenino, estudiantes universitarios o trabajadores activos, que contengan un ingreso mayor de diez dólares (\$10) mensuales, que residan en cualquier parte del pais; y que deseen hacer descargas de fotografías de su mejor conveniencia.

3.8 RIESGO Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO

La empresa por ser nueva en el mercado digital posee una lista de posibles riesgos que llevarían a encontrar su declive ,con el fin de desarrollar estrategias que midan posibilidades tenemos que ver los siguientes puntos:

RIESGOS

La competencia directa e indirecta, siendo que ya están posicionados en el mercado y ya son mayormente reconocidas.



El no buscar maneras como no nos perjudique la economía nacional puede causar impacto en nuestra cartera de clientes.

Los ingresos sean menores que los gastos, esto quiere decir que no se esta ejecutando un plan de mercadeo correctamente o no se determinó bien el costo de nuestros servicios.

La imitación que copien nuestro modelo de distribución empresas ya establecidas.

Enfocarnos solo en nuestro mercado principal y no innovar puede ser catastrófico.

Las ventas serán online esto genera desconfianza a nuestros clientes.

OPORTUNIDADES

Ofrecer calidad de fotografía y de imágenes

Precios competitivos comparados a los de la competencia.

Promocionar nuestro servicio con constantes y relacionado a los gustos de nuestros clientes.

Que aumenten nuestros ingresos favorables.

Elección de un personal altamente calificado.

2.9 SISTEMA DE PLAN DE VENTAS

La forma que elegimos para darnos a conocer es distribuirlo de manera fácil y que puedan encontrar lo que buscan en nuestro sitio.

Las venta será online y en determinados casos en nuestras oficinas, con el propósito de mostrar al cliente la forma de trabajo y tener trato directo en nuestro sitio que será en Managua, Semáforos de Linda Vista 5c al Lago.



Los clientes iniciales de nuestros productos son grupos: compañeros de estudio y navegantes online que demuestren intención de compra y el voz a voz que la venta directa genera; el otro grupo, que se constituye, en nuestros clientes que recibirán el mayor esfuerzo de ventas son empresas que deseen alternativas fotográficas con propiedad intelectual de las imágenes con los cuales hemos establecido contacto presencial y han manifestado su interés en recibir y exhibir el producto además de presentarlos como clientes como garantía de sociedad con los mismos.

Nuestros servicio fotográfico será de manera original por lo cual se acreditara como distintivo de marca y que tendrá como meta ser reconocido en los diferentes consumidores proliferando la misma entre los demás.

El personal de pymes o mayoristas que reciban el producto, recibirá notas para este tipo de productos puedan ver el autor y sus políticas de uso para no infringir la leyes de la OMPI.

Sabiendo que nuestros servicios fotográficos categorizados según los gustos del público meta será el principal diferenciador la alta calidad y la búsqueda práctica , además se buscara empresas que estén dispuestas a entrar y elaborar sus producto o servicio conforme a la ley y que desee trabajar con nosotros sin ningún problema de la misma por su prestigio y no confrontar problemas legales se requerirá ayuda de los organismos para el apoyo y desarrollo del conocimiento humano todo esto nos ayudara a llegar a transnacionales si queremos vender este tipo de servicio a nivel global.

OBJETIVOS DE VENTAS.

La comunicación online cubrirá la necesidad informativa basada en describir nuestros servicios .Ya que el consumidor espera que seamos nosotros quienes hagan ese esfuerzo y poner la compra de un producto lo más sencillo posible.

La información será sintetizada y simple para que la mayor audiencia posible se le facilite todo lo que necesita saber acerca de nosotros.



RECORDAR:

La capacidad de recordar será llevada a cabo por nuestras campañas en los diferentes medios a publicitarnos es decir desde las figuras que pueden captarse a través del sentido de la vista. Dicha cualidad y todo será vinculado a la forma, el color, la textura y otras características que hacen que la persona que observa pueda captarla de manera más rápido y simple en los diferentes medios audio visual y digital.

PERSUASIÓN:

La persuasión será nuestra herramienta mas fuerte puesto que esta ligada a una influencia social de las creencias, actitudes, intenciones, motivaciones y comportamientos. La persuasión es un proceso destinado a cambiar la actitud o el comportamiento de una persona o un grupo hacia algún evento, idea, objeto y los guie hacia nuestro servicio por ende, mediante el uso de palabras para transmitir información, sentimientos, o el razonamiento, o una combinación de los mismos.

Es una estrategia de resolución de los problemas que confía en “peticiones” más que en la coacción. De acuerdo con la afirmación de Aristóteles, “la retórica es el arte de descubrir, en cada caso en particular, los medios adecuados para la persuasión”.

Plantilla comercial.

Como planteamiento a largo plazo se detalla una organización por cliente: cada vendedor se especializa en la venta a determinados clientes.

Selección de vendedores ligados a la venta de nuestros servicios estas son sus carateriscas:

Confianza

Paciencia y creer

Honestidad

Sinceridad

Buena comunicación y facilidad de palabra

Conocimientos



EVALUACIÓN:

Se tomará en cuenta el reporte de ventas de cada vendedor en caso, de que no sea nuevo (si es nuevo se evaluara a ver si sus capacidades son las mejores para la empresa), en todo caso el desempeño de las ventas a los meses anteriores y futuros posibilidades además del informe obtenido de pláticas con otros vendedores.

CAPACITACIÓN

Se le capacitara para dar a conocer los diferentes puntos de la empresa y su privacidad además se le dará un entorno que le permita relacionarse y evolucionar sus características como seres humanos.

MOTIVAR:

Brindar a nuestros vendedores, una gran oportunidad de desarrollo y realización, hacer que se sientan comprometidos con la empresa, ofrecerles un buen clima laboral

SUPERVISAR:

solicitar a cada vendedor la elaboración de reportes de ventas periódicos en donde señalen las ventas, gastos y actividades que han realizado

FORMA PAGO:

Vía nomina, mensual.

CANAL DE VENTA.

Contratar más vendedores online o cualquier mecanismo que permita el desarrollo de las ventas de la empresa.



PRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓN:

Producción, es la operación en el mercado que a través de técnicas empleadas tiene como resultado la transformación de recursos en productos finales.

OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN.

A corto plazo:

- Contar con los equipos y software necesarios para dar respuestas a la demanda de nuestros clientes.
- Tener un área adecuada para desenvolver las funciones de equipos

A mediano plazo:

- Brindar capacitación de alto nivel a nuestro personal nuevo para mejorar la calidad de nuestros servicios.
- Tener un área más amplia adecuada para desenvolver las funciones de equipos.
- Incluir más personal y equipos si es necesario.

A largo plazo:

- Desarrollar equipos de trabajo para la solución de problemas.
- Aumentar el personal y equipos para mayor gestión de productos fotográficos.

3.2 ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO

-Fotografías Digitales:

-Alojamiento Fotografías:

El alojamiento web es el servicio que proveerá a los usuarios de Internet un sistema para poder almacenar información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía web y que nos permitirá distribuir nuestro producto.

Las fotografías digitales suelen ser tomadas por cámaras digitales profesionales, las cuales poseen un sensor con múltiples unidades fotosensibles, cada unidad generará un píxel de la fotografía digital



-Resolución:

La resolución está basada en el sensor que lleve incorporado la cámara. Se considera una resolución adecuada a nivel de usuario no profesional el de una cámara de 8 megapíxeles. Con esta cantidad de píxeles se pueden llegar a realizar ampliaciones lo suficientemente óptimas en cuanto a tamaño y calidad.

3.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.

Capacitar al personal:

se debe brindar el conocimiento necesario, para poder llevar a cabo el proceso de creación y de buen uso del equipo de la empresa, esto se debe hacer estrictamente antes de elaborar el producto.

Uso de cámaras:

sujetar la cámara firmemente, con los brazos pegados al pecho y disparar suavemente.

Uso de distintos lentes:

Los lentes gran angular permiten ampliar en ángulo de la toma y tomar fotos panorámicas de paisajes, los lentes telefoto aumentan el alcance del zoom de la cámara y te permiten acercarte a un objeto lejano, y los lentes de acercamientos te permiten lograr la mayor proximidad de un objeto sin distorsionarlo.

Uso de fondos adecuados:

buscar fondos lisos que hagan mejor contraste con el sujeto u objeto que estas fotografiando.

Lugares adecuados:

buscar sitios atractivos desde diferentes ángulos de perspectiva visual el cual pueda generar estética a las imágenes.



Revisión Digital:

Se revisaran todas las fotografías para verificar la calidad de la imagen y si puede ser distribuida o no con el fin de que el producto tenga calidad.





Revisión del sitio web:

Al sitio web se le dará constante mantenimiento por informe de fallas en las descargas.

3.4 DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS.

Nos facilitara la obtención de una visión transparente del proceso, mejorando su comprensión. El conjunto de actividades, relaciones e incidencias de un proceso no es fácilmente discernible a prioridad.

La diagramación nos hará posible aprender ese conjunto e ir más allá, centrándose en aspectos específicos del mismo, apreciando las relaciones que formaran parte del proceso permitiéndonos mejores resultados y facilitar a los miembros su trabajo.

Actividad	Simbolo	Resultado
Operación		Se produce el producto o servicio
Revisión		Se verifica calidad
Demora		Se guarda el producto
Aprobación		Fin



3.5 CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA

Cantidad	Descripción	Precio Und	Total
2	Laptops Marca Dell Core i5 Procesador intel Disco duro de 500Gb Memoria Ram de 4Gb	\$ 450.00	\$900
2	Nikon D3200 Cámara 24.2 MP CMOS Digital SLR con 18-55mm y 55-200mm	\$ 501	\$ 1002
1	Drones 3DR - IRIS+ multicoptero - Negro/Azul Modelo: 3DR171SKU: 9600243 3DR IRIS+ multicoptero: tecnología Autopilot; sistema de estabilización de cardánTarot T-2D de 2 ejes; 3PV (visión en 3° persona) modo Follow Me; LED integradas de advertencia direccional; protección de vuelo; frecuencia de radio de la telemetría; montaje para cámara GoPr	\$ 599.99	599.99
1	Ravelli APLT4 61, ligero trípode de aluminio con el bolso	\$28.00	\$28.00
1	Equipo de iluminación completo Luz de aluminio profesional , Paraguas, telones de fondo	\$299.95	\$299.95
		Total:	2,829.94



3.6 EQUIPO E INSTALACIONES.

Para el corto plazo se tendrá desarrollo del trabajo en nuestra empresa vamos a tener un local con las siguientes medidas, 4mts de ancho x 6mts de largo.

Se requiere:

		Total
2 muebles para computadora	\$ 40 c/u	\$ 80
2 sillas giratorias	\$50 c/u	\$ 100
1 abanico de techo	\$20	\$ 20
4 luces blancas	\$ 2.5	\$ 10
Reparación local	\$ 250	\$ 250

Equipos:

2 laptops

1 Drones

2 cámaras profesionales

1 trípode

1 kit de iluminación.





3.7 MATERIA PRIMA.

La materia prima son todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final.

Materia prima Sustancia natural o artificial que se transforma industrialmente para crear un producto. En nuestro caso se incluirá papel bond y papel fomy para uso de imágenes de objetos y personas.

Corto Plazo: Papel bond 2 resmas anual, 12 papel fomy costo C\$ 200

Mediano Plazo: Papel bond 6 resmas anual, 36 papel fomy costo C\$ 600

Largo Plazo: Papel bond 10 resmas anual, 60 papel fomy costo C\$ 1200

3.8 CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada es nuestro potencial de producción de producción que nuestra empresa, podrá lograr en un período de tiempo determinando, y teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/ conocimientos, etc.

Corto plazo	1200 fotografías
Mediano plazo	3600 fotografías
Largo plazo	6000 fotografías

3.9 Manejo de inventarios

El manejo de inventarios es la parte clave para el éxito de la gestión de producción.



Nosotros entendemos por inventario como los recursos materiales que tiene la empresa almacenados para ser utilizados en el proceso de producción para la elaboración del producto terminado. Pueden incluir: materias primas, producto parcialmente terminado, producto terminado, almacenado vía online o en la nube de nuestras imágenes.

La gestión de los inventarios es una de las actividades clave de la dirección de nuestra empresa porque nos permite saber los recursos con que contamos.

3.10 UBICACIÓN DE LA EMPRESA

Semáforos de Linda Vista, 5c al lago, casa #12

3.11 Mano de obra requerida.

Para el proceso de trabajo de nuestra empresa en la etapa inicial vamos a requerir un diseñador gráficos, un contador, y un fotógrafo diseñador el aumento del personal estará sujeto al incremento de la demanda de nuestros clientes.

	<u>SALARIO</u>		<u>AGUINALDO</u>	<u>INDEMNI</u>	<u>INSS</u>	<u>INATEC</u>
	<u>ANUAL</u>	<u>VAC</u>			<u>PATRO</u>	
					<u>18%</u>	<u>2%</u>
ADMINISTRADOR	70,000.00	5,833.33	5,833.33	5,833.33	12,600.00	1,400.00
GTE. VENTAS	60,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	10,800.00	1,200.00
DISEÑADOR GRAFICO	50,000.00	4,166.67	4,166.67	4,166.67	9,000.00	1,000.00
FOTOGRAFO /DISEÑADOR	60,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	10,800.00	1,200.00
	240,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	43,200.00	4,800.00



3.12 PROCEDIMIENTOS DE MEJORA CONTINÚA

Capacitación cada 6 meses o momento necesario para realizar algún curso y dominar herramientas y mejores técnicas para el uso de cámaras y técnicas de diseño permitiéndonos realizar un mejor trabajo. Se calcula invertir unos 800\$ (ochocientos dólares) anuales en cursos o capacitación.

Implementar nuevas formas de proceso que se integren por miembros de producción. Esto es importante, ya que se tiene que involucrar a la gente que hace las cosas para que le encuentren un propósito a su trabajo y minimizar en la medida de lo posible la resistencia al cambio que hace que las personas busquen razones válidas o no para que los cambios no se produzcan. Esto requiere de disposición de parte del personal para así mejorar la productividad de nuestra empresa

3.13 PROGRAMACION DE PRODUCCION

Para You Photo Store el programa de la producción influye en los cumplimientos con sus usuarios, clientes y fotógrafos. Por tal motivo se requiere de ordenamiento lógico.

Con la programación se determina cuándo se debe iniciar y terminar cada conjunto de procesos que lleva producción de fotografía, determinando qué operaciones se van a utilizar, con qué equipo (fotografía o computadora) y el personal calificado.

El programa de producción trae ventajas para la empresa.

Entre ellas están:

- Planeación de viajes a otros lugares del país para tomar fotografías con amplia variedad en imágenes cumpliendo con requisitos creativos de la empresa.
- Las fotografías se suben a la web sin inconvenientes.
- Se calculan si es necesario más fotógrafos o administradores online, y equipos. Así habrá una mejor utilización de estos recursos.
- Se pueden disminuir los costos de elaboración de fotografías.



PASOS A SEGUIR PARA PROGRAMAR LA PRODUCCION

A continuación se presenta una guía para programar la producción.

1. Se calculara el tiempo de viaje de un lugar del país a otro tomando en cuenta gastos en pasajes y movilización de equipos.

2. Se calculara el tiempo de elaboración de una fotografía pero como es un procedimiento creativo sehará un estimado, no un tiempo detallado esto ayudara a controlar el tiempo que lleva determinadas cantidades.

3. Elaboración de órdenes de producción, la orden de producción es una herramienta de programación del trabajo en la cual se especifica el trabajo que debe realizar el operario en un período de tiempo.

Al finalizar esta sección YouPhoto Storeestará en capacidad de realizar un control de la producción en su empresa.

El control de la producción es verificar si la empresa está cumpliendo con las metas propuestas en la programación de producción.

Este control se realiza a través de herramientas como son: órdenes de producción, reportes de trabajo y control de materias primas.

El control de la producción trae algunas ventajas como son:

- Organización en la producción
- Se controla el consumo de materias primas.
- Se controla en tiempo trabajado por fotógrafo y diseñador.
- Se verifican las cantidades producidas.



b. Pasos a seguir para controlar la producción:

A continuación se presentan los pasos a seguir para controlar la producción:

1. Elaboración de reportes de trabajo: El reporte de trabajo es la información que el operario suministra al administrador o dueño de la empresa.

2. Control de Producción: La información de los reportes de trabajo deben ser estimadas con las de las órdenes que producción espera.

1. Análisis del cuadro de control de producción

Al llenar el cuadro de control de producción se pueden presentar 3 situaciones:

- Lo Programado igual a lo realizado o sea se cumplió con la programación para el mes establecida se hizo más porque y así mismo justificar y hacer correcciones si hizo un producción inferior.

2. Control de materias primas

La materia prima por lo general es distribuida por nuestros proveedores debemos estimar si se cumplen con las fechas de entrega, si se da a crédito y medir el plazo.

Todo esto para llevar un registro de las materias primas que se entregan para la producción.

Al hacer entrega de materias primas se debe indicar la orden de producción en la que se va a utilizar, la cantidad entregada, la cantidad de vuelta y la persona que las recibe.



ORGANIZACIÓN



Introduccion:

Es el establecimiento de la estructura necesaria para sistematización racional del recurso mediante la determinación de agrupación de actividades con el fin de simplificar las funciones de la empresa

4.1 OBJETIVOS DEL ÁREA DE ORGANIZACIÓN

- Simplificar el trabajo, coordinar y optimizar las funciones de las diferentes áreas y administrar los recursos los recursos.
- Diseñar una estructura que permita una óptima coordinación de los recursos y las actividades para alcanzar las metas establecidas en la planeación.
- Obtener condiciones de infraestructura y equipos que requieren las diferentes áreas.
- Asegurar la contratación del personal capacitado necesario para la funcionalidad de la empresa.
- Adquirir los equipos necesarios para satisfacer la demanda.
- Capacitar el personal con nuevos conocimientos y fomentar la competencia dentro del personal.
- Asegurar la contratación de personal capacitado para la funcionalidad del nuevo local.
- Obtener un control del manejo de recursos humanos y materiales.
- Presentar un manual de funciones a cada área específica.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Administración:

Incluir dentro de la estructura de YouPhoto Store, el personal con los conocimientos adecuados, para cada una de las áreas a cubrir.

Organizar estrategias, para entrar a competir de forma leal, pero ventajosa en el mercado.

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



Crear un clima de confianza entre los empleados como en el cliente.

Mercado:

Investigar inicialmente clientes con target dirigido a la empresa.

Vender los productos inicialmente fijados por la compañía; en caso de que el cliente requiera.

Investigar los productos y precios que ofrece la competencia, con el fin de establecer mejores precios, promociones y paquetes comerciales.

Crear estrategias para la venta de los productos.

Investigar que nuevos productos puede ofrecer la empresa.

Realizar proyecciones para la expansión de la empresa a nivel nacional e internacional.

Contabilidad:

Realizar las proyecciones de gastos para la empresa YouPhoto Store.

Realizar los tramites necesarios para la legalización y funcionamiento de la empresa desde el punto de vista financiero.

Llevar registro de pagos, planillas y realizar proyecciones.

Trabajar en conjunto con ventas para proyecciones financieras y cumplimiento de los objetivos financieros.

Establecer las normas necesarias, para el buen funcionamiento de la empresa.

Producción:

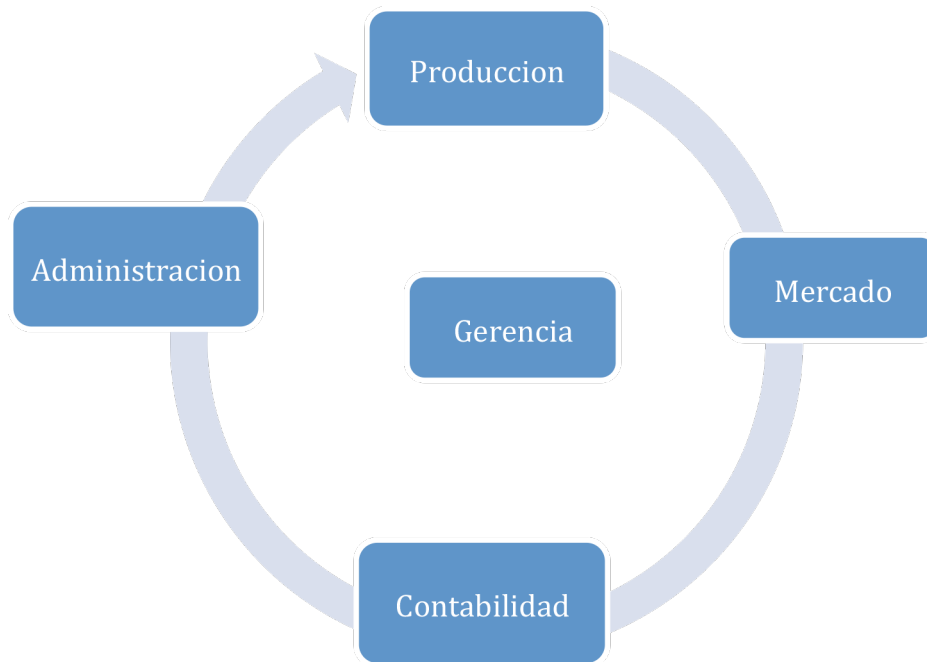
Investigar y evaluar nuevas tecnologías.

Mantener en perfecto estado el funcionamiento de equipos, redes.

Crear un funcionamiento básico de la distribución y facilitarle el uso a los clientes.

Capacitar al personal hacia el uso de nuevos equipos y software.

Diseñar los programas necesarios, para el buen funcionamiento y desempeño de otras áreas.



Optamos por un Organigrama circular puesto que somos una Empresa Moderna, donde trabajamos en equipo, somos colaboradores, no empleados.

4.3 FUNCIONES ESPECÍFICAS POR PUESTO

Administrador:

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

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

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

Planeación.

-Organización

-Dirección.

-Coordinación.

-Control.

-Evaluación.



Produccion:

El objetivo de la producción es crear nuestro producto final en la forma más económica y eficiente.

Diseñador

Debe crear ideas, y procurar su integridad en el orden técnico dentro de su area.

Debe proveer una apertura mental para adecuarse a los constantes cambios.

Desarrollar propuestas en todas las áreas del diseño gráfico, actuando como profesionales independientes en equipos.

Lleva el registro del material elaborado para añadir al sitio web.

Mantiene en orden su sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía dentro de su area.

Debe tener conocimientos en desarrollo web y tendencias.

Fotógrafo:

Elabora informes de sus actividades realizadas.

Realiza toma fotográfica natural, en estudios y/o ambientes especiales.

Prepara las soluciones digitales para el procesado fotográfico.

Ordena, clasifica y archiva el material fotográfico.

Selecciona el equipo y material para realizar el trabajo.

Organiza y categoriza durante la elaboración de su producto.

Mercado:

La función de Mercado o vendedores incluye un conjunto de actividades para hacer llegar al consumidor los servicios de fotografía producidos por la empresa.

Las funciones más destacadas de este departamento son:

- Planificación y control.
- Estudios de mercado
- Promoción y publicidad del producto
- Establecer precios en conjunto con contabilidad y las ventas.



Contador:

El objetivo principal de la función del contador es la de mantener los registros financieros actualizados. La información monetaria de todos los tipos, los gastos operativos, sueldos, inversiones de capital, las inversiones, el flujo de caja, las utilidades, deben ser seguidas en forma mensual como mínimo.

Elaborar estados financieros en fechas requeridas con informacion oportuna y veridica.

4.4 CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

Un factor importante es que YouPhoto Store no debe considerar a la capacitación como un hecho que se da una sola vez para cumplir con un requisito.

La mejor forma de capacitación es aquella que se da en un proceso continuo, siempre en búsqueda de un mejoramiento de los conocimientos y habilidades de los trabajadores para estar al día con los cambios repentinos que se suceden en el mundo altamente competitivo de los negocios.

El único responsable de autorizar y programar cualquier curso será el director de cada área o mercado.

La persona asignada a tomar la capacitación de manera directa al regreso de la misma deberá presentar a la gerencia un plan de trabajo en el cual indique la manera y el área a mejorar del personal.

Características por puesto

Administrador

Líder

Capaz

Perseverancia

Organización

Dirigir



Contador

Conocimientos financieros

Capacidad de gestión

Diseñador y fotógrafo:

Conocimientos en software de diseño

Trabajo en equipo

Creatividad

Innovación

Análisis

Capacidad de decidir

Mercado o vendedores:

Perseverar

Crear

Investigación

Decisión

Comunicación

4.5 DESARROLLO DEL PERSONAL

El trabajador debe gozar de salud y de equilibrio emocional, para poder rendir de forma más exitosa y productiva.

Al sentirse incentivado, su esfuerzo se sentirá “justificado” para dar más sin presiones algunas.

Hay personas que, en su ambiente laboral, cuentan insistentemente los minutos que faltan para culminar su jornada. Se sienten hastiados, desmotivados y sin ganas de trabajar, sin embargo, ¿cómo se puede mejorar esta actitud? El crecimiento o desarrollo personal impulsa la creatividad, liderazgo y organización de los individuos.



YouPhoto Store debe impartir las herramientas y técnicas necesarias para potenciar el adiestramiento y la responsabilidad de sus trabajadores motivándolos con incentivos financieros, metas personales a cada área además de permitirle el uso totalmente libre de hacer lo que les plazca con su tiempo libre dentro de la empresa ya sea para dormir, almorzar entre otras actividades.

4.6 ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS

Antes de iniciar cualquier proceso de estructura de salarios, es necesario conceptuar el material base para lograr el objetivo total. Por eso, como punto de partida, se diferenciarán los que a nuestro juicio son indispensables para lograr una adecuada evaluación de cargos o de estructura de salarios.

Conceptos:

Salario

Salario es aquella paga que se hace en periodos más o menos cortos.

Sueldo

En la paga que se hace en periodos más o menos largos (quincenal, mensual). Regularmente este término se utiliza para referirse a los salarios de los empleados con puesto más privilegiados.

Parámetros para fijar salarios

Los salarios deben fijarse de acuerdo al cargo, la persona que desempeña el cargo, a la empresa y en cuanto a los factores externos de la empresa.

Cargo: Debe saberse que se hace en el cargo, como se hace, cuando se hace, porque se hace, para que se hace y donde se hace.

La persona:

Se considera el desempeño y el tiempo que ha laborado en el cargo.



A la Empresa:

Debe tenerse en cuenta la capacidad económica de la empresa. No es correcto pagar más de lo YouPhoto Store pueda en su capital de inicio o de lo que ingresa.

De igual manera, al considerar el salario es forzoso tener en cuenta el nivel de conocimientos y experiencia, además según se requiera personal calificado para su área.

	<u>SALARIO</u>		<u>AGUINALDO</u>	<u>INDEMNI</u>	<u>INSS</u>	<u>INATEC</u>
	<u>ANUAL</u>	<u>VAC</u>			<u>PATRO</u>	<u>2%</u>
ADMINISTRADOR	70,000.00	5,833.33	5,833.33	5,833.33	12,600.00	1,400.00
GTE. VENTAS	60,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	10,800.00	1,200.00
DISEÑADOR						
GRAFICO	50,000.00	4,166.67	4,166.67	4,166.67	9,000.00	1,000.00
FOTOGRAFO						
/DISEÑADOR	60,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	10,800.00	1,200.00
	240,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	43,200.00	4,800.00

4.7 EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

La Evaluación del Desempeño resulta útil para:

Validar y redefinir las actividades de la empresa (tal como la selección y capacitación).

Brindar información a los empleados que deseen mejorar su futuro rendimiento.

OBJETIVOS

Entre los objetivos fundamentales de la evaluación del desempeño, se encuentran:

Corto:

Mantener niveles de eficiencia y productividad en las diferentes áreas funcionales, acorde con los requerimientos de YouPhoto Store.

Establecer estrategias de mejoramiento continuo, cuando el candidato obtiene un resultado “negativo”.

Mediano Plazo:

Permitir mediciones del rendimiento del trabajador y de su potencial laboral.



Largo Plazo:

Dar oportunidades de desarrollo de carrera, crecimiento y condiciones de participación a todos los miembros de la organización, considerando tanto los objetivos empresariales como los individuales.

Una buena evaluación del desempeño se basa en el estudio de los factores más adecuados para determinar el rendimiento real del puesto estudiado. Lo más correcto suele ser atender a criterios variados, no solo centrados en la producción sino también en otros propios de la organización. Los criterios de selección de los factores deberían ayudarnos a encontrar datos prácticos, significativos, medibles, comunes a todos los evaluados, independientes unos de otros y objetivos.

Por ejemplo:

-Comunicación: expresión oral y escrita

-Constancia

-Dinamismo: velocidad en la ejecución de tareas

-Calidad del trabajo: precisión, garantías y presentación del trabajo -Entrega: disponibilidad y dedicación

Puntualidad.

-Volumen de trabajo: Trabajo en equipo

-Organización y planificación en sus tareas

-Superación

4.8 RELACIONES DE TRABAJO

Nuestro ambiente laboral sera relajado, un ambiente de jóvenes carismaticos, alegres llenos de motivación por lo que estamos haciendo



4.9 Marco legal de organización

YouPhoto Store, estara constituida legalmente como persona natural.

Persona Juridica ó persona moral es una empresa con derechos y obligaciones que existe, pero no como individuo, sino como institución y que es creada por uno o mas personas físicas para cumplir un objetivo social.

Figura Jurídica: Sociedad Anónima

Contrataremos los servicios profesionales de un notario que nos elaborara el acta constitutiva y estatutos conforme a los requisitos del código de comercio, la razón social de la empresa es **MORALES & RUGAMA S,A** el número de socios son dos, capital social de 130,090.60 córdobas, cada acción tendrá un valor nominal de 65,045.3 córdobas.

La sociedad anónima podrá responder ante terceros cuand se deriven de las transacciones económicas derivadas del negocio o donde sea firmado un contrato de servicio.

Gastos de legalización:

Honorarios legales a notarios públicos autorizados 28,000 córdobas. (mil dólares americanos)



FINANZAS



5.1 OBJETIVOS DEL AREA CONTABLE

- Llevar cuenta del movimiento de las riquezas de la empresa con el fin de conocer sus resultados, para una acertada toma de decisiones.
- Registrar en forma clara y precisa, todas las operaciones de ingresos y egresos.
- Prever con anticipación las probabilidades futuras del negocio.

5.2 SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA

Monica 9, será el programa utilizado en nuestra empresa en el area contable, el cual representa las siguientes características.

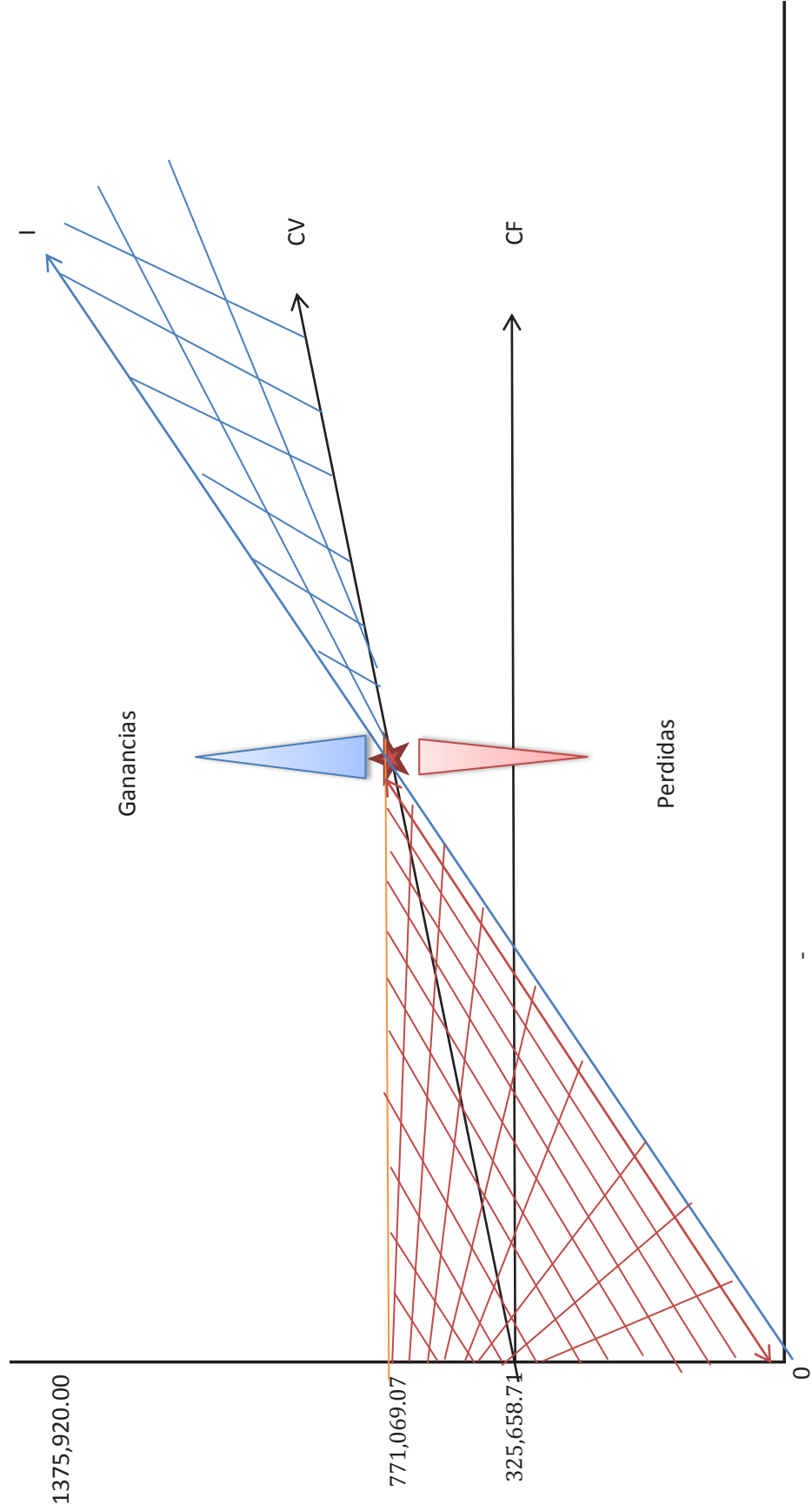
Es el programa de computador ideal para su negocio. Le permite realizar las facturas, controlar el inventario, realizar listas de precios, tener un archivo de clientes, proveedores, manejar las cuentas por cobrar, las cuentas corrientes, y la contabilidad básica de su empresa.

Ud. no necesita conocer contabilidad a fin de usarlo en su negocio, es muy fácil de aprender, Ud. puede hacer una factura en el computador tan simple como lo haría con papel y lápiz.



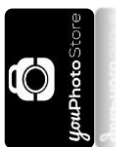
YOUPHOTO STORE

GRAFICA DE PUNTO DE EQUILIBRIO SEGÚN DATOS DEL AÑO PRESUPUESTADO 2020
EXPRESADO EN CORDOBAS





YOU PHOTO STORE
 TABLA AUXILIAR DE AMORTIZACION DE GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADOS
 EXPRESADO EN CORDOBAS



DETALLE		Saldos Iniciales	Porcentajes	Años de Amortizacion	Meses de Amortizacion	Porcentaje Anual	Amortizacion Mensual	Amortizacion Anual
<u>GASTOS INSTITUCIONALES</u>								
Gastos legales		28,000.00	78%	2 Años	24 Meses	50%	1,166.67	14,000.00
Total de Gastos institucionales		28,000.00	78%				1,166.67	14,000.00
<u>Gastos de instalacion</u>								
Acondicionamiento del Edificio		7,000.00	20%	2 Años	24 Meses	50%	291.67	3,500.00
Utiles de Acondicionamiento		840.00	2%	1 Año	12 Meses	100%	70.00	840.00
Total de Mobiliario y Equipo de Oficina		7,840.00	22%				361.67	4,340.00
Total de Propiedad Planta y Equipo		35,840.00	100%				1,528.33	18,340.00



YOUPHOTO STORE
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
SALDOS DE APERTURA AL 15 DE OCTUBRE DE 2015
SALDOS EXPRESADOS EN CORDOBAS

<u>ACTIVOS</u>	<u>Pasivos</u>
<u>Activos Corrientes</u>	
Efectivo y Equivalente a Efectivo	-
Inventarios de Mercancia	
Cuentas y Documentos por Cobrar	
Total de Activos Corrientes	Total Pasivos
	10,000.00
	10,000.00
<u>Activos No Corrientes</u>	
Propiedad Planta y Equipo	
Gastos Anticipados o pagados por Anticipados	
Total de Activos no corrientes	Patrimonio
	<u>Patrimonio</u>
	Capital social
	130,090.60
	Total Patrimonio
	130,090.60
Total Activos	Total Pasivos mas Patrimonio
	130,090.60
	130,090.60

Elaborado Por: _____

Revisado Por: _____

Autorizado Por: _____



YOUPHOTO STORE
TABLA AUXILIAR DE DEPRECIACION DE PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO
EXPRESADO EN CORDOBAS



DETALLE	Saldos Iniciales	Porcentajes	Años de Depreciacion	Meses de Depreciacion	Porcentaje Anual	Depreciacion Mensual	Depreciacion Anual
Equipo de Computo							
Laptops Dell Core i5	12,600.00	15%	2 Años	24 Meses	50%	525.00	6,300.00
Laptops Dell Core i5	12,600.00	15%	2 Años	24 Meses	50%	525.00	6,300.00
Camara Nikon D3200	14,028.00	17%	2 Años	24 Meses	50%	584.50	7,014.00
Camara Nikon D3200	14,028.00	17%	2 Años	24 Meses	50%	584.50	7,014.00
Drone 3DR	16,772.00	20%	2 Años	24 Meses	50%	698.83	8,386.00
Tripode de Aluminio	784.00	1%	2 Años	24 Meses	50%	32.67	392.00
Luz Aluminio Profesional	8,398.60	10%	2 Años	24 Meses	50%	349.94	4,199.30
Total de Equipo de computo	79,210.60	94%				3,300.44	39,605.30
Mobiliario y Equipo de Oficina							
Escritorio	2,240.00	3%	5 Años	60 Meses	20%	37.33	448.00
Sillas Giratorias	2,800.00	3%	5 Años	60 Meses	20%	46.67	560.00
Total de Mobiliario y Equipo de Oficina	5,040.00	6%				84.00	1,008.00
Total de Propiedad Planta y Equipo	84,250.60	100%				3,384.44	40,613.30



YOUPHOTO STORE
Estado de Resultado Integrales
Periodo Proyectado del 2016 hasta 2020
Expresado en cordobas

	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos por Actividades Ordinarias					
Ingresos por Actividades Ordinarias	400,000.00	520,000.00	702,000.00	982,800.00	1375,920.00
Costos					
Depreciacion Activos	40,613.30	40,613.30	44,573.83	44,573.83	48,930.41
	60,963.30	75,004.80	78,965.33	89,282.78	107,052.05
Utilidad Bruta de Actividades Ordinarias	339,036.70	444,995.20	623,034.67	893,517.22	1268,867.95
Gastos Operativos					
Gastos de Ventas					
salarios	170,000.00	187,000.00	205,700.00	226,270.00	248,897.00
prestaciones	42,500.00	46,750.00	51,425.00	56,567.50	62,224.25
inss	30,600.00	33,660.00	37,026.00	40,728.60	44,801.46
inatec	3,400.00	3,740.00	4,114.00	4,525.40	4,977.94
Agua	1,800.00	1,980.00	2,178.00	2,395.80	2,635.38
Luz	25,200.00	27,720.00	30,492.00	33,541.20	36,895.32
Telefono	3,600.00	3,960.00	4,356.00	4,791.60	5,270.76
Celulares	1,800.00	1,980.00	2,178.00	2,395.80	2,635.38
Internet	2,400.00	2,640.00	2,904.00	3,194.40	3,513.84
publicidad	1,958.33	2,154.16	2,369.58	2,606.54	2,867.19
Amortizacion de Gastos Anticipados	9,170.00	9,166.00	-	-	-
Impuestos municipales y basura	4,750.00	5,950.00	7,770.00	10,578.00	14,509.20
Capacitaciones	11,052.96	12,158.26	13,374.08	14,711.49	16,182.64
Total de Gastos de Venta	308,231.29	338,858.42	363,886.66	402,306.33	445,410.36
Gastos Administracion					
salarios	70,000.00	77,000.00	84,700.00	93,170.00	102,487.00
prestaciones	17,500.00	19,250.00	21,175.00	23,292.50	25,621.75
inss	12,600.00	13,860.00	15,246.00	16,770.60	18,447.66
inatec	1,400.00	1,540.00	1,694.00	1,863.40	2,049.74
Agua	1,800.00	1,980.00	2,178.00	2,395.80	2,635.38
Luz	25,200.00	27,720.00	30,492.00	33,541.20	36,895.32
Telefono	3,600.00	3,960.00	4,356.00	4,791.60	5,270.76
Celulares	1,800.00	1,980.00	2,178.00	2,395.80	2,635.38
Internet	2,400.00	2,640.00	2,904.00	3,194.40	3,513.84
Amortizacion de Gastos Anticipados	9,170.00	9,166.00	-	-	-
publicidad	1,958.33	2,154.16	2,369.58	2,606.54	2,867.19
Capacitaciones	11,052.96	12,158.26	13,374.08	14,711.49	16,182.64
Total de Gtos de Administracion	158,481.29	173,408.42	180,666.66	198,733.33	218,606.66
Gastos financieros					
Cuotas de apalancamientos financieros	1,166.67	2,333.33	2,333.33	1,166.67	0
Total Gastos Financieros	1,166.67	2,333.33	2,333.33	1,166.67	0
Utilidad antes impuestos	(128,842.55)	(69,604.97)	76,148.01	291,310.90	604,850.93
Impuestos IR 30%			22,844.40	87,393.27	181,455.28
Utilidad/Perdida Neta	(128,842.55)	(69,604.97)	53,303.61	203,917.63	423,395.65

Elaborado Por:

Revisado Por:

Autorizado Por:



YOUPHOTO STORE

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

SALDOS DE POYECTADO AL 2020

SALDOS EXPRESADOS EN CORDOBAS



ACTIVOS

Activos Corrientes

Efectivo y Equivalente a Efectivo 864,799.02
 Inventarios de Mercancia
 Cuentas y Documentos por Cobrar
Total de Activos Corrientes 864,799.02

Activos No Corrientes

Propiedad Planta y Equipo 46,914.41
 Gastos Anticipados o pagados por Anticipados
Total de Activos no corrientes 46,914.41

Total Activos 911,713.43

Elaborado Por: _____

Revisado Por: _____

Autorizado Por: _____

Pasivos

Pasivos Corrientes

IR 30% por pagar 181,455.28
 Cuentas por Pagar 117,998.18
Total de Pasivos Corrientes 299,453.46
Total Pasivos 299,453.46

Patrimonio

Patrimonio
 Capital social 130,090.60
 Utilidad del Ejercicio 423,395.65
 Utilidad Acumulada 58,773.72
Total Patrimonio 612,259.97

Total Pasivos mas Patrimonio 911,713.43



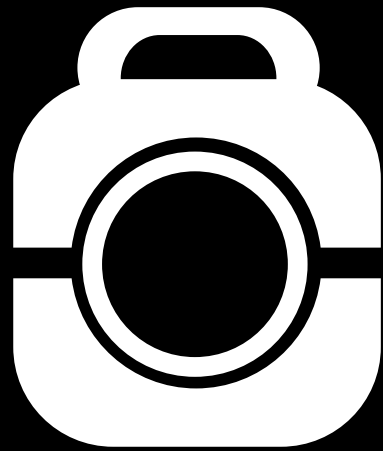
YOUPHOTO STORE

PROYECCION DE FLUJO DE CAJA

PROYECTADO DESDE APERTURA 2015 HASTA 2020

EXPRESADO EN CORDOBAS

	Apertura	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos						
saldo inicial	10,000.00	10,000.00	(1,555.91)	(27,612.42)	(17,355.57)	306,862.50
ingresos por ventas		400,000.00	520,000.00	702,000.00	982,800.00	1375,920.00
aporte de los socios	120,090.60					
Apalancamientos Financieros		70,000.00				
total ingresos	130,090.60	480,000.00	518,444.09	674,387.58	965,444.43	1682,782.50
Egresos						
compra de nueva propiedad planta y equipo				87,131.66		95,844.83
Inversion fija	130,090.60					
Inversion diferida						
Costo de Fabricacion		20,350.00	26,455.00	34,391.50	44,708.95	58,121.64
Gtos de Administracion		149,311.29	164,242.42	180,666.66	198,733.33	218,606.66
Gastos de Ventas		294,311.29	323,742.42	356,116.66	391,728.33	430,901.16
Gastos Financieros		1,166.67	2,333.33	2,333.33	1,166.67	
Impuesto municipal y Basura		4,750.00	5,950.00	7,770.00	10,578.00	14,509.20
IR 30%				22,844.40	87,393.27	
Total Egresos	130,090.60	469,889.25	522,723.17	668,409.82	646,915.27	817,983.48
Ingresos - Egresos	-	10,110.75	(4,279.08)	5,977.77	318,529.16	864,799.02
Amortizacion de Prestamos		11,666.67	23,333.33	23,333.33	11,666.67	-
Disponibilidad Anual	-	(1,555.91)	(27,612.42)	(17,355.57)	306,862.50	864,799.02



*you*PhotoStore

youPhoto Store

El presente Manual tiene como fin recoger los elementos de identidad gráfica de YouPhoto Store y la gama de aplicaciones de uso más generalizado.

La denominación, la tipografía y los colores corporativos serán de utilización exclusiva para todos los documentos que se editen, no estando permitida su utilización en versiones y formatos distintos a los que se especifican en los apartados correspondientes de este Manual

Las normas contenidas en este documento deben respetarse y mantenerse constantes, a fin de facilitar una difusión única y reforzar y asentar definitivamente su Identidad Visual.

1. Introducción

La imagen empresarial es la personalidad de la empresa, lo que simboliza. Una buena estrategia en este sentido nos permitirá posicionarnos en el mercado, y tener un branding que nos distingue visualmente de la competencia, ser fácilmente reconocidos y recordados por los clientes y, en definitiva, generar un mayor valor a la marca.

Por esta razón, YouPhoto Store apuesta por una imagen simple, basada en la diferenciación, el compromiso por la innovación, la calidad en el equipo humano y un fuerte compromiso social.

Transmitir estos valores y que canalicen en los clientes significa un fuerte esfuerzo en la creación de elementos gráficos atractivos, reconocibles y bien proyectados

2. Visión y Misión

Misión

Somos una empresa dedicada a la elaboración, creación de fotografías online y su distribución, contamos con un recurso humano altamente calificado, que garantiza servicios y productos de óptima calidad con precios accesibles al consumidor.

Visión

Posicionarnos en el mercado online e innovar en la industria fotográfica.

3. Logotipo

El logotipo se ha creado con el propósito de obtener una captación pregnante y sencilla de la empresa con un alto grado de calidad, en donde se proyecta una imagen más propia haciendo uso de dos combinaciones de Tipografías.

*you*PhotoStore

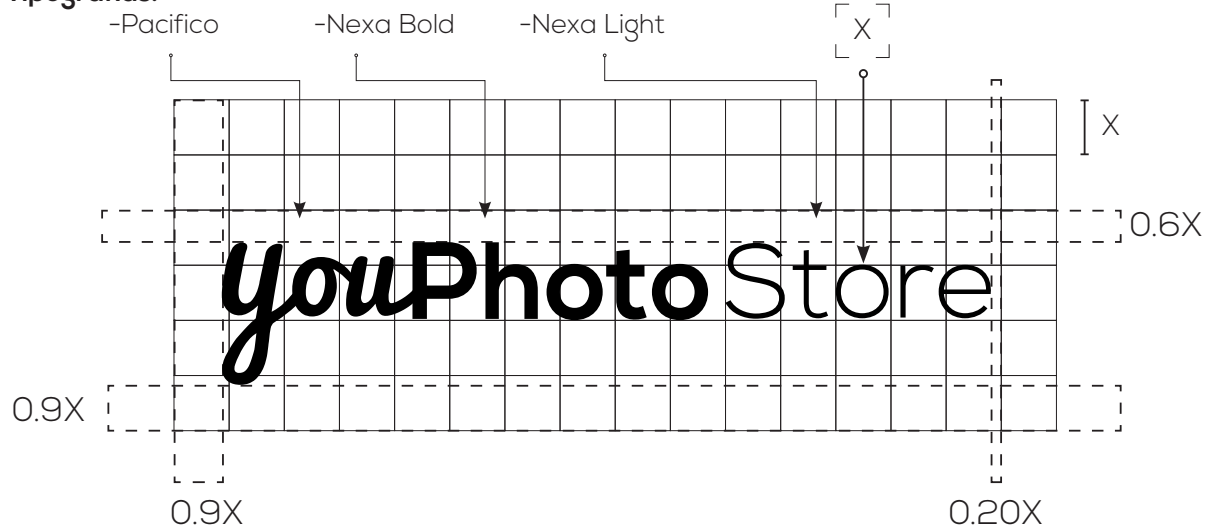
Logotipo

Es la representación del nombre de la marca; una marca en la cual la palabra funciona como imagen.

3.1 Red de Construcción

La retícula de construcción garantiza la reproducción con las proporciones exactas a grandes tamaños, cuando no es posible su ampliación por métodos foto-mecánicos. El trazado y las proporciones deben hacerse conforme a los siguientes esquemas.

Tipografías:



3.3 Zona de Protección

3.2 Zona de seguridad

Se entiende como zona de seguridad al espacio que debe existir alrededor del logotipo o marca sin que ningún otro elemento lo rebase o interfiera, consiguiendo así una correcta visualización del mismo.



3.3 Versiones

Aquí se describe como se usa el logotipo en Blanco y Negro. Positivo y negativo.

Positivo

The logo consists of the word "you" in a lowercase, cursive script, followed by "PhotoStore" in a bold, uppercase, sans-serif font.

Negativo



La utilización del logotipo en escala de grises se aplicara en los casos que no sea posible poner el negro full de la papelerias. La versión en escala de grises se desarrollara empleando los siguientes porcentajes de negro:

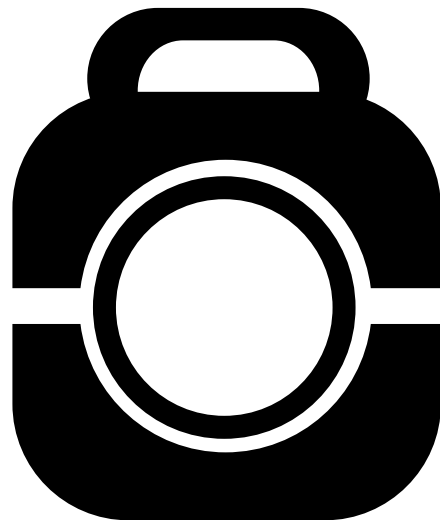
The logo is rendered in a uniform gray color. The word "you" is in a lowercase, cursive script, and "PhotoStore" is in a bold, uppercase, sans-serif font.

 K: 41%

4 Isotipo

El símbolo representa **simplicidad** se hizo uso de figuras geométricas para su creación, así mismo lleva implícito nuestros principios empresariales.

La función del isotipo es acompañar al logotipo para reforzar el concepto que desea transmitirse, no pretende sustituir al logotipo en ninguna circunstancia.



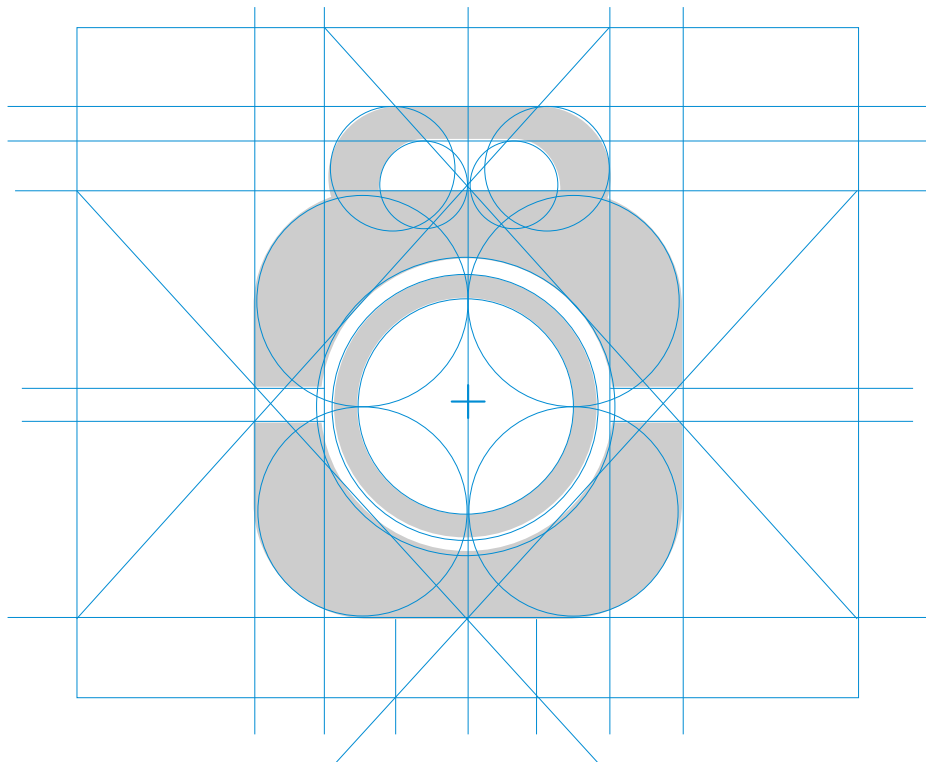
Es el elemento constitutivo de un diseño de identidad, que muestra mayor jerarquía dentro de un proyecto de marca

4. Red de Construcción

Para una excelente aplicación del logotipo se creo un sistema de a partir de una circunferencia centrada.

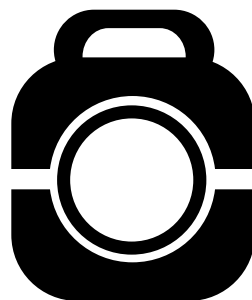
visualizarlo de manera equilibrada.

Con lineas horizontales y diagonales partiendo desde una referencia de una cuadrícula para poderlo

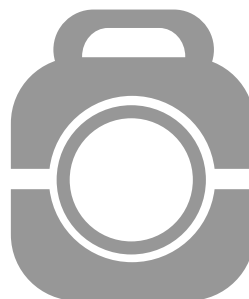


4. Versiones

En casos en que sea necesario el uso del isotipo en alto contraste (**negativo y positivo**), Estos son los dos modos posible de hacerlo, en positivo y negativo.

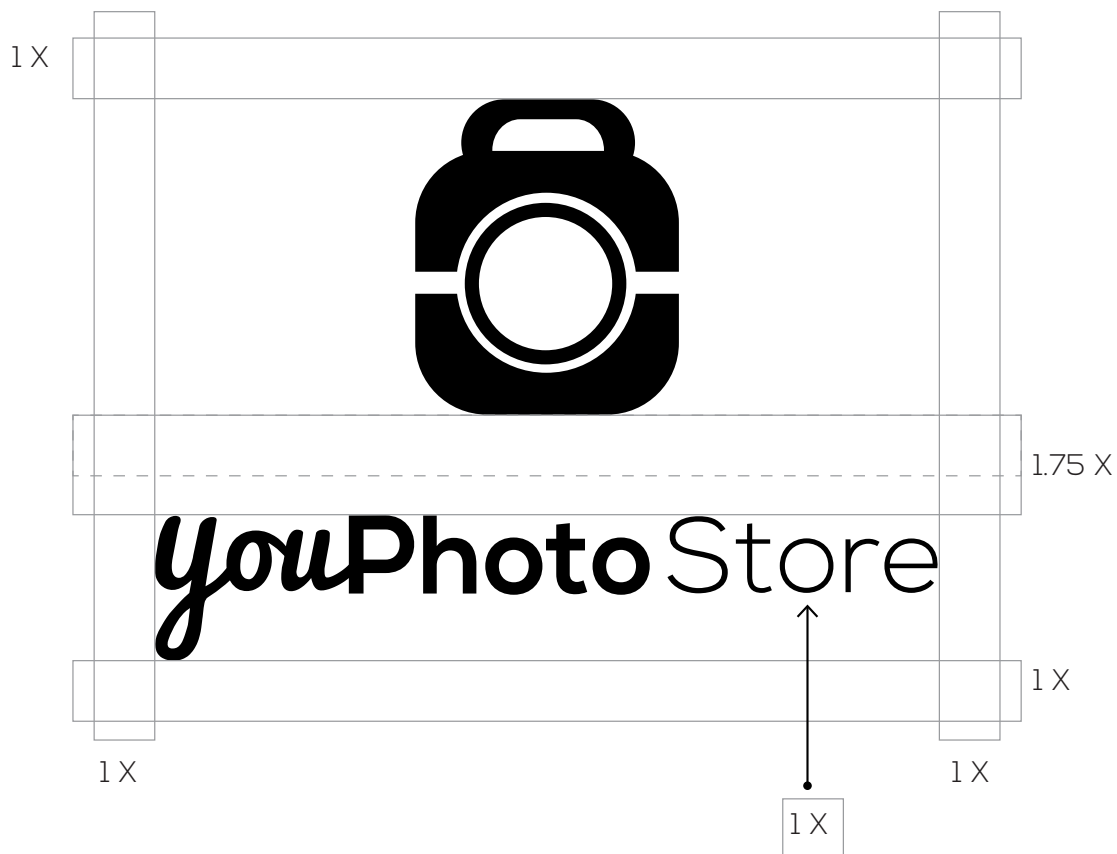


La utilización de esta versión del isotipo se limitara exclusivamente a aquellos casos en los que su reproducción en color no sea posible. La versión en escala de grises se desarrollara empleando los siguientes porcentajes de negro:



5. Zona de Protección

Se precisa de un espacio de seguridad alrededor de la marca, espacio que no podrá ser invadido por otros logotipos o elementos gráficos, con el fin de preservar la legibilidad y comprensión de la misma.



6. Tipografías

Como complemento de las tipografías de caja alta y baja se ha seleccionado la tipografía Pacifico, Nexa Light, y Nexa Bold en sus siendo una fuente legible que representa sencillez y calidad.

Como fuente extraordinaria a emplear únicamente en elementos publicitarios como herramienta de apoyo se ha seleccionado la tipografía Century Gothic o Nexa light y Nexa Bold

Requerimientos para la publicidad con respecto la tipografía Pacifico o Nexa Bold para titulares, cuerpos de texto Century Gothic o Nexa Light y Nexa Bold. Para papelería Calibri.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 °!"#\$%&/()=?|*~[]:;
Nexa Light

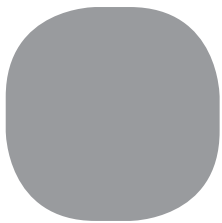
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 °!"#\$%&/()=?|*~[]:;
Nexa Bold
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 °!"#\$%&/()=?|*~[]:;
Century Gothic Regular

*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTU-
VWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 °!"#\$%&/()=?|*~[]:;
Pacifico Regular*

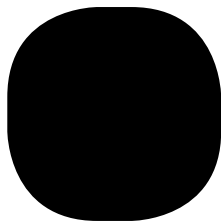
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 °!"#\$%&/()=?|*~[]:;
Calibri Regular

7. Colores

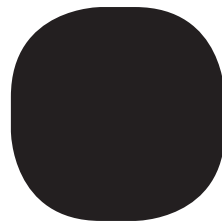
Los colores corporativos son fundamentales al momento de definir la identidad visual de la empresa, siendo imprescindible que su reproducción se realice con total fidelidad, evitando cualquier tipo de variación que genere una alteración. El color dice mucho de nuestra personalidad, como empresa.



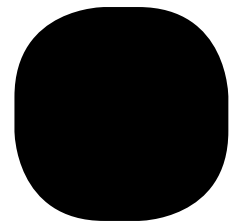
Cmyk:
K: 41%
Pantone 179-7C



Cmyk:
K: 100%
C: 48
M: 54
Y: 50



Pantone:
P 179-16 C



RGB:
R: 10
G: 10
B: 10

7. Usos Incorrectos

Bajo ningun concepto se pueden utilizar el logotipo de esta manera



*you*PhotoStore

no alterar proporciones



*you*PhotoStore

No estirar

*you*PhotoStore



Cambiar ubicacion



YouPhoto Store

No cambiar tipografias

8. Reducción del Logotipo

El tamaño mínimo admitido suele marcarse también con las medidas absolutas del mismo en milímetros. Si existen problemas de visibilidad en tamaños que son necesarios para su aplicación, tendremos

que hacer modificaciones en la proporción de los elementos o bien presentar otra opción de logotipo para tamaños mínimos.

Web

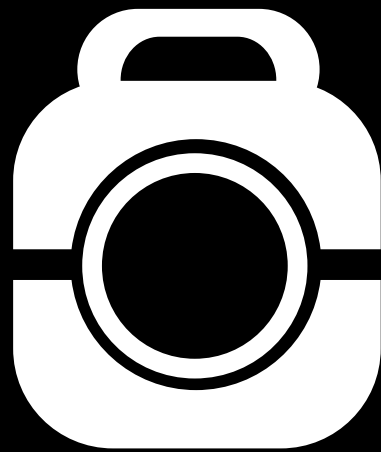
*YouPhoto*Store | 11 px



Impreso

*YouPhoto*Store | 0.4 cm





*you*PhotoStore



ANEXOS



AUDITORÍA PERSONAL

¿Quiénes somos?

Somos dos jóvenes con ideas innovadoras, buscando cosas nuevas, de mentes creativas. Nos gusta aprender de nuestros errores, ya que el querer aprender es interesante más cuando se tiene una buena fuente de conocimiento como es la experiencia diaria y el no ser conformista, en nuestras experiencias hemos aprendido que sin correr el riesgo no ganamos nada.

¿Con qué contamos?

Contamos con nuestros familiares, aparte de nuestra actitud y carácter ganadora para cumplir cada reto que se nos presenta. Pensamos siempre en la posibilidad de lo que se puede hacer, y la capacidad de analizar lo que el mundo nos ofrece y no tener el temor de decir que no a las oportunidades que se nos presente. También nuestra relación con nuestros compañeros de trabajo o clases que nos ayudan en consejos y salir de la rutina.

¿Qué podemos ofrecer?

Conocimientos de herramientas de estética manejo de programas de diseño, sociabilidad con compañerismo, aporte de ideas, toma de decisiones innovación e inventó, somos excelentes compañeros de estudio y de trabajo.

¿A quiénes se los podemos ofrecer?

Amistades con personas relacionadas a mi ámbito laboral y que busquen alternativas diferentes, personas que requieran de calidad, a aquellos que busquen soluciones de problemas a mediano plazo, a que requieran soluciones creativas.

¿Quién te ayuda?

En primer nos ayuda nuestra familia, parejas que siempre nos dan palabras de aliento y consejos para mejorar en lo que hacemos.

¿Qué haces?

Ambos trabajamos en diseño grafico, y atención al cliente, esto requiere hacer mucho trabajo, ya que tenemos que escuchar las necesidades de nuestros clientes, y darle un mejor servicio de calidad, negociamos con el cliente hasta llevar a cabo el trabajo y proceder.

¿ A quién ayudas?

Ayudamos a personas que necesitan de nuestros conocimientos y de herramientas básicas de diseño, por ejemplo nuestros clientes de trabajo, familia y amistades.

¿ Que ayuda ofreces?

Ayuda profesional siempre y cuando esté a mi alcance lo que me pidan y ayuda personal con amistad

¿ Cómo te relacionas?

En nuestro caso aprovechamos las redes sociales para hacer marketing y buscar clientes, también lo hacemos cara a cara y vía email.



¿Cómo te conocen y que medios utilizas?

En primer lugar nos damos a conocer desde la atención que damos hasta el trabajo que realizamos, siempre con un buen saludo y siendo atentos, y dando una mejor calidad de trabajo, a través de esto el cliente equis (x) recomienda al cliente ye (y) y nuestros propios clientes nos dan a conocer.

¿Que obtienes?

Obtenemos resultados positivos, como crecimientos personal, laboral y orgullo por sí mismos.

¿Que das?

Damos mucho tiempo a nuestro trabajo, pero siempre tratamos de estar un momento con la familia o parejas.

¿Qué recursos tienes?.

Hemos venido adquiriendo una variedad de materiales con el tiempo que nos han ayudado a desarrollarnos como profesionales como laptops, tableta gráfica y otras cosas que se han obtenido a través de trabajo o con ayuda de nuestros padres sin embargo se lo considera secundarios los recurso más importante que hemos obtenido como personas ha sido la capacidad de creer en nuestras familias apoyados para estar este proyecto

¿Quién eres?

Somos jóvenes tranquilos sencillos, humildes, creativos e innovadores, con muchas ganas de realizar nuestras metas.

¿Qué tienes?.

Tenemos la capacidad de creer en lo que hacemos y que lo que vamos hacer es algo importante y especial para nuestras vida y sentirnos satisfechos y orgullosos de nosotros mismos.

Somos Estudiantes de la Universidad Politécnica de Nicaragua UPOLI, Egresados de la carrera de Diseño Gráfico, estamos realizando una encuesta con el fin de crear una App Store de fotografía, necesitamos de su apoyo con sus respuestas. Agradecemos su valioso tiempo para responder las siguientes preguntas.

¿Te gustaría un banco de imágenes, de Nicaragua de alta resolución?

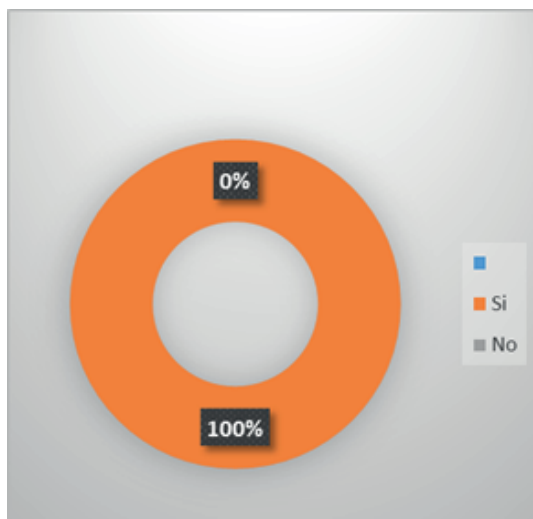
31 respuestas

Si

No

31 votos 100%

0 voto 0%



¿Estarías dispuesto a comprar por una imagen representativa a la cultura de tu país?

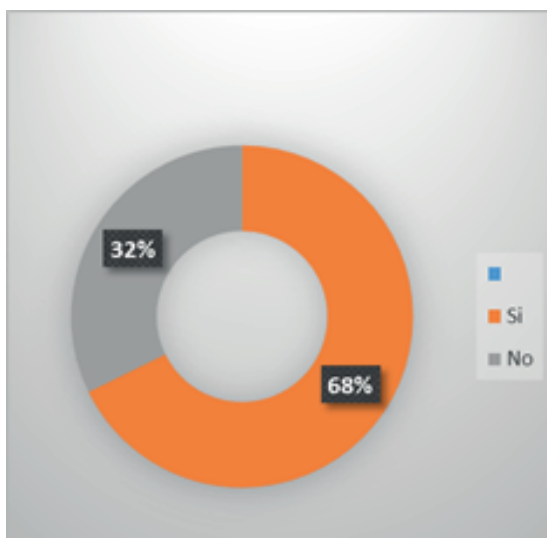
31 respuestas

Si

No

21 votos 68%

10 votos 32%

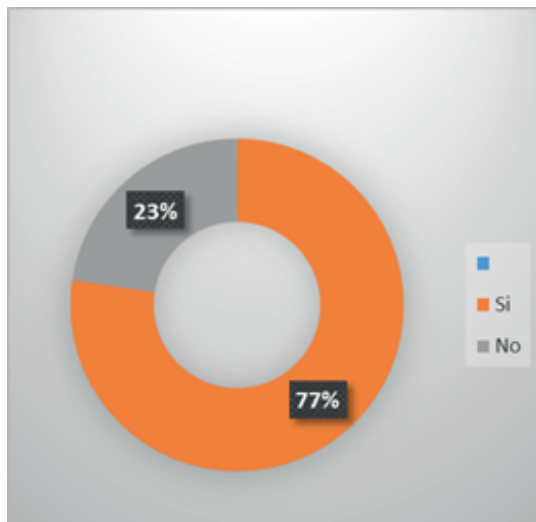


Somos Estudiantes de la Universidad Politécnica de Nicaragua UPOLI, Egresados de la carrera de Diseño Gráfico, estamos realizando una encuesta con el fin de crear una App Store de fotografía, necesitamos de su apoyo con sus respuestas. Agradecemos su valioso tiempo para responder las siguientes preguntas.

¿Te gustaría comprar imágenes de Fotógrafos de renombre de tu país?

31 respuestas

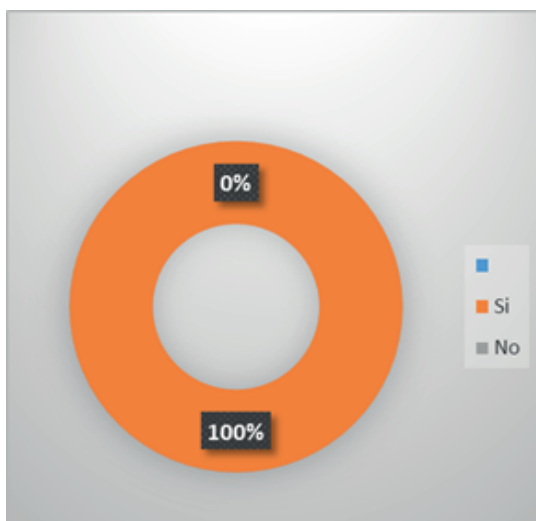
Si 24 votos 63.6%
No 7 votos 36.4%



¿Te gustaría tener opciones gratuitas de descarga de imágenes?

31 respuestas

Si 31 votos 100%
No 0 voto 0%

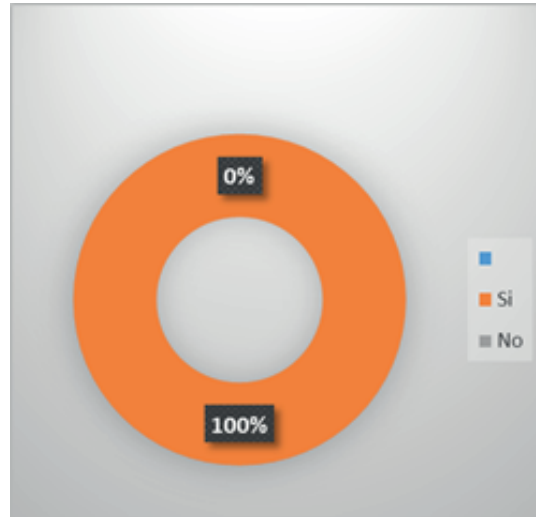


Somos Estudiantes de la Universidad Politécnica de Nicaragua UPOLI, Egresados de la carrera de Diseño Gráfico, estamos realizando una encuesta con el fin de crear una App Store de fotografía, necesitamos de su apoyo con sus respuestas. Agradecemos su valioso tiempo para responder las siguientes preguntas.

¿Te gustaría poder obtener imágenes de un Fotógrafos de tu país sin ningún costo?

31 respuestas

Si 31 votos 100%
No 0 voto 0%



¿Es útil descargar imágenes de tu país?

31 respuestas

Si 27 votos 90.9%
No 0 voto 0%
Otro, 4 voto 9.1%

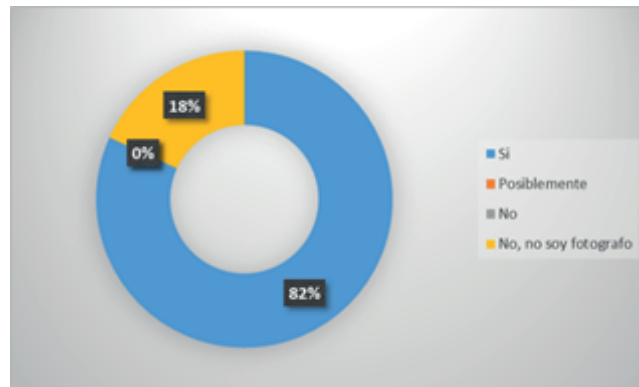


Somos Estudiantes de la Universidad Politécnica de Nicaragua UPOLI, Egresados de la carrera de Diseño Gráfico, estamos realizando una encuesta con el fin de crear una App Store de fotografía, necesitamos de su apoyo con sus respuestas. Agradecemos su valioso tiempo para responder las siguientes preguntas.

¿Te gustaría tener un medio de distribución, de tu fotografía?

11 respuestas

Si	9 votos 81.8%
Posiblemente	0 voto 0%
No	0 voto 0%
No, soy fotógrafo	2 votos 18.2%



¿Distribuirías tus fotografías a través de un sitio web o app?

11 respuestas

Si	9 votos 81.8%
Posiblemente	0 voto 0%
No	0 voto 0%
No, soy fotógrafo	2 votos 18.2%

