



Escuela de
Diseño

PLAN DE NEGOCIOS



Facilitador:
Luis Carvajal Rodríguez

Elaborado por:
Regina Lourdes Montalván Dávila
Daniel Alexander Estrada López

Plan De Negocios

**Autores: Regina Lourdes Montalván Dávila
Daniel Alexander Estrada López**





AGRADECIMIENTOS:

A Dios,
Por concedernos Serenidad, para aceptar las cosas que
no puedo cambiar...
Valor, para cambiar las que no podemos y
Sabiduría para reconocer la diferencia.

A nuestros Padres,
Por apoyarnos cada día.

Y a Nuestros Amigos y Seres Queridos que nos animaron
en cada momento.

DEDICATORIA:

A mi madre Alba Luz, a mi padre Roger y mi hermano Roger Jr. por su apoyo incondicional en estos cuatro años, por sus consejos y por creer en mi.

A Roman Rivas por motivarme cada día y apoyarme en cada momento.

A mis sobrinas Camila, Mariam y Alicia, por se fuente de inspiración en cada proyecto.

Regina L Montalván D.

A mi madre Clara López por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores y por la motivación constante que me ha permitido ser una persona que cumple sus objetivos.

A mi tía Maura Lopez y Angélica Lopez por el apoyo constante que me han dado sus ánimos y sus buenos deseos, a mis hermanos y a toda mi familia que siempre creyeron en mí.

Daniel A. Estrada L.

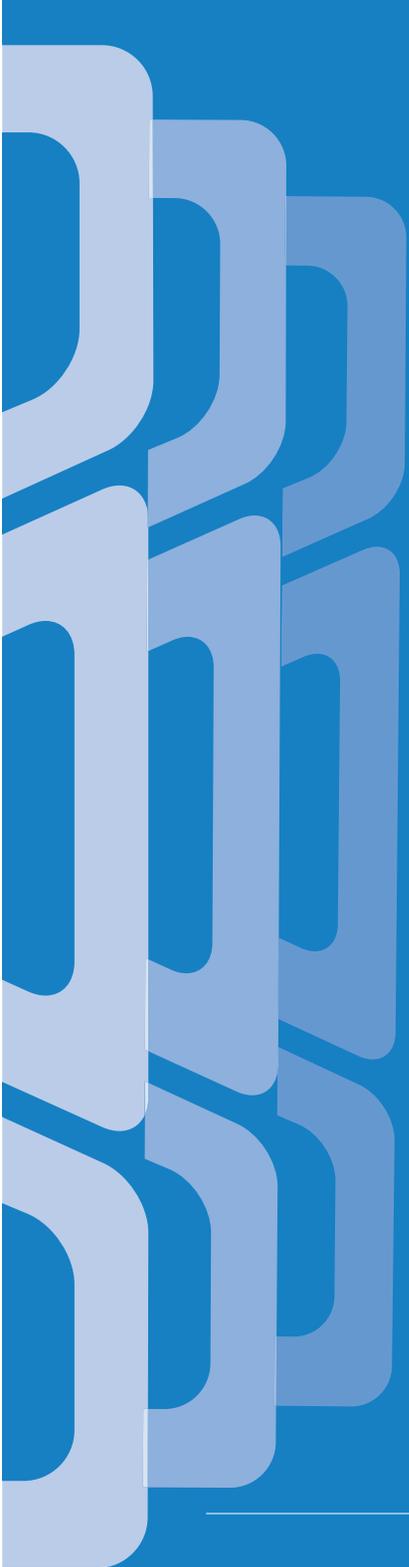


ÍNDICE PLAN DE NEGOCIOS

RESUMEN EJECUTIVO	8
CAPÍTULO I: AUDITORIA PERSONAL	11
CAPÍTULO II: PROPÓSITOS U OBJETIVOS DE NUESTRO PLAN DE NEGOCIOS	13
Justificación	13
Misión:	13
Visión:	13
Valores de empresario:	14
Ventajas competitivas:	14
Distingos	14
CAPÍTULO III: EL MERCADO	16
Investigación de Mercado	17
Tamaño del mercado:	17
Consumo aparente:	17
Demanda potencial:	17
Participación de la competencia en el mercado:	18
Aspectos del mercado	18
Estudio de Mercado	19
Aplicación de la encuesta	20
Conclusión del estudio realizado	22
Distribución y puntos de ventas	23
Producción del producto o servicio	23
El Producto y Servicio	24
Fidelización	24
Publicidad y Promoción:	24
CAPÍTULO IV: PRODUCCIÓN	27
Objetivo de Producción:	27
Descripción del Proceso de Producción	28
Diagrama del flujo de procesos	29
Características de la tecnología	30
Materia Prima en la elaboración:	35

Materia Prima:	36
Necesidades de Materia Prima.	37
Costo de Madera de Pino	37
Compras:	37
Capacidad Instalada	38
Programa de producción	38
Objetivo General:	40
Objetivos del área de organización	40
Estructura Organizacional	41
Organigrama de la Empresa.	41
Funciones específicas:	41
Servicio al Cliente:	44
Capacitación personal	45
Desarrollo Personal	46
Administración de sueldos y salarios	48
Evaluación de desempeño	49
Relaciones de trabajo	49
Marco legal de la Organización	50
Trámites a realizar para implementarla legalmente	50
<hr/>	
Capítulo VI: FINANZAS	52
Objetivo General:	52
Objetivos del área de finanzas:	52
Sistema contable de la empresa.	52
Catálogo de cuenta.	52
Flujo de Caja Proyectado	53
Balance Prueba	53
Balance inicial de 1 año	54
Balance inicial a 5 años	55
Punto de Equilibrio	56
Estructura de Costo	57
Plan de inversión	58
Plan de Ventas	58
ANEXOS	59





RESUMEN EJECUTIVO

RESUMEN EJECUTIVO

El nombre de la empresa creada es TEKI, la empresa se dedica al diseño y fabricación de muebles para salas de hogares y oficinas, nos ubicamos en la Colonia Las Brisas, una ubicación estratégica para nuestros clientes y el transporte de materiales, ya que nos encontramos cerca de la carretera Nueva León, además en esta zona se encuentran nuestros principales clientes, como lo son los hogares y las empresas .

Los productos a ofrecerse tienen como mayor atributo la calidad, el diseño y la innovación, aspectos diferenciadores de las demás empresas, además que como valor agregado el apoyo ambiente-estético que será un servicio aparte para recomendar a nuestros clientes que es lo que más le conviene.

Nuestros productos tienen como ventaja la garantía de que son elaborados con materiales de certificación, ya que nuestros clientes son personas que buscan calidad de material y diseño, en el cual estamos creando diseños nuevos para el interés del público meta.

La mayor misión de TEKI es ofrecer solución a nuestros clientes, proporcionando productos adaptables a su entorno y servicio de alta calidad, respetando el medio ambiente, motivando el desarrollo profesional de todos y cada uno de los trabajadores.

Nuestra visión es ser la primera opción de nuestros clientes cuya calidad satisfaga nuestras necesidades.



TEKI es una oportunidad de cambiar lo común del mercado de muebles ya que la mayoría de las personas adquieren estos productos con características internacionales y lo que queremos hacer es satisfacer sus necesidades con características que sean mucho más acorde a su entorno, logrando optimizar el espacio de estos hogares y oficinas.

Nuestra estrategia es la satisfacción y el cuidado de nuestros clientes, ya que si nuestros clientes tienen satisfacción del producto nuestros mismos clientes nos harán publicidad por recomendación, y del cuidado dependerá de nuestro servicio, el cual adquirir un mueble en TEKİ no será solo una compra más, sino será una toda una experiencia.

La rentabilidad del proyecto es todavía

a manera de pre-factibilidad, pero siendo rentable el negocio de muebles. Dentro del impacto ambiental, aunque es cierto que el material principal es la madera, solo se utilizará madera certificada, el cual aseguramos que es madera controlada y los otros materiales serán en pro del ambiente, eco-solventes.

Como conclusión tenemos que la empresa TEKİ es una oportunidad de consumir lo nacional con calidad, diseño e innovación, siendo una empresa que se encuentra en un movimiento constante, ya que uno de los factores es la moda pero con características autóctonas haciendo que cada producto se adapte a la necesidad de nuestros clientes. Aportando con el desarrollo de y el cuidado del medio ambiente.

CAPÍTULO I

AUDITORIA PERSONAL

CAPÍTULO I: AUDITORIA PERSONAL

En este capítulo se abordará sobre quiénes somos, nos haremos una Auditoria Personal, en el cual sabremos que tenemos y con quienes podemos contar, a quienes podemos ayudar y como nos podemos beneficiar.



CAPÍTULO II

PROPÓSITOS U OBJETIVOS DE NUESTRO PLAN DE NEGOCIOS

CAPÍTULO II: PROPÓSITOS U OBJETIVOS DE NUESTRO PLAN DE NEGOCIOS

En este capítulo daremos un paso más para conocer el propósito de nuestra empresa en donde está la Misión y Visión, Valores y Principios de los Empresarios y la empresa, así como otros aspectos que distinguen nuestra empresa de las demás.

- o Que necesidades satisface: Nuestra empresa satisface necesidades en las salas con espacios reducidos de residenciales y espacios de trabajo como oficinas.
- o Tipo de empresa: Es una empresa de Producción.
- o Tamaño: Somos una Microempresa.
- o Ubicación: Las Brisas, del Aragón 7 al Lago, ½ cuadra arriba. Casa G-172.

Justificación

Nuestra empresa nace queriendo satisfacer una necesidad de muebles para salas con espacios reducidos y las salas de espera para oficinas ejecutivas ya que la mayoría de las personas adquieren estos productos con características internacionales y lo que queremos hacer es satisfacer sus

necesidades con características que sean mucho más acorde a su entorno, logrando es optimizar el espacio de estos hogares y oficinas.

Misión:

Ofrecer soluciones a nuestros clientes en el diseño de nuestro producto dándoles mayor comodidad en su vida diaria cubriendo las necesidades del mercado nacional en cuanto a diseño, fabricación y suministro. Proporcionando productos adaptables a su entorno y servicio de alta calidad, respetando el medio ambiente, motivando el desarrollo profesional de todos y cada uno de los trabajadores.

Visión:

Ser la primera alternativa para nuestros clientes reconocida en el diseño, fabricación y distribución de muebles de madera cuya calidad satisfaga la necesidad de nuestros clientes. Ser una empresa más rentable, eficiente y socialmente responsable.

Valores de empresario:

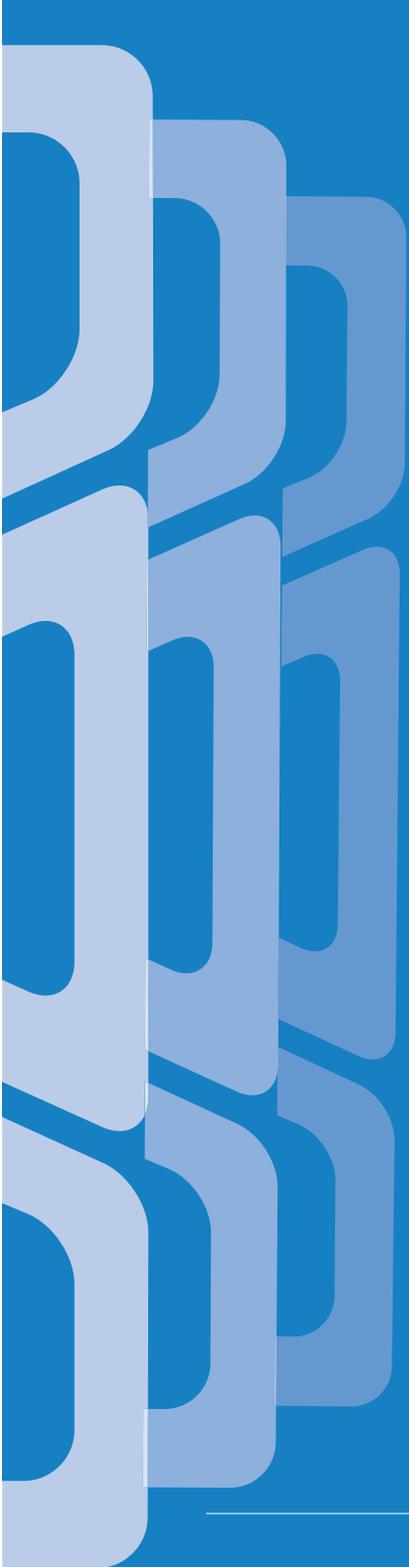
- o Honesto
- o Respetuoso
- o Ordenado
- o Principios empresariales
- o Responsabilidad
- o Rapidez
- o Amigable con el Medio Ambiente

Ventajas competitivas:

1. De la empresa: Accesibilidad Geográfica
2. Del producto o servicio: Producto Innovador, creado desde cero y pensado para el usuario.
3. Que lo hace diferente: Nos diferencia la Calidad del Producto, su innovación y su estética.

Distingos

1. Servicio postventa: Luego de la Venta se ofrece un servicio aparte de Diseño de Interiores, en el cual se recomienda la mejor forma de optimizar los espacios en el hogar y la manera de cómo debe ser el cuidado de los productos adquiridos.
2. Sistema de distribución: Comprende la planificación, implementación y control de los flujos físicos de materiales desde los puntos de origen hasta los de uso o consumo, en donde se ofrecerá transporte hasta los puntos establecidos, dependiendo de la ubicación geográfica y la cantidad de productos adquiridos.
3. Garantía: Se ofrecerá una garantía de entre 6 a 12 meses, dependiendo del producto. También se ofrecerá mantenimiento a productos nuestros que necesiten ser restaurados o renovados.



CAPÍTULO III

EL MERCADO

CAPÍTULO III: EL MERCADO

En este capítulo abordaremos sobre los objetivos de mercadotecnia a corto, mediano y largo plazo, además del tamaño del mercado en que nos enfocaremos, el consumo aparente, la distribución y puntos de ventas, la marca de la empresa y la publicidad que se le dará. Donde el mercado, es un público selecto, ya que trabajamos con empresas que tengan sala de espera de oficinas.

Objetivo de Mercadotecnia:

- Identificar mercados rentables en los que la incursión de la empresa sea factible, logrando un crecimiento acorde a la realidad del mercado y al ciclo de vida del producto y un crecimiento sostenido en las ventas.

Corto Plazo:

- Se alcanzaran en el corto Plazo las cifras de \$90,000.00 en el primer año.
- El monto de las ventas deben ser de 5 ventas al mes que serían 60 ventas en el primer año.
- Adquirir una cartera de por lo menos una cartera de entre 50 a 60 clientes en el primer año.
- Vender la cantidad de 240 unidades de producto durante el primer año.

Medio Plazo:

- Se alcanzaran en el Mediano Plazo las cifras de \$180,000.00 en el tercer año.
- El monto de las ventas deben ser de 15 a 20 ventas al mes que serían 180 ventas en el tercer año.
- Aumentar una cartera de por lo menos una cartera de entre 150 a 180 clientes en el tercer año.
- Vender la cantidad de 720 unidades de producto durante el tercer año.

Largo Plazo:

- Se alcanzaran en el Largo Plazo las cifras de \$450,000.00 en el quinto año.
- El monto de las ventas deben ser de 25 ventas al mes que serían 300 ventas en el primer año.
- Adquirir una cartera de por lo menos una cartera de entre 250 clientes en el quinto año.
- Vender la cantidad de 1200 unidades de producto durante el quinto año.

Investigación de Mercado

Esta es la herramienta necesaria para el ejercicio del marketing, en donde la investigación parte del análisis de cambios en el entorno y las acciones de los consumidores. Permitiendo generar un diagnóstico acerca de los recursos, oportunidades, fortalezas y debilidades de la empresa.

Tamaño del mercado:

Corporaciones o empresas. Ciudad de Managua. El mercado potencial para el sector mobiliario está formado por corporaciones o empresas que requieren adquirir muebles de madera maciza que resalten la cultura pero que al mismo tiempo sus diseños sean innovadores, exclusivos y duraderos. El cual una de las características más importantes para nosotros es que tengan una sala de espera ejecutiva. Ya que desarrollaremos juegos de muebles dedicados a esos espacios.

Consumo aparente:

El consumo aparente de nuestros clientes según lo investigado, es que adquieren

un juego de muebles de espera cada vez que se dañen. Para que ellos se interesen en un juego de muebles es que sea funcional-estético, estas son dos características, la durabilidad es su interés

Demanda potencial:

La demanda potencial hace referencia a las ventas esperadas durante un tiempo predeterminado. TEKI busca tener una participación en el mercado mobiliario, produciendo para el área local, ofertando juegos de muebles para salas de espera ejecutivas, muebles para sala de residenciales pequeños, etc.

Para el primer año, Teki, deberá producir y comercializar muebles para sala de madera conformada por: 120 juegos de muebles de madera (480 piezas), en el año. En el tercer año se pretende duplicar la producción, ofertando 240 juegos de muebles de madera (960 piezas) anuales. A partir del quinto año se ofertaran 360 juegos de muebles de madera (1440 piezas) anuales.

Participación de la competencia en el mercado:

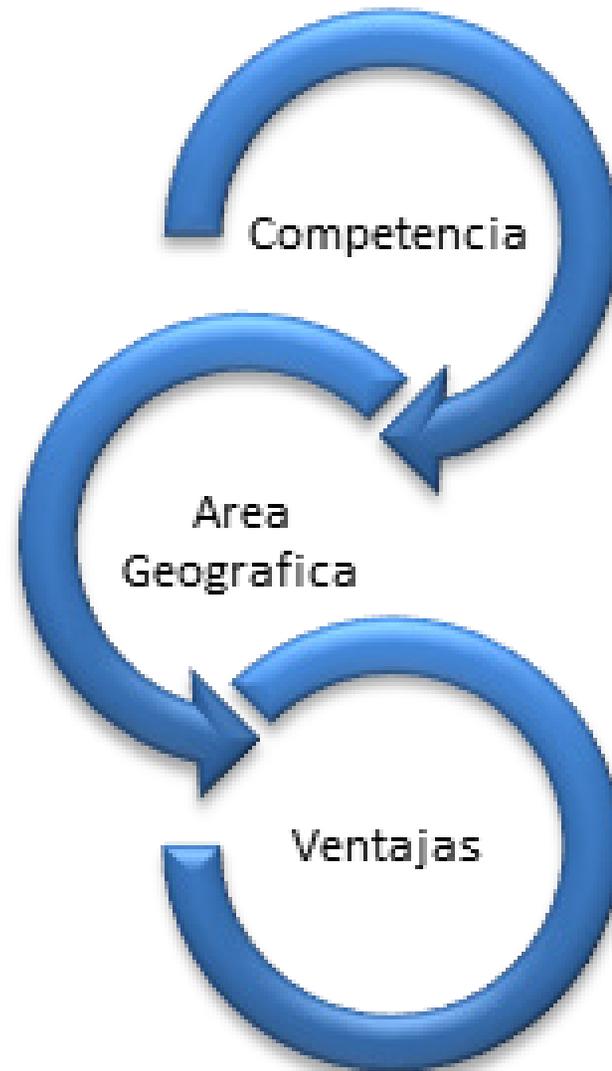
La competencia en nuestro mercado la podemos dividir en dos grupos:

1. Una gran cantidad de pequeñas empresas: que ya sea con mayor o menor acierto estos intervienen en nuestro mercado.
2. Una pequeña cantidad de empresas: que prestan servicios a grandes empresas y de la misma manera intervienen en nuestro mercado.

Hay tres aspectos que caracterizan a estos dos grupos:

1. Falta de Especialización: Debido a las necesidades de supervivencia y problemas económicos, las empresas se centran en todos los perfiles del sector mobiliario, creando falta de calidad en los productos.
2. Conceptos anticuados: Las empresas de mobiliaria no incluye la modernización en sus diseños.
3. Tecnología vs. Marketing: La empresas solo piensan en la modernización de maquinaria y con muy poco marketing, esto crea que puedan tener buena calidad pero nadie los conoce.

Aspectos del mercado



La Mueblería

Muebles de mi Tierra

Muebles Lolo Monica

Teja S.A.

Carolina Masaya

Aldeмира, por el Hospital Central

Calle 27 de Mayo Moravia, 1 cuadro al este

Ticote. El Carmen, 3 1/2 cuadro al S

Calidad discretable
Ya están posicionado en el mercado.
Tiene variedad de muebles en catálogo

Confianza del cliente

Fidelización de clientes
Ya están posicionado en el mercado.
Tiene variedad de muebles en catálogo

Confianza del cliente

Ya están posicionado en el mercado.
Tiene variedad de muebles en catálogo

Confianza del cliente
Es reconocido en el extranjero

Ya están posicionado en el mercado.
Tiene variedad de muebles en catálogo

Confianza del cliente
Tiene Versatilidad en materiales

Estudio de Mercado

Nuestro segmento de mercado son empresas (bancos y hoteles) de Managua.

Los productos que demandan son:

- Muebles de oficina.
 1. Mesa de escritorio
 2. Sillas para oficina
 3. Archiveros
 4. Muebles para recepción.
- Muebles para sala de espera.
 1. Sofá
 2. Sillas de espera
 3. Mesa de centro
 4. Esquineros.

También ofreceremos el servicio de muebles a la medida, para familia con casas de espacio reducido, nuestros muebles siempre tendrán como tendencia el minimalismo.

El precio:

Nuestros encuestado no quisieron darnos un precio específico por el cual compran sus muebles, pero los que si podemos recopilar son precios aproximados por conjuntos de muebles, ya que la totalidad de nuestros clientes prefieren los muebles en conjuntos. En el conjunto de mueble de espera; el precio aproximado es de \$1200 a \$1500.

Promoción

La mejor forma de que nuestro mercado reconozca nuestra existencia a corto plazo, son a través de los social media (redes sociales) y página web, a mediano plazo daremos a conocer las mejoras de nuestro producto a través de redes sociales, eventos, mantas cruza calle, ejecutivos de venta y a largo plazo utilizar la radio, anuncio en la televisión y campañas publicitarias.

La Cantidad de los promocionales detalladamente será:

Mantas cruza calle; 8 mantas anuales. Su precio ronda los \$25 una manta de 6x1mts

Spot de radio: se pasara 2 veces de entre las 7 a 8 am. \$ 200, 2 minutos

Anuncio por Televisión: se pasara 3 veces a la semana de entre las 7 a 9 pm. \$ 400 a \$500 los 30 segundos.

Las promociones dependerán de la temporada, cada vez que haya una festividad se establecerán diferentes promociones, por ejemplo:

Mayor tiempo de garantía.

Adquisición adicional de un producto por la compra de conjunto.

Aprovechar las festividades para dar oportunidad de compras de nuestros clientes.

Plaza:

Los canales de distribución que utilizaremos

las compras en línea, ventas directas al cliente y colocación de productos en los distribuidores masivos como Simán por ejemplo.

Productor----Vendedor----Consumidor Industrial

Productor ----Compras en Línea---Consumidor Industrial

Productor--Vendedor ---Distribuidor---Consumidor Industrial

La ubicación de la empresa es un punto estratégico, ya que se encuentra cerca de la carretera, además que su ubicación es continuo a empresas y clientes a quienes nos estamos dirigiendo. También se encuentra con fácil acceso para transportar materiales a la empresa.

Aplicación de la encuesta

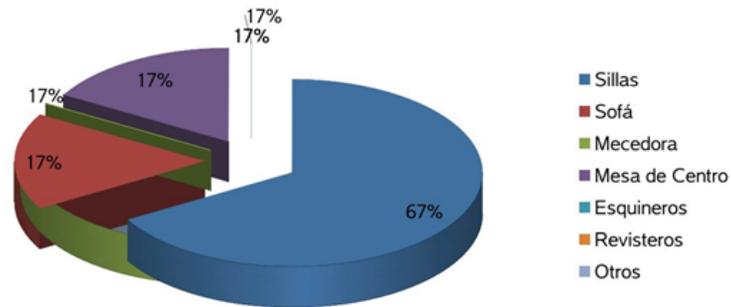
La encuesta aplicada pretendía conocer aspectos y características que nuestro cliente potencial que busca en el momento y a la hora de tomar una decisión cuando adquiere un producto de mobiliario; también queríamos conocer que es lo que más utilizan, que colores, materiales y de qué manera prefieren adquirirlo, ya sea en conjunto o individual.

Esta encuesta fue aplicada de manera online por preferencia y comodidad de nuestros encuestados, ya que como son empresas, su tiempo es muy limitado. La encuesta se creó de una manera práctica, el cual lo primero que se realizó fue crear una cuenta de correo con el nombre de la empresa de nosotros. Para contestar la encuesta solo bastaba dar un clic en cada una de las respuestas, se daba enviar, y este era registrado en una base de datos que ya nos permitía ver en porcentaje de como respondían.

El correo de nuestra empresa es:
TekiDP@gmail.com

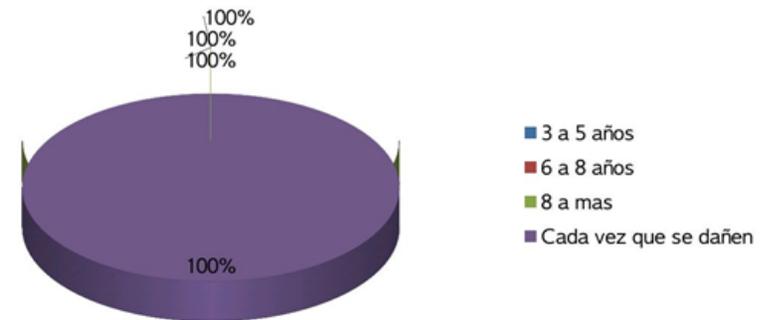
A continuación el resultado de cada pregunta...

1. ¿Qué tipos de muebles utiliza en la sala de espera para sus clientes?



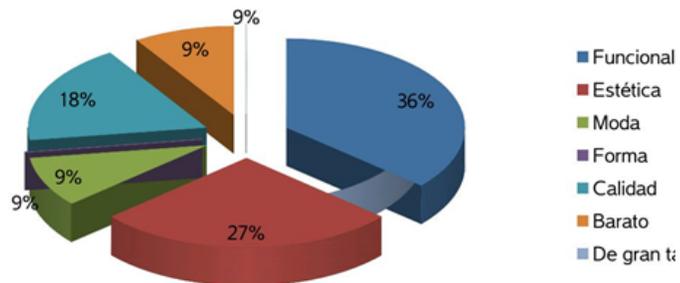
El resultado fue que nuestros clientes utilizan mucho mas sillas y mesas de centro y sofá.

3. ¿Con que frecuencia cambia sus muebles de Sala?



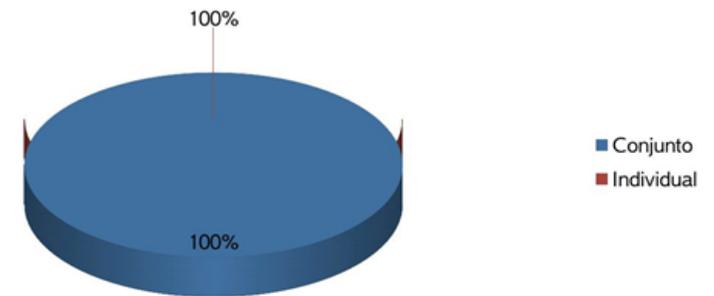
El resultado fue que nuestros clientes cambian sus muebles cada vez que se dañan.

¿Cuáles son las características que deben de tener los muebles?



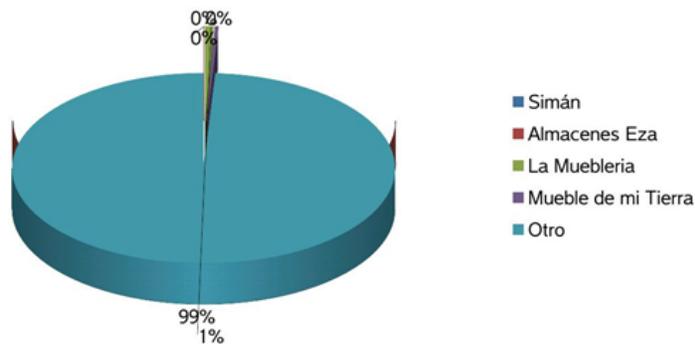
El resultado fue que las características que nuestros clientes buscan en un muebles son: como característica mayor fue funcionalidad, segundo estética.

4. ¿Ud. Compra muebles en conjunto o individual?



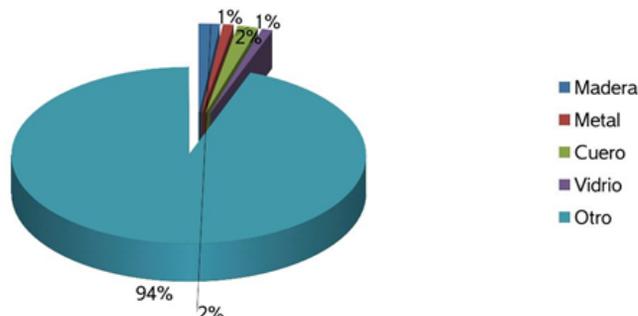
El resultado fue que nuestros clientes compran sus muebles en conjunto, no individual.

5. ¿Dónde adquiere los muebles?



El resultado fue que nuestros clientes adquieren sus muebles en otros centros de ventas.

6. ¿Cuáles son los materiales que usted prefiere a la hora de elegir los muebles?



El resultado fue que nuestros clientes prefieren sus muebles de madera a otro material.

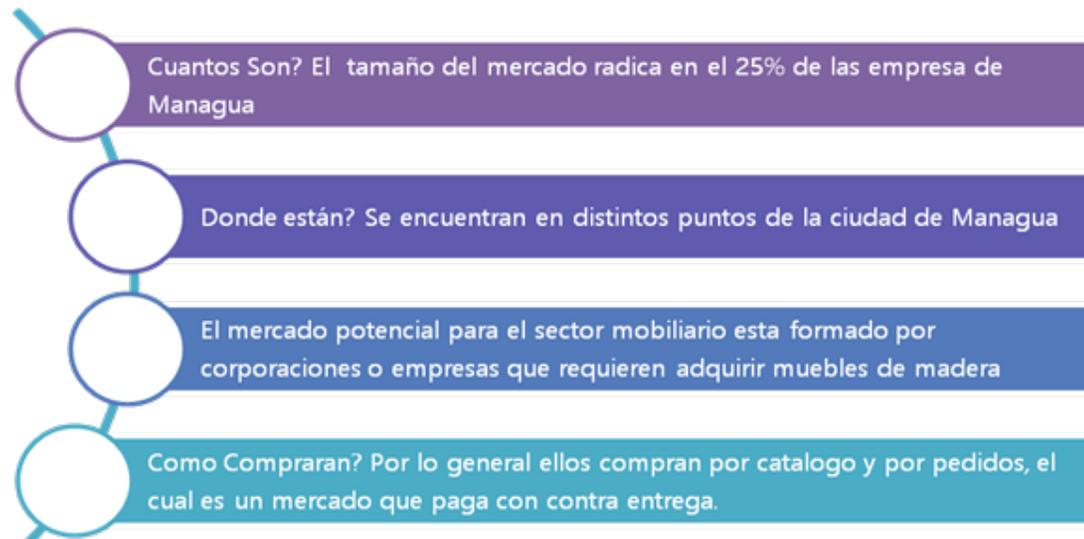
Conclusión del estudio realizado

El resultado de la encuesta obtenida fue muy favorecedora e informativa, ya que podemos observar cuales son su preferencias. Aunque la encuesta solo se pudo obtener de 15 empresas dispuestas a respondernos fue bastante útil. Ya que nos dimos cuenta de que es lo que más utilizan en los espacios de espera en salas ejecutivas.

- Lo que más utilizan son sillas y mesas.
 - Las características que buscan en los muebles son funcionalidad, estética, los cuales tuvieron mayores resultados.
 - Nos dimos cuenta que todos cambian sus muebles cada vez que se dañan, esto nos puede dar un precedente de cada cuanto nos puede comprar cada cliente.
 - Otro dato importante para nosotros es que la mayoría compra los muebles en conjunto.
 - El lugar donde más compran sus muebles es en “La Mueblería”; esto nos dice que es nuestra mayor competencia.
 - Y los materiales de preferencia de nuestros clientes son madera y cuero.
- Con esta información, ya tenemos un pie adelante para saber cómo piensan nuestros clientes y que es lo que quieren, para poner las bases de cómo debe ser nuestro diseño.

Distribución y puntos de ventas

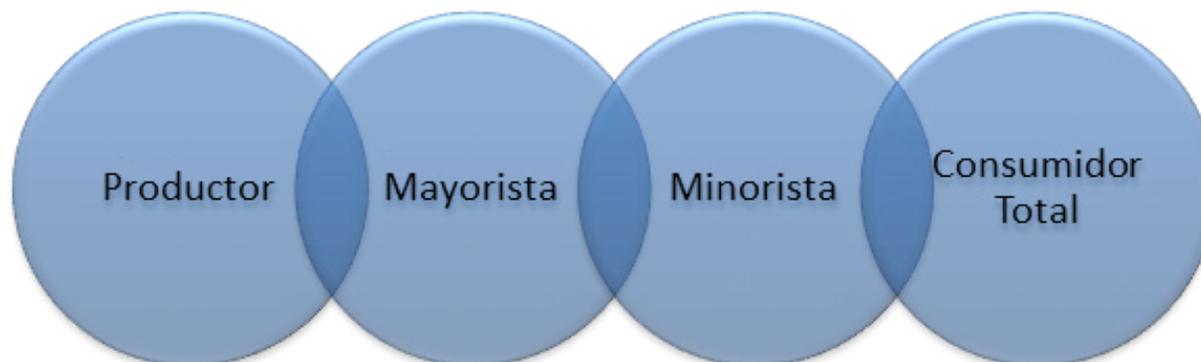
La idea principal es además de nosotros mismos producirlos, también dar la opción de vender a mayor y dar la opción de vender al detalle, así como tener nuestra propia tienda, que sirva para mostrar el nuestros diseños y los productos



Producción del producto o servicio

Plan de Marketing.

Como primer punto elaboramos un FODA para establecernos a la hora de la Producción y el Servicio.



El Producto y Servicio

Para esto establecimos tres ejes principales:

1. Desarrollo de Campaña publicitaria: Para el desarrollo de la campaña primero elaboraremos el diseño y planificación de esta, el lanzamiento y la optimización de la campaña.
2. Creación de Producto: Generaremos la creación de productos a pedido y medida que nuestro cliente lo solicita
3. Garantía del Servicio y del producto: Un elemento clave de nuestra comercialización, el cual nos comprometemos con el cumplimiento de estándares de calidad.

Fidelización

Naturalmente, un factor esencial que nosotros consideramos de éxito es conseguir la repetición de compra de nuestros clientes el cual tenemos que establecer un programa de fidelización, como lo sería:

- Incentivos: Ya sean descuentos o regalos
- Acciones promocionales internas: Nuestro cliente puede ser objeto de promociones.

Publicidad y Promoción:

Nuestra estrategia de acciones de marketing se basará en tres líneas.

- Publicidad y promoción con medios promocionales:

- Publicidad en prensas y revistas específicas.
- Mailing

- Internet:

- Web Corporativa
- Web Social

- Relaciones públicas y acuerdos con medios:

- Se desarrollará una amplia actividad de relaciones públicas a partir del primer año; con el objetivo de aparecer con frecuencia en los medios de comunicación tradicionales.

Parte de la promoción es el “BumperStick” que es un Stiker que se les dará a todos nuestros clientes para la Promoción de nuestra empresa.

Como instrumentos de comercialización tenemos

El aspecto informativo: Nuestros clientes obtendrán la adecuada información de nuestros precios a través, de revistas, en las redes sociales y página web esto lo haremos con el fin de optimizar las oportunidades de compra y venta.

El aspecto motivador: En este aspecto queremos motivarlos a que compren, lo cual lo haremos con campañas publicitarias estratégicas, como mantas cruza calle con mensajes o frases atrayentes como “Pruébanos”, presentarnos en diferentes eventos de diseño, como por ejemplo Nicaragua Diseña para así llegar a más clientes en poco tiempo, lo cual mejorará nuestra posición en el mercado.

El aspecto Práctico: Con una sala de prueba de nuestros productos, en donde nuestro cliente experimentará el uso de nuestros productos, que es lo que tratamos de montar en los eventos de diseños o de madera muebles, el cual si no es convencido, se le dará la opción de decirnos que es lo que le gusta.

Este tipo de muebles los produciremos 2 veces por año, tratando siempre de innovar y darnos a conocer como una empresa con calidad, innovación y responsabilidad, el costo de los muebles que ofreceremos será relativo ya que no podemos poner precio específico por las variaciones de costo de la materia prima pero su aproximado rondaría en unos \$2000 a \$2500.

El costo de toda esta publicidad será el 5% de las ganancias total durante 6 meses, lo que significa que solo lo podemos hacer 2 veces al año, pero con el tiempo que sigamos creciendo esto va a aumentar.



Habrán otros aspectos visuales que ayudarán a la promoción de nuestra empresa y es la Marca, el cual estará por todos lados desde la Etiqueta hasta el embalaje.

CAPÍTULO IV

PRODUCCIÓN

CAPÍTULO IV: PRODUCCIÓN

En este capítulo abordaremos sobre la producción, los procesos que se necesitan para producir el producto final, así como la materia prima que hemos de utilizar, el diagrama de flujo de procesos, las maquinarias y herramientas que utilizaremos así como los objetivos que nos proponemos para realizar este importante proceso.

Objetivo de Producción:

- Organizar la actividad productiva de la empresa, determinando la capacidad producción y sus políticas, creando un ambiente idóneo y eficiente del área, cumpliendo con el tiempo y forma en cada trabajo.

Objetivos

1. Lograr un ambiente adecuado en el espacio de trabajo, garantizando el estado de la maquinaria, las herramientas y los materiales a utilizar en cada trabajo.
2. Incrementar la calidad de los productos que se encuentran en producción, garantizando el producto tal cual se solicita.
3. Contar con el personal idóneo y especializado en cada puesto de trabajo, para garantizar la productividad; logrando realizar el trabajo en tiempo y forma.

Especificaciones del Producto

Silla de espera de madera de pino:

Dimensiones:

Ancho: 45 cm

Largo: 51 cm

Alto: 81 cm

Ancho de asiento: 44cm

Largo de asiento: 44cm

Altura de asiento: 48cm

Colores: Color natural de la madera barnizada.

Materiales:

2 tablas de 1x8x2.4.

1 cuartón de 2x2x8.

Pega para madera.

Lija.

Sellador.

Barniz.

Costo: Este mueble tiene un costo de 33.87\$ productivo.

Descripción del Proceso de Producción

1. Recepción de la materia prima.- Se recibe la madera y se verifica que cubra las especificaciones, que no esté rota, pandeada, con grietas y excesivos nudos. Se deberá verificar que la madera tenga bajo contenido de humedad, para lo cual existen medidores digitales que con precisión y factibilidad determinan la humedad de la madera.

2. Selección de la madera a trabajar.- Se selecciona la madera en respaldos, descansa brazos, etc. cuidando que en las partes exteriores visibles se utilice la mejor madera: libre de nudos, con veta uniforme y sin manchas.

3. Transporte al área de trazado.- La madera se transporta manualmente al área de trazado.

4. Trazado.- Previo al trazado se elaboran los patrones para el trazado de las plazas que serán cortadas, estos patrones pueden ser elaboradas en madera, con ellos y una vez verifica la precisión de su medida se procede a realizar el trazo sobre la madera.

5. Transporte al área de corte.- La madera se transporta manualmente al área de corte.

6. Corte.- Si la madera para la elaboración de muebles no está cepillada deberá cepillarse ya

sea con un cepillo manual o mediante la cepilladora, con el fin de darle un buen acabado, si la madera no es uniforme en su grosor se deberá utilizar una Canteadora para darle el grueso uniforme predeterminedar.

Con base en el trazado de las piezas del mueble se procede a realizar el corte dimensionado de la madera, esta primera etapa de corte consiste en cortar la madera sin precisar aun la forma exacta de las piezas, para este corte se puede utilizar preferentemente una sierra circular.

Posteriormente la madera dimensionada es cortada con la forma precisa de las piezas el corte se realiza preferentemente con una sierra. Una vez cortadas las piezas a sus dimensiones se deberá elaborar sobre las piezas los agujeros de sección circular o rectangular necesarios para el ensamble. También se deberán elaborar los acabados de los cantos, molduras, ranuras y partes machihembradas. Como última etapa del proceso de corte las piezas deberán de ser lijadas para darles el pre acabado necesario para el ensamble, lo cual es posible realizarlo manualmente o mediante una maquina lijadora.

7. Transporte al área de ensamble.- Las piezas cortadas y pre acabadas se transportan al área de ensamble.

8. Ensamble.- Las piezas pre acabadas son ensambladas mediante pegamento, tornillos y clavos, asegurando la firmeza de los muebles. En todo caso debe preferirse la utilización de tornillo a la de los clavos tradicionales, en aquellos casos en que sea indispensable la colocación de clavos visibles en el exterior de los muebles se deberá utilizar clavos neumáticos. En algunos casos de las piezas pegadas será necesaria la utilización de maderas para asegurar el correcto pegado, esto dependerá del diseño del mueble.

9. Transporte al área de acabado.- Una vez ensambladas las salas se transportan al área de acabado.

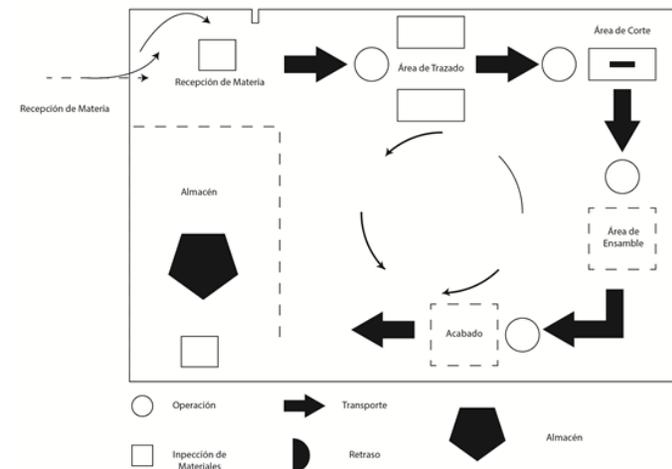
10. Acabado.- Las áreas ensambladas son lijadas eliminando las imperfecciones que pudiera tener la madera, la finura del grano de la lija deberá ser el adecuado, para los acabados finales el grano deberá ser fino, para acabados de mayor tersura y cuando se requieren aristas perfectamente perfiladas se deberá utilizar fibra metálica. La etapa final del acabado es el barnizado el cual se podrá realizar mediante estopa humedecida con barniz aplicándola de manera uniforme sobre el mueble o mediante pistolas de neumática, en ambos casos se requiere pericia en la aplicación, en cualquier caso es recomendable la aplicación de tres

capas de barniz. La aplicación del barniz se deberá efectuar en un ambiente lo más libre de humedad posible, la humedad da a los muebles barnizados un tono blancuzco no recomendable.

11. Transporte al almacén de producto terminado.- Los muebles de la sala son transportados al almacén de producto terminado.

12. Almacén de producto terminado.- Antes de proceder al almacenamiento de los muebles se deberán proteger sus aristas y partes susceptibles de roce con cartón, para lo cual podrá utilizarse flejes plásticos para fijar el cartón al mueble. Finalmente los productos son almacenados para su distribución.

Diagrama del flujo de procesos



1. Este el diagrama de flujo de procesos.

Características de la tecnología



- Cepilladora
CALM206W Cepillo para
Madera Moldurador
Combinado 13"

Características

1- Mesa y base de acero fundido para reducir vibraciones.

2- Cuatro columnas aterrizadas para una máxima estabilidad al alzar y bajar la mesa.

3- Poderoso motor de 2 Hp. totalmente cerrado y enfriado por ventilador.

4- La Mesa está colocada con precisión para un mejor desempeño de la manija de ajuste.

5- Dos velocidades de alimentación para aumentar la versatilidad de las aplicaciones

Rodillos de alimentación

- Rodillo Alimentación: Polietireno
- Rodillo de Salida: Polietireno

Tamaño de la tabla

- Largo 900 mm
- Ancho 330 mm
- Medidas Globales
- Largo 900 mm
- Ancho 600 mm
- Altura 1150 mm
- Peso:
- 120 Kg.

Motor: 2hp

Cabeza de Navajas:

- Velocidad 5000 RPM 15000 CPM
- Número de Navajas: 3
- Diámetro: 68 mm

Capacidades

- Longitud mínima de la pieza: 2.1 mm
- Ancho máximo de la pieza 13" (330 mm)
- Profundidad Máxima del corte: 5.1 mm
- Espesor Máximo de la pieza 6" (152mm)
- Ancho de Cepillado: 13" (330mm)
- Velocidad de Alimentación: 12 FPM/20FPM



- Canteadora
Canteadora 8" de Lujo

Características

1- Gabinete cerrado que guarda un poderoso motor de 2 hp. que incluye un colector de polvo de 4" con fácil conexión.

2- Ajuste de cremallera y piñón para un movimiento preciso de la regla

3- Mesa de entrada y salida de hierro fundido, para soportar tramos largos

4- La guarda de seguridad gira fuera del camino durante la operación.

5- La regla extra larga de hierro fundido montada al centro, provee un máximo soporte durante los cortes inclinados de 450 grados de entrada y salida.

Motor: 2. hp (1.5 kw) 3450 rpm.

Capacidad de Corte:

Ancho: 8" (203mm)

Profundidad: 1/2" (12.7mm max)

Cap. de ribeteado: 1/2" (12.7mm max)

Cabeza de Navajas

Velocidad: 4800 rpm. 14000 cpm.

Numero de navajas: 3

Diámetro de navajas: 2-16/20" (71 mm.)

Peso:

210 kg.

Rodillos de alimentación

- Rodillo Alimentación: Polietireno

- Rodillo de Salida: Polietireno

Tamaño de la tabla

- Largo 900 mm

- Ancho 330 mm

- Medidas Globales

- Largo 900 mm

- Ancho 600 mm

- Altura 1150 mm

- Peso:

- 120 Kg.

Regla

8900mm. x 128 mm.

Inclinación 450

Paros graduados 90 grado y 450 grado

Sierra Radial de Brazo

Características:

Esta máquina puede hacer corte transversal, corte a inglete, corte en bisel, corte transversal compuesto, corte al hilo y corte al hilo en bisel. Cada ángulo es operacionales

Es muy conveniente para operar, fácil y funcional.

Especificaciones:

- Potencia de Entrada 735W

- Voltaje 110/230V-

- Frecuencia nominal 50/60Hz

- Velocidad sin carga 2900/3500rmin

- Diámetro de la navaja 210mm

- Corte Máximo a 90 grados 76mm – a 45 grado 57 mm





Sierra de Mesa

Sierra Mesa Contractor de 10"

Características

- La navaja se inclina lejos de la guía (inclinación izquierda) en aplicaciones de extracción, para evitar que se rasgue en la esquina del exterior de una junta de inglete.
- Gran mesa de con alas de extensión de hierro fundido miden un total 40-1/2 x 27" de material de apoyo máximo.
- Ranura-t de lujo del calibre de ingletes con topes ajustables en 45° y 90°
- Poderosos motor de inducción de 2HP maneja las operaciones de corte difíciles.

Motor:

2 hp (1.5 kw)

Diámetro de Disco:

Diámetro: 10" (244mm)

Tamaño de la tabla frontal
Mesa Principal: 20"x27" (508x686)

Velocidad:

4,000 rpm (50Hz)

Capacidad: Medidas Globales:

920 mm.

370 mm.

155 mm.

Peso:

150 kg...

CALMEMJ12-1600 Sierra Mesa Escuadradora 12"

220V Trifásico

CALMEMJ12-1600

Flecha: 5/8 (16mm)

Alas de extensión de hierro fundido:

40-1/2"x27" (1,029x686mm)

Hoja de extensión de alas de metal:

53-9/10"x27" (1,369x686mm)

Profundidad de Corte a 90°:

3-1/8" (79mm)

Profundidad de Corte a 45°:

2-1/8" (54mm)

Rasgadura a la Izquierda de

La Navaja: 13-1/2" (343mm)

Ancho del Friso de la Navaja)



Cierra Sinfín

Características

- Fijación rápida palanca de ajuste de tensión y la cuchilla en la parte posterior de la máquina.
- El ajuste preciso y simple de la altura de corte y la guía de la hoja superior con volantes de gran tamaño y un sistema de rack.
- Tanto la parte superior e inferior de guía de la hoja se moldean sobre rodamientos para un mejor rendimiento y duración de la hoja extendida.
- Dos ventanas para mostrar la tensión de la correa y la hoja posición de marcha.
- Suave y flexible para inclinar la mesa de trabajo.

Motor:

2hp (60 HZ), 220V 3 fases, 2200 watts, función de freno de motor

Tamaño de la tabla frontal:
540x485mm

Tamaño de Hoja:

3,405x20x0, 6 mm

Cambio rápido cerca de alumion Big Rip.





Equipo e instalaciones:

Procesos de producción para la elaboración de un mueble:

1. Se selecciona la madera óptima para la elaboración del mueble, por medidas, tipo de madera y calidad.
2. Se va al área de trazado, para hacer trazos y tener una idea de lo que se va hacer con la madera.
3. Se pasa por la Cepilladora para darle un mejor acabado.
4. Continuamente se pasa por la Canteadora para tener un grosor igual a los dos lados de la manera, para que tenga un tamaño uniformemente.
5. La madera pasa a ser cortada en la Sierra de Mesa para dejarla a la forma del diseño del mueble.
6. Después que se cortó se va al área de ensamble donde se utiliza, Prensa o la Lijadora de mano, Pega de Madera para darle un mejor acabado.
7. Ya una vez ensamblada y secada pasa a darle los últimos acabados donde se le echa Sellador y Barniz.

Lista de Equipos:

- 1- Cepilladora(\$3,899.00) x 2 = \$7798.00 Vida útil 5 años
- 2- Canteadora(\$3,699.00) x 1 = \$3,699.00 Vida útil 6 años
- 3- Sierra de Mesa(\$5,980.00) x 2 = \$11,960.00 Vida útil 4 años
- 4- Sierra Sinfín(\$2,630.00) x 1 = \$2,630.00 Vida útil 7 años
- 5- Lijadora de Mano(\$42.00) x 3 = \$126.00 Vida útil 5 años

Lista de Herramientas:

1. Cinta Métrica(\$14.00) x 6 = \$84.00 Vida útil 2 años
2. Martillo(\$3) x 6 = \$18 Vida útil 5 años
3. Lija de Papel(\$10.00) metros x 10 = \$100 Vida útil 5 años
4. Sellador(\$14.99) Cubeta
5. Barniz(\$13.99) Cubeta
6. Pega de Madera(\$43.99) galón
7. Clavos(\$1) docena
8. Tornillos(\$1.5) docena
9. Taladro(69.99) x2 = \$139.98 Vida útil 2 años
10. Escuadras(\$18.00) x 6 = \$108.00 Vida útil 5 años
11. Presas Sargento(\$112.00) x 3 = \$336.00 Vida útil 3 años
12. Alicata(\$15.00) x 6 = \$90.00 Vida útil 5 años
13. Desarmador de estrella y ranura.(\$9.99) kit de desarmadores vida útil 3años.

Materia Prima en la elaboración:

Como se observa en la lista de pieza, la cantidad de madera Tornillo para la elaboración de un escritorio es 56.53 Pulgadas. El costo aproximado de este mueble de madera de pino es de \$300.

Espacio necesario para realizar todas las actividades:

Para llevar a cabo todas las actividades antes mencionadas en el proceso de producción se necesita un espacio físico de 6 metros de ancho x 4 largo y 4 metros de alto, para que cada una de las actividades se trabaje de la manera más eficiente y eficaz.

Espacio necesario para realizar todas las actividades:

- Pues una de las facilidades puede ser tener la maquinaria necesaria y que este en buen estado para hacer un buen trabajo sin atrasos.
- Que el espacio entre maquinas se bastante amplio para que ninguna sea una molestia al momento de trasladar el material.
- Que la maquinaria este bien ubicada para no perder tiempo.
- Que el local tengas las condiciones necesarias para trabajar.

Lista de piezas de escritorio de madera Tornillo

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	MEDIDAS			T.M.
		E	A	L	
Estructura					
2	Cubierta	1 Pulg.	14,00 Pulg.	5 Pies	
2	Regrueso Frontal – Posterior	1 Pulg.	2 Pulg.	5 Pies	
2	Regrueso Lateral	1 Pulg.	2 Pulg.	2.5 Pies	
Base					
2	Costados	1.5 Pulg.	25 Pulg.	2.5 Pies	
1	Mandil	1 Pulg.	14 Pulg.	5 Pies	
Cajonera					
1	Costado Cajonera	1 Pulg.	14 Pulg.	2 Pies	
2	Parante Cajonera	1 Pulg.	2 Pulg.	1.5 Pies	
2	Amarre Lateral Cajonera	1 Pulg.	2 Pulg.	1.5 Pies	
4	Amarre Frontal-Posterior-Cajonera	1 Pulg.	2 Pulg.	2 Pies	
Cajones					
2	Frente Cajón	1 Pulg.	6.5 Pulg.	2 Pies	
4	Costado Cajón	0.75 Pulg.	5 Pulg.	1.5 Pies	
2	Tras Cajón	0.75 Pulg.	4.5 Pulg.	1.5 Pies	
Accesorios					
1	Escuadra Base	1 Pulg.	4.5 Pulg.	3.5 Pies	
1	Take	1 Pulg.	3.5 Pulg.	1 Pie	
1	Tirador Torneado	2 Pulg.	2 Pulg.	1 Pie	

Materia Prima:

Como materia Prima Principal es la Madera.

Generalidades de la madera:

La madera es la sustancia fibrosa y celulosa de que se componen el tronco y las ramas de un árbol.

Es de fácil transformación y la material principal que utilizan los artesanos, ebanistas y carpinteros.

Madera más usadas para muebles

Las especies maderables utilizadas con mayor frecuencia por el ebanista para la fabricación de muebles, son: Caoba, Cedro Macho, Cedro Real, Guanacaste, Laurel, Nogal, Pochote, Pino Ocote, Genízaro.

Caoba: Madera de color café rojiza, textura madera fina, alto lustre natural, muy buena para trabajarla, toma un excelente acabado. Utilizada para columnas, puertas, vigas y construcciones coloniales.

Cedro Macho: Posee una albura estrecha de 2cm a 5cm. Es de color café, textura mediana y grano entrelazado. Se trabaja en marcos para puertas, construcciones en general.

Cedro Real El diámetro del árbol oscila entre 50cm y 1m. Su color es rojo café, su textura es fina; se trabaja con facilidad, toma buen acabado. Es usado para puertas, enchapados, tallados, torneados, etc.

Guanacaste Su madera es suave y liviana. Su color es café con marcas oscuras, textura gruesa, grano encontrado difícil de cepillar; el olor es desagradable, el aserrín causa irritación nasal. Se utiliza para interiores de construcciones de vivienda

Laurel Presenta una albura de 2 a 8cm bien definida; su color café es variable. Su textura es moderadamente fina y su grano normalmente es recto. Fácil de trabajar puertas, marcos, molduras y toma un buen acabado

Nogal Su madera es liviana Posee una albura de color gris de más de 5cm. Su color es café-achocolatado, su textura es gruesa y de grano recto. Toma un excelente acabado; Se utiliza para trabajos en forro, cielo raso, puertas, marcos para puertas y carpintería en general.

Pochote Su madera es suave y liviana de color rosado pálido, posee un alto lustre natural, toma un buen acabado, utilizada para enchapados, puertas, ventanas, gabinetes, y muebles en general.

Pino Ocote Son de especie de coníferas, son de tronco recto y cilíndrico. Su densidad es mediana. Posee un duramen bien definido. Su color es pálido amarillento Posee anillos medulares con alta definición. Sus especies son resinosas; son muy útiles en construcción y carpintería y también en pisos. Sirve para todo tipo de muebles por su vistosidad y acabado.

Genízaro Su tamaño y densidad son medianos. Es de color café oscuro. Su textura es gruesa con grano entrelazado. Produce irritaciones nasales al trabajarla, es apropiada para enchapados, para construcciones interiores.

Necesidades de Materia Prima.

Para la realización del producto a realizar se utilizarán los siguientes elementos:

- Madera: Pino Ocote, por su fácil trabajo, su color suave y su acabado.
- Cuero: Como material secundario se utilizará cuero de vaca, ya que además de ser uno de los más accesibles, es de los más fáciles de trabajar.

Cantidades a utilizar de materia prima por:

- La cantidad de materia a utilizar dependerá del volumen de madera que necesite los productos.

Costo de Madera de Pino

Tablas

1x8x2.40 mts \$5.22
1x8x3.30 mts \$6.99
1x8x3.90 mts \$8.50

Reglas

1x4x3.96 mts \$3.90
1x5x3.20 mts \$4.08

Cuartón

2x2x8 mts \$4.43
2x3x8 mts \$6.00

Identificación de Proveedores y Cotizaciones

Las características que deben tener nuestros proveedores son:

- Cumplimiento en las fechas de entrega.
- Calidad
- Precio
- Servicios que ofrece
- Créditos
- Localización

En la siguiente tabla se especifica las características de cada proveedor en escala del 1 al 5.

PROVEEDORES	Cumplimiento en las fechas	Calidad	Precio	Servicios que ofrece	Crédito	Localización
FERRETERIA LA GRAPA	4	4	3	Ninguno	No	Mercado Israel Levites
ELECTRO-MUEBLES MARA	4	5	3	Ninguno	No	Costado Sur, Mercado Periférico
MADERAS DEL MUNDO S.A	5	5	4	Ninguno	si	Colonia Rafaela Herrera
MADENICSA	5	5	4	Transporte	Si	KM 11 Carretera Nueva León
MADERAS SOSTENIBLES	5	5	5	Transporte	No	KM 12.5 Carretera Nueva León
SINSA S.A.	5	5	4	Atención Online	No	Varios Puntos de Madera

Compras:

El área de Producción debe encargarse de las compras a realizar según las especificaciones del producto a realizar.

Para esto debe tener un orden y control según la orden de producción en el cual debe saber qué es lo que hay en inventario y lo que se necesita para trabajar.

Dentro de esto la empresa debe de realizar acuerdos con el proveedor en el cual los dos lleguen a un mutuo beneficio, estableciendo quien hará los fletes, o sea, las entregas del material, y el mantenimiento de precios de los materiales.

Gestión de Compras:

a) Establecer una estrategia para la gestión de compras o aprovisionamientos. Se actúa según un sistema formal de planificación y control.

b) El proveedor realiza el programa de entregas con camiones o furgonetas mono producto. Las especificaciones del producto son rígidas y se basan en el diseño del comprador.

c) Las relaciones con el proveedor son a largo plazo, con un firme compromiso de colaboración. El énfasis se sitúa en la calidad, servicio y coste equitativo. Se utilizan contenedores estándar con cantidades exactas especificadas de materiales o componentes.

Capacidad Instalada

La empresa debe tener establecida cuales son las limitantes de producción que puede hacer en un día de trabajo lleno.

El Potencial:

El Potencial que tiene la empresa podría ser de 15 sillas sencillas ya ensambladas en un 100%

Nivel requerido o Planeado:

Como estaremos elaborando muebles en conjunto, el área de producción deberá de poder producir por lo menos un conjunto en 4 días hábiles con por lo menos de 2 trabajadores por área de trabajo.

Programa de producción

Parte de la Mejora continua en nuestra empresa es necesario establecer:

1. Implicación al máximo del personal en la gestión y mejora de la empresa.

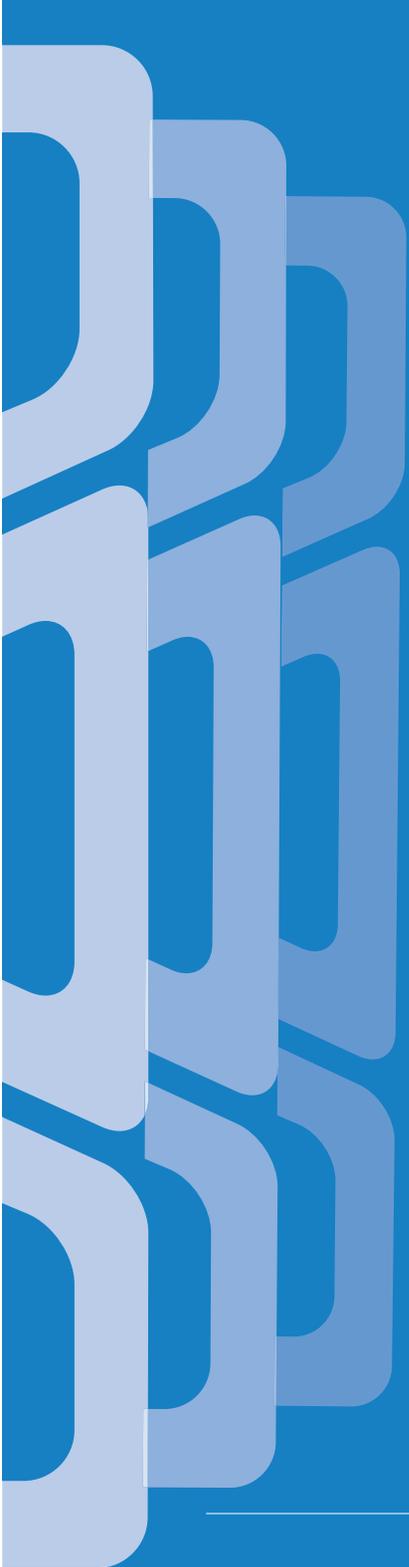
2. Promoción de la formación para disponer de “gente de calidad” en la empresa.

3. Delegación a los niveles operativos de las decisiones del día a día

4. Aumento de los niveles de calidad y productividad en toda la organización, mediante la estructuración por productos y procesos y la promoción del trabajo en equipo y la eliminación de las operaciones que no añadan valor al producto o servicio.

5. Actuación con voluntad de avanzar en la mejora continua, con coherencia y ejemplo, motivando, reforzando y dando apoyo donde convenga, informando y comunicando convenientemente, eliminando cualquier clase de discriminación en el trato y perseverando siempre.

Otros aspectos que se debe de tomar en cuenta para la mejora continua es la supervisión.



CAPÍTULO V

ORGANIZACIÓN

CAPÍTULO V: ORGANIZACIÓN

En este capítulo abordaremos sobre la organización de la empresa, la estructura organizacional, las funciones específicas que deben tener cada uno de los empleados, el tipo de capacitación que se le dará al personal, así como la evaluación de desempeño para la mejoría al empleador como a la empresa.

Objetivo General:

- Simplificar, coordinar y optimizar las funciones y los recursos de la empresa para alcanzar las metas establecidas en la planeación.

Objetivos del área de organización

- Corto:
 - o Garantizar el espacio físico necesario para las áreas, para el buen funcionamiento de la empresa.
 - o Garantizar el equipo, las herramientas e instrumentos necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa.
 - o Garantizar la contratación de los Recursos Humanos necesarios, que reúnan las exigencias de cada área.
 - o Garantizar los insumos y materiales de todas las áreas de la empresa.
 - o Elaborar en el primer año el estado financiero de la empresa, determinando su sistema contable.
 - o Elaborar el manual de funcionamiento de la empresa.

- Mediano:
 - o Garantizar el espacio físico que requerirá la empresa en el tercer año, ya que tendrá una ampliación de maquinaria.
 - o Garantizar la actualización y mantenimiento de los equipos y herramientas que se requieran en la empresa.
 - o Realizar una evaluación del Recurso Humano, para la mejora continua del perfil de los colaboradores.
 - o Garantizar una pequeña reserva de insumos el cual se vea más demandado por los últimos tres años.
 - o Realizar una valoración del estado financiero del tercer año y el del primer año.
- Largo:
 - o Garantizar el espacio físico que se requiera en la empresa para el quinto año, creando un ambiente ergonómico en cuanto espacio y ambiente.
 - o Actualizar el equipo de la empresa para ya los cinco años transcurridos, garantizando el mejor funcionamiento de la empresa.
 - o Garantizar el personal de Colaboradores con el perfil necesario para las áreas de trabajo.
 - o Crear el estado financiero para la mejora del sistema contable.
 - o Rehacer el manual de funciones de la empresa para perfilar las funciones de los colaboradores.

Estructura Organizacional

Organigrama de la Empresa.

Organigrama de la Empresa



Funciones específicas:

•Gerente:

Es la imagen y presentación de la empresa. Es directamente responsable por la correcta dirección, organización, y control de los bienes y recursos que posee la Empresa.

Funciones específicas:

a) Dar instrucciones sobre el desarrollo de cada uno de los cargos a todos los empleados de la Empresa, coordinando y orientando los procesos, velando por el cumplimiento de los mismos.

b) Proponer los controles necesarios para una adecuada utilización del tiempo y los recursos de cada área de la Empresa.

c) Implementar todos los controles disciplinarios necesarios para el éxito en la consecución de los objetivos de la Empresa.

d) Velar porque los miembros de la Organización actúen de acuerdo al logro de los objetivos.

• Gerente Financiero: Responde ante Gerencia General y Presidente por las adecuadas prácticas contables de la Organización, controles internos, impuestos, costos, elaboración y análisis de estados financieros. Controla los Ingresos, Egresos, Costos, Balances, Patrimonio. Propone alternativas de mejoramiento en todos los aspectos.

Funciones específicas:

a) Debe analizar, e interpretar y certificar los estados financieros de la Entidad.

b) Dar instrucciones sobre el desarrollo de cada uno de los cargos a los empleados de la Empresa con cargos relacionados con su área, coordinando y orientando cada uno de los procesos y velando por el cumplimiento de los mismos.

c) Proponer los controles necesarios para una adecuada utilización de los dineros y recursos de la Empresa.

d) Elabora el Presupuesto para cada área y vela por su estricto cumplimiento.

e) Implementar todos los controles fiscales necesarios para el éxito en la consecución de los objetivos de la Empresa.

f) Velar porque los miembros de la organización actúen de acuerdo al logro de los objetivos trazados.

g) Tomar decisiones junto con el Gerente General con respecto a la evaluación del desempeño de sus subordinados, y con base en estas establecer ascensos, bonificaciones, incentivos y todo lo referente al bienestar de los empleados.

h) Consultar y coordinar las compras de Activos Fijos, junto con el Presidente y el Gerente General.

- Gerente Administrativo: Verificar el buen funcionamiento del personal y toda la infraestructura física. Selección, contratación y coordinación del personal para el ingreso a la Empresa.

Funciones específicas:

a) Verificar y controlar el funcionamiento y aspecto de las instalaciones locativas.

b) Controlar el desempeño del personal y su óptima presentación personal.

c) Elaborar y hacer cumplir los turnos correspondientes al personal de conductores y servicios generales.

d) Estudiar solicitud de empleo, Elaborar contratos de trabajo, Controlar que se hagan las afiliaciones la Seguridad Social, Caja de Compensación Familiar, Sena, Arp, etc.

e) Informar al área financiera sobre ingresos de personal y sus novedades.

f) Controlar que se hagan los respectivos descuentos y deducciones que tenga cada empleado. Velar porque se cumpla con todos los pagos, prestaciones sociales que señala la ley.

g) Presentar en tiempo oportuno los presupuestos de gastos y compras.

h) Consultar y coordinar las compras de Activos

Fijos, junto con el Presidente y el Gerente General.

- Gerente Administrativo: Verificar el buen funcionamiento del personal y toda la infraestructura física. Selección, contratación y coordinación del personal para el ingreso a la Empresa.

Funciones específicas:

a) Verificar y controlar el funcionamiento y aspecto de las instalaciones locativas.

b) Controlar el desempeño del personal y su óptima presentación personal.

c) Elaborar y hacer cumplir los turnos correspondientes al personal de conductores y servicios generales.

d) Estudiar solicitud de empleo, Elaborar contratos de trabajo, Controlar que se hagan las afiliaciones la Seguridad Social, Caja de Compensación Familiar, Sena, Arp, etc.

e) Informar al área financiera sobre ingresos de personal y sus novedades.

f) Controlar que se hagan los respectivos descuentos y deducciones que tenga cada empleado. Velar porque se cumpla con todos los pagos, prestaciones sociales que señala la ley.

g) Presentar en tiempo oportuno los presupuestos de gastos y compras.

h) Elaborar y controlar las órdenes de compra a todos los proveedores.

i) Entregar los útiles de oficina al personal que lo requiera y controlar su uso.

j) Controlar los suministros de insumos para el área de servicios generales.

k) Controlar la asistencia de los trabajadores.

l) Coordinar con el Gerente General lo concerniente a capacitación, inducción y mejoramiento del nivel de los empleados.

m) Elaborar el Reglamento Interno de trabajo sino existe y tramitarlo ante el Ministerio de Trabajo, colocar una copia en un lugar visible.

n) Velar por que se cumplan las normas de Seguridad Industrial.

o) Elaborar las comunicaciones de llamadas de atención Al personal y hacer cumplir las sanciones a que haya lugar.

p) Recibir los descargos del personal amonestado e efectuar su evaluación.

q) Todas las demás inherentes al cargo que le sean asignada.

- Gerente de Mercadeo: Deberá reportar a la Gerencia General y tendrá a su cargo la atención de clientes, mantenimiento de negocios actuales y consecución de nuevos. Orientar, diseñar, evaluar e implementar estrategias de Mercadeo y Ventas.

Funciones específicas:

a) Seleccionar el personal de ventas de la Empresa.

b) Programar y ejecutar todos los planes de venta de pro-exequiales, servicios directos, captación de pensionados, convenios empresariales y demás acciones tendientes al crecimiento de la Empresa.

c) Formulación, preparación, ejecución y evaluación de campañas de publicidad, técnicas de comunicación, manejo de eventos promocionales, planeación estratégica, servicio al cliente.

d) Controlar y coordinar la venta y recaudo de Pólizas pro-exequiales.

e) Es responsable por la motivación del personal de Mercadeo, al igual que la creación de estímulos y capacitación permanente.

f) Elaborar y supervisar los presupuestos de Ventas mensuales.

g) Elaborar programas de alianzas estratégicas en beneficio de le Empresa.

h) Todas las demás inherentes al cargo que le sean asignadas

- Gerente de Producción: Metódico y organizado en su propio trabajo. Sólido en sus convicciones y decisiones pero aceptando analizar otros puntos de vista.

a) Organiza y da seguimiento a la ejecución de todos los trabajos dentro del ciclo de producción garantizando que, individualmente, cumplen con las especificaciones establecidas en el sistema de calidad.

b) Tiene Responsabilidad sobre el funcionamiento del área productiva de la empresa y sobre el cumplimiento de los objetivos y políticas establecidas por el Gerente General y/o el equipo gerencial.

c) Optimiza y planifica los recursos productivos de la empresa para obtener un crecimiento progresivo de la productividad a la vez que se respetan los condicionantes y especificaciones de calidad.

d) Promover el sistema de calidad en toda el área de la que es responsable, ayudando a completar aspectos que pueden contribuir a su mejora continuada.

e) Trata con el Gerente General sobre los planes a corto, medio y largo plazo para hacer progresar el área productiva de la empresa con respecto a las tendencias del mercado y de la tecnología.

- f) Crea una labor de equipo con sus colaboradores inmediatamente inferiores en el organigrama traduciendo las políticas y estrategias de la empresa en acciones concretas que puedan ser interpretadas claramente por los mandos intermedios.
- g) Da Seguimiento a la evolución tecnológica, analizando la aplicabilidad en la propia empresa y estudiando la posible rentabilidad de su utilización.
- h) Prepara y presenta al equipo directivo, y muy concretamente al Gerente General, la evolución de los índices de productividad, las acciones realizadas en el período y el conjunto de recomendaciones deseables para la mejora del período siguiente.
- i) Da seguimiento al rendimiento y efectividad de los mandos intermedios a su cargo, proponiendo planes formativos para su crecimiento a nivel tecnológico.
- j) Da seguimiento especial a la planificación de los trabajos y del cumplimiento de los plazos de entrega, procurando información periódica, puntual y fiable al departamento comercial en este aspecto.
- k) Recibir, filtrar y distribuir los procedimientos y mejoras del sistema de calidad.
- l) Liderar y seguir los avances en las acciones correctoras y preventivas en áreas de productividad, calidad y medio ambiente.
- m) Asignar las funciones y responsabilidades a cada una de las personas de su área, así como las relaciones entre ellas, muy especialmente de los que tienen cargos jerárquicos
- n) Tiene a su cargo, supervisa y controla las actividades de almacenaje, tanto de materias primas como de productos terminados, así como también su entrega a los clientes.

Servicio al Cliente:

- a) Mostrar atención; para que un negocio funcione debidamente lo primero a realizar en el momento que ingresa un/a cliente/a es demostrarle que para usted es una persona
- b) Tener una presentación adecuada; un/a cliente/a es muy observador/a y para nada le gustan que el/la vendedor/a descuide su imagen.
- c) Atención personal y amable; El/la cliente/a es su publicidad gratuita, si es atendido de forma cordial; este dirá a todos/as lo bien que fue recibido en su negocio y es más probable no solo que regrese sino que traiga a más clientes.
- d) Respetar la opinión del/la cliente/a: Anotar en un papel todos los datos aportados por el/la cliente/a (en caso de ser necesario), mostrando interés por sus opiniones.
- e) Controlar: Realizar el seguimiento oportuno para que se solucione la reclamación, en caso de que no seamos nosotros directamente los encargados de hacerlo. Lo más importante es NO buscar excusas.

Capacitación personal

Objetivo

- Establecer los lineamientos y la metodología para capacitar a todo el personal de la Compañía, así como evaluar la efectividad del mismo.

Políticas

1. Todo el personal deberá acreditar un mínimo de horas requeridas de capacitación, dependiendo el puesto de cada empleado (a).
2. Será responsabilidad del departamento de Capital Humano y el supervisor inmediato, informar a los empleados (as) sobre los cursos obligatorios y/o disponibles de acuerdo a su puesto.
3. Será responsabilidad del empleado (a), agendar, asistir y aprobar los cursos obligatorios de acuerdo a su puesto.
4. Cualquier incumplimiento con la presente política podrá tener acciones disciplinarias, incluidas la rescisión laboral.
5. Inducción general.
6. Todos los empleados (as) deberán recibir un curso de inducción a la Compañía a fin de familiarizarlos con la misma logrando un mayor compromiso.
7. El departamento de Capital Humano deberá coordinar con las diferentes áreas para impartir el curso de inducción general a los nuevos empleados (as) de la Compañía en forma semanal o quincenal según aplique.
8. El departamento de Capital Humano estará encargado de brindar los equipos necesarios de inicio para el desempeño del trabajo a los empleados (as) como gafete, equipo de cómputo, accesos, según corresponda.

9. El gerente de área estará encargado de la entrega de uniformes, herramientas y/o vehículo asignado según corresponda.

10. El curso de inducción general deberá llevarse a cabo dentro de las instalaciones de la oficina por la cual haya sido contratado el empleado (a), a fin de mostrarle los servicios que estarán a su disposición.

11. Será responsabilidad del área de Sustentabilidad coordinarse con el área de Capital Humano para incluir en el curso de inducción general, el curso de “Introducción a la Sustentabilidad”.

12. Inducción al puesto de trabajo.

13. Será responsabilidad del supervisor inmediato, coordinar la inducción al puesto del trabajador. En caso de promoción o contratación el supervisor inmediato deberá asignar a una persona que se hará responsable de la inducción a las actividades del puesto.

14. Será responsabilidad del empleado (a) asignado para dar la inducción, explicar a detalle las actividades del puesto, así como dar ejemplos que faciliten el aprendizaje. Este proceso deberá repetirse las veces que sea necesario hasta lograr la calidad deseada en las actividades.

15. Será responsabilidad de la persona que esté recibiendo la inducción, tomar notas y hacer preguntas a fin de no tener dudas al término de la inducción.

16. Una vez concluida la inducción y que se haya asegurado el entendimiento del empleado (a), se deberá llenar el formato “Lista de verificación del entrenamiento en nuevo puesto de trabajo” y deberá entregarse a Capital Humano.

17. Los registros del formato “Lista de verificación del entrenamiento en nuevo puesto de trabajo” deberán ser almacenados por el área de Capital Humano, por el periodo activo del empleado (a).

18. Capacitación.

19. Será responsabilidad de los empleados (as) asistir a las sesiones de capacitación que le sean programadas por el departamento de Capital Humano, aun cuando estas se lleven a cabo en su día libre.

20. Será responsabilidad de los gerentes de área asignar objetivos de capacitación en conjunto con el departamento de Capital Humano.

21. Capital Humano deberá informar a los gerentes de área sobre la fecha límite para asignar los objetivos de capacitación.

22. Los Jefes de Capital Humano deberán generar el plan anual de capacitación, a partir de la asignación de objetivos entregada por los gerentes de área. En caso de que así fuera requerido por un área en particular se podrá tener un curso fuera del plan llenando el formato “Curso no previsto”.

23. El departamento de Capital Humano deberá apoyar en la coordinación de los entrenamientos, programar un lugar adecuado para el mismo, entregar el material necesario a los empleados (as), llevar el registro de asistencia, aplicar evaluaciones, así como seleccionar al proveedor, en coordinación con el gerente de área, que se adecue a las necesidades del curso solicitado.

24. El departamento de Capital Humano deberá almacenar y resguardar todos los registros, constancias y certificados de los cursos de acuerdo al

tiempo estipulado en la política de Retención de Registros.

25. El departamento de Capital Humano estará encargado de la administración del formato “Lista de instructores”, que de acuerdo al formato “Evaluación de satisfacción del participante” será depurado anualmente.

Desarrollo Personal

Orientado a enriquecer las habilidades y conocimientos generales y especializados de las personas para un mejor desempeño de sus cargos y futuras promociones, desarrollando capacitación y perfeccionamiento del personal.

El objetivo de la presente Normativa es definir las normas y procedimientos que serán aplicados en el Reclutamiento, Selección y Contratación de Personal permanente o temporal de Teki S.A.

Contratación: Todo ciudadano tiene el derecho de participar en las convocatorias de selección de personal tal y sea el perfil que estime y necesite el cual esta se hará en igualdad de condiciones y bajo los procedimientos

Convocatoria: La convocatoria para la provisión de plazas vacantes, deberá tener amplia publicidad, a lo interno de la Institución por medio de carteles durante ocho días y a nivel externo, utilizando un medio de comunicación escrito y visual de circulación nacional.

Selección: El comité de selección tendrá como función la de practicar la prueba, evaluarla, elaborar

una lista de los aspirantes al cargo en orden descendiente de acuerdo a las calificaciones obtenidas.

Si los candidatos que obtuvieron mejores calificaciones fueren dos o más optantes, se concederá preferencia a quien tenga más años de experiencia y si persiste el empate, concederá al que tenga más años de antigüedad. El nombramiento se hará cinco días después de publicados los resultados de la convocatoria.

Los Jefes de los Centros de Responsabilidad serán los encargados directos de informar al Departamento de Recursos Humanos y al Comité Bipartito de

Capacitación la necesidad de actividades correspondientes al desarrollo de su personal.

El Departamento de Recursos Humanos ejercerá una función coordinadora y asesora de las actividades de este subsistema. Para la cual mantendrá una comunicación permanente con el Equipo Directivo de la Subsecretaría.

La función de Desarrollo de los Recursos Humanos, considerará en su planificación tanto al personal de planta y contrata como al personal a Honorarios.

La Subdere considera a las personas y el desarrollo de sus expectativas individuales, esenciales para el cumplimiento de la Misión y los objetivos estratégicos.

El objetivo de la presente Normativa es definir las normas y procedimientos que serán aplicados en

el Reclutamiento, Selección y Contratación de Personal permanente o temporal de Teki S.A. Contratación: Todo ciudadano tiene el derecho de participar en las convocatorias de selección de personal tal y sea el perfil que estime y necesite el cual esta se hará en igualdad de condiciones y bajo los procedimientos

Convocatoria: La convocatoria para la provisión de plazas vacantes, deberá tener amplia publicidad, a lo interno de la Institución por medio de carteles durante ocho días y a nivel externo, utilizando un medio de comunicación escrito y visual de circulación nacional.

Selección: El comité de selección tendrá como función la de practicar la prueba, evaluarla, elaborar una lista de los aspirantes al cargo en orden descendiente de acuerdo a las calificaciones obtenidas. Si los candidatos que obtuvieron mejores calificaciones fueren dos o más optantes, se concederá preferencia a quien tenga más años de experiencia y si persiste el empate, concederá al que tenga más años de antigüedad. El nombramiento se hará cinco días después de publicados los resultados de la convocatoria.

Las empresas sólo pueden ser innovadora y adaptativa si sus empleados tienen motivación de desarrollo personal. Las personas con alta resistencia profesional son capaces de superar los obstáculos de su entorno laboral y de adaptarse a acontecimientos inesperados (cambios en los procesos de trabajo o en las demandas de los clientes); son capaces de desarrollar nuevos modos de utilizar sus habilidades para enfrentarse con los problemas y los sucesos inesperados.

Los trabajadores con elevada perspicacia personal se fijan objetivos profesionales y participan en actividades de desarrollo que les ayuden a alcanzarlos; toman medidas para evitar que sus habilidades queden obsoletas. Los trabajadores con alta identidad personal y profesional están comprometidos con la empresa, son capaces de hacer lo que sea necesario (como trabajar durante largas horas) para terminar un proyecto o atender los pedidos de los clientes y están orgullosos de trabajar en la empresa.

Valoración personal: La valoración personal ayuda a las personas a determinar sus intereses profesionales, valores, actitudes y tendencias de comportamiento.

Revisión de la realidad: Las personas reciben información sobre cómo evalúa la empresa sus habilidades y conocimientos y sobre el lugar que ocupan en los planes de la compañía (posibles oportunidades de ascenso, movimientos laterales).

Generalmente, son los directores de recursos humanos quienes proporcionan esta información como parte del proceso de valoración del rendimiento. **Fijación de objetivos:** En esta fase del proceso de planificación profesional, las personas establecen sus objetivos profesionales a corto y largo plazo, generalmente relacionados con puestos deseados (llegar a ser director de ventas en tres años), nivel de uso de las habilidades (utilizar un presupuesto para mejorar los problemas de tesorería de la unidad), asignación de trabajo o adquisición de habilidades (aprender a usar los sistemas de información de recursos humanos disponibles en la empresa).

Planificación de acciones: En esta etapa, las personas determinan cómo alcanzarán sus objetivos profesionales a corto y largo plazo. Los planes de acción pueden incluir inscripción en cursos de formación y seminarios, entrevistas de dirección de la información o petición de oportunidades laborales en la empresa.

Administración de sueldos y salarios

TEKI S.A. NOMINA

CARGO	MONTO NOMINAL DE SUELDO O SALARIO	13AVO MES	VACACIONES	INDEMICACION POR AÑOS DE SERVICIO	2% INATEC	SEGURO PATRONAL (13.4%)	TOTAL
GERENTE GENERAL	C\$ 7,720.00	C\$ 7,720.00	C\$ 7,720.00	C\$ 7,720.00	C\$ 154.40	C\$ 1,034.48	C\$ 32,068.88
CONTADOR	C\$ 6,000.00	C\$ 6,000.00	C\$ 6,000.00	C\$ 6,000.00	C\$ 120.00	C\$ 804.00	C\$ 24,924.00
EJECUTIVO DE VENTAS	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 100.00	C\$ 670.00	C\$ 20,770.00
DISEÑADOR	C\$ 6,000.00	C\$ 6,000.00	C\$ 6,000.00	C\$ 6,000.00	C\$ 120.00	C\$ 804.00	C\$ 24,924.00
CANTEADOR	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 100.00	C\$ 670.00	C\$ 20,770.00
ARMADOR	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 100.00	C\$ 670.00	C\$ 20,770.00
TOTAL							C\$144,226.88
HECHO POR			REVISADO POR			AUTORIZADO	

Evaluación de desempeño

En todas las empresas surge la necesidad de valorar y medir el desempeño de las personas en su puesto de trabajo, la manera de medir este desempeño será por medio de una hoja de evaluación en la cual todo el personal contestara. La Evaluación del Desempeño es un proceso sistemático y periódico que sirve para estimar cuantitativa y cualitativamente el grado de eficacia y eficiencia de las personas en el desempeño de sus puestos de trabajo, mostrándoles sus puntos fuertes y débiles con el fin de ayudarles a mejorar.

Pretende identificar los aspectos que necesitan ser mejorados para establecer planes de formación, reforzar técnicas de trabajo y gestionar el desarrollo profesional de sus trabajadores.

La Evaluación del Desempeño se tiene que basar en actividades que afectan al éxito de la empresa u organización, es decir, evaluar el rendimiento laboral desde 4 aspectos:

- Cantidad y calidad de los servicios producidos por el trabajador/a.
- Forma de comportarse en su puesto de trabajo.
- Medios que utiliza el trabajador/a.
- Integración con los valores, cultura y objetivos de la organización.

Es conveniente que al menos una vez al año se realice una evaluación del desempeño, aunque dependerá del área o departamento, puesto que a mayor número de trabajadores a cargo aumenta la necesidad de evaluación y seguimiento.

El responsable de línea realiza la evaluación a cada uno de sus colaboradores, puesto que esta evaluación es personal e individual.

Al final de la misma, quedará por escrito todas las observaciones y propuestas de mejora planteadas entre responsable y colaborador, reflejándose el plazo establecido para la revisión de las mismas.

Relaciones de trabajo

Fundamentos de la Comunicación

Como característica de la Relación Laboral, será la comunicación verbal y escrita, que es la transferencia de información de una persona a otra. Es un medio de contacto con los demás por medio de la transmisión de ideas, datos, reflexiones, opiniones y valores. El cual ayudara a la empresa en su desarrollo.

Una comunicación eficiente está basada en el establecimiento de un puente donde el emisor tenga detectado el objeto, el lenguaje y el contenido correcto, conociendo previamente quién es el receptor y previendo cuál será su feedback (hacer las cosas correctas perfectamente).

Para ello tendremos presente los siguientes principios:

- 1.- Principio de claridad, es cuando una comunicación lleva implícito con claridad el contenido del mensaje, y es entendido por la persona a quien va dirigido.
- 2.- Principio de la atención, enfatiza el grado de interés que presenta el receptor en el momento que se transmite una información.
- 3.- Principio de integridad, con este se persigue demostrar que la comunicación es utilizada con la finalidad de intercambiar ideas, tanto personal (individuales) como en las organizaciones.

4.- Principio del uso estratégico de la organización informal, este trata de la interacción que resulta entre las personas de la empresa.

Importancia de la Comunicación

La coordinación del trabajo es imposible sin comunicación, lo que provocaría el colapso de las organizaciones. También la cooperación se vuelve imposible, dado que las personas no pueden comunicar a los demás las necesidades y opiniones.

Marco legal de la Organización

La forma jurídica que estará constituida nuestra empresa será la Sociedad Anónima S.A

1- Números de Socios:

La empresa estará constituido por 2 socios:

-Regina Lourdes Montalván Dávila

-Daniel Alexander Estrada López

2- Aportación de los socios al capital social

Regina: \$ 27,694.375

Daniel: \$ 27,694.375

3- Responsabilidades que adquieren frente a terceros

Siendo una Sociedad Anónima, estas responsabilidades serán repartidas en partes igualitarias entre todos los socios con los fondos aportados a la empresa.

4- Gastos de constitución de la empresa

Los gastos para inscribir la constitución de la empresa son:

Inscripción de Constitución

- Capital menor o igual a C\$100,000: C\$1,000

- Capital mayor a C\$100,000 : 1% del capital

Hasta un máximo de C\$30,000

Matricula Comercial C\$260.00

Solvencia municipal C\$25.00

Sellado de libros contables: Libros de 200 páginas
C\$ 50.00 c/u

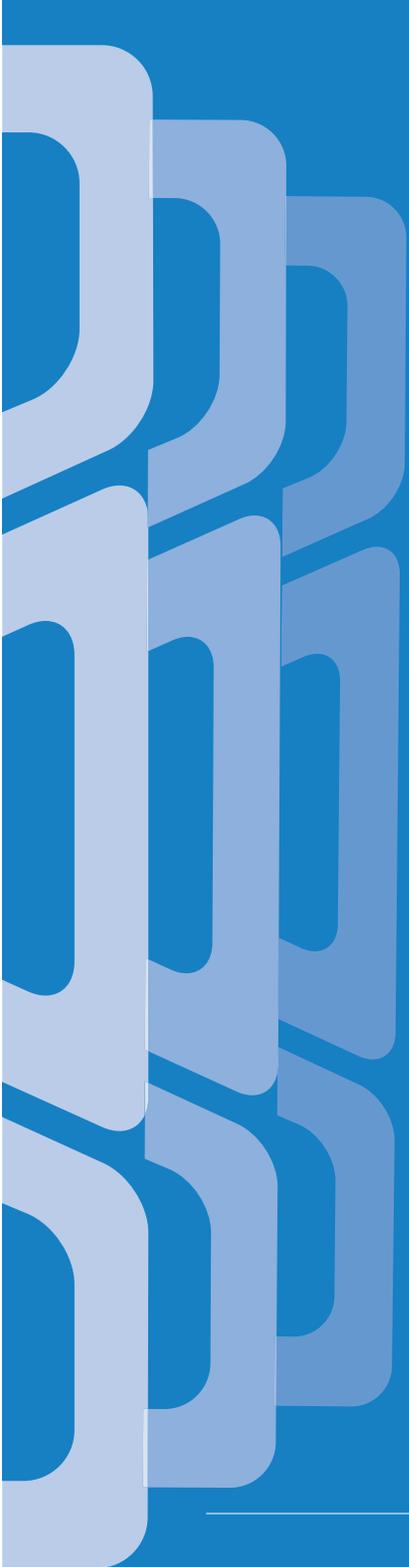
Inscripción de Poder: C\$300.00

Trámites a realizar para implementarla legalmente

- Escritura de Constitución de Sociedad, en original.
- Solicitud de Inscripción como Comerciante (original en papel sellado) firmada por el presidente y fotocopia de la cédula de identidad. (Si la solicitud es firmada por un apoderado, se debe relacionar el poder que lo acredita y especificar en la solicitud que se adjunta una copia del poder para su debido cotejo, así mismo adjuntar una copia simple del poder y fotocopia de cédula de Identidad del mismo).
- Libros contables de la empresa:
- S.A. (Diario, Mayor, Actas y Acciones)
- Cia. Ltda. (Diario, Mayor y Actas)
- Poder General de Administración con C\$ 70 en timbres fiscales, en original.

Obligaciones fiscales que se deberán afrontar

Seremos recaudadores de impuesto, declarando mensualmente el I.V.A sobre las ventas realizadas. Desconozco totalmente que otra obligación afronta la S.A



Capítulo VI

FINANZAS

Capítulo VI: FINANZAS

En este capítulo abordaremos sobre las finanzas de la empresa, el sistema contable que utilizaremos, los estados financieros proyectados así como los objetivos que tendremos en esta área para llevar una finanzas adecuada para ser una empresa rentable.

Objetivo General:

- Realizar el correcto uso de los recursos económicos, apoyándose en herramientas financieras para lograr una correcta optimización de los recursos.

Objetivos del área de finanzas:

- Corto:
 - o Garantizar los recursos necesarios en las diferentes áreas, para el buen funcionamiento de la empresa.
 - o Identificar los medios más atractivos para contribuir con el capital de la empresa en el primer año de funcionamiento.
 - o Recomendar la manera más viable para aumentar el capital de la empresa.
 - o Elaborar libros contables cada mes.
 - o Elaborar una evaluación anual, sobre los ingresos y egreso que tuvo la empresa.
- Mediano:
 - o Garantizar los recursos que requerirá la empresa en el tercer año, ya que tendrá una ampliación significativa.

o Identificar los medios más atractivos para contribuir con el capital de la empresa en el tercer año de funcionamiento.

- Largo:
 - o Garantizar los recursos que requerirá la empresa en el quinto año.
 - o Identificar los medios más atractivos para contribuir con el capital de la empresa en el quinto año de funcionamiento.
 - o Comprar un software que ayude a la empresa a llevar los estados financieros de la empresa de una manera más segura.

Sistema contable de la empresa.

El sistema contable que utilizaremos será el de partida doble.

Catálogo de cuenta.

Cta. Mayor	Cta. Auxiliar
000-1-1	
	000-1-1-1
	000-1-1-2
000-2-1	
000-3-1	

Software a utilizar

El programa Mónica:

Ventajas:

- Rapidez al hacer el estado financiero.
- Programa enfocado en la contabilidad.
- Permite realizar los siguientes documentos:

Facturas -notas de venta -notas de compra -inventarios -cuentas por cobrar -cuentas por pagar -cuentas corrientes -libros contables -cierre de libros -archivos de clientes.

Desventajas:

- En su versión gratuita es limitado.
- Muchos procesos para llegar a un resultado.
- No se puede equivocar porque es muy difícil enmendar el error.

Estructura:

Está estructurado por facturas, cuentas por cobrar, contabilidad, cuentas por pagar, inventario, cuentas corrientes, estimado, parámetros, cuentas de proveedores, ayuda y salir.

Flujo de Caja Projectado

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

Balance Prueba

El balance prueba, balance de situación o estado de situación patrimonial es un informe financiero contable que refleja la situación económica y financiera de una empresa en un momento determinado.

BALANCE PRUEBA			
Teki S.A. inicia sus operaciones el 1 de enero de 2016			
CODIGO	CUENTAS	DEBITOS	CREDITOS
000-1-1	Caja	500.00	
000-1-2	Bancos	1,500.00	
000-2-1	Proveedores		600.00
000-2-2	Acreedores		200.00
000-1-3	Inventario	12,000.00	
000-2-3	Gastos Preoperatorios	22,450.00	
000-1-4	Mobiliario y Equipo de oficina	3,000.00	
000-1-5	Equipo de reparto	3,000.00	
000-1-6	Renta pagada por anticipacion	2,200.00	
000-1-7	Clientes	10,200.00	
000-1-8	Estimacion de cuentas incobrables		200.00
000-1-9	Depreciacion acumulada de mobiliario y equipo de oficina		550.00
000-1-10	Depreciacion acumulada de equipo de reparto		750.00
000-1-11	IVA Acreditable	2,838.75	
000-3-1	Capital social		55,388.75

Balance inicial de 1 año

Teki S.A. inicia sus operaciones el 1 de enero de 2016 con los siguientes saldos:

TEKI S.A			
BALANCE INICIAL			
Activos Circulantes		Pasivos	
Caja Chica	500.00	Proveedores	600.00
Bancos	1,500.00	Acreedores	200.00
Clientes	10,200.00	Total Pasivos	800.00
Estimación de cuentas incobrables	200.00	Patrimonio	
Inventario	12,000.00	Capital Social	55,388.75
IVA acreditable:	2838.75		
Total Activos Circulantes	26,838.75		
Activo Fijos			
Equipo de reparto	3,000.00		
Depreciación Acumulada de equipo de reparto	750.00		
Mobiliario y equipo de oficina	3,000.00		
Depreciación acumulada de mobiliario y equipo de oficina	550.00		
Total Activos Fijos	4,700.00		
Activos diferidos			
Renta pagada por anticipación	2,200.00		
Gastos preoperativos	22,450.00		
Total de Activos diferidos	24,650.00		
Total Activos	56,188.75	Total Pasivos + Capital	56,188.75

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio muestra una situación en la cual la empresa ni gana ni pierde, y se realiza para determinar los niveles más bajos de producción o ventas a los cuales puede funcionar un proyecto sin poner en peligro la viabilidad financiera.

Clasificación de los Costos

Costos Fijos por 1 año:

Internet (Claro) \$ 6 0 7 . 2 0

Agua (ENACAL) \$140.00

Luz (Union Fenosa) \$851.52

Telefonía fija (Claro) \$168.00

Suministros (Papelería, Limpieza, Higiene) \$520.00

Suministros de taller (Madera, pega, thinner, sellador, lijas, hojas de cierras, protección personal, tornillos y clavos) \$3000.00

Renta \$2,200.00

Total: \$7,485.72

Costos Variables:

Salarios \$14,000.00

Gastos de distribución \$1,800.00

Consumibles \$480.00

Total: \$16,280.00

Variables a determinar

CFt = \$ 7,485.72

CVu = \$ 16,280.00

PVu = \$ 220.00

El Costo Variable unitario se obtiene de dividir:

Costo Variable unitario (CVu) = Costo Variable total / Total de Unid. Producidas

Es decir: Costo Variable unitario (CVu) = \$ 16,280.00 / 193 unidades = \$ 84,352.33

Aplicamos las Fórmulas:

P.E.I. = $\frac{CFt}{1 - \frac{CVu}{PVu}}$ = $\frac{\$ 7,485.72}{1 - (\$ 16,280.00 / \$ 220.00)}$

= $\frac{\$ 34,420.00}{1 - 0.086.02}$

= $\frac{\$ 34,420.00}{0.91398}$

P.E.I. = \$ 37824.17

P.E.U.P. = $\frac{P.E.I.}{PVu}$ = $\frac{\$ 37824.17}{\$ 220.00}$

P.E.U.P. = 171.92

Ingresos Totales (IT) = 193 unidades x \$220.00

IngresosTotales (IT) = \$ 42,460.00

CT = CF + CV = \$ 7,485.72 + \$ 16,280.00

CT = \$ 23765.72

Resultados Finales:

Volumen de Producción de Muebles: 193 unidades

Ingresos Totales: \$ 42,460.00

Costos Totales: \$ 23765.72

Punto de equilibrio Económico: \$ 37.824.17

Punto de Equilibrio Productivo: \$ 171 Unidades

Estructura de Costo

Es un proceso orientado a organizar de manera práctica la gestión de costos, basados en las prioridades de la organización.

ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	
COSTOS	
Costos Variables	Montos
Materiales y Suministros	C\$ 200,000.00
Otros Costos	C\$ 10,000.00
Total de Costos Variables	C\$ 210,000.00
Costos Fijos	
Suedos y Salarios	C\$ 321,935.00
Mantenimiento de Maquinaria	C\$ 60,000.00
Agua	C\$ 10,000.00
Luz Eléctrica	C\$ 72,000.00
Teléfonos	C\$ 12,000.00
Depreciación de la Maquinaria y equipos	C\$ 304.90
Total de Costos Variables	C\$ 476,239.90
Gastos Operativos	
Comisiones sobre Ventas	12% de la Venta
Sueldo y salarios de los vendedores	C\$ 47,771.00
Total de Gastos Operativos	C\$ 47,771.00
Gastos Fijos	
Mantenimiento de oficina	C\$ 30,000.00
Publicidad y Propaganda	C\$ 20,000.00
Total de Gastos Fijos	C\$ 50,000.00

Plan de inversión

PLAN DE INVERSIÓN			
RUBRO	VALOR UNITARIO	UNID. REQ.	INVERSION TOTAL
Activo Fijo			
Infraestructura	\$ 1,100.00	2	\$ 2,200.00
Maquinaria y Equipos	\$ 1,646.40	10	\$ 16,464.00
Herramientas	\$ 15.00	20	\$ 300.00
Muebles y Enseres	\$ 300.00	10	\$ 3,000.00
Total Activos Fijos			\$ 21,964.00
Gastos Preoperativos	\$ 2,245.00	10	\$ 22,450.00
Total de Gastos Preoperativos			\$ 22,450.00
Capital de Trabajo			
Total de Capital de Trabajo	\$ 27,694.38	2	\$ 55,388.75

Plan de Ventas

Plan para un PRODUCTO												
Plan de Ventas 1 - Cálculo del Precio de la Venta												
Coste por unidad		Costes variables en %			Margen sobre ventas %		12.00%		0			
Coste compra (ud)	1200.00	Rappels y dtos.	2.30%		Precio PROPUESTO		Total	1,581.51				
Transformación (ud)	100.00	Comisiones	1.90%		Precio CONFIRMADO		Total					
		Gastos financieros	1.60%									
Total	1300.00	Total	Total	5.80%								
Plan de Ventas 2 - Previsión de VENTAS en UNIDADES												
Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Venta UNIDADES	30	40	50	50	50	50	50	60	70	80	90	100
Venta Prevista	36,000	48,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	72,000	84,000	96,000	108,000	120,000
RESUMEN ANUAL												
Venta en unidades	720											
Venta total	864,000											
Coste total	760,320											
Margen total	91,238											
	12.00%											



Anexos

Anexos

Anexo 1

0. ¿Con qué contamos?

Contamos con nuestros conocimientos, herramientas de diferentes programas en el ámbito de diseño gráfico y diseño de productos, 2 laptops y ambición.

1. ¿Qué podemos ofrecer?

Podemos ofrecer servicios y productos de diseño 3D, diseño publicitario.

2. ¿A quiénes se lo podemos ofrecer?

A personas que estén directamente e indirecta en el mercado.

- ¿Quién te ayuda?

Nuestra familia, amigos y conocidos.

- ¿Qué haces?

Trabajo de Diseñador Grafico

Trabajo de Diseño de Producto

Trabajo de Transporte

Proyectos personales

- ¿A quién ayudas?

A nuestros jefes, a nuestra familia, a nuestros clientes.

- ¿Qué ayuda ofreces?

Ofrecemos ayuda a personas con necesidades de diseño de productos, de manera rentable, accesible y original, ayudamos a la empresa que laboramos a cumplir los objetivos que se proponen día a día

- ¿Cómo te relacionas?

Nos relacionamos de manera personal y por e-mail.

- ¿Cómo te conocen y qué medios utilizas?

Nos conocen por el trabajo que realizamos, por teléfono, por contactos y por diferentes redes sociales.

- ¿Qué obtienes?

Conocimiento y experiencia que da al tratar con los clientes directamente, un cliente satisfecho, remuneración económica.

- ¿Qué das?

Damos tiempo, conocimiento, nuestra experiencia, creatividad, sacrificamos la familia y nuestros seres queridos. Nos estresamos, invertimos dinero y energía física.

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

Conocimiento tanto de teoría como práctica, creatividad, laptops, internet, dinero.

Somos Diseñadores de Productos.

Mucha ambición de crecer personal y profesionalmente.

Anexo 2:

Encuesta

Diseño de Muebles de Espera, para salas Ejecutivas.

1. ¿Qué tipos de muebles utiliza en la sala de espera para sus clientes?
 - o Sillas
 - o Esquineros
 - o Sofá
 - o Revisteros
 - o Mecedora
 - o Mesa de Centro
 - o Otros (Especifique):
2. ¿Cuáles son las características que deben de tener los muebles?
 - o Funcionalidad
 - o Estético
 - o Moda
 - o Forma
 - o Calidad
 - o Barato
 - o De gran tamaño
 - o De pequeño tamaño
3. ¿Con que frecuencia cambia sus muebles de Sala?
 - o De 3 a 5 años
 - o De 6 a 8 años
 - o De 8 años a mas
 - o Cada vez que se dañen.
4. ¿Ud. Compra muebles en conjunto o individual?
 - o individual
 - o Conjunto
5. ¿Dónde adquiere los muebles?
 - o Simán
 - o Almacenes Eza
 - o La Mueblería
 - o Muebles de Mi Tierra
 - o Otros (Especifique):
6. ¿Qué tipos de materiales utiliza?
 - o Madera
 - o Metal
 - o Vidrio
 - o Cuero
 - o Otros (Especifique):

Anexo 3:

- Eskimo S.A.
Altagracia. Km. 3 ½ Carret. Sur. Managua.
Tel. 2255-8948, 2255-8960. Fax 2266-1374.
Email: direccion@eskimo.com.ni.
Web: www.eskimo.com.ni.
- Parmalat Centroamérica S.A.
Km. 4 ½ Carret. Norte. Managua.
Tel. 2249-2910, 2240-1523. Cel. 8882-1989. Telefax
2278-6576. Fax 2249-9642.
- American Donuts
Ciudad Jardín. Fte. A Banco Procredit. Managua.
Tel. 2249-1522. Fax 2270-0430.
- Café Las Flores
Carr. Norte Km. 2.5 Plaza Norte #3. Managua.
Tel. 2251-0604. Cel. 8885-6657.
- Café Soluble S.A.
Km. 8 ½ Carret. Norte 1000 vrs. Al Lago. Managua.
Tel. 2233-1121/22/23. Fax 2233-0536.
Email: mercadeo@cafesoluble.com.
Web: www.cafesoluble.com
CAFÉ
- Compañía Cervecera de Nicaragua
Km. 6½, Carret. Norte, de Cruz Lorena 600 m. al Lago.
Managua. Tel. 2255-7700. Fax 2255-7813. Web: www.
ccn.com.ni.
- Kola Shaler Industrial S.A.
Km. 2 Carret. A Sabana Grande. Managua.
Tel. 2263-1505, 2263-1706, 2233-4865. Fax 2233-4872.
Email: shaler@ibw.com.ni. Web: www.kolashaler.com

Web: www.aranaimpresiones.com.
Arte Digital S.A.- ARDISA

- Costado E. del Centro Comercial Nejapa.
Managua. Tel. 2276-8495 al 98. Fax 2265-1726.
Email: ardisa@ibw.com.ni
- Alvarado Lugo S.A.
Bosques de Bolonia. CST 5 c. S. 3 c. Oe Edif Lugo
Mód-3. Managua. Tel. 2266-8320.
- Deshon&Cia. Ltda.
Fte. A Montoya. Managua. Tel. 2266-2144.
- Auto Mántica
Delicias del Volga ½ c. al E. Managua. Tel. 2266-1030.
- Acrílicos de Nicaragua
Jonathan González. Casa Pellas 5 ½ c. al E. Managua.
Tel. 2270-2607.
- Agroalfa
Altagracia. Texaco Guanacaste 150 m. al S. Managua.
Tel. 2266-0188, 2341-2165.
- M & M Mántica S.A.
Rot. El Güegüense 300 m. al O. 1 ½ c. al N. Managua.
Tel. 2266-8002. Fax 2266-1475. Email: jicaza@
turbonett.com.ni.
- Comtech
Altamira. Ferretería Sinsa
25 vrs. al E. #589-599. Managua.
Tel. 2252-5767, 2267-4012.
Cel. 8465-0084. Fax: 2270-6244.
Email: ventas@comtech.com.ni.
Web: www.comtech.com.ni.

- **Financiera FAMA**
Estatua de Montoya, 3 ½ c. al E. Managua. Tel. 22684826.
Fax: 2266-9689. Web: www.financierafama.com.ni
- **Banco Central de Nicaragua**
Km. 7 Carretera Sur. Managua. Tel. 2255-7171. Fax:
<2265-0495. Email: info@bcn.gob.ni. Web: www.bcn.gob.ni.
- **Superintendencia de Bancos y Otras Entidades Financieras**
Carretera Sur Km. 7, Edificio Superintendencia De Bancos. Managua. Tel. 2265-1555. Web: www.superintendencia.gob.ni.
- **Banco de América Central S.A. - BAC**
Centro BAC, Km 4 ½ Carretera a Masaya. Managua. Tel. 2274-4444. Fax: 2274-4441.
Web: www.bac.net.
- **Bolonia. Canal 2 TV 2 c. N. ½ c. Oe 5vs. Managua. Tel. 2266-5072**
- **René Acevedo Vásquez & Cía. Corredores de Seguros**
Estatua Monseñor Lezcano 1 c. al E., ½ c. al N., Managua. Tel. 2266-4361, 2246-4361. Cel. 8880-6832.
Fax: 2250-2248. Email: acevedo_853@hotmail.com.
- **Seguros LAFISE**
Centro Financiero LAFISE, Km. 5 ½ Carretera a Masaya, Managua. Managua. Tel. 2255-8484, 22703505.
Fax: 2270-3558. Web: www.seguroslafise.com.ni
Jardines del Recuerdo (Memorial Park)
Altamira D'Este. Distrib. Vicky 85 m. al S. Managua. Tel. 2252-5794. Fax: 2278-9338.
- **Agencia de Investigaciones Sociales James Campos**
Bolonia. Canal 2 TV 2 c. N. ½ c. Oe 5vs. Managua. Tel. 2266-5072
- **Bufete Centroamericano**
Los Robles. Ddf. Lacmiel, 75 vrs. Al E. Managua. Tel. 2278-0843. Fax 2278-5508. Email: ola@cablenet.com.ni
- **Publimóvil**
Altamira D'Este. Ant. Dist. Vicky 2 c. al N. 75 vrs. Al O. Managua. Tel. 2278-0071.
superintendencia.gob.ni.
- **URACCAN**
Sector Loma Fresca.
Telefono: 25721308
- **IMAGO**
Reparto miraflores del Semaforo del Seminario 1c. Arriba y media a Lago.
Telf: 22681208
- **Arana Impresiones**
Rot. Sto. Domingo 20 vrs. Al N. 2do. Portón m.d. Managua. Tel. 2270-7704.
Email: ventas@aranaimpresiones.com.
- **Hotel Crowne Plaza**
Octava Calle SO. No. 101. Managua. Tel. 2228-3530 Al 39. Fax: 2228-6314. Email: dagoberto.silva@ichotelsgroup.com. Web: www.crowneplaza.com.

Teki



Descripción de la empresa

Teki S.A es una empresa dedicada a dar soluciones creativa en el ambito de muebles para diferentes personas, e n materiales d e madera, m etal y v idrio. E stando involucrado desde l a fase d e diseño, p roduccion y entrega cumpliendo con l a expectativa en cuanto en calidad, durabilidad y creativo.

Misión

Ofrecer soluciones a nuestros clientes en el diseño de nuestro producto dándoles mayor comodidad en su vida diaria cubriendo las necesidades del mercado nacional en cuanto a diseño, fabricación y suministro. Proporcionando productos adaptables a su entorno y servicio de alta calidad, respetando el medio ambiente, motivando el desarrollo profesional de todos y cada uno de los trabajadores.

Visión

Ser la primera alternativa para nuestros clientes reconocida en el diseño, fabricación y distribución de muebles de madera cuya calidad satisfaga la necesidad de nuestros clientes. Ser una empresa más rentable, eficiente y socialmente responsable.

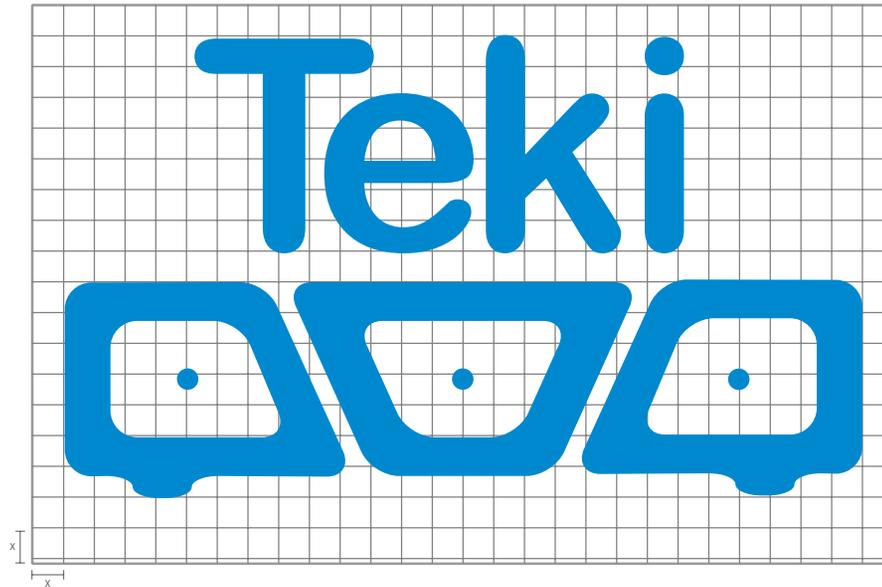
Marca Gráfica



El isotipo de Teki S.A. está compuesto por dos elementos. El logo Teki está representado por una tipografía sans-serif ya que esta es muy legible a pequeños tamaños, bella y limpia a tamaños grandes, posee bordes con curvas que expresan movimiento, elegancia, suavidad y dinámica. Está posicionado arriba del isotipo como representación de superioridad y estabilidad.

El isotipo está representado por 3 módulos de un mueble que representa la adaptabilidad que hay en nuestros productos, cada uno de ellos está diseñado con bordes redondeados que representan elegancia, moderno y nos basamos en la tendencia minimalista ya que esta es una tendencia que sigue marcando una época por su versatilidad, su bajo costo y su buena apariencia.

Red de Contrucción



Escalar el isologotipo proporcionalmente siempre. Tomarlo de un archivo basico en illustrator que se entregara a Teki S,A

La marca debera con suficiente espacio de visibilidad y que no haya elementos que le resten importancia, dejar 1x de como area de protecci3n.

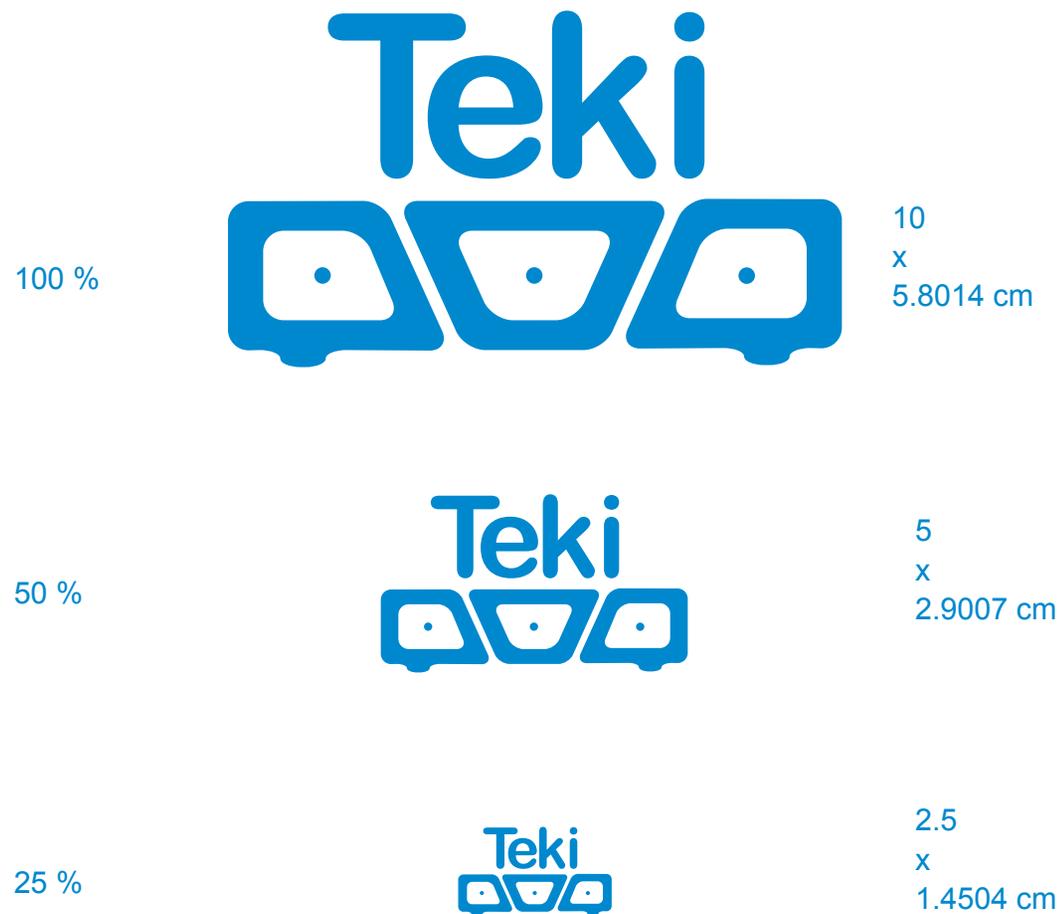
Esta red de contrucci3n se hace con el objetivo de asegurar una buena reproducci3n del isologotipo manteniendo sus caracteristicas y proporciones.

Como normal general se utilizara el archivo editable que se entregara con este manual asi como siempre respetara el color pantone del isologotipo.

Proporciones

El tamaño máximo del isotipo varia segun el area en que se utilizara por eso con el archivo editable no tendra ningun inconveniente.

El tamaño mínimo del isotipo no puede ser menor a lo establecido en la siguiente gráfica



Positivo y Negativos

Aquí se presenta en su versión positiva y negativa, indicando la manera más adecuada en la utilización del logo respectivamente



Especificaciones de Colores

Aquí se presenta en su versión positiva y negativa, indicando la manera más adecuada en la utilización del logo respectivamente



Pantone 3005 CP/ Sobre papeles satinados.

Pantone 300 CP/ Sobre papeles mate.

Especificaciones Tipograficas

La tipografía que se utilizó para la palabra “Teki” Arial Rounded MT Bold con una ligera variación para una mayor vistosidad es una tipografía que ya viene instalada en windows como en macintosh

Arial Rounded MT Bold Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890!@#\$%^&*()_+|}P”:?>/.’;\][=-

Para o tras aplicaciones ajenas a l isomagotipo como papeleria, diseños, w eb es permitido utilizar la familia tipografica de Arial

Arial

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

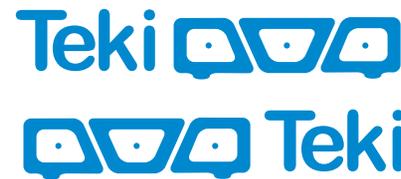
1234567890!@#\$%^&*()_+|}P”:?>/.’;\][=-

Uso Correctos

El unico uso correcto es el logo como tal, siguiendo las especificaciones de este manual y en caso donde la utilizacion del isomagotipo se utilize en un espacio mas ancho que largo y no se pueda respetar el tamaño establecido solo se utilizara el logo.



Uso Incorrectos



Aplicación a papelería

Carta u Oficio



Aplicación a papelería

Factura N° XXXX-XXXX

Fecha _____
Cliente _____

Concepto	Descripción	Cantidad	Precio	Unitario
				
Total _____				

RUC: _____

Factura (media carta)

Recibo (media carta)

Recibo N° XXXX-XXXX

Fecha _____
Cliente _____

Recibi de _____
La cantidad de _____

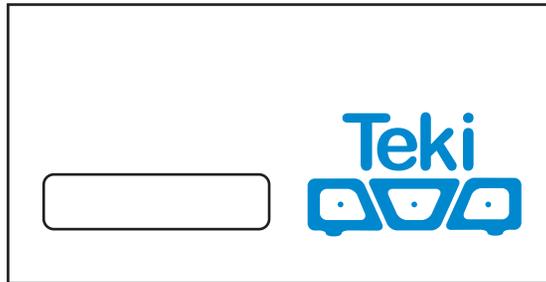
En concepto de pago de _____

Firma Recibido  Firma Pagado

RUC: _____

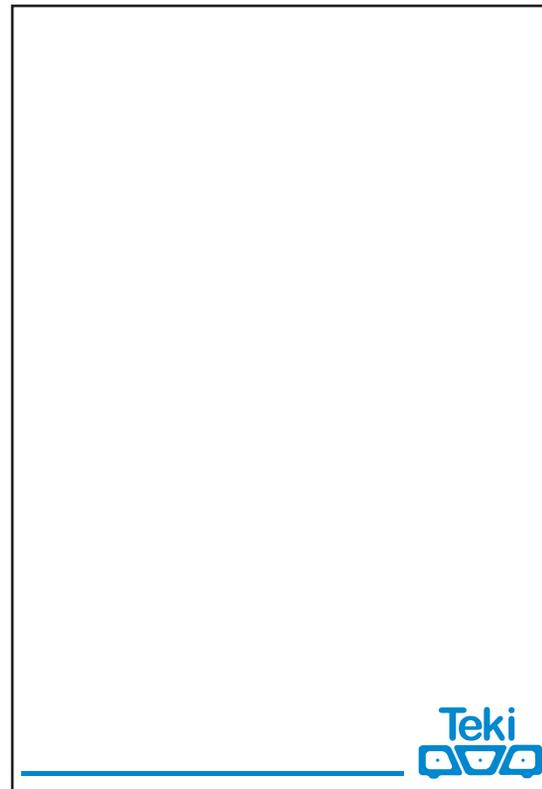
Aplicación a papelería

Sobre oficio / saco
(360 mm x 250 mm)



Tarjetas (35 mm x 6 mm)

Parte trasera



Aplicación a papelería



Diseño Bordado



Código de Hilo Marca Marathon

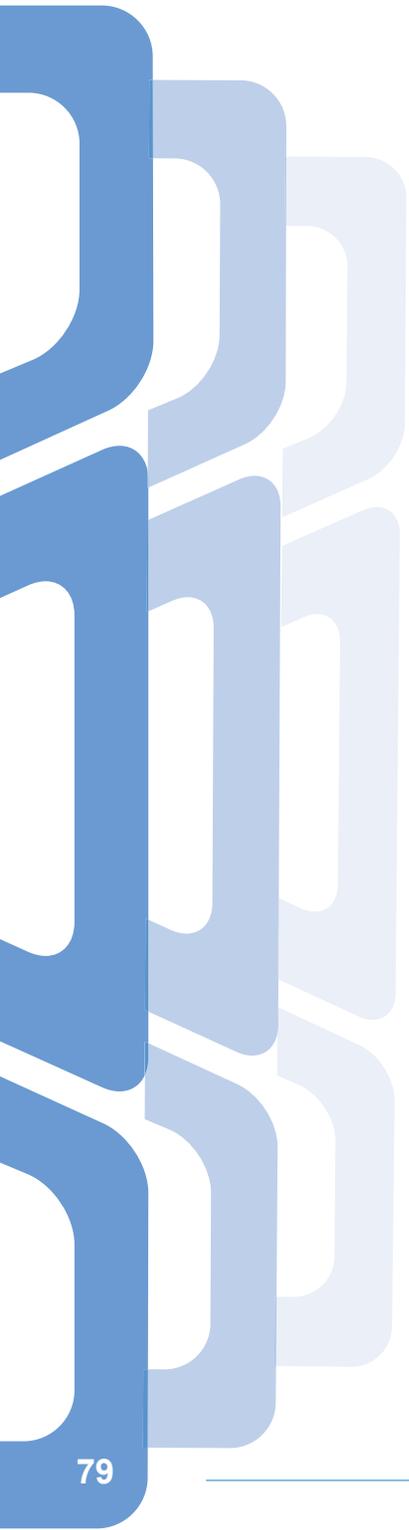
Blanco: 2149

Celeste: 2231



Silla





Mesa





Familia de
Muebles para
Salas de
espera
de Oficina

