



CENTRO DE INVESTIGACIONES
DE DISEÑO INDUSTRIAL **id**

Facultad de Arquitectura UNAM

NO. LA

Mobiliario para espacios reducidos

Tesis

Que para obtener el título de Diseñador Industrial

PRESENTAN:

Armando Bastida Guzmán

Alejandro Pérez Cruz

Con la dirección de:

D.I. Jorge Vadillo López

Ciudad Universitaria, CD. MX, 2016



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

MOBILIARIO PARA ESPACIOS REDUCIDOS

TESIS DISEÑADOR EMPRESARIO

Tesis profesional para obtener el título de **Diseñador Industrial** que presenta:
Alejandro Pérez Cruz

En colaboración con:
Armando Bastida Guzmán

Con la dirección de:
D.I. Jorge Vadillo López
Y la asesoría de:
M.D.I. Guillermo Gazano Izquierdo Q.E.P.D
M.D.I. Mauricio Moyssén Chávez
D.I. Roberto González Torres.
M. en A. Abel Salto Rojas.
D.I. Fermín Saldívar Casanova.

Para la creación del documento fue esencial la asesoría de:

El **D.I. Jorge Vadillo López** quien dirigió, estructuró y dio seguimiento en todas las etapas de proyecto, **M.D.I. Guillermo Gazano Izquierdo Q.E.P.D, D.I. Roberto González Torrez, M.D.I Mauricio Moysen Chavez, D.I. Fermín Saldívar Casanova** con sus revisiones y asesorías.

Además de el **M. en A. Abel Salto Rojas**, con la revisión y la estructuración en la parte administrativa del proyecto.

Declaramos que este proyecto de tesis es totalmente de nuestra autoría y que no ha sido presentado previamente en ninguna otra institución educativa. Y autorizo a la UNAM para que publique este documento por los medios que juzgue pertinentes.



CENTRO DE INVESTIGACIONES
DE DISEÑO INDUSTRIAL 
Facultad de Arquitectura UNAM



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

Coordinación de Exámenes Profesionales
Facultad de Arquitectura, UNAM
PRESENTE

EP01 Certificado de aprobación de
impresión de Tesis.

El director de tesis y los cuatro asesores que suscriben, después de revisar la tesis del alumno

NOMBRE BASTIDA GUZMAN ARMANDO No. DE CUENTA 300018101

NOMBRE TESIS NOLA. MOBILIARIO PARA ESPACIOS REDUCIDOS

OPCION DE TITULACION EMPRESARIO

Consideran que el nivel de complejidad y de calidad de LA MEMORIA CRITICA, cumple con los requisitos de este Centro, por lo que autorizan su impresión y firman la presente como jurado del

Examen Profesional que se celebrará el día a las horas.

Para obtener el título de DISEÑADOR INDUSTRIAL

ATENTAMENTE
"POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU"
Ciudad Universitaria, D.F. a 5 de septiembre de 2016

NOMBRE	FIRMA
PRESIDENTE D.I. JORGE VADILLO LOPEZ	
VOCAL D.I. ROBERTO GONZALEZ TORRES	
SECRETARIO M.D.I. MAURICIO MOYSSEN CHAVEZ	
PRIMER SUPLENTE D.I. FERMIN SALDIVAR CASANOVA	
SEGUNDO SUPLENTE M. EN A. ABEL SALTO ROJAS	

ARQ. MARCOS MAZARI HIRIART
Vo. Bo. del Director de la Facultad



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

Coordinación de Exámenes Profesionales
Facultad de Arquitectura, UNAM
PRESENTE

EP01 Certificado de aprobación de
impresión de Tesis.

El director de tesis y los cuatro asesores que suscriben, después de revisar la tesis del alumno

NOMBRE PEREZ CRUZ ALEJANDRO No. DE CUENTA 302305623

NOMBRE TESIS NOLA. MOBILIARIO PARA ESPACIOS REDUCIDOS

OPCION DE TITULACION EMPRESARIO

Consideran que el nivel de complejidad y de calidad de LA MEMORIA CRITICA, cumple con los requisitos de este Centro, por lo que autorizan su impresión y firman la presente como jurado del

Examen Profesional que se celebrará el día a las horas.

Para obtener el título de DISEÑADOR INDUSTRIAL

ATENTAMENTE
"POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU"
Ciudad Universitaria, D.F. a 5 de septiembre de 2016

NOMBRE	FIRMA
PRESIDENTE D.I. JORGE VADILLO LOPEZ	
VOCAL D.I. ROBERTO GONZALEZ TORRES	
SECRETARIO M.D.I. MAURICIO MOYSSSEN CHAVEZ	
PRIMER SUPLENTE D.I. FERMIÍN SALDIVAR CASANOVA	
SEGUNDO SUPLENTE M. EN A. ABEL SALTO ROJAS	

ARQ. MARCOS MAZARI HIRIART
Vo. Bo. del Director de la Facultad

INTRODUCCIÓN

El proyecto y la información presentada en este documento es una tesis de modalidad “*diseñador empresario*” y que se conforma por siete puntos:

- **Empresa**
- **Producción**
- **Estudio de mercado**
- **Estudio financiero**
- **Ventas**
- **Aspectos legales**
- **Producto**

El principal objetivo es concluir nuestros estudios e iniciar de lleno con nuestra vida profesional. Para ello, este documento nos ayudo a concretar aspectos que conforman la estructura de nuestra empresa y al mismo tiempo realizar todos los tramites necesarios para poder ser independientes con el fin de lograr una evolución como empresarios en este proyecto de emprendimiento.

Desarrollamos un plan de negocios para tener acceso a financiamientos y programas de apoyo para micro y pequeñas empresas.

El documento es una serie de procesos que realizamos para alcanzar una meta. Hablamos de nuestra historia, las problemáticas que queremos atacar, que tipo de empresa somos, el mercado al que nos dirigimos y damos a conocer nuestra visión, misión y filosofía.

Además agregamos el análisis de uno de nuestros productos, el cual fue pensado minuciosamente con los factores que a través de nuestros estudios en la carrera fuimos aprendiendo como son ergonomía, función, producción y estética.

ESTRUCTURA DEL DOCUMENTO

LA EMPRESA

NOLA.
Ubicación.
Tamaño de la empresa.
Integrantes.
Organización.
Descripción de funciones.
Filosofía.
Objetivo.
Misión.
Visión.
Servicio.
CANVAS
Imagen corporativa.
Productos.

ESTUDIO DE MERCADO

Perfil de cliente.
Segmento de mercado.
FODA.
Competencia.
Ventaja competitiva.
Estrategias.
Plan de acción.
Prueba de concepto.
Análisis de mercado meta.

LINEA DE MOBILIARIO

Problemática.
Ficha técnica.
Planos.
Aspectos productivos.
Proceso de fabricación.
Proveedores.
Aspectos funcionales.
Aspectos ergonómicos.
Aspectos estéticos.
Prueba de producto.

PRODUCCIÓN & COSTOS

Materia prima.
Materia prima, mano de obra.
Gastos de producción.
Costos de producción.
Gastos de venta.
Gastos de administración.
Gastos operativos.
Costo mensual.
Costo unitario total.
Precio de venta.
Margen de contribución.

ESTUDIO FINANCIERO

Mínimo de venta.
Punto de equilibrio.
Balance inicial.
Balance general.
PROFORMA.

NUEVO PRODUCTO

Ficha técnica.
Memoria descriptiva.

VENTAS

Puntos de venta.
Promoción y publicidad.

ASPECTOS LEGALES

Registro de marca.
Registro de empresa.
Formatos anexos.

PARTE FINAL

Conclusión

Bibliografía

Planos

HISTORIA

La idea de formar **NOLA** surge desde los primeros semestres de la carrera de diseño industrial, en donde compartimos ideas y metas. Ambos hemos trabajado por cuenta propia y posteriormente en proyectos en conjunto al avance de la carrera.

Estas actividades laborales nos han hecho ver que tan difícil y peleado puede ser el campo laboral donde actualmente la oferta es más que la demanda, algunas empresas demeritan la formación académica de los egresados de las universidades ofreciendo trabajos vanos y con poca remuneración económica y donde es imposible pensar en el crecimiento profesional.

“Esto fue nuestra principal razón para formar NOLA”

Al principio y sin ser empresa hicimos trabajo de equipo, iniciando con proyectos que cada uno compartía con el otro. Esto nos permitió conocernos como profesionistas tratando con todo tipo de clientes, viviendo experiencias tanto buenas como malas y donde no todos los proyectos llegaron a concretarse.

Esto nos ayudo para poder administrarnos económicamente y manejar tiempos cumpliendo con fechas de entrega de los proyectos. Todo sin descuidar nuestros estudios.

YA MÁS ENCAMINADOS

A principios del 2011 surgen oportunidades para desarrollar algunos productos de nuestra autoría, entre estos la “barra-comedor”, el cual es un ejemplo que abordaremos en este documento y que sin duda es el que nos ha ayudado a encontrar una línea de trabajo y un nicho de mercado no tan explotado hoy en día, en la ciudad de México. Un producto que esta pensado para buscar una solución a una necesidad como es la falta de espacio en la vivienda actual.

Este producto se ha podido elaborar y vender por mas de un año (2012) gracias a HB Muebles y Cía. S.A. de C.V, quienes nos han dado el apoyo contando con sus instalaciones y maquinaria para fabricar.

A LA META

En el 2012 al estar ambos en 9 semestre y poder titularnos se nos abrió la oportunidad de estructurar nuestro modelo de empresa y concretar muchos de los puntos que son esenciales para poder registrarnos ante Hacienda y tener acceso a financiamientos para micro y pequeñas empresas.

Para ello este documento nos será de gran utilidad ya que analizaremos a fondo cada aspecto y buscaremos la estrategia adecuada para poder resolver todo aquello que nos haga falta y aprender del proceso.

NO.

LA

LA EMPRESA

NOLA.
Ubicación.
Integrantes.
Organización.
Descripción de funciones.
Filosofía.
Objetivo.
Misión.
Visión.
Servicio.
CANVAS.
Imagen corporativa.
Productos.

NOLA

Es un **estudio de diseño** en la **Ciudad de México** creado en el año 2011 por **Armando Bastida Guzmán** y **Alejandro Pérez Cruz**. Formado a partir del buen equipo y a lo largo de la carrera de Diseño Industrial, donde el desarrollo de productos innovadores requiere de un arduo trabajo, compromiso y colaboración.

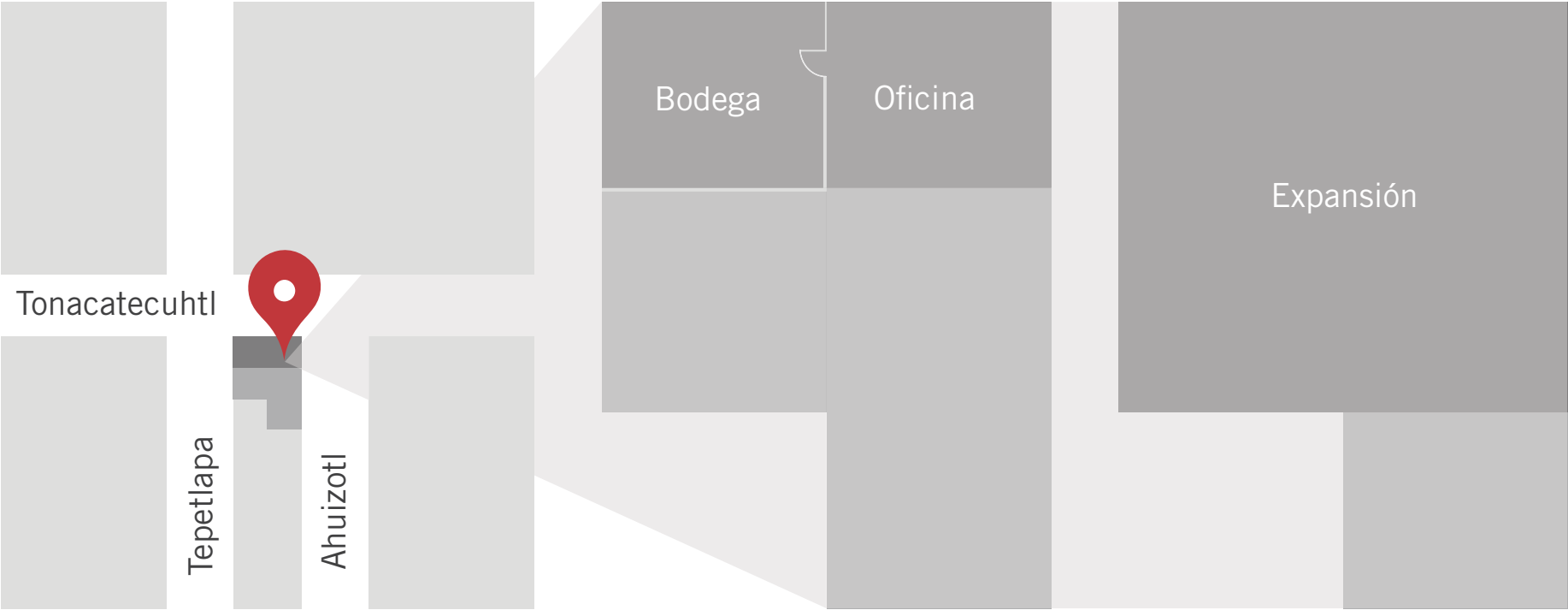
La formación académica en el **Centro de Investigaciones de Diseño Industrial** nos ha dado la estructura de los **conocimientos estéticos, ergonómicos, tecnológicos y principalmente de relación del hombre con los objetos**, los cuales han sido necesarios para desarrollarnos en el perfil de **Diseñadores Empresarios**.

La **experiencia laboral** de cada uno en otras disciplinas nos han dado las bases necesarias para conocer el campo laboral y tener la iniciativa de formar **NOLA**, un **estudio de diseño** que busca **promover el prestigio ético, social de la profesión respondiendo a las necesidades de carácter ético-estético y cultural**.

NOLA esta ubicado actualmente en:

**Tepetlapa 44, Colonia Adolfo Ruiz Cortines
Delegación Coyoacán CP 04630.**

Contando con un área de 30 m2 construidos y una capacidad de expansión a 60 m2 donde se integran el taller y la bodega.



INTEGRANTES

ARMANDO BASTIDA GUZMÁN

ESTUDIOS

Técnico en dibujo arquitectónico / 2003
Licenciatura en arquitectura. Titulado (UNAM) /2009
Cedula 5972095

TESIS

Rescate de edificios catalogados por el (INAH / INBA)
Remodelación y obra nueva.

CURSOS & TALLERES

Workshop Ariel rojo taller A+B = D /2011 segunda edición

PARTICIPACIONES

Premio Nacional de Diseño en Acero Inoxidable, IMINOX / 2009

Concurso de mobiliario TRANSFORMA TUS IDEAS CON CORIAN / 2010
Premio Nacional de Diseño en Acero Inoxidable, IMINOX / 2009
Concurso de mobiliario TRANSFORMA TUS IDEAS CON CORIAN / 2010
Concurso de mobiliario PARA VIVIENDA DE ESPACIOS REDUCIDOS / Finalista con exposición en el museo franz mayer
Concurso Mover vidas creando arte METLIFE (PEANUTS MÉXICO) / 2011
Concurso de diseño industrial SANOFI-MEDevice / 2011
Concurso de Diseño de BUTACA IDEAL para cines ,auditorios y espacios libres/ 2011
Concurso de Diseño de BUTACA IDEAL para cine o auditorio / 2012 1er lugar
BraunPrize (Braun) / 2012

EXPERIENCIA LABORAL

Arquitecto de la Empresa: ABC, Diseño y Construcción, SADECV
Baja California 284-702 esq. Nuevo León. Colonia Condesa. México D.F/ 2009 actualmente

INTEGRANTES

ALEJANDRO PÉREZ CRUZ

ESTUDIOS

Diseño de Aplicaciones WEB / 2006
Mantenimiento a equipos de micro cómputo / 2006
Dibujo publicitario (Diseño gráfico) / 2007

CURSOS & TALLERES

Curso de creación de páginas WEB en HTML / 2006
Curso taller Diseño y edición de producción radiofónica / 2007
Primeras Jornadas de Podcasting México / 2007
Curso Medicina Preventiva, Facultad de Medicina / 2007
Curso de extensible Hypertext Markup Language / 2008
Taller de podcasting Dixo / 2009
Taller Música Electrónica y Nuevas Tecnologías (Nortec Collective) / 2010
MÚSICA / DIYear: Experimentación Sonora (Laura Balboa) / 2010
ARTE Y TECNOLOGÍA (Ricardo Gadea Lacasa) / 2014

Pensar el sonido: El Contrapunto Sonoro, Nuevo Cauce de Expresión Fílmica / 2010
Diseño de experiencias sonoras en 3D (David Lobato) / 2010
ABC del Diseño Digital (Raúl Ramírez) / 2010
Redacción para blogs (Alberto Chimal) / 2010
Curso de Cascading Style Sheets (Alejandro Mendoza Pérez) / 2011
Wordpress Ninja (Carlos Adrián Morales) / 2011
Ecobarrios Coyacan, Diseño & Planeación de Ecotécnicas con elementos sustentables / 2012

PARTICIPACIONES

Diseña Tu Celular, Huawei, Campus Party / 2010
Concurso Nacional de Diseño de Muebles (Dimueble) / 2011
Concurso de diseño industrial SANOFI-MEDevice / 2011
Concurso de Diseño de BUTACA IDEAL para cines ,auditorios y espacios libres/ 2011
International Genetically Engineered Machine (iGEM Competition) UNAM / IPN / MIT 2012
Ecofilm Festival / 2013
Laboratorio para la Ciudad, Agencia de Gestión Urbana de la Ciudad de México / 2013-14
Cineteca Nacional, Secretaria de Cultura / 2013-16
Museo Virtual Precolombino, UNAM Facultad de Arquitectura / 2014-16

ORGANIZACIÓN

Forma en que se organizan las actividades de la empresa así como su división y coordinación de actividades de **NOLA** es la siguiente:



NOLA cuenta con una organización lineal, con el fin de reducir costos utilizará una estructura apoyada por un equipo administrativo/ contable y a su vez será departamentalizada por áreas funcionales reduciendo líneas de mando y comunicación para que el trabajo se realice del mejor modo posible evitando procesos burocráticos, volviendo la organización lo mas efectiva posible.

DEPARTAMENTO

FUNCIÓN

DIRECCIÓN

Área encargada de la toma de decisiones buscando siempre el beneficio y la rentabilidad de la empresa, garantizando la satisfacción de sus clientes internos y externos.

DISEÑO

Es el área del desarrollo de producto desde su definición estratégica, conceptualización y hasta el diseño en detalle.

PRODUCCIÓN

Es el área en la cual se producirá la requisición del área de diseño, se tratara con proveedores y se realizara la logística para la distribución del producto al cliente o los puntos de venta requeridos.

VENTAS

Es el área encargada del calculo del precio de los productos, trato con el cliente, control de la cartera del cliente, cierre de las ventas y seguimiento post- venta.

ADMINISTRACIÓN

Manejo de la administración y contabilidad por servicios externos.

FILOSOFÍA

NOLA se crea a partir de la inquietud de los cambios de vida contemporáneos, buscando proponer **soluciones innovadoras** con ideas simples a través del buen **uso de las formas ,los materiales y composiciones**. Ofreciendo respuestas específicas y personalizadas.

Nos involucramos directamente con el cliente dentro del proceso de diseño en aquellos proyectos que así lo requieren nuestras líneas de mobiliario están enfocadas en **mejorar la calidad de vida en los espacios de hoy en día**.

OBJETIVO

Ayudamos a las personas a buscar soluciones de sus necesidades mediante:

- Consultoría en el desarrollo de productos.
- Crear productos innovadores y personalizados.
- Crear mejoras en la calidad de vida del consumidor, que le permita un mejor desarrollo en su vida diaria.
- Ampliar la capacidad productiva de la empresa.
- Desarrollo de líneas de mobiliario.

MISIÓN / VISIÓN

MOBILIARIO

Se busca desarrollar soluciones de sustentabilidad utilizando materiales y procesos que no dañen el ambiente. Así como soluciones que resuelvan las necesidades de la falta de espacio en la vivienda y oficinas.

El diseño de los productos se distingue por el uso de formas simples, volúmenes francos y pesados lo cual se articulan en los diferentes objetos logrando buenos resultados.

MISIÓN

Crear productos innovadores personalizados y sustentables con la mas alta calidad en materiales, que se adapten a los actuales espacios en vivienda y oficina con costos accesibles, permitiendo mayor aprovechamiento de los espacios y creando calidad de vida para nuestros consumidores.

VISIÓN

Ser una empresa consolidada y estructurada que permita la producción y distribución de mobiliario diseñado para cubrir las necesidades de los pequeños espacios habitables.

CANVAS

Hoy en día plantear un **MODELO CANVAS** en la formación de proyectos es algo esencial, pues resulta ser una herramienta para la **Innovación Estratégica**, creando productos o servicios innovadores se logra emplear un **Modelo de Negocios** clave para ingresar en el un mercado.

COMO SE CONFORMA UN MODELO CANVAS

1

Segmentar los clientes, para conocer el nicho de mercado y las oportunidades de nuestro negocio.

2

Definir bien la propuesta de valor, saber por qué somos innovadores, qué nos diferencia de nuestra competencia y que nos acerca a potenciales clientes.

3

Delimitar los canales de comunicación, estrategia publicitaria que seguiremos, para fortalecer nuestra marca e idea de negocio.

4

Establecer la relación que mantendremos con los clientes.

5

Determinar las fuentes económicas de nuestra idea de negocio, un aspecto fundamental si queremos tener éxito.

6

Identificar los activos y recursos clave. ¿Que necesitaremos como piezas imprescindibles en el engranaje de la idea de emprendimiento?

7

Conocer las actividades clave que darán valor a nuestra marca, saber las estrategias necesarias para potenciarlas

8

Tener en cuenta los socios clave con los que establecer contacto y alianzas para el negocio. Definir las estrategias de networking con potenciales socios o proveedores, entre otras figuras importantes.

9

Marcar las estructuras de costos, para llegar a saber el precio que tendrá que pagar el cliente por adquirir el bien o servicio que ofrecerá nuestra idea de negocio.

MODELO DE NEGOCIO CANVAS

ALIANZAS CLAVE

Proveedores
Punto de atención a clientes

ACTIVIDADES CLAVE

Diseño y ejecución de proyectos de diseño Industrial. Mobiliario en general principalmente con enfoque a cubrir necesidades sobre espacios reducidos.

Gestión de proyectos privados y atención al cliente

RECURSOS CLAVE

Perfiles profesionales multidisciplinarios. Sabemos como hacerlo y desarrollarlo
WEB y social media
Análisis de las tendencias del mercado, clientes y necesidades.

PROPUESTA DE VALOR

Nola es un estudio de diseño dedicado principalmente a diseñar y planificar proyectos.

Desarrollamos mobiliario, que resulta interesante y diferente, de los demás que existen en el mercado, enfocándonos a espacios reducidos que son los más comunes para habitar hoy en día.

Nuestros proyectos son desarrollados específicamente para responder con propuestas sostenibles que se acompañan con avances tecnológicos para su producción, además fomentamos un vínculo constante con clientes, usuarios, comunidades y consultores externos.

RELACIÓN / CLIENTES

Social WEB y soporte al mobiliario post venta, satisfacer determinadas necesidades y expectativas de los clientes
Manejo de quejas.
Adiestramiento para el uso.
Instalación.
Mantenimiento.
Reparación.

CANALES

Se contara con una web que establezca la interacción con los clientes, apoyado con campañas en redes sociales además de distribución comercial en mueblerías específicas.

SEGMENTOS DE MERCADO

Principalmente población económicamente activa consorcios de producción de viviendas, además de aplicar enfoques distintos en el desarrollo de proyectos con carácter privado.

ESTRUCTURA DE COSTOS

Sueldos
Comisiones
Diseño
Mantenimiento y servicio a proyectos o productos

FUENTE DE INGRESOS

Servicios venta
Servicios post-venta

NO. NO. NO. NO. NO. NO. NO. N
LA LA LA LA LA LA LA L

NO. NO. NO. NO. NO. NO. NO. N
LA LA LA LA LA LA LA L

NO. NO. NO. NO. NO. NO. NO. N
LA LA LA LA LA LA LA L

NO. NO. NO. NO. NO. NO. NO. N
LA LA LA LA LA LA LA L

NO.
LA

IMAGEN CORPORATIVA

El proceso para encontrar un nombre adecuado para el estudio fue difícil y tardado, buscábamos algo que se identificará con nuestra personalidad y forma de ser, algo que fuera fácil de recordar.

Al final el nombre se eligió en base a la frase “!A poco sí!” que nos pareció un complemento muy curioso. Y a partir de ahí empezamos a buscar la forma de hacer la frase mas corta, llegando a la expresión ¡NOLA!, frase expresiva que utilizamos con sentido de reto y que en su peculiaridad surge para poder seguir proponiendo y generando nuevas ideas sin importar el grado de dificultad del proyecto que se presente.

NONO.NONO.NONO.
LALALALA

En el logotipo se busco un equilibrio geométrico el cual se traza a partir de ejes horizontales, verticales y trasversales, que mantienen la composición de todos los elementos.

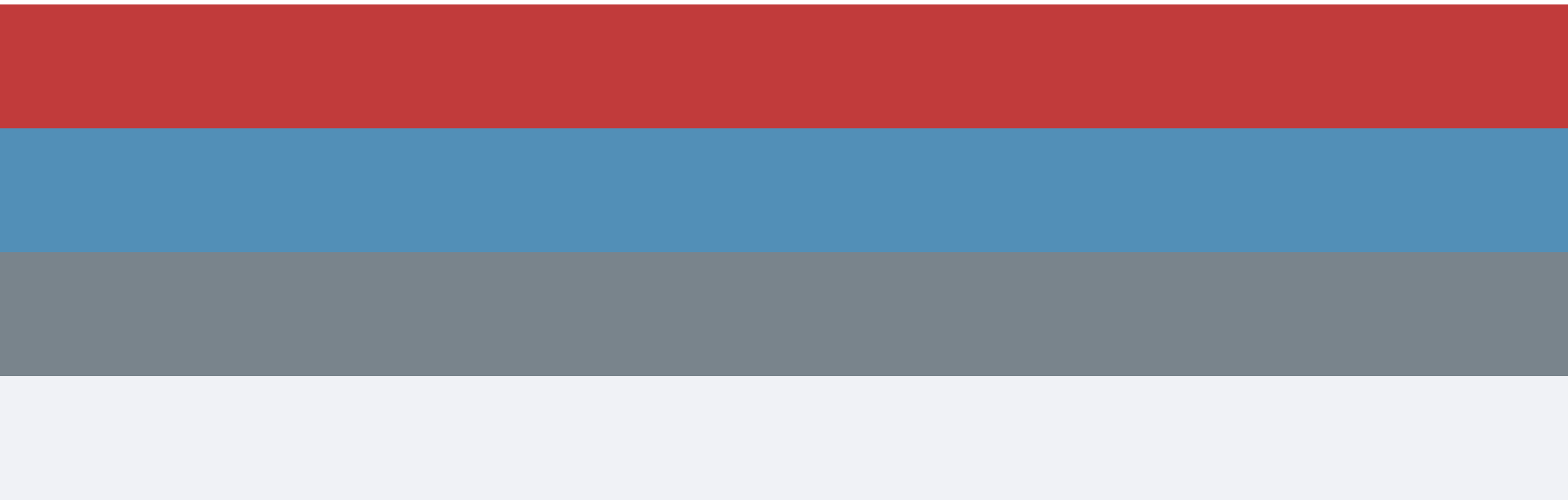


ESTUDIO NOLA

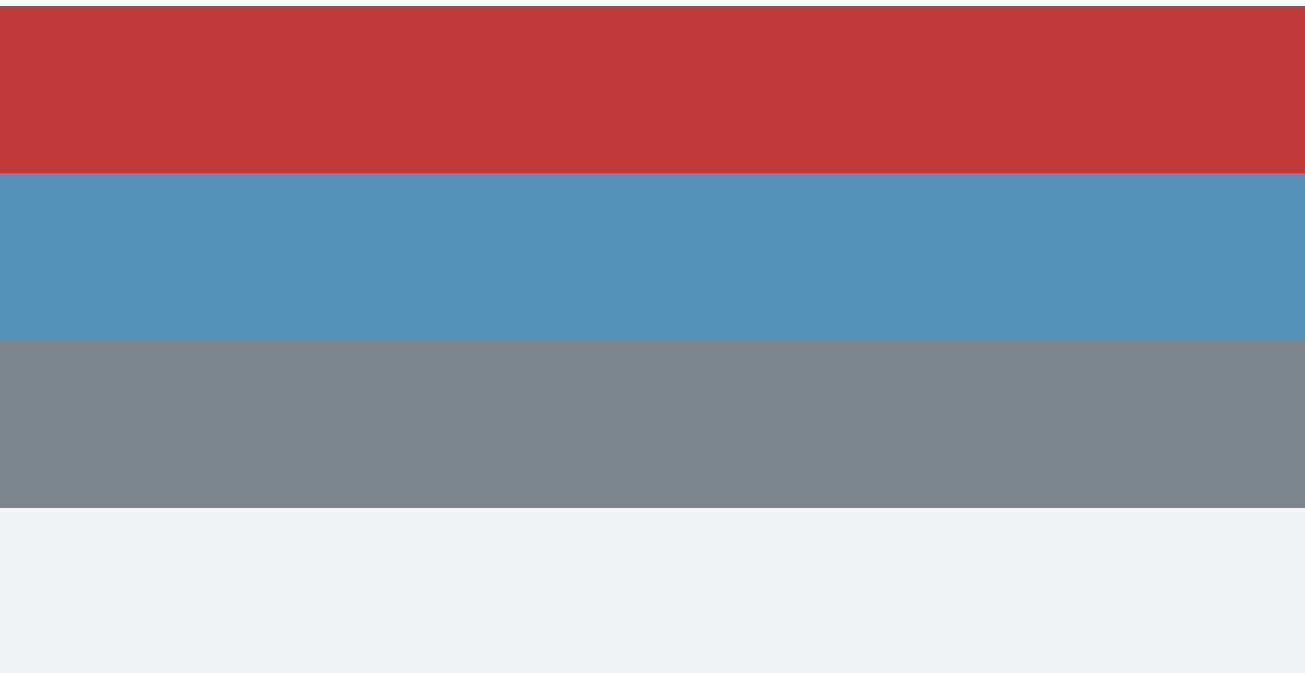
RGB = 193.55.59

C 18% M 92% Y 81% K 6%





Se eligieron colores que contrastaran y que visualmente estimularán los sentidos, generando una paleta capaz de mantener elegancia y seriedad.



RGB = 193.55.59

C 18% M 92% Y 81% K 6%

RGB = 81.143.183

C 70% M 34% Y 14% K 0%

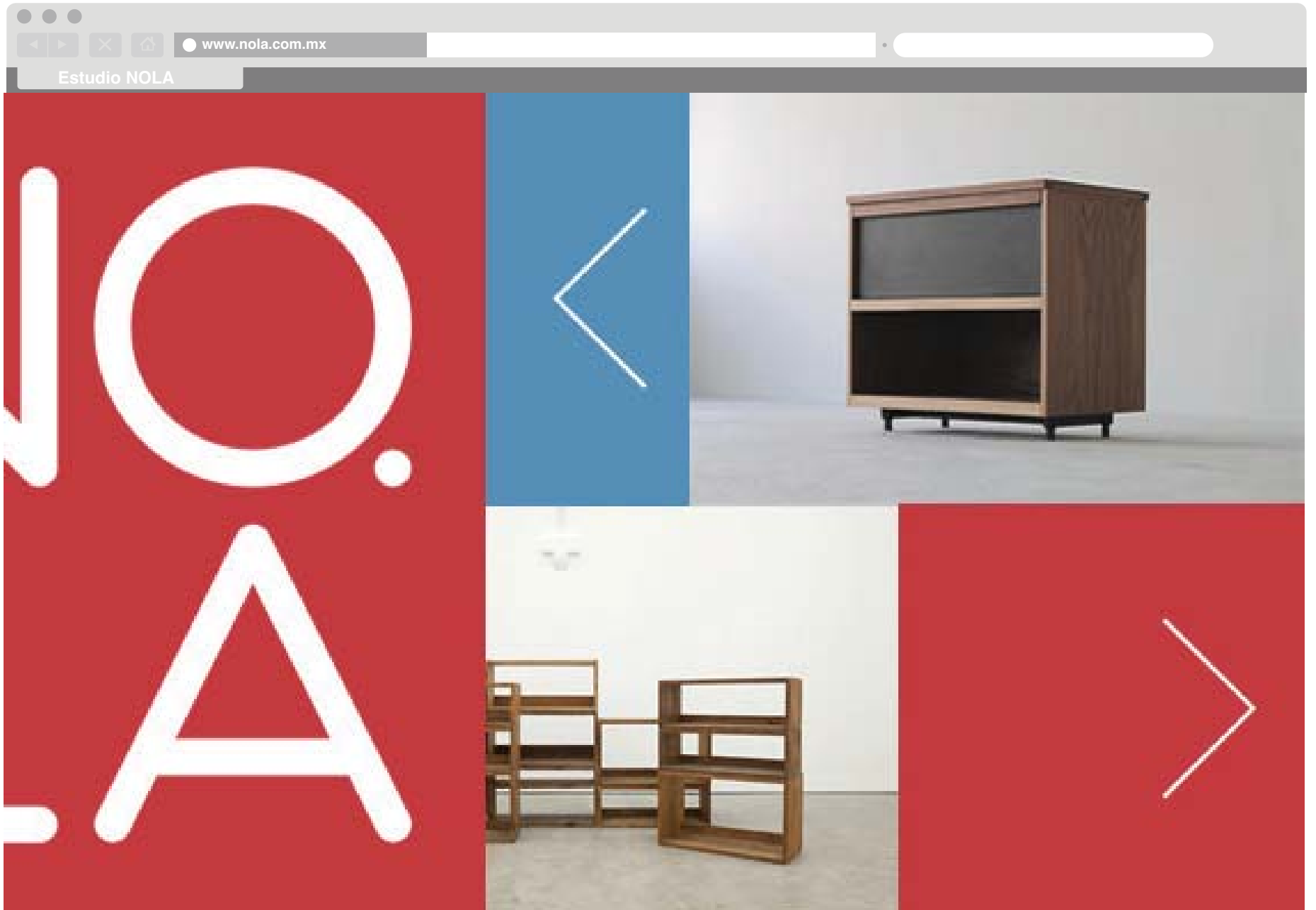
RGB = 120.131.139

C 56% M 41% Y 37% K 5%

RGB = 240.242.245

C 4% M 2% Y 1% K 0%

La misma estética y proporciones con la que se trabajó el logotipo se utilizó en el desarrollo del sitio web. Dando como resultado una interfaz sencilla y que al visualizarla en cualquier dispositivo funcione muy bien.



Esta es nuestra papelería y algunos medios digitales.
Se usa tono solido, sin ninguna modificación del logotipo además se mantiene un buen tamaño.



NO.

LA

ESTUDIO DE MERCADO

Perfil de cliente.
Segmento de mercado.
Competencia.
Ventaja competitiva.
Posicionamiento.
Plan de acción.
Prueba de concepto.
Prueba de producto.
Análisis de mercado meta.

PERFIL DEL CLIENTE

Al formar **NOLA** tratamos de ofrecer servicios que cubran los requerimientos del cliente con calidad y funcionalidad, dando con esto un trato siempre profesional a nuestras soluciones.

En **NOLA** nos enfocamos a cubrir las necesidades de los siguientes grupos:

PERSONAL

Individuos que compran bienes y servicios con intención de satisfacer sus necesidades o usos personales.

ORGANIZACIONAL

Individuos ó empresas como: Agencias de gobierno, negocios privados, compañías de servicio las cuales compran productos, equipos y servicios para operar sus empresas.

SEGMENTO DEL MERCADO

De esto el segmento del mercado que se percibe ver más beneficiado, son las parejas jóvenes o jóvenes que se consolidan como población económicamente activa, sin dejar atrás a posibles compradores que por tendencia pueden empezar a adquirir nuestro mobiliario.

SEXO

Indistinto

EDAD

25 a 40 años (Mayoritariamente)

CLASE SOCIAL

Con un excedente para adquirir el producto

Nivel socioeconómico D+ (Clase media baja/media alta)

Ingresos: De 6,800.00 a 11,599.00 pesos.

Nivel socioeconómico C (Clase media)

Ingresos: De 11,600.00 a 34,999.00 pesos.

Nivel socioeconómico C+ (Clase media alta)

Ingresos: De 35,000.00 a 84,999.00 pesos.

FODA

El análisis **FODA** es una herramienta que nos permitió conformar un cuadro de la situación actual de **NOLA** donde encontramos un diagnóstico preciso que nos hizo tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formuladas.

FORTALEZAS

Capacidades especiales con que cuenta la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente.

OPORTUNIDADES

Aquellos factores que resultan favorables y explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

DEBILIDADES

Factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente.

AMENAZAS

Situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a quebrantar incluso contra la permanencia de la organización.

FORTALEZAS

Estudio creativo de diseño Interdisciplinario en diseño industrial, arquitectura y gráfico.

Alta experiencia en el desarrollo de proyectos.

Al ser un estudio de diseño pequeño, la atención al cliente se vuelve personalizada.

En México el mobiliario para espacios reducidos no es desarrollado.

Gran noción sobre el mercado de diseño de mobiliario.

Nuestros productos pueden adaptarse muy fácil a proyectos habitacionales en desarrollo.

Conocimiento de nuevos procesos productivos

OPORTUNIDADES

Alianza con otras empresas.

Por ser un estudio de emprendedores existen oportunidades de negocios e inversión.

Adaptabilidad a las necesidades de mobiliario en el mercado.

El incremento de la población económicamente activa (PEA) y los cambios en los estilos de vida de la sociedad.

Dar a conocer nuestros servicios mediante redes sociales y promocionales donde la PEA tiene una participación natural.

Uso de Materiales certificados y procesos de bajo impacto ambiental.

DEBILIDADES

Nula capacidad de producción para un proyecto habitacional en desarrollo.

Poco financiamiento para el desarrollo de proyectos.

Bajo poder negociador con proveedores y clientes.

DEBILIDADES

Que la economía este en recesión o estancamiento donde el posible cliente limite su capacidad de adquisición sobre nuestros servicios o productos.

Poco interés para adquirir mobiliario para espacios reducidos (enfocado a nuestras líneas propuestas).

La calidad que ofrece el mercado es el precio al que está dispuesto a pagar el usuario, ya que existe un desconocimiento del diseño industrial.

COMPETENCIA

Hoy en día en México el desarrollo de mobiliario destinado a espacios reducidos es poco atendido, esto hace que nuestra solución sea lo mas adaptable para las tendencias del mercado actual que se esta gestando.

VENTAJA COMPETITIVA

Dejando atrás que el mobiliario diseñado para espacios reducidos constituye un concepto, analizamos el factor mas determinante para poder mostrar que es un nicho de mercado explotable y que poco a poco esta siendo adoptado considerablemente a nivel mundial.

Lo que otorga respuestas a la compleja acción de habitar en lugares cada vez más pequeños y enfocarse no solo a su principal función, sino a complementar segundas funcionalidades, dando un plus a la calidad de actividades realizadas.

Debido a las tendencias del mercado actual, el mobiliario para espacios reducidos logra ser de gran utilidad.

ESTRATEGIAS

Con base a la aplicación de un cuestionarios donde se utilizó una escala de evaluación se pudo inferir sobre el comportamiento y gustos de los consumidores. Así también mediante entrevistas a lideres de opinión con respecto al tema se pudo determinar que **el producto es muy buscado en el mercado.**

VALOR

GRADO DE INTERES

5

MUY INTERESANTE

4

INTERESANTE

3

TRASCENDENTE

2

POCO TRASCENDENTE

1

INTRASCENDENTE

EL DISEÑO

Con base a las necesidades del consumidor como el elemento mas importante para determinar la compra de dicho producto.

EI PRECIO

Como el segundo elemento que debe de estar íntimamente relacionado a la calidad.

LA CALIDAD

Como el ultimo elemento de vital importancia para colocar el producto en la mente y bolsillo de nuestros clientes.



PLAN DE ACCIÓN

Priorizamos las iniciativas más importantes para cumplir con ciertos objetivos y metas. De esta manera, se formo un plan de acción que constituye una guía que brinda una estructura en el momento de llevar a cabo un proyecto en **NOLA**.



Gestar contactos que nos den a conocer ya sea con clientes y proveedores.
“Red de proveedores y contactos”



Inicialmente la producción esta encargada a diferentes proveedores, pero el camino se plantea que en un momento posterior corra por nuestra cuenta, con el fin de garantizar la calidad.



Habrà que empezar a promover un mejor costo, si no el mas barato que sea justo por el desarrollo o diseño que tenga en este (habrá que mostrar el valor con respecto a la calidad).

Parte importante de este plan de acción es la participación de **NOLA** en ferias, muestras, exposiciones y eventos que nos puedan beneficiar. Al estar presentes y dándonos a conocer frente a mas clientes.

Solicitar programas de financiamiento gubernamentales (pymes, fondeso, Secretaria del Trabajo).

Dar soluciones no solo a un núcleo del mercado, habrá que enfocar proyectos para que tengan cierto valor agregado, ya sea en materiales, tipo de producción o investigación.

Mantener un estándar de calidad que muestre nuestro trabajo o empeño en desarrollar proyectos.

PRUEBA DE CONCEPTOS

Para poder dar paso a un nuevo producto o servicio, tenemos que dar pie a una prueba de concepto (**PoC**). **NOLA** consideramos esto como un paso importante pues aseguramos con un prototipo realmente operativo que la producción es posible además de que sea una buena solución

A continuación un ejemplo que desarrollamos sobre **PoC**;

 **¿Hacer mobiliario para espacios reducidos en México realmente puede funcionar?**

Si, por que los tipos de vivienda están pensados en espacios cada vez mas pequeños, sin importar el nivel socioeconómico de los posibles compradores.

 **¿Hacer mobiliario para espacios reducidos en México realmente puede funcionar?**

Si, por que los tipos de vivienda están pensados en espacios cada vez mas pequeños, sin importar el nivel socioeconómico de los posibles compradores.

¿El concepto llega a ser atractivo para las tendencias de el mercado?

Dejando atrás que el mobiliario diseñado para espacios reducidos constituye un concepto, habrá que analizar el factor mas determinante para mostrar ser un nicho de mercado explotable que poco a poco esta siendo adoptado considerablemente a nivel mundial.

Debido a las tendencias del mercado actual, el mobiliario para espacios reducidos logra ser de gran utilidad.

¿A qué segmentos del mercado, atrae más?

El segmento del mercado que se logra ver más beneficiado son las parejas jóvenes o jóvenes que de una u otra forma inician su consolidación como consumidores, sin dejar atrás a posibles compradores que por tendencia pueden empezar a adquirir este tipo de mobiliario.

¿Cuáles de los beneficios más llamativos para los compradores potenciales?

El beneficio de tener interacción con mobiliario diseñado para espacios reducidos es no es simplemente el ahorro de espacio, sino también de tener mobiliario de calidad el cual logra la integración con el estilo de vida actual, respondiendo a los requerimientos destinados para el cliente.

En el caso de la Barra comedor, se crea un mueble que logra integrar elementos .

MERCADO META



¿Cuál es el mercado que quiero alcanzar?

El mercado que queremos alcanzar es el de mobiliario para espacios reducidos que, en México aún no es visto como tendencia aplicada a los nuevos parámetros de vivienda.



¿Cuál es el principal problema en relación a este mercado?

El principal problema que se puede presentar es que el consumidor no sienta beneficios con el uso de mobiliario de espacios reducidos, siguiendo con la visión de adquirir mobiliarios inadecuados para los nuevos parámetros.



¿Quiénes son mis competidores en este mercado?

Inicialmente no existe competencia pues las tendencias de los fabricantes que producen por volumen por el momento no están enfocadas a los espacios reducidos.

¿Existe capacidad para crecer en ese mercado?

La adaptabilidad del mobiliario para espacios reducidos es innumerable, además que no solo nos enfocamos a estas soluciones, pues también nos centramos en realizar proyectos para clientes privados, otorgando soluciones a problemas más específicos.

¿Cuál es el tamaño de ese mercado?

En México el tamaño de la población va en aumento, en el caso específico del Distrito Federal se le suma la centralización de actividades laborales lo cual arroja un flujo de personas muy grande a la ciudad, muchas de estas buscan lugares para poder habitar, encontrando viviendas muy pequeñas sin importar la capacidad económica, esto crea la adaptabilidad y las nuevas tendencias en el tipo de mobiliario que se debe producir.

¿Hay espacio para crecer?

El porcentaje de personas económicamente activas en este momento presenta un crecimiento válido, con esto se configuran nuevas tendencias de vida, diversificado el consumo de mobiliario, adaptándose a estos nuevos aspectos de habitabilidad.

¿ La industria esta creciendo? ¿ Es estable? ¿Saturada? ¿Volátil? ¿Declinando?

En casos mas globales la industria del mobiliario para espacios reducidos presenta aplicaciones muy grandes, los problemas del crecimiento poblacional no son solo problemas del tercer mundo. Esto globalmente crea un eje transversal que logra consolidar una línea de mobiliario destinado a espacios reducidos, otorgando satisfacción en los posibles compradores.

ANÁLISIS DE MERCADO META

 ¿ En que se diferencia mi producto o servicio al de la competencia?

Como se hablo anteriormente este tipo de proyectos se encuentran segregados en nuestro país, esto nos pone a la cabeza del mismo mercado, logrando posicionarnos en el desarrollo de **nuevos conceptos para nuevas tendencias de vivienda.**

 ¿ Como puedo alcanzar este mercado?

Globalmente ya existen industrias consolidadas en el mobiliario para espacios reducidos, en nuestro caso debemos **consolidarnos como un proyecto tropicalizado** que aterriza en las necesidades que **demanda el mercado local.**

En **NOLA** no podemos olvidamos nuestros productos después de la venta, creemos que la relación con los clientes debe ser imprescindible, por eso **desarrollamos un buen servicio postventa y logramos la satisfacción del cliente,** ligándolo totalmente con el valor de compra y el valor de uso.

¿ Hay comparación en las soluciones de la competencia?

No existen casos de soluciones de mobiliario para espacios reducidos en México, los pocos casos que podemos incluir para responder esta pregunta, **caen en ser un caso de diseño no funcional.**

¿ Que es lo que los clientes esperan de este tipo de productos o servicios?

Al plantearnos este proyecto nos enfocamos a mejorar la calidad de vida de nuestros clientes, realizando desde un mobiliario adaptable a sus propias necesidades y que además mantenga calidad muy por encima del mercado.

En el avanzar de la investigación nos damos cuenta que los posibles clientes están de una forma afectados, pues prefieren gastar menos al adquirir cualquier bien, esto muchas veces relacionado por el nulo conocimiento sobre los procesos y materiales que se usan para el mobiliario en general. Existe un camino grande para lograr la sensibilización de nuestros posibles clientes, desde la propuesta de usar materiales certificados hasta lograr que se conozcan los medios de producción más adecuados para la realización del mobiliario, sin olvidar el beneficio que brinda el uso de mobiliario adecuado para las tendencias de la vivienda actual.

NO.

LA

LÍNEA DE MOBILIARIO BARRA-COMEDOR

Problemática

Ficha técnica

Memoria descriptiva.

Aspectos productivos.

Aspectos funcionales

Aspectos ergonómicos

Aspectos estéticos

Proceso de fabricación

Tabla de Materiales.

PROBLEMÁTICA

En **NOLA** intentamos dar soluciones a los problemas propios de la vivienda actual con productos innovadores que mejoren la calidad de vida de las personas.

El crecimiento tan acelerado de las ciudades ha convertido a los hogares en sitios más pequeños, las casas y departamentos han variado notablemente y los amplios espacios se han transformado hoy en ambientes reducidos en los cuales deben habitar familias grandes, muchas veces en condiciones de hacinamiento.

Por ello en **NOLA** se cree que el diseño de mobiliario debe de sufrir una adaptabilidad que se ajuste a dichos espacios siempre pensando en el confort y servicio hacia los usuarios, mejorando **la calidad de vida**.



FICHA TÉCNICA

Uno de los productos realizados por **NOLA** para dar respuesta a la **problemática de espacios reducidos** es la **Barra-Comedor**, que surge al solucionando todos los factores que se analizan y se toman en cuenta durante la carrera de **diseño industrial (ergonomía, estética, función y producción)** ,por esto lo hemos elegido para mostrar el desarrollo en nuestro documento de tesis.

BARRA + COMEDOR

Diseño compactible que busca ganar y optimizar los espacios arquitectónicos.

Permite aprovechar los m² de circulación y con ello crear amplitud y un espacio funcional.

Ofrece al usuario 2 muebles en uno.

Diseño resistente hecho a partir de combinaciones de maderas naturales y materiales sintéticos.

Este diseño está dirigido para personas que viven solos, parejas y ó familias pequeñas donde lo importante es tener el espacio suficiente para realizar sus actividades sin esfuerzo así como tener un lugar adecuado para la convivencia y descanso del día a día.



SECUENCIA DE USO DE BARRA + COMEDOR



1



2



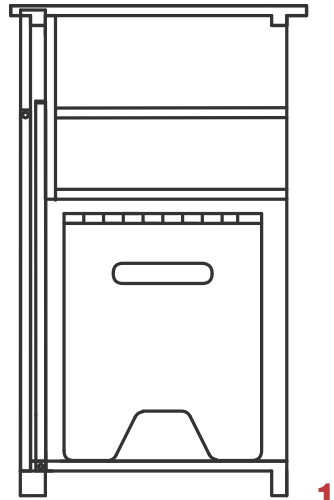
3

BARRA

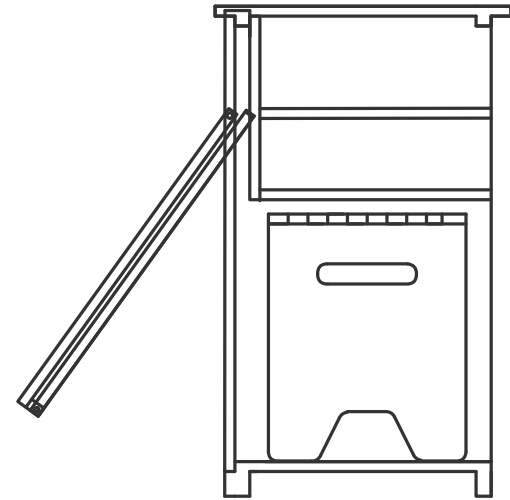
Mueble divisorio entre cocina y área de comedor, el cual guarda dentro una mesa y 4 bancos

COMEDOR

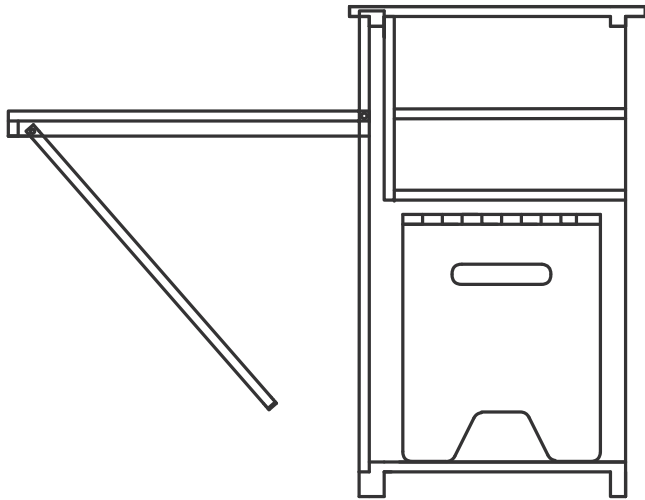
Para 4 personas



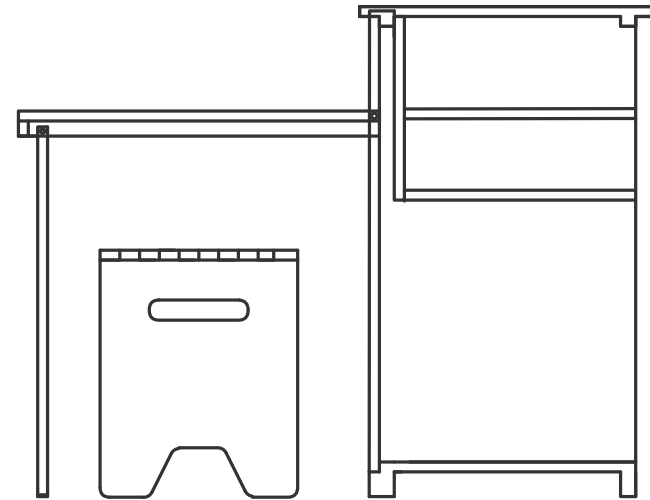
1



2



3



4

ASPECTOS PRODUCTIVOS

En el diseño de **BARRA + COMEDOR** se buscaron **soluciones sencillas en materiales y procesos de fabricación**, esto se vio reflejado de manera favorable en reducción de tiempos.

Los pocos los sistemas que integran el mueble hacen que se pueda fabricar en un solo lugar, evitando tener múltiples proveedores.

Una de las características importantes de nuestros productos es el uso de **maderas naturales** lo que otorga un gran plus al adquirir nuestros productos, esto nos hace ofrecer productos de gran **estética, durables y resistentes** como pocos actualmente.

Así también que nuestros procesos buscan el uso de materiales nobles que permitan **procesos de fabricación sencillo y de bajo impacto ambiental**.



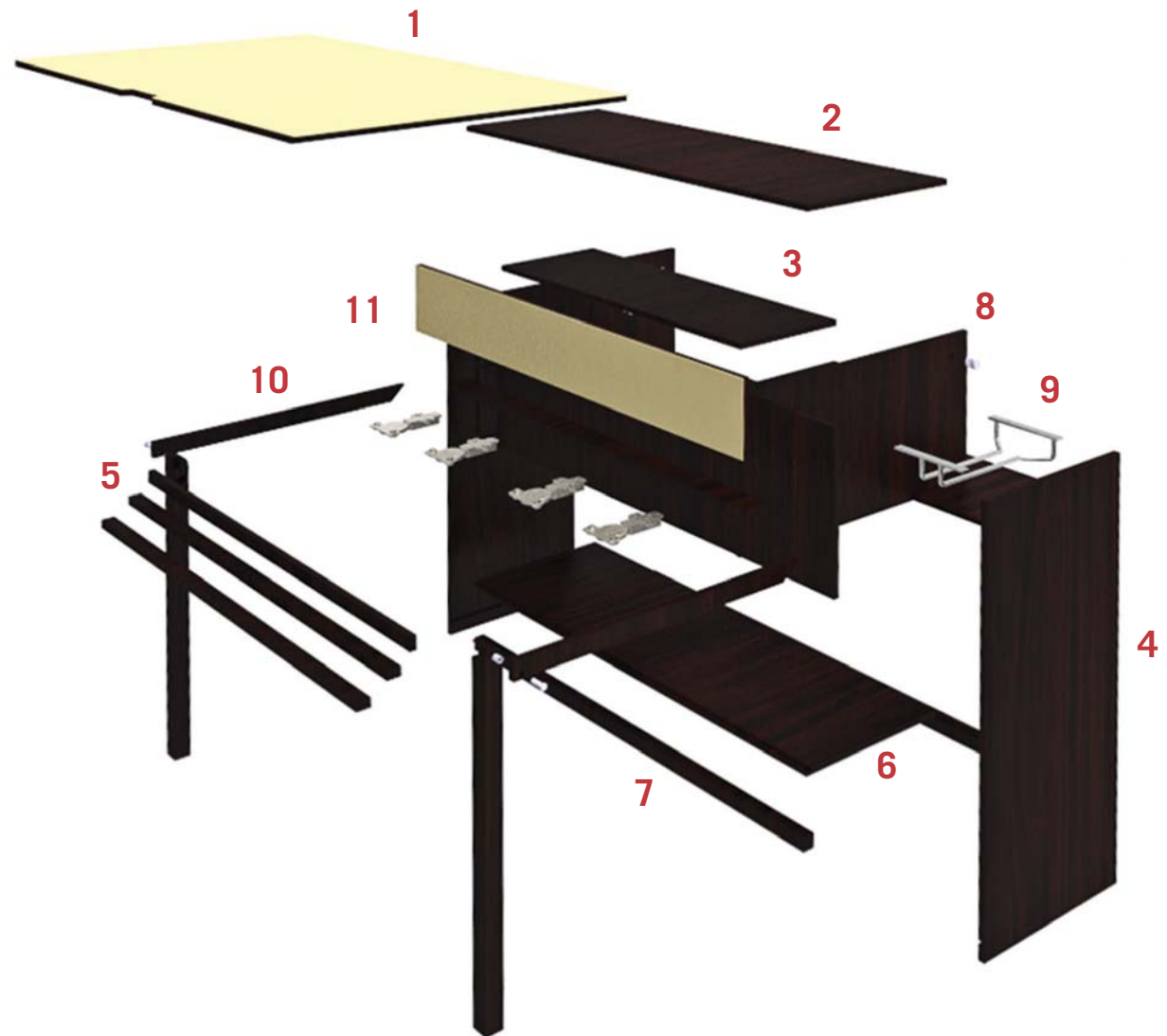
PROCESO DE FABRICACIÓN

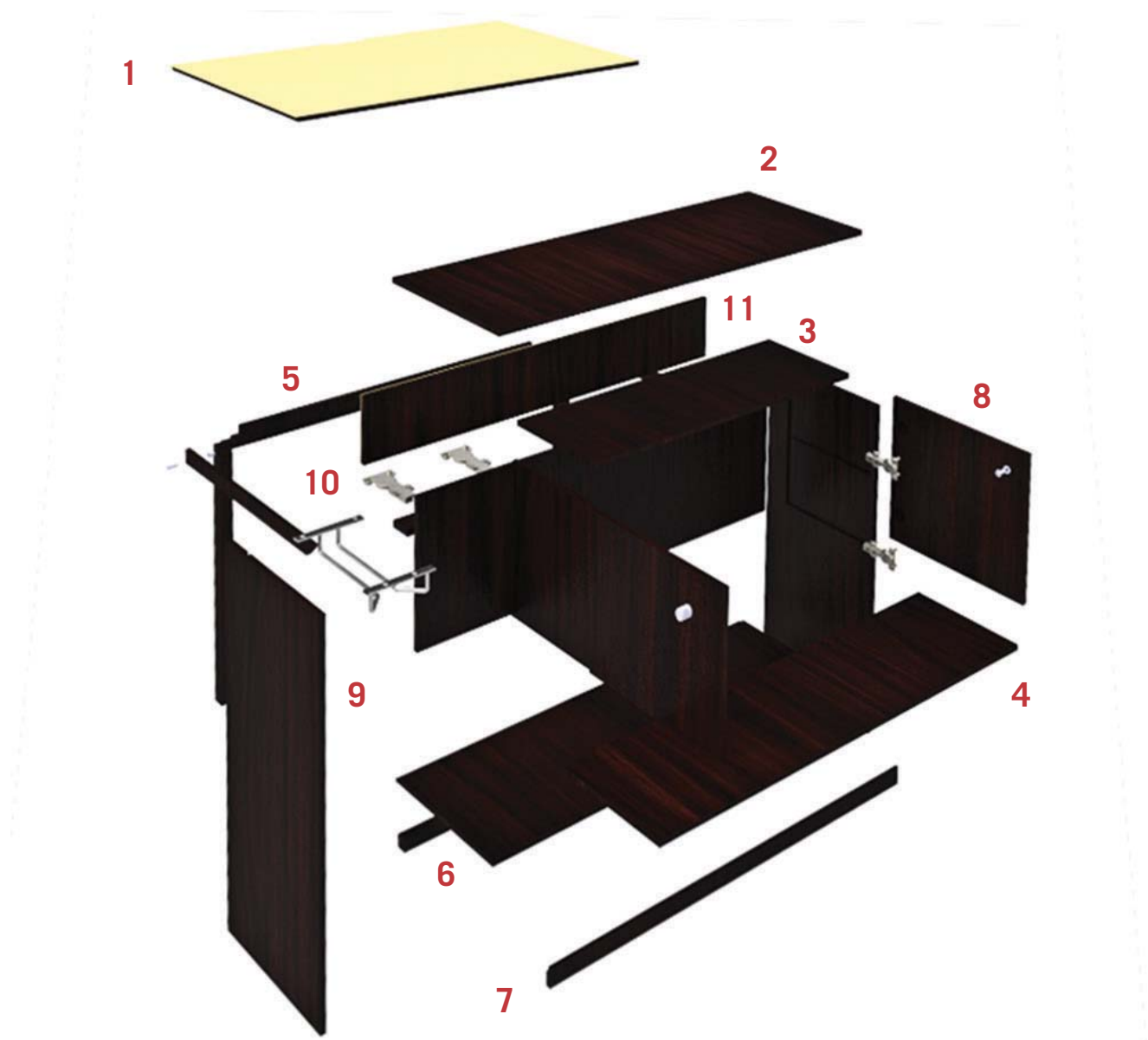
- 1 Dimensionamiento y Cortes de las piezas necesarias para armar el mueble (en sierra circular).
- 2 Lijado de las piezas antes del ensamble para evitar detalles que puedan dañar la apariencia del mueble.
- 3 Ensamble de mueble y lijado final.
Ensamble tipo caja y espiga reforzado con pegamento especial para madera.
- 4 Dar el acabado con un rayado especial con brochas, se aplica el color con pistola.
- 5 El proceso de pintura que se utiliza es un acabado de Poliuretano, este crea una textura sólida y acabado mate que evita los rayones en la superficie del mueble.
- 6 Por ultimo se colocan las piezas comerciales que son copero, bisagras en cubierta y puertas, mediante tornillos.

NOTA: Procesos de cada pieza ver en planos (banco 2/5 y barra 5 /19)

No. Pieza

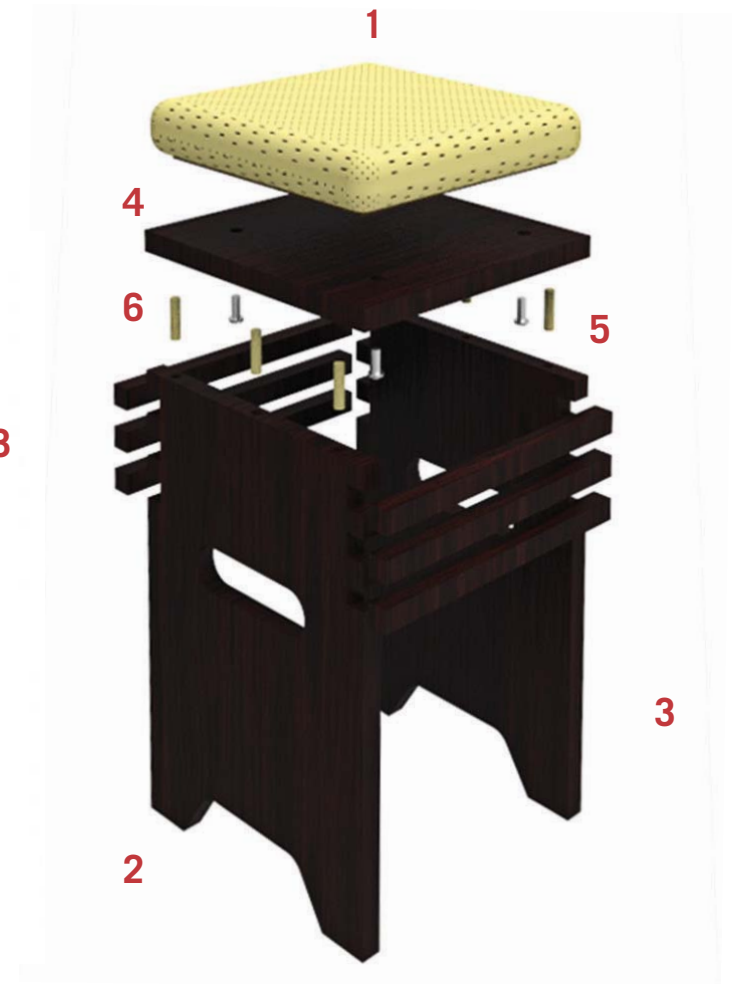
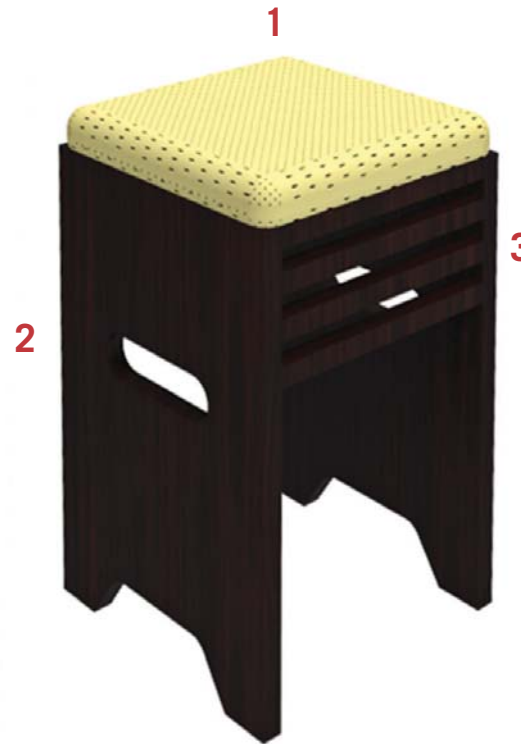
- 1 Cubiertas de mesa
- 2 Cubierta de barra
- 3 Entrepaños
- 4 Laterales
- 5 Listones de refuerzo
- 6 Base
- 7 Zoclo
- 8 Puertas
- 9 Copero
- 10 Bisabras de cubierta
- 11 Antepecho





No. Pieza

- 1 Asiento
- 2 Laterales
- 3 Listones de refuerzo
- 4 Base de asiento
- 5 Taquetes
- 6 Tornillos



PROVEEDORES

Debido a la cercanía del lugar donde se produce nuestro mobiliario, estos son los proveedores con los que trabajamos actualmente además cuentan con un amplio catalogo de productos de buena calidad como el servicio que ellos proporcionan.

DIRECCIÓN

SERVICIO



Dr. Andrade 297, Col. Doctores,
Cuauhtémoc, Ciudad de México.

Empresa en la cual compramos la materia prima de nuestros productos. Maderas finas, nacionales e importadas, tableros, triplay y aglomerados.



Escuela Naval Militar 503,
Col. Ex Ejido de San Francisco
Cuahuacán, Coyoacán,
Ciudad de México

Empresas en la cual compramos las bisagras y jaladeras. Herrajes de acero, herrajes para gabinetes, cerrojos, racks para gabinetes y herrajes para muebles.

SUPERFICIES SÓLIDAS MEXICANAS



DIRECCIÓN

Mimosas No.152
Col. Santa María insurgentes,
Del. Cuauhtémoc, Ciudad de México

SERVICIO

Empresa en la cual se adquieren formaicas y laminados plásticos.



Av Observatorio 238
Col. Daniel Garza,
Ciudad de México

Empresas en la cual compramos las bisagras y jaladeras. Herrajes de acero, herrajes para gabinetes, cerrojos, racks para gabinetes y herrajes para muebles.

HB
muebles
y ca

Beethoven 104, Peralvillo,
Cuauhtémoc, Ciudad de México

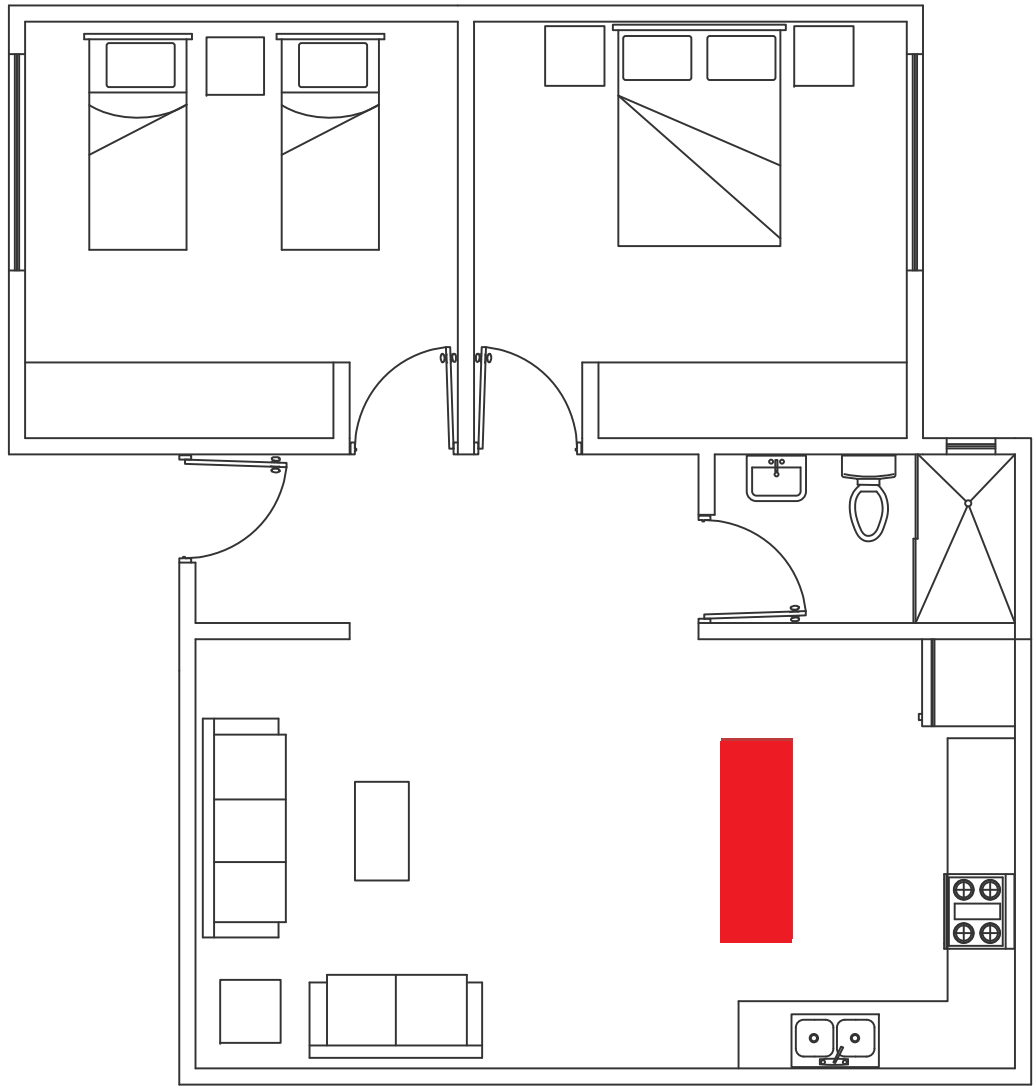
Empresa dedicada a la fabricación y venta de muebles. En sus talleres cortamos, ensamblamos y damos acabados . También son uno de nuestros puntos de venta y distribución

ASPECTOS FUNCIONALES

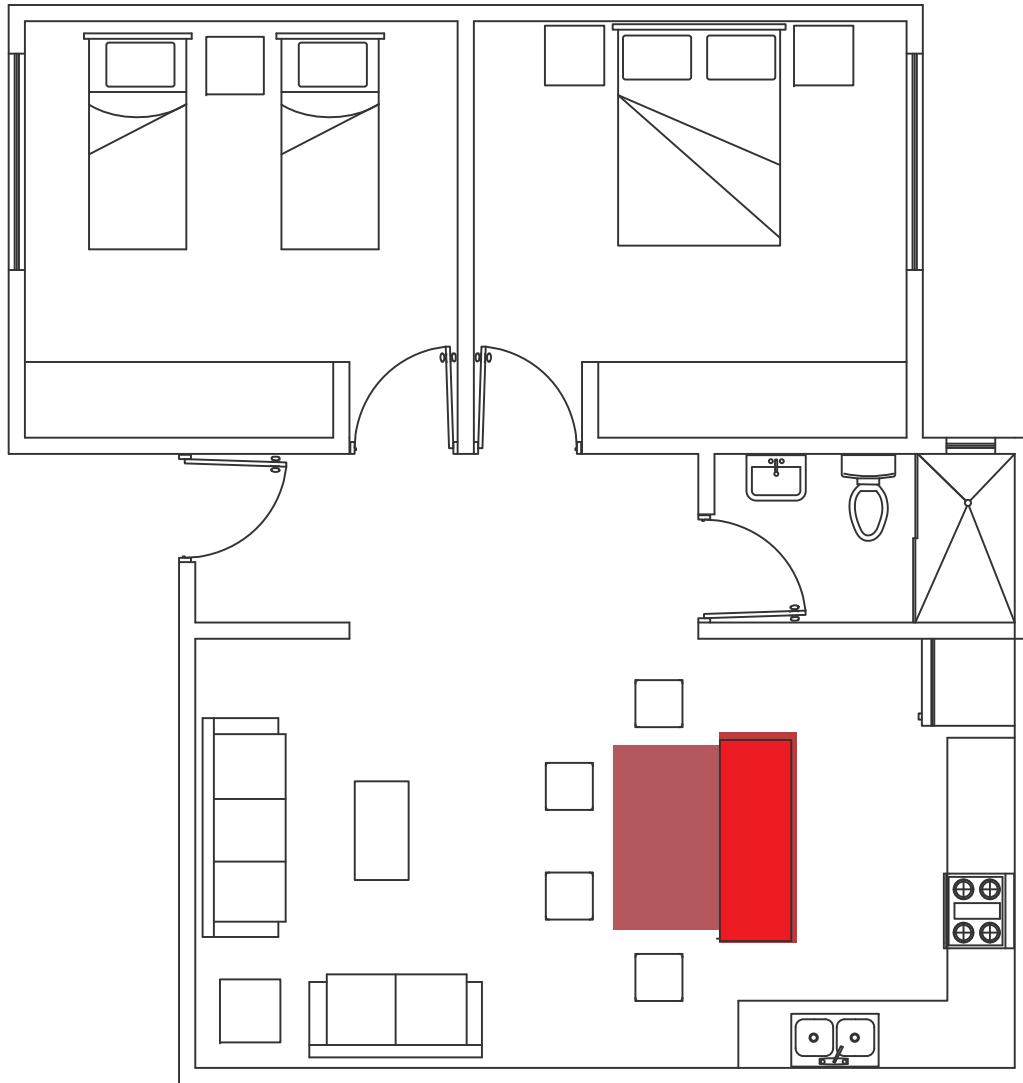
BARRA + COMEDOR permite al usuario tener la opción de colocarla como **elemento divisorio entre la cocina y el área de comedor**, dando así una barra la cual puede ser ocupada como **desayunador** y al ser desplegada la cubierta y las patas un **comedor para 4 personas**.

Si el espacio arquitectónico no dejara colocarla en esa forma, se puede ubicar en el área para el comedor como **un pequeño bar** con comunicación directa con la sala y de igual manera al ser desplegado se tiene el **comedor para 4 personas**.

La sencillez de su diseño permite colocarlo y moverlo con facilidad además permite una fácil limpieza del mueble.



BARRA



COMEDOR

ASPECTOS ERGONÓMICOS

BARRA + COMEDOR

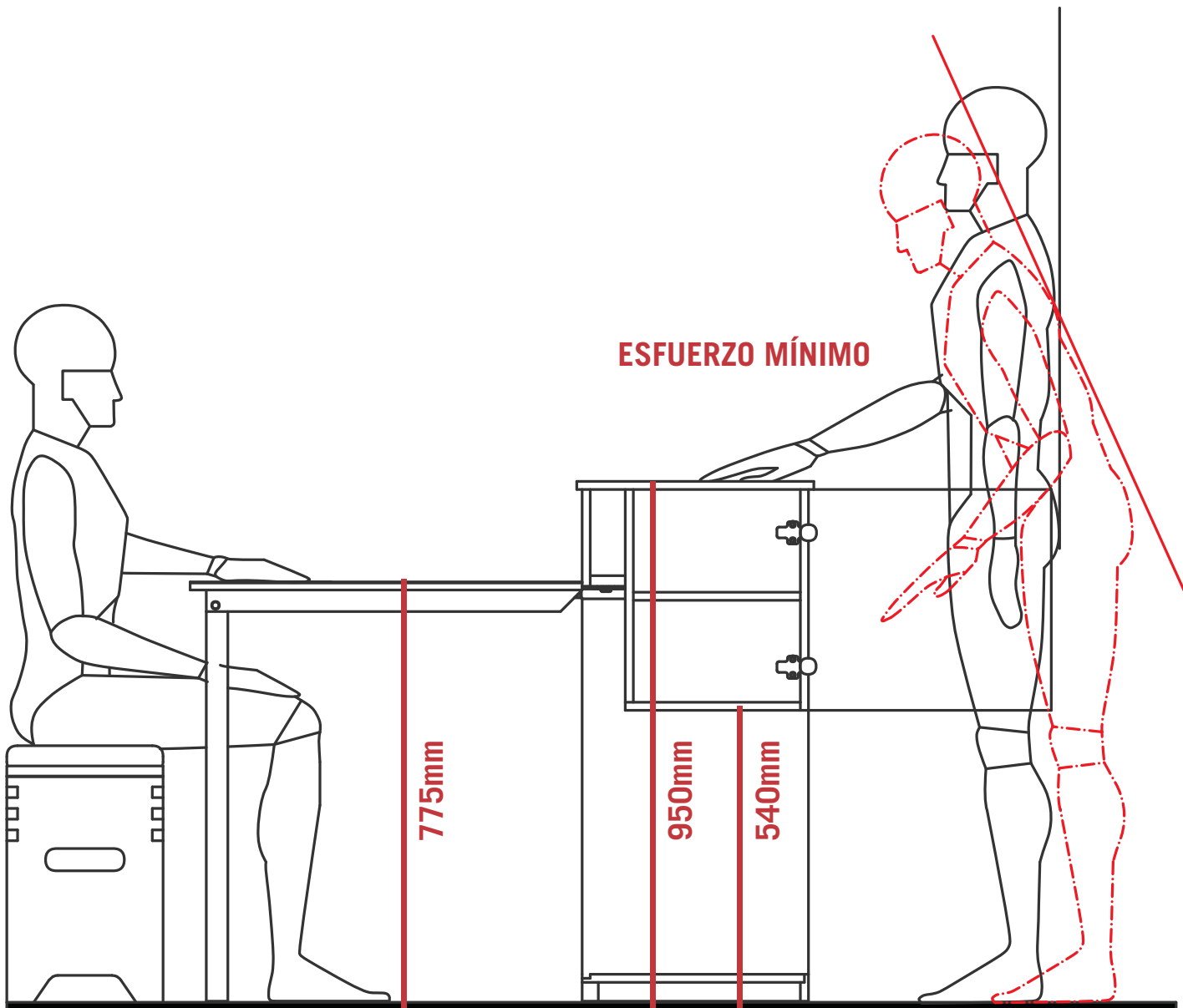
La altura total de la barra es la adecuada (**950 mm**) para que el usuario pueda colocar objetos sin la necesidad de flexionarse.

La altura de los entrepaños (**740 mm y 540 mm**) de igual manera evitan que las flexiones sean muy marcadas y con ello evitar que la columna se arquee demasiado.

La cubierta cuenta con corte para introducir la mano y así poder sacar y guardar la mesa con facilidad.

Los acabados utilizados son mate para eliminar las molestias de los reflejos.

Las dimensiones 775 y medidas 735 x 1210 mm de mesa permite que puedan estar de 2 a 6 personas .



ESFUERZO MÍNIMO

775mm

950mm

540mm

ENTREPAÑOS

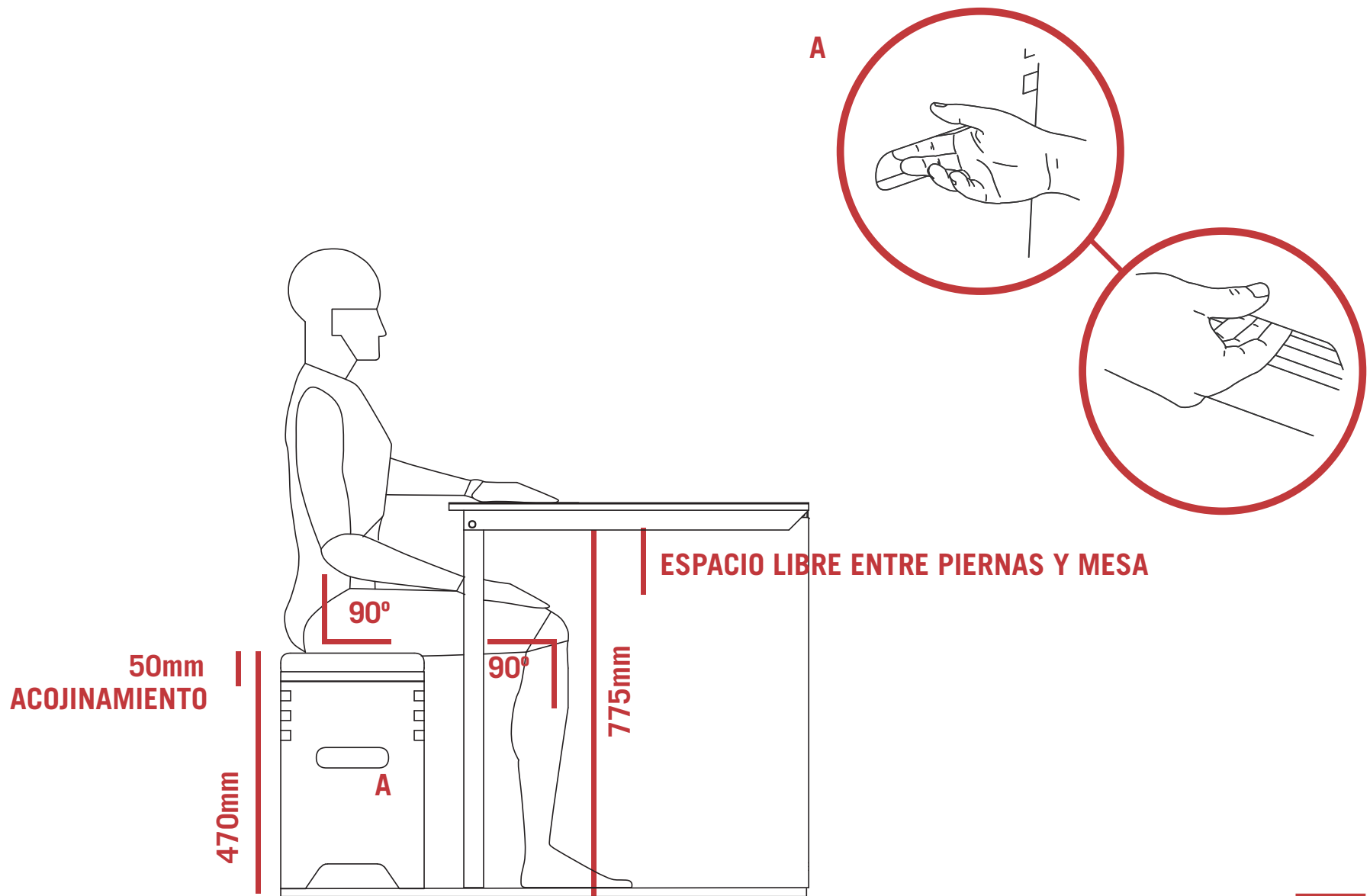
BANCOS

La altura de los **bancos (470 mm)** es **proporcional a la altura de la mesa** logrando así un equilibrio en la postura.

El diseño de **las caras laterales** cuenta con una ranura para introducir la mano y así manipularlos al sacarlos, usarlos, guardarlos ó limpiarlos.

Cuentan con **acojinamiento de 5cm de grosor de espuma de poliuretano (90 kg)** el cual sirve para poder distribuir el peso del cuerpo y así **reducir fatigas posturales**.

Las **dimensiones** del asiento permite tener un **buen acomodo y desplante de piernas y pies**.



ASPECTOS ESTÉTICOS

Es un **mueble minimalista para espacios de decoración simple** y moderna los cuales desean transmitir serenidad, tranquilidad y espacialidad.

En cuanto a las formas predomina el orden de las líneas rectas, geometría básica, simetría, juego de volúmenes y ritmo. **Es un mueble sencillo, funcional y con finos acabados.**

Los colores que maneja este producto son, como base el color chocolate o wengue con posibilidad de generar acentos de colores vivos en asientos y cubiertas , dependiendo el gusto del cliente esto en base a nuestro catalogo de colores.



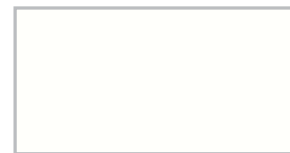
F2200 AB
DARK CHOCOLATE



K123B AB
CARNAVAL



F1486 AB
CHROME YELLOW



K1040 AB
ALPINA



K3210 AB
LEANTE



F8755 AB
LEMON



PRUEBA DE PRODUCTO

Para poder colocar la **BARRA + COMEDOR** como un mobiliario competitivo y obtener retroalimentación sobre la experiencia realizamos una **prueba de mejora del producto a un grupo de 30 personas**.



¿Qué tan bueno llega a ser nuestro mobiliario?

Al producir nuestro mobiliario, nos regimos con un amplio nivel de calidad,



¿Existe la satisfacción de los clientes?

Las personas que ya usan la **BARRA + COMEDOR** se ven beneficiadas, optimizando el espacio que en su hogar ahora se puede ahorrar, los clientes han pedido ver una línea mas completa de mobiliario para espacios reducidos.



¿Qué problemas detectarán?

Falta de espacio al ser utilizada por 4 o más personas.

Las piezas que podrían ser reubicadas o rediseñadas, para generar más espacio y comodidad.

Que el asiento es muy incomodo después de cierto tiempo.

NO.

LA

PRODUCCIÓN / COSTOS BARRA-COMEDOR

Materia prima.
Materia prima y mano de obra.
Costos indirectos de producción.
Gastos de administración.
Gastos de venta.
Gastos operativos.
Costo mensual.
Costo unitario total.
Costo unitario total.
Precio de venta.
Margen de contribución.

MATERIA PRIMA

Se define como materia prima directa a todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto.

La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final.

NOTA:

Se usa pino de primera por la dureza y calidad de esta madera, esta madera no tiene desperfectos internos

Los acabados en barra y comedor son en color chocolate.

Los colores en el Acojinamiento y cubierta son al gusto (según catalogo).



MATERIAL	MEDIDAS	COSTOS	CANT.	COSTO POR UNIDAD
TRIPLAY DE 15 mm	HOJA: 1.22 m ancho x 2.44 m largo	\$ 371.00	2 HOJAS	\$ 742.00
TRIPLAY DE 18 mm	HOJA: 1.22 m x 2.44 m	\$ 375.00	3/4 HOJA	\$ 281.25
BISAGRAS BIDIMENSIONALES DE CIERRE LENTO	PIEZA COMERCIAL	\$ 70.00	4 JUEGOS	\$ 280.00
JALADERAS DE BOTON DE ALUMINIO	PIEZA COMERCIAL	\$ 25.00	2 PIEZAS	\$ 50.00
FORMICA COLOR EN BASE A CATALOGO.	HOJA: 1.22 m x 2.44 m	\$ 130.00	1/2 HOJA	\$ 65.00
TABLON DE 1 1/2 DE PINO DE PRIMERA	TABLON: 2" grosor x 55cm ancho x 250 cm de largo	\$ 255.00	1 PIEZA.	\$ 255.00
ESPUMA POLIURETANO (PUR)	25 Kg/m ³ de densidad y 200 cm x 100	\$ 120.00	1 PLANCHA	\$ 90.00
VINIPIEL	1.52 m x 2 m	\$ 40.00	3 METROS	\$ 120.00
PINTURA	Pintura Sherwin Williams color wengue	\$ 120.00	2 CAPAS	\$ 300.00
			TOTAL:	\$ 2,183.25

MATERIA PRIMA INDIRECTA

Son todos los materiales sujetos a transformación, que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.

PRODUCTO	MATERIA PRIMA	COSTO	MANO DE OBRA	TOTAL
BARRA-COMEDOR 4 BANCOS	MATERIA PRIMA DIRECTA (BARRA) <ul style="list-style-type: none"> • TRIPLAY DE 18 mm • BISAGRAS BIDIMENSIONALES DE CIERRE LENTO • JALADERAS DE BOTON DE ALUMINIO • FORMICA • TABLON DE 1 1/2 DE PINO DE PRIMERA • PINTURA 	\$2,108.25	TRABAJADORES <ul style="list-style-type: none"> • CORTE • LIJADO • ENSAMBLADO • PITADO • TAPIZADO 	
	MATERIA PRIMA DIRECTA (BANCOS) <ul style="list-style-type: none"> • TRIPLAY DE 15 mm • ESPUMA DE POLIURETANO • VINIPIEL • PINTURA 			
	MATERIA PRIMA INDIRECTA <ul style="list-style-type: none"> • TAQUETES 1/4" • PEGAMENTO BLANCO • PEGAMENTO DE CONTACTO • REGATONES TIPO TACHA. • REGATONES TIPO MEDIA CAÑA 25mm 1 • LIJAS • SELLADOR PARA MADERA • HILO 		\$1,052.00	
		\$3.160.25	\$638.57	\$3,798.82

GASTOS FIJOS MENSUALES

• RENTA.	\$ 2,000.00
• TELEFONO E INTERNET.	\$ 300.00
• PAPELERIA.	\$ 126.00
• SUEDOS.	\$ 4,711.34
• ARTICULOS DE LIMPIEZA.	\$100.00
• DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTA	\$ 300.00

GASTOS VARIABLES MENSUALES

• LUZ.	\$ 100.00
• AGUA.	\$ 20.00
• GASOLINA.	\$ 670.00

TOTAL	\$ 8,327.34
-------	--------------------

NOTA:

Estos gastos permanecen constantes sin depender el nivel producción de la empresa.

DEPRECIACIÓN

La depreciación es el gasto en que incurre la empresa debido al uso y desgaste de sus bienes. Para calcular, la ley ISR establece porcentajes de depreciación anual.

MOBILIARIO 20 %

HERRAMIENTA 20%

EQUIPO DE COMPUTO 25%

DEPRECIACIÓN			
CONCEPTO	COSTOS	AÑOS DE VIDA	DEPRECIACIÓN MENSUAL
MOBILIARIO	\$ 5,000.00	5	\$ 83 .33
HERRAMIENTA	\$ 2,000.00	5	\$ 33 .33
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 6,000.00	4	\$ 125 .00
TOTAL.			\$241.67

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

GASTOS FIJOS MENSUALES

• RENTA.	\$ 1,000.00
• TELEFONO E INTERNET.	\$ 150.00
• PAPELERIA.	\$ 63.00
• SUEDOS.	\$ 4,711.34
• ARTICULOS DE LIMPIEZA.	\$ 50.00
• DEPRECIACIÓN DE MOBILIARIO.	\$ 41.66
• DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTO.	\$ 62.50

GASTOS VARIABLES MENSUALES

• LUZ.	\$ 50.00
• AGUA.	\$ 10.00
• GASOLINA.	\$ 335.00
TOTAL	6,473.50

Son aquellos **gastos que tiene que ver directamente con la administración general** del negocio, y no con sus actividades operativas.

No son gastos de ventas, no son costos de producción.

Contienen los salarios del Gerente General, secretarias, contadores, alquileres de oficinas, papelería de oficinas, suministros y equipo de oficinas, etc.

No se incluyen en esta categoría los gastos que tienen que ver propiamente con la operación del giro del negocio ni con el mercadeo.

Usualmente se incluyen los gastos de selección y reclutamiento de personal.

GASTOS DE VENTA

GASTOS FIJOS MENSUALES

• RENTA.	\$ 1,000.00
• TELEFONO E INTERNET.	\$ 150.00
• PAPELERIA.	\$ 63.00
• SUEDOS.	\$ 4,711.34
• ARTICULOS DE LIMPIEZA.	\$ 50.00
• DEPRECIACIÓN DE MOBILIARIO.	\$ 41.66
• DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTO.	\$ 62.50
• PUBLICIDAD	\$ 200.00

GASTOS VARIABLES MENSUALES

• LUZ.	\$ 50.00
• AGUA.	\$ 10.00
• GASOLINA.	\$ 335.00
TOTAL	6,673.50

Los gastos de venta usualmente comprenden **todos los consumos asociados o vinculados con las ventas de la compañía.**

Esto incluye **salarios del personal de ventas y de ejecutivos, publicidad y gastos de viaje.**

En general, **los gastos de venta crecen y decrecen con las ventas de la compañía.**

En tiempos difíciles, o en un período de crecimiento de ventas lento, **una compañía puede cortar gastos** de publicidad para ahorrar dinero o despedir a personal de ventas improductivos.

GASTOS OPERATIVOS

Se llama gastos operacionales al **dinero de una empresa o una organización que debe desembolsar en concepto del desarrollo** de las diferentes actividades que despliega. Entre los mas comunes se pueden citar: **el pago por el alquiler del local o oficina, pago de salarios , suministros y materiales.**

GASTOS DE VENTA	\$ 6,673.50
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 6,473.50
TOTAL	\$ 13,147.00

COSTO MENSUAL

El costo total mensual es el monto total que la empresa debe considerar para **mantenerse operando con una producción.**

TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN (5 muebles)	\$ 18, 994.10
TOTAL DE GASTOS OPERATIVOS.	\$ 13,147. 00
TOTAL	\$ 32,141.10

COSTO UNITARIO TOTAL

PRODUCTO	COSTO DE VENTA	COSTO DE PRODUCCIÓN	GASTOS DE OPERACIÓN	UNIDADES	COSTO TOTAL MENSUAL
COMEDOR	\$6,428.22	\$3,428.22	\$2,629.40	5	\$32,141.10

PRECIO DE VENTA

El precio de venta es el resultado del precio de producción sumado a una ganancia.
La fórmula para calcular el precio de venta de un producto

Precio de Venta = Costo Total + Margen de Utilidad

Precio de Venta: Es el precio final que vas a ofrecer al público

Costo Total: La suma de todos los costos que implica vender el

Margen de Utilidad: La ganancia que deseas obtener a partir de la venta del producto

En nuestro caso el precio de venta:

Costo unitario total del producto: **\$6,428.22**

Margen de utilidad: **30%**

$6,428.22 \times .30 =$ **1.928.46**

$6,428.22 + 1.928.46 =$ **8.356.68**

PRECIO DE VENTA DE BARRA-COMEDOR \$ 8.356.68

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

Es la diferencia entre el precio de venta menos los costos variables. Es considerado también como el exceso de ingresos con respecto a los costos variables, exceso que debe cubrir los costos fijos y la utilidad o ganancia.

Importancia del margen de contribución

Permite determinar cuanto esta contribuyendo un determinado producto a la empresa.
Permite identificar en medida es rentable seguir con la producción de ese artículo.

Costos fijos: Son aquellos costos que permanecen constantes durante un periodo de tiempo determinado, sin importar el volumen de producción. **Estos costos no se ven afectados si la empresa decide producir más o menos, o decide no producir.**

Costos variables: Son aquellos que se modifican de acuerdo con el volumen de producción, es decir, si no hay producción no hay costos variables y si la producción aumenta el costo variable es alto.
Los costos variables están en función de las cantidades producidas.

Formula para el cálculo del margen de contribución.

La formula es muy sencilla, puesto que todo lo que se hace es restar al precio de venta unitario el costo variable unitario, por lo que queda:

$$MC = PVU - CVU$$

PRODUCCIÓN DE 1 BARRA + COMEDOR

PRECIO DE VENTA	\$ 8.356.68
COSTO VARIABLE	\$ 6,428.22
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 1.928.46

PRODUCCIÓN DE 5 BARRA + COMEDOR

PRECIO DE VENTA	\$ 41, 783.40
COSTO VARIABLE	\$ 32, 141.10
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 9,642.30

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 9,642.30
-------------------------------	--------------------

Gastos indirectos de producción \$ 8,327.34 Gastos indirectos de producción \$ 13,147.00	\$ 21,474.34
---	---------------------

NO.

LA

ESTUDIO FINANCIERO

Punto de equilibrio.
Mínimo de venta.
Balance inicial.
Balance general.
PROFORMA.

PUNTO DE EQUILIBRIO

A continuación se muestra el punto de equilibrio (**sin utilidad**) determinando el mínimo de ventas mensuales; y un ejemplo para obtener una utilidad del 30%.

FORMULA

$$UN = P \cdot Q - CF - CV \cdot Q = 0$$

$$UN = 8,356.68 (Q) - 1,928.46 (Q) / 21,474.34$$

$$Q = 21,474.34 / 6,428.22$$

$$Q = 3.34$$

Por lo tanto 4 BARRA-COMEDOR se deberán vender para alcanzar el punto de equilibrio.

$$\text{Ingreso total} = 8,356.68 (4)$$

$$\text{Ingreso total} = 33,426.22$$

$$\text{Costo total} = 1,928.46 (4) + 21,474.34$$

$$\text{Costo total} = 29,188.18$$

BARRA+COMEDOR

COSTOS FIJOS	\$21,474.34
COSTO VARIABLE POR UNIDAD	\$1,928.46
PRECIO DE VENTA	\$8,356.68

FORMULA

30% DE UTILIDAD NETA = $P \cdot Q - CF - CV(Q)$

$$\begin{aligned} 8,356.68 \times 4 - 21,474.34 - 1,928.46 \times 4 \\ 33,426.72 - 21,474.34 - 7,713.84 \\ 11,952.38 - 7,713.84 = \mathbf{4,238} \end{aligned}$$

Por lo tanto para lograr una utilidad del 30% se deberán vender mensualmente **4 BARRA+COMEDOR**

BARRA+COMEDOR	
COSTOS FIJOS	\$ 21,474.34
COSTO VARIABLE POR UNIDAD	\$ 1,928.46
PRECIO DE VENTA	\$ 8,356.68
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	4 UNIDADES
INGRESO TOTAL	\$ 33,426.72

MÍNIMO DE VENTA

ESTUDIO DE FINANCIAMIENTO.

Es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. Con esto determinaremos las necesidades de los recursos para realizar la inversión, así como el costo de las fuentes de financiamiento, costos de operación del proyecto y rentabilidad de la inversión

MÍNIMO DE VENTA

Es la cantidad mínima a vender para poder cubrir los gastos mensuales de la empresa más un 10% recomendado para prever eventualidades.

Costo total mensual	\$ 32,141.10
Total de gastos mensuales.	\$ 35,355.21
Precio de venta	\$ 8, 356.68
Mínimo de ventas mensuales	4 Unidades

BALANCE INICIAL

El balance general inicial se hace al momento de iniciar una empresa o un negocio, en el cual se registran los activos, pasivos y patrimonio con que se constituye e inician operaciones.

Cuando se crea una nueva empresa se requiere que los socios aporten una serie de activos y posiblemente se deba incurrir en algunas obligaciones para poder operar o adquirir los activos, lo que su conjunto conforman el balance inicial.

NOLA BALANCE INICIAL

ACTIVO

CIRCULANTE.

Caja y banco	\$ 4,000.00	
Almacén	\$ 7,000.00	
Documentos por cobrar	\$ 25,000.00	\$ 36,000.00

FIJO

Mobiliario	\$ 2,000.00	
Equipo de computo	\$ 25,000.00	\$ 32,000.00
Maquinaria y herramienta	\$ 5,000	

DIFERIDO

publicidad.....	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
-----------------	-------------	-------------

TOTAL DE ACTIVO

\$ 70,000.00

PASIVO

A CORTO PLAZO

Proveedores	\$11.000	
Documentos	\$25,000.00	\$ 36,000.00

TOTAL PASIVO

Aportaciones	\$ 34,000.00	\$ 34,000.00
--------------	--------------	--------------

TOTAL PASIVO + CAPITAL CONTABLE

\$ 70,000.00

BALANCE GENERAL

El balance general es el **estado financiero de una empresa en un momento determinado**. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos (lo que organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (el patrimonio neto).

El balance general, por lo tanto, **es una especie de fotografía que retrata la situación contable de la empresa en una cierta fecha**. Gracias a este documento, el empresario accede a información vital sobre su negocio, como la disponibilidad de dinero y el estado de sus deudas.

NOLA

ACTIVO CIRCULANTE

Caja	\$ 4,000.00	
Almacén	\$ 7,000.00	
Banco	\$ 30,000.00	
Documentos por cobrar	\$ 15,000.00	\$ 56,000.00

FIJO

Mobiliario	\$ 2,000.00	
Equipo de computo	\$ 25,000.00	
Maquinaria y herramienta	\$ 5,000.00	
Depreciación de maquinaria, mobiliario, computo y equipo de reparto	\$ 2,500.00	\$ 34,500.00

DIFERIDO

Publicidad	\$ 2,000.00	
Amortización de gastos	\$ 2,000.00	\$ 4,000.00

TOTAL DE ACTIVO **\$94,000.00**

PASIVO A CORTO PLAZO

Proveedores	\$0.000	
Documentos	\$0,000	
Acreedores	\$0,000	

TOTAL PASIVO CAPITAL CONTABLE

Capital social	\$30,000.00	
Utilidad de ejercicio	\$55,997.33	\$34,000

TOTAL PASIVO + CAPITAL CONTABLE **\$85,997.33**

PROFORMA

Muestra un resumen de los resultados de operación de un negocio concernientes a un periodo de operaciones normalmente a un año . Su objetivo principal es medir la utilidad o perdida del negocio, para permitir al analista determinar que tanto ha mejorado dicho negocio durante un periodo de tiempo, generalmente un año, como resultado de sus operaciones.

ESTADOS DE RESULTADOS DE 1 AÑO			
		GASTOS DE VENTA	\$28,583.43
VENTAS	\$1,355,742.00	GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$73,547.36
COSTOS DE VENTA	\$599,317.10	UTILIDAS EN OPERACIÓN	\$654,294.11
UTILIDAD BRUTA	\$756,424.90	UTILIDAD NETA	\$392,576.47

NO.

LA

NUEVO PRODUCTO

+retículas.
Memoria descriptiva.

+RETÍCULAS

Como un segundo proyecto de mobiliario enfocado a los espacios reducidos estamos experimentando con **+retículas**, un muebles que se adapta completamente a las necesidades del usuario, ocupando siempre el mínimo espacio necesario.

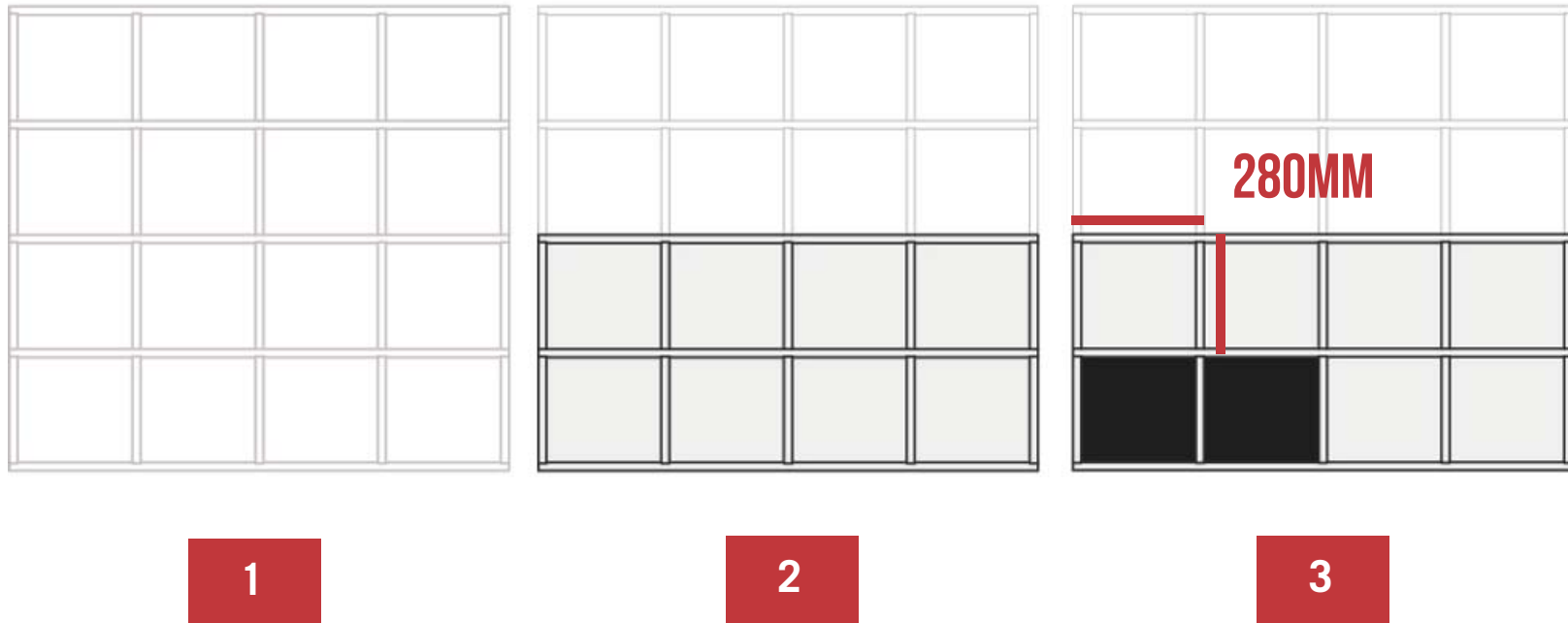
+retículas es un proyecto que juega con **la proporcionalidad de piezas normalizadas**, las que logran **ser desde un mobiliario auxiliar o aparador, hasta un librero 100% optimizado a las necesidades del usuario**, esto simplemente comprando solo las piezas que se requieran, sabiendo que entre mas grande o complejo sea, mayor será el numero de piezas que se deban pedir.



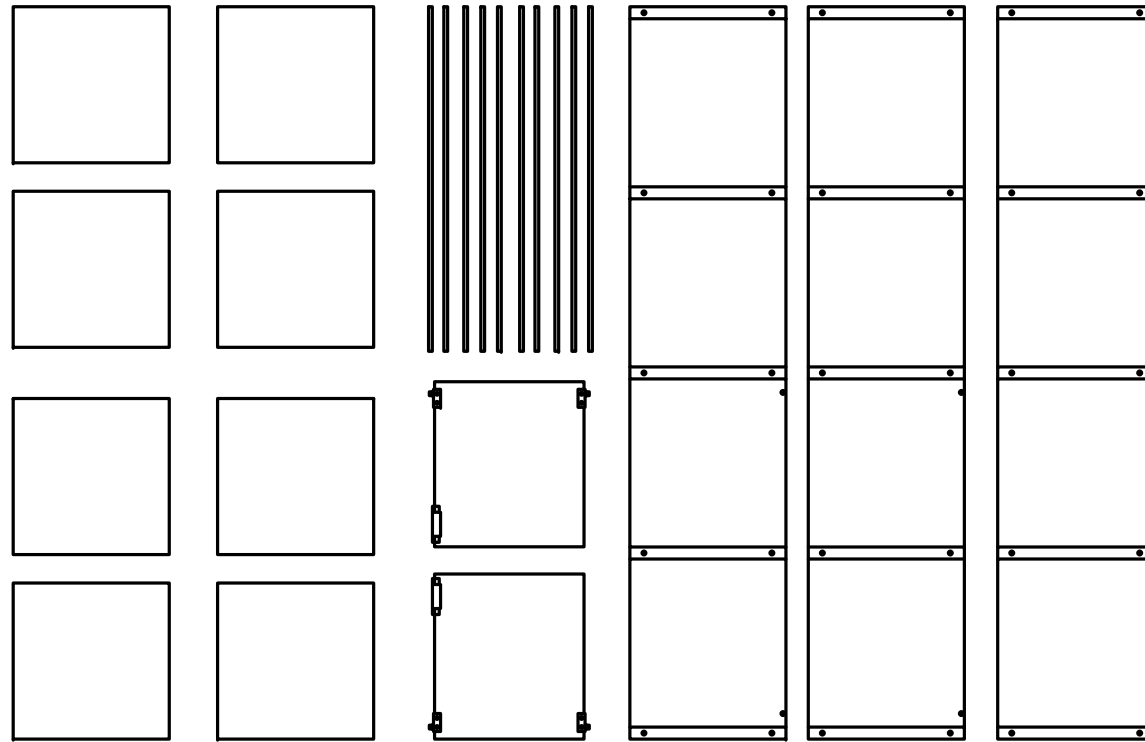
FICHA DE TÉCNICA

Mediante la aplicación en web nuestro proyecto de empresa se puede generar el pedido, la idea es que el usuario visualice una retícula donde a la interacción activa el tipo de piezas que se necesita, esto en una base de datos al generar el pedido especifica cuantas piezas y cuales piezas se necesitan para generar el pedido, las posibilidades son infinitas.

El usuario en esta aplicación, lo único que debe saber es cuales son las medidas de ese espacio donde ubicará el mobiliario y la aplicación recopila estos datos generando una orden de pedido.



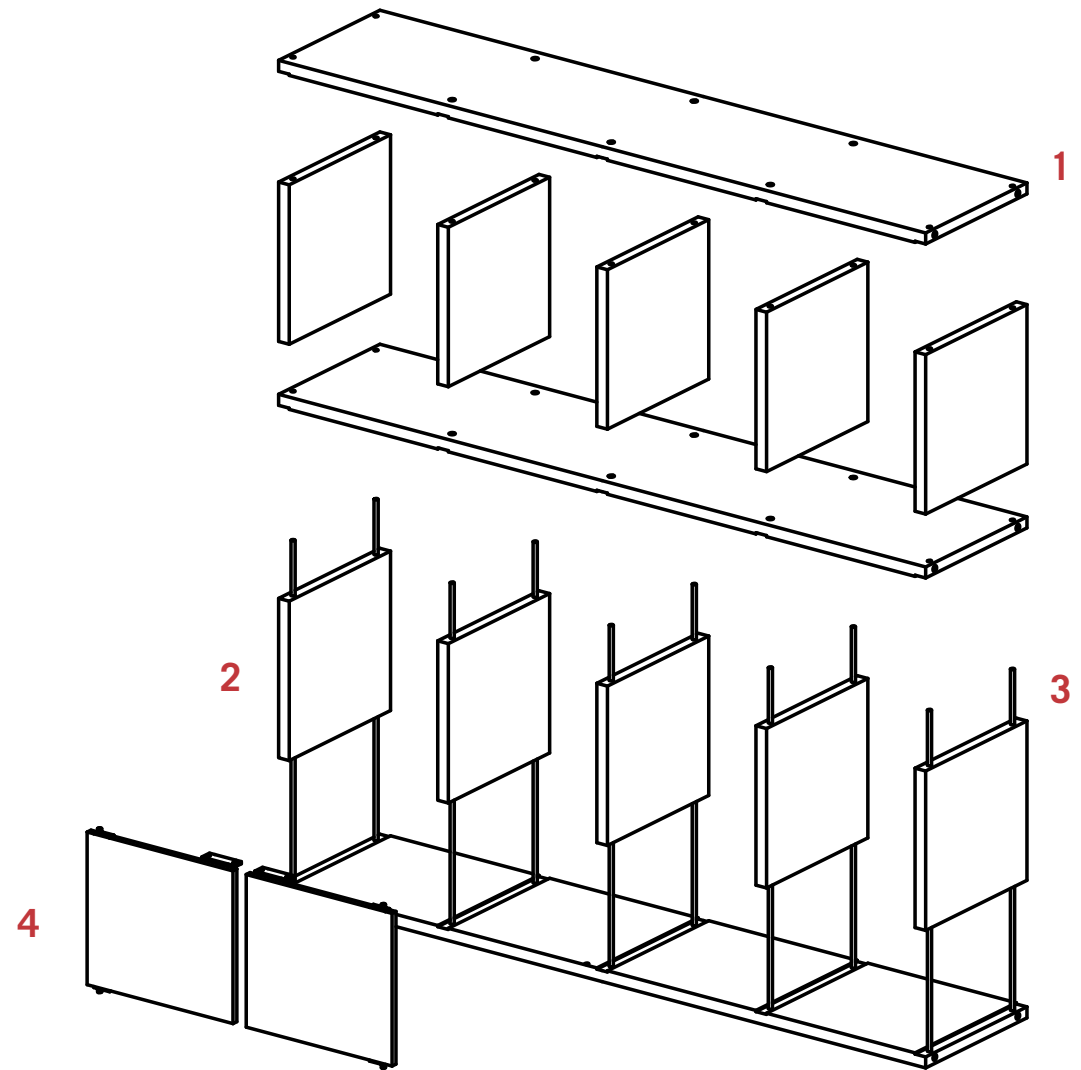
Esta es la forma en la que se generan las piezas, todo mediante barrenaciones y desbastes en ROUTER CNC los anclajes son piezas comerciales y las barras de soporte son espárragos (tornillo sin fin)los cuales son cortados a la proporción específica para cada caso.



Este ejemplo muestra el ensamble y el tipo de piezas del mobiliario.

La aplicación recopilación información y genera un pedido, el cuál llega a nuestra base de datos, una condición de este servicio es pagar el 50% del pedido mediante un pago electrónico o deposito bancario, el pedido tendrá 3 días hábiles para ser entregado y el cliente deberá a la entrega liquidar el mobiliario.

Todo el sistema va coordinado para generar el pedido y el tipo de complementos necesarios para cada caso.



1 Cubiertas 2 Laterales 3 Barras de soporte 4 Puertas

ASPECTOS ESTÉTICOS

Este proyecto mantiene el concepto de minimalismo, tanto en la producción como en la estética ,logrando completamente el concepto de la función al entorno y de igual forma al usuario, adecuándose a la necesidad e interacción.

El orden de las piezas, forman la estructura de este mobiliario, logrando estabilidad y rigidez, la gama de colores, también depende del tipo de material con el cual se pueda conjugar, fusionando los tonos oscuros y suavizando con algunos claros.



NO.

LA

VENTAS

Punto de venta.
Promoción y publicidad.

PUNTO DE VENTA

Actualmente comercializamos con las siguientes mueblerías:

HB Muebles y Cía. S.A. de C.V.

TEL :55 57710319

DIRECCION: Beethoven No. 104 Colonia Peralvillo. delegación Cuauhtémoc C. P. 06220

Dueños: Arq. Armando Monroy / LIC. María Guadalupe Tercero Ramírez

(fabricación y venta directa además de ser distribuidor)

Muebles DELTA

TEL :55295308

DIRECCION: Ecuador No.82, Col. Centro, Del. Cuauhtémoc, C.P. 06010, México D.F. (Entre Palma Norte y Brasil).

Dueño: Lic. Carlos Montaña Ledesma.

(Punto de venta)

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Internet juega un papel importante para la generación de nuevos clientes potenciales, ya sea redes sociales o en el propio sitio se puede comunicar masivamente todas las actividades que nos rodean, desde el catalogo de productos y participaciones en concursos de diseño o convocatorias de emprendimiento, esta herramienta global logra que tengamos una muestra de nuestros productos y servicios a el alcance de un clic, logrando tener una comunicación en tiempo real de opiniones

Además para tener una promoción constante, es importante mantener el contacto con nuestros clientes, otorgando servicios a partir de necesidades que surgen después de haber dado una solución.



NO.

LA

ASPECTOS LEGALES

Registro de marca.
Registro de empresa.
Fuentes de financiamiento.

REGISTRO DE MARCA

En nuestro país, el Instituto Mexicano de la propiedad Industrial (IMPI) es el encargado regula todo lo referente a marcas y patentes en México. Este instituto que tiene como objetivo que las actividades industriales y comerciales del país, utilicen el sistema de propiedad industrial como un elemento de protección legal en la distinción y perfeccionamiento de sus bienes y servicios.

Marca es todo signo visible que se utiliza para distinguir e individualizar un producto o servicio de otros de su misma clase o especie. Su función principal es la de servir como elemento de identificación de los diversos productos y servicios que se ofrecen y se prestan en el mercado.

Existen cuatro tipos de marca:

MARCA NOMINATIVA

Las marcas nominativas son aquéllas que identifican un producto o servicio a partir de una denominación; pueden constituirse de letras, palabras o números y contener signos ortográficos que auxilien a su correcta lectura. Se conforman por elementos literales, así como por una o varias palabras desprovistas de todo diseño. El solicitante se reserva el uso en cualquier tipo o tamaño de letra.

MARCA INNOMINADA

Las marcas innominadas son aquéllas que identifican un producto o servicio y se constituyen a partir de figuras, diseños o logotipos desprovistos de letras, palabras o números.

MARCA TRIDIMENSIONAL

Las marcas tridimensionales son los envoltorios, empaques, envases, la forma o presentación de los productos en sus tres dimensiones (alto, ancho y fondo). Deben estar desprovistas de palabras o dibujos (sin denominación ni diseños).

MARCA MIXTA

Las marcas mixtas se constituyen de la combinación de cualquiera de los tipos de marcas anteriores.

PASOS PARA REGISTRO DE MARCA

1 Solicita un servicio de búsqueda para asegurarte de que no existe una marca idéntica o similar a la tuya.

El costo de este trámite es de \$113 pesos y se solicita mediante un escrito libre.

2 Llena la solicitud de registro de marca. Te pedirán, entre otros datos: nombre y domicilio.

El tipo de marca

Etiqueta o impresión fotográfica de tu marca.

La fecha en que comenzaste a usar la marca con fines comerciales.

La clase a la que pertenece tu producto o servicio.

Tu firma y la fecha.

3 Pagar en el banco.

El costo total por el registro de una marca es de \$2,497 pesos y se paga mediante un formato que es proporcionado por el IMPI.

4 Lleva tus documentos:

Solicitud de registro (necesitas el original y tres copias).

Comprobante de pago (original y copia).

Seis etiquetas o impresiones fotográficas de tu marca.

5 Si tu marca es aprobada y se convierte en una marca registrada, tardarán seis meses en entregarte tu 'título de registro de marca', que te ampara como único dueño de tu idea por los próximos 10 años.

El trámite tiene una duración aproximada de 3 a 6 meses.

El registro de marca tendrá una vigencia de diez años contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud y podrá renovarse por períodos de la misma duración.

Con la información ya obtenida NOLA será registrado ante el IMPI podremos :

Ser dueños exclusivos.

El derecho de utilizar el símbolo ® o MR el cual notifica al mundo el registro de su marca.

La posibilidad de otorgar Licencias.

La posibilidad de cobrar Regalías.

La posibilidad de franquiciar de nuestros productos o servicios.

La posibilidad de ceder los derechos sobre su marca.

La posibilidad de garantizar un crédito con su marca.

Proteger nuestros productos.

Explotar nuestra marca en nuestros productos o servicios en la Republica Mexicana.

Ofrecer seguridad y confianza a nuestros clientes.

REGISTRO DE EMPRESA

En cuanto al registro en Secretaria de Hacienda y Crédito Público lo haremos por el régimen de Actividades Empresariales y Profesionales ya que este régimen fiscal abarca a los profesionistas que prestan servicios profesionales y cobran por honorarios.

Ciclo tributario del empresario en este régimen es:

- 1.- Inscribirse o darse de alta en el en el Registro Federal de Contribuyentes.
- 2.- Una vez inscrito, debe expedir comprobantes a sus clientes por la venta de sus bienes o servicios y debe solicitar dichos comprobantes a sus proveedores por los gastos que haga relacionados con sus servicios.
- 3.-Desde el inicio de sus operaciones es obligatorio llevar la contabilidad de los ingresos que obtiene y de los gastos, compras o inversiones que realice indispensables para para llevar a cabo sus actividades.
- 4.- Quienes se encuentran inscritos en este régimen deben presentar declaraciones de pago y declaraciones informativas, así como las declaraciones informativas de operaciones con terceros DIOT
- 5.- Deben cumplir con las demás obligaciones del régimen.
- 6.- Mantener actualizados sus datos en el RFC, para ello es necesario que informe de cualquier cambio relacionado con su nombre, domicilio y obligaciones fiscales, que haya manifestado al inscribirse. Esto incluye el aviso de suspensión de actividades, cuando deje de percibir ingresos por esta o cualquier otra actividad

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

En la parte sobre el financiamiento, al buscar opciones que sean viables para el emprendimiento, encontramos el Programa “Fomento al auto empleo” que otorga créditos de capital a fondo perdido, el programa funciona apoyado proyectos de emprendimiento.

PUNTOS REQUERIDOS FOMENTO AL AUTOEMPLEO

¿Con que se cuenta ahora?

Contamos con un espacio aproximado de 30 m², con uso de suelo comercial.

Una mesa de corte (3x2 m).

Materia prima madera de pino.

Herramienta manual (varias).

¿Cómo se elabora cada uno de tus productos?

1. Planteamiento del problema	Estudio y desarrollo	Propuestas	Análisis de propuestas
Definición de materiales	Costos de Material y desarrollo		
2. Desarrollo de proyecto en base al análisis	Ideación, Modelado, desarrollo y Maquinado		
3. Producto final del producto terminado	Revisión de calidad	Etiquetado	Empacado (pza.)
Almacenado (no mas de 1 semana)	Distribución a clientes o distribuidores		

El proceso de cada uno de nuestros productos es similar, la diferencia radicará en el diseño y materiales empleados.

¿Por que esta iniciativa es rentable?

La rentabilidad del proyecto se basa en la organización de los integrantes y contamos con los conocimientos necesarios para el desarrollo del proyecto y el espacio para operar, así como experiencia en el ramo de 6 meses.

¿Cómo se darán a conocer los productos?

La difusión del producto se llevara acabo vía Internet, mediante la creación de un sitio web y haciendo uso de redes sociales, además en puntos de venta directos como mueblerías.

¿Cómo se distribuirá?

Si la compra es mediante Internet se llevara a domicilio dentro del área metropolitana, si es al interior de la republica por mensajería.(los clientes podrán ser directos o distribuidores), por otra parte si la venta es por punto de venta físico la distribución corre a cargo de el mismo vendedor.

¿Qué se necesita?

Inicialmente herramental para madera, además de

- Una máquina CNC para Corte y Grabado con Router con características:
- Ejes Lineales de Precisión de alta velocidad y Torque
- Sistema de movimiento a base de cremallera y piñón
- Sistema de transmisión a base de poleas multiplicadoras de torque
- 1 Stepper Motors 1125 oz-in NEMA 34 para Ejes X
- 1 Stepper Motors 640 oz-in NEMA 34 para Ejes Y
- 1 Stepper Motors 430 oz-in NEMA 23 para Ejes Z
- Herramienta de Soporte para Router incluido
- Router Craftsman 2.25HP Velocidad Variable

¿Cuál será el horario y días de trabajo?

Lunes a viernes de 10:00 a 18:00 hrs

Sábado de 10:00 a 14:00 hrs

¿Cuáles son las funciones de cada integrante?

Diseño e ideación (dos integrante)

Compra de materia prima (un integrante)

Requerimiento de maquila específica por otra empresa (un integrante)

Producción y manufactura tres a cuatro integrantes)

¿Quiénes son tus consumidores?

El segmento del mercado consumidor son las parejas jóvenes o jóvenes que inician su consolidación como población económicamente activa, sin dejar atrás a posibles compradores que por tendencia pueden empezar a adquirir este tipo de mobiliario, además Nola estudio también puede beneficiar a desarrollos específicos o privados.

¿Quiénes son tus competencias?

Las competencias locales no existen, el punto de venta directa será Internet y donde sea exhibido el mobiliario.

¿Cuál es el mercado?

El mercado es nacional dentro de las ciudades principales D.F. Guadalajara Monterrey Querétaro Puebla etc.

¿Cuales son los productos a ofertar?

Mobiliario para espacios reducidos, accesorias y soluciones de diseño a proyectos específicos además de soporte a nuestros clientes.

¿Qué gastos existen?

Agua Luz Teléfono Sueldos



STPS

Secretaría del Trabajo y Previsión Social

Registro del Solicitante PAE-01

Para brindar un mejor servicio, sírvase proporcionar los datos que se le solicitan en la forma más completa posible y bajo protesta de decir verdad.

Toda la información se maneja podrá con carácter de confidencial.

Este formato deberá ser llenado a máquina o con letra de molde legible.

CURP:



Sólo para ser llenado por el Servicio Nacional de Empleo	
Folio No.	Fecha de Solicitud (dd/mm/aa)
Entidad Federativa	
Delegación o Unidad Regional	

(Marque con una "X" donde se le solicite)

DATOS PERSONALES									
Nombre(s)		Apellido paterno		Apellido materno					
Fecha de nacimiento (dd/mm/aa)			Lugar de nacimiento (Entidad)						
Sexo		Estado civil		Edad					
Masculino () Femenino ()		Soltero () Casado () Viudo () Divorciado () Unión Libre ()							
¿Cuántas personas dependen económicamente de usted?					¿Cuántos contribuyen para el sostenimiento del hogar?				
Domicilio									
Calle		Número exterior		Número interior					
Colonia o localidad				Municipio o Delegación					
Código Postal				Entidad Federativa					
Teléfono fijo		Teléfono celular		Correo electrónico					
Lada		Lada		Núm.					
¿Tiene usted alguna discapacidad?									
Si ()									
Madera ()		Visual ()		Auditiva ()		Intelectual ()		Mental ()	
No ()									
¿Puede o habla alguna lengua indígena? Si () ¿Cuál? _____									
No ()									
¿Cómo se enteró del Servicio Nacional de Empleo? Radio () Carteles () T.V. () Perifoneo () Otros ()									

B. Fomento al Autoempleo

Requisitos que debe cumplir para ser registrado como candidato

✓ Realizar personalmente el trámite "Solicitud de Apoyo a la Capacitación y Búsqueda de Empleo a Desempleados o Subempleados", para lo cual el solicitante deberá llenar y firmar bajo protesta de decir verdad el formato "Registro del Solicitante" (Anexo No. 1), y cumplir con los siguientes requisitos y entregar la documentación señalada:

- Ser desempleado o subempleado.
- Tener 18 años o más.
- Presentar original (para su cotejo) y entregar copia simple legible de la Clave Única de Registro de Población (CURP).
- Presentar original (para su cotejo) y entregar copia simple legible de identificación oficial (credencial del IFE o cédula profesional o pasaporte).
- Presentar original (para su cotejo) y entregar copia simple legible de alguno de los siguientes documentos que compruebe su residencia de por lo menos dos años en la localidad donde se instalará la IOCP:

I. Comprobante de domicilio o constancia de vecindad con fotografía.

II. En el caso de personas preliberadas o liberadas, para cubrir este requisito bastará con que entreguen copia simple del documento que acredite su liberación o preliberación del centro de readaptación social en el que hayan estado recluidas.

III. Cuando se trate de beneficiarios del Subprograma Repatriados Trabajando, para cubrir este requisito bastará con que estén registrados en el Sistema de Información de la CGSNE dispuesto para tal fin.

- Tener experiencia de por lo menos 6 meses, en las actividades inherentes al proceso y/o desarrollo de la IOCP propuesta.

Las personas discapacitadas, adultos mayores y preliberados que no cuenten con este requisito, bastará con que demuestren sus conocimientos para el establecimiento y operación de la IOCP propuesta. En el caso de no contar con experiencia ni conocimientos, dichas personas tendrán la opción de participar en algún curso de capacitación del Subprograma Bécate, preferentemente en la modalidad Capacitación para el Autoempleo, con lo cual se considerará cubierto dicho requisito.

- Proporcionar al SNE, la información detallada sobre la IOCP en operación o de nueva creación relativa a:

- ✓ El lugar donde opera o se instalará la IOCP;
 - ✓ El número de socios y experiencia en la IOCP;
 - ✓ Los precios de venta y costos de sus productos;
 - ✓ Las características de la competencia;
 - ✓ La forma de comercialización de sus productos, y
 - ✓ Las características del mobiliario, maquinaria, equipo y/o herramienta con la que se cuenta para la operación de la IOCP.
- Percibir en su núcleo familiar, un ingreso menor a seis salarios mínimos.
 - No ser sujetos de créditos financieros de instituciones públicas o privadas para iniciar o fortalecer su IOCP.
 - Aportar recursos propios para la operación de la IOCP correspondientes a capital fijo y de trabajo.
 - Entregar copia simple legible de la inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes cuando se trate de iniciativas en operación.
 - Presentar original (para su cotejo) y entregar copia simple legible de los permisos para iniciar la operación de la IOCP, cuando se requieran, de acuerdo a la legislación local.
 - Firmar y entregar al SNE la Carta Compromiso donde se establecen los compromisos que deberán asumir los integrantes de la IOCP para impulsar y consolidar la operación de la misma (Anexo No. 5)

Una vez obtenido el registro deberá tener en cuenta las siguientes obligaciones que deberá cumplir cuando reciba los apoyos:

- ✓ Proporcionar la información que solicite el SNE y las instancias de control y supervisión relacionada con los apoyos otorgados en este Subprograma.
- ✓ Usar los bienes en la iniciativa de ocupación de acuerdo a lo establecido en la propuesta de la IOCP presentada.
- ✓ Permitir el acceso al local en donde se instalarán los bienes de la IOCP, a las instancias de control y supervisión.
- ✓ Notificar al SNE la fecha de inicio de operación de la IOCP, la cual no podrá exceder de 30 días naturales posteriores a la fecha de entrega de los bienes.
- ✓ Notificar por escrito al SNE, los cambios de domicilio de la IOCP, en un plazo máximo de 10 días naturales posteriores a la fecha del cambio de domicilio.
- ✓ Comprobar el gasto del recurso en un plazo no mayor de 10 días hábiles, en el caso de haber recibido apoyo económico.

NO.

LA

PARTE FINAL

Conclusión.
Bibliografía.
Planos.

CONCLUSIÓN

Este documento de tesis servirá para conformar y consolidar nuestra empresa NOLA, también servirá para realizar la solicitud de financiamiento para PYMES y poder arrancar de lleno en nuestra vida laboral.

Los puntos descritos en el documento, representan lo que actualmente tenemos y con lo que contamos, junto con planteamientos que se realizarán a corto plazo. Estamos conscientes que podrán cambiar y modificarse puntos pero no la esencia del proyecto conforme crezcamos.

Este trabajo lo hemos hecho de forma simple y digerida con la idea de que sirva como guía y documento de consulta para compañeros que opten por titularse como **DISEÑADORES EMPRESARIOS** que sabemos que existen muchos con esa iniciativa de generar su propia empresa y llevar sus productos al mercado.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

Kotler, Philip; Dirección de mercadotecnia 8ª edición , México, Prentice Hall

Thompson; Strickland, (1999), Administración Estratégica Conceptos y Casos, McGraw-Hill, México D.F.

GITMAN Lawrence J. Principios de Administración Financiera, México , Prentice Hall 1999

PERDOMO moreno Abraham. Métodos y Modelos Básicos de Planeación Financiera ,2ª edición, M, ediciones PEMA, 2002

Sapag Chain N.; Sapag Chain R., (1996), Preparación y Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill, Colombia, Bogotá.

Simulacro Empresarial 2012,5TH edición, CNII, Centro de Negocios e ingeniería Industrial.

Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors, Michael E. Porter

Zero to One: Notes on Startups, or How to Build the Future,Peter Thiel

Built to Last: Successful Habits of Visionary Companies,James C. Collins

INTERNET

Servicio de administración tributaria SAT

<http://www.sat.gob.mx>

Fondo de apoyo a la Micro , Pequeña y Mediana Empresa. FONDO PYME

<http://www.fondopyme.gob.mx>

Yo me decidí

<http://www.yomedecidi.com>

Gobierno del Distrito Federal, Programas de Apoyo a PyMEs

<http://www.fondeso.df.gob.mx>

Gobierno del Distrito Federal, Propiedad industrial

<http://www.impi.gob.mx>

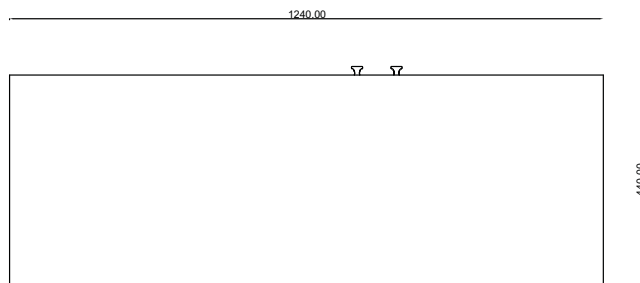
Gobierno del Distrito Federal, Guía de trámites para iniciar y operar un negocio

<http://www.contactopyme.gob.mx>

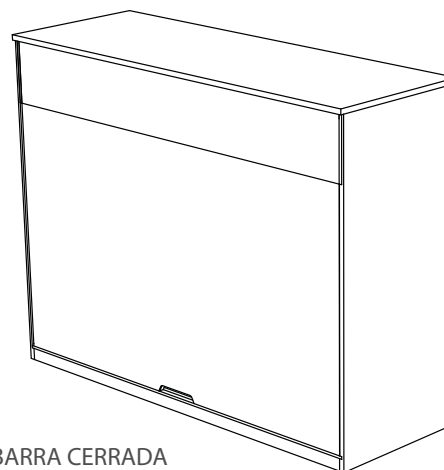
PLANOS BARRA-COMEDOR

1 2 3 4 5 6 7 8

A



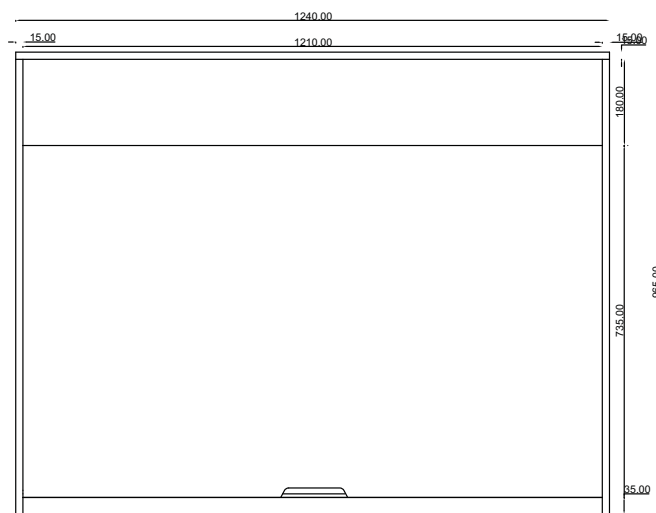
VISTA SUPERIOR



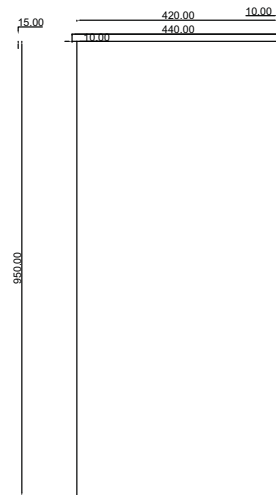
BARRA CERRADA

B

C



VISTA FONTAL



VISTA LATERAL

D

E

F



PROYECTO:	BARRA- COMEDOR	ESCALA:	1:2	ACOT:	mm
PIEZA:	BARRA	FECHA:	Octubre 2013		
BASTIDA GUZMAN ARMANDO. ALEJANDRO PEREZ CRUZ.			PLANO:	VISTAS GENERALES	1/19

1 2 3 4 5 6 7 8

1 2 3 4 5 6 7 8

A

B

C

D

E

F

A

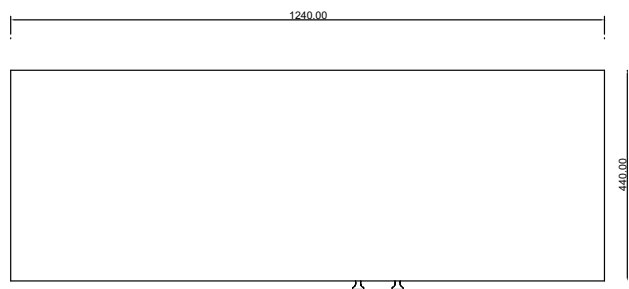
B

C

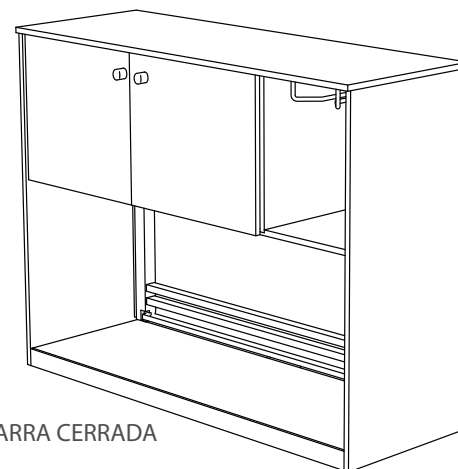
D

E

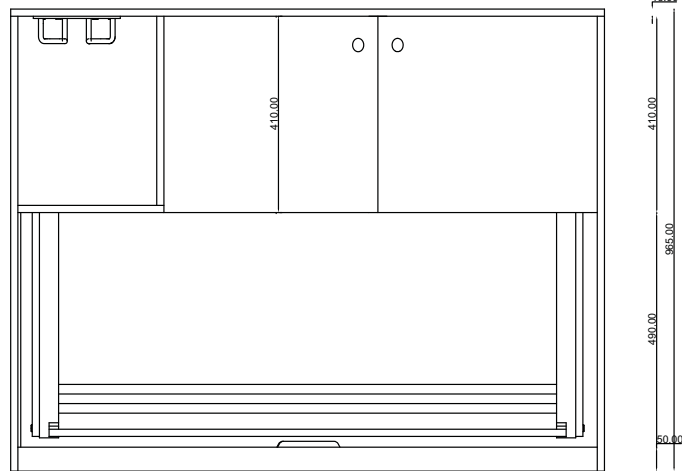
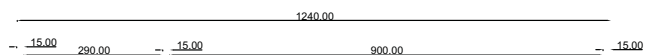
F



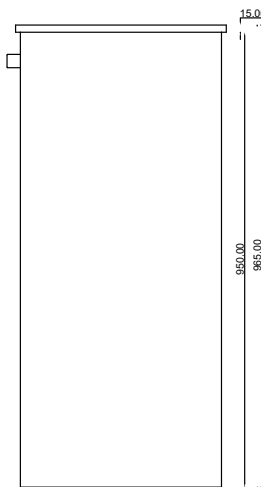
VISTA SUPERIOR



BARRA CERRADA



VISTA POSTERIOR



VISTA LATERAL



PROYECTO: BARRA- COMEDOR

ESCALA: 1:2

ACOT: mm

PIEZA: BARRA

FECHA: Octubre 2013



BASTIDA GUZMAN ARMANDO.
ALEJANDRO PEREZ CRUZ.

PLANO: VISTAS GENERALES

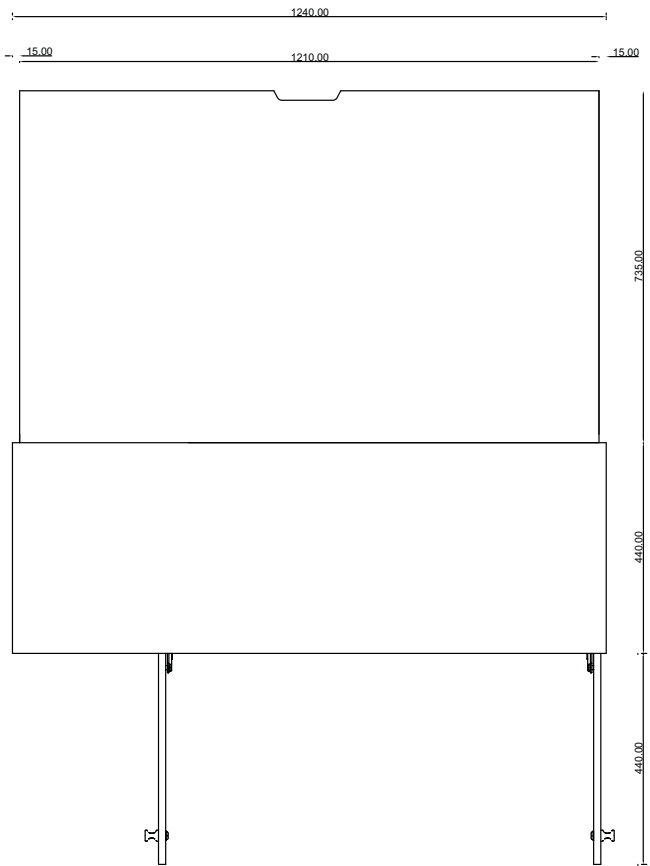
2/19

1 2 3 4 5 6 7 8

1 2 3 4 5 6 7 8

A

VISTA SUPERIOR



A

B

B

C

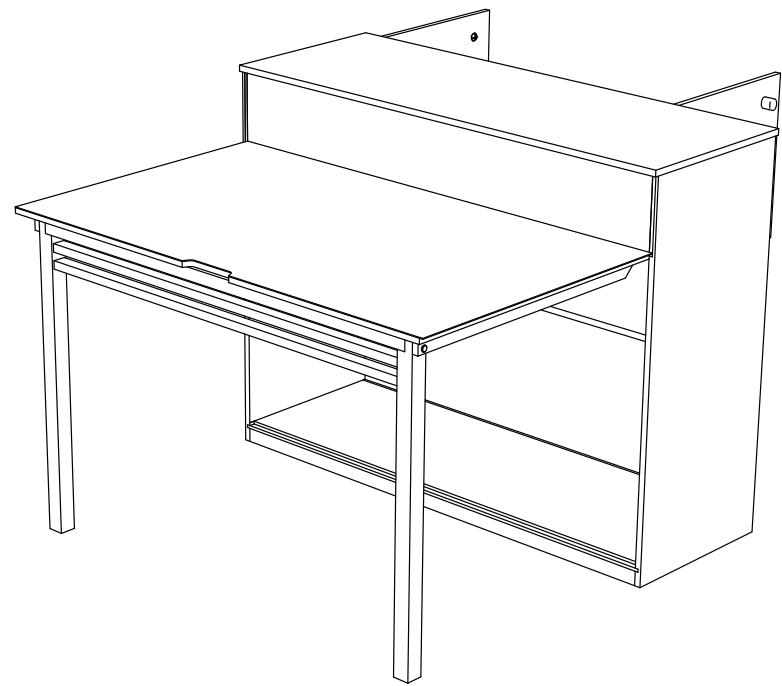
C

D

D

E

E



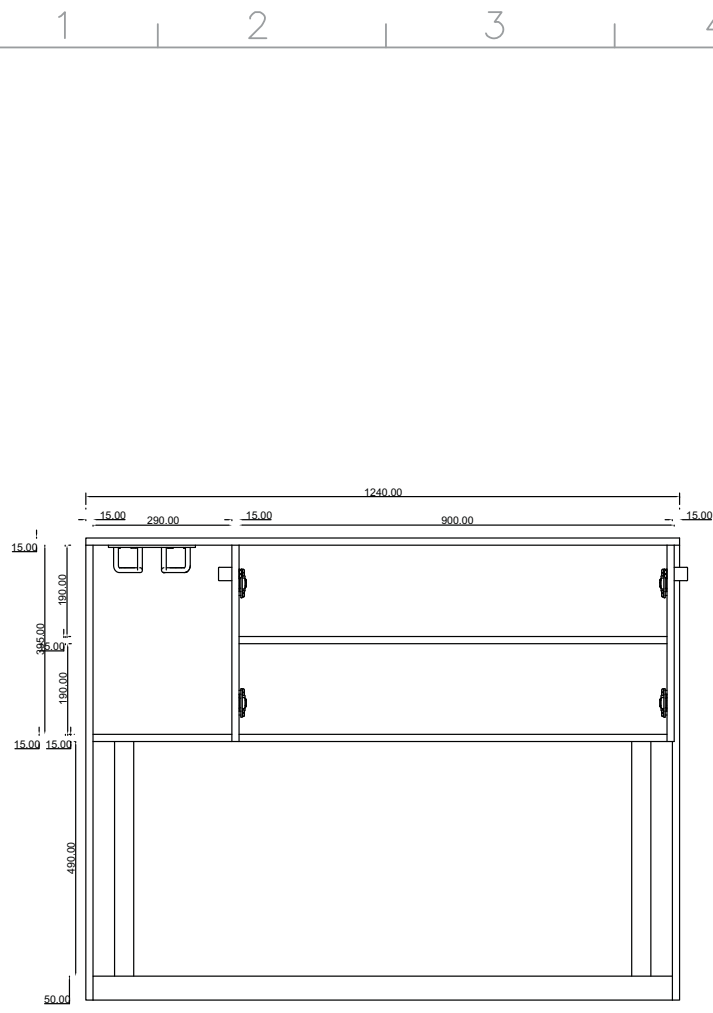
BARRA ABIERTA

F

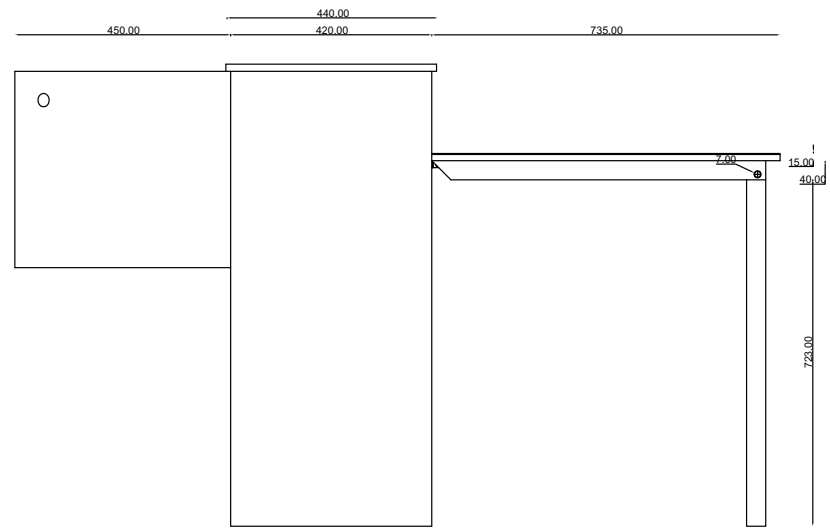
F

1 2 3 4 5 6 7 8

NO. LA	PROYECTO: BARRA- COMEDOR	ESCALA: 1:2	ACOT: mm
	PIEZA: BARRA	FECHA: Octubre 2013	
BASTIDA GUZMAN ARMANDO. ALEJANDRO PEREZ CRUZ.		PLANO: VISTAS GENERALES	3/19



VISTA POSTERIOR

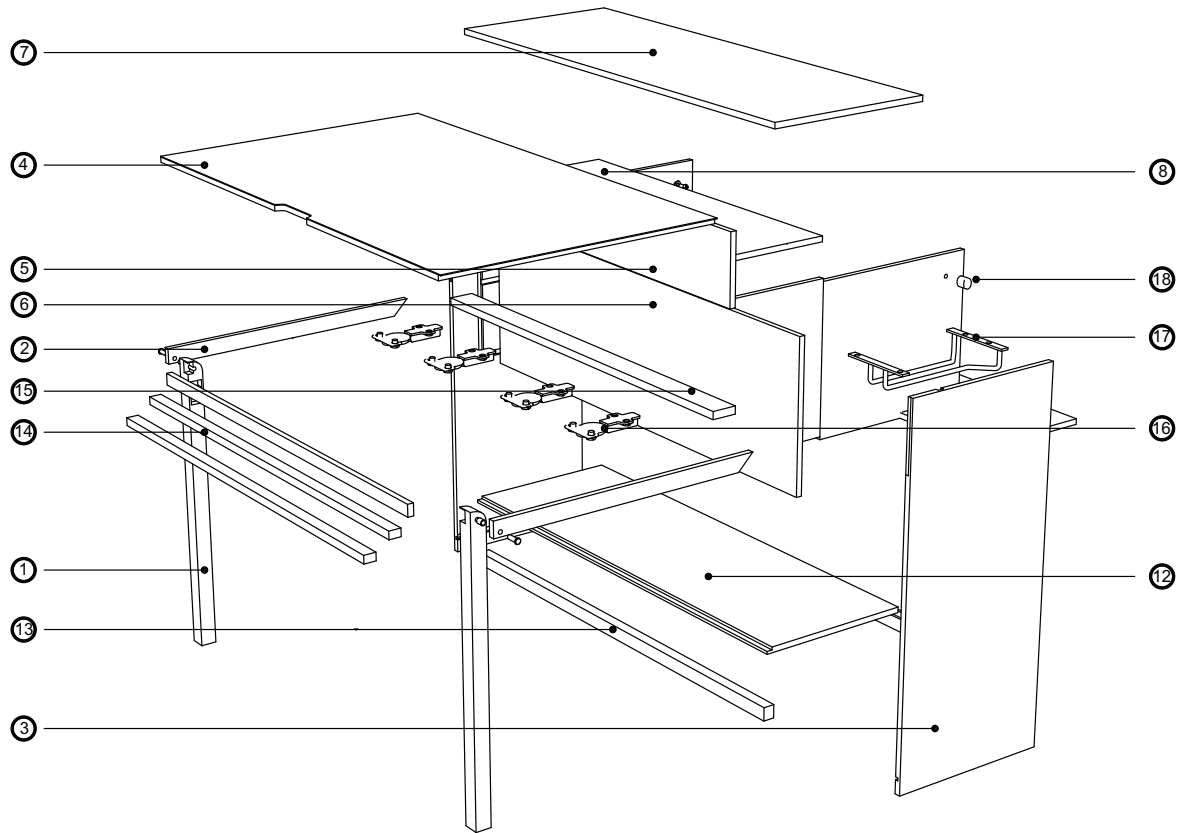


VISTA LATERAL



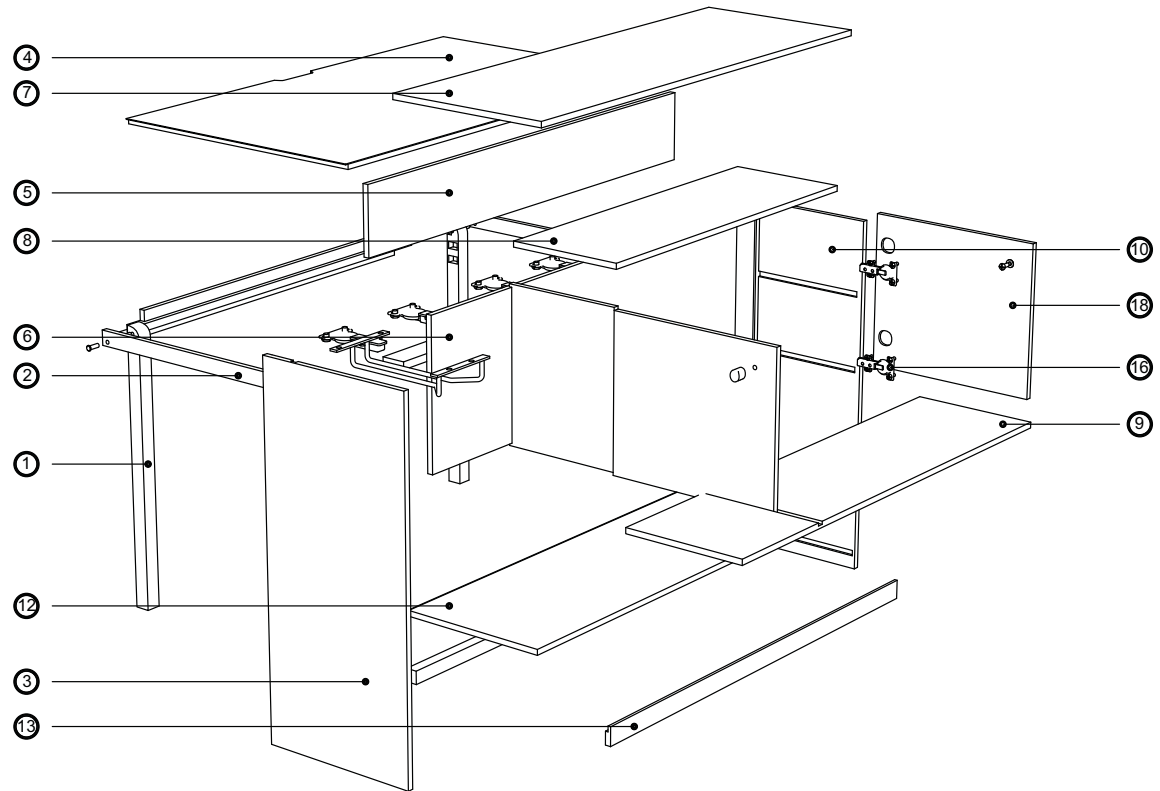
PROYECTO:	BARRA- COMEDOR	ESCALA:	1:2	ACOT:	mm
PIEZA:	BARRA	FECHA:	Octubre 2013		
BASTIDA GUZMAN ARMANDO. ALEJANDRO PEREZ CRUZ.		PLANO:	VISTAS GENERALES	4/19	

No.	Clave	Nombre	Proceso
①	PA1.	Pata.	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
②	PA2.	Liston (a).	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
③	PA3.	Lateral.	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
④	PA4.	Cubierta. Comedor	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada / Pintada con pintura de poliuretano. - Cubierta de formica.
⑤	PA5.	Antepecho Externo	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
⑥	PA6.	Antepecho Interno	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
⑦	PA7.	Cubierta. Barra	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
⑧	PA8.	Entrepaño (1)	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
⑨	PA9.	Entrepaño (2)	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
⑩	PA10.	Division.	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
⑪	PA11.	Puerta.	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
⑫	PA12.	Base.	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
⑬	PA13.	Marco.	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
⑭	PA14.	Liston.	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
⑮	PA15.	Base (b).	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
⑯	PA16.	Bisagra	- Piezas comercial. - Bisagra de cazoleta desmontable
⑰	PA17.	Copero.	- Piezas comercial. - De aluminio.
⑱	PA18.	Jaladera	- Piezas comercial. - De aluminio.

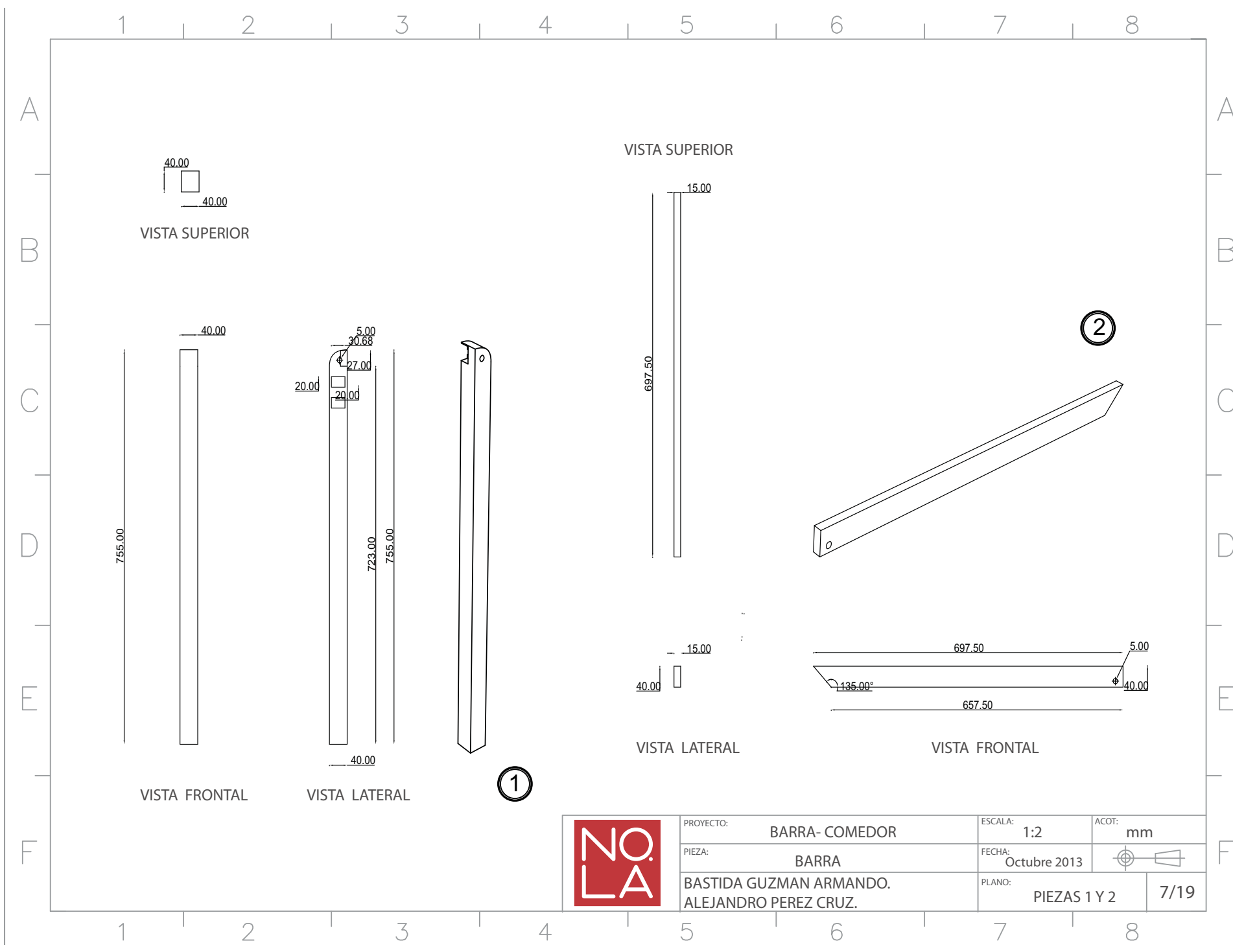


PROYECTO:	BARRA- COMEDOR	ESCALA:	1:2	ACOT:	mm
PIEZA:	BARRA	FECHA:	Octubre 2013		
BASTIDA GUZMAN ARMANDO. ALEJANDRO PEREZ CRUZ.			PLANO:	EXPLOSIVO	5/19

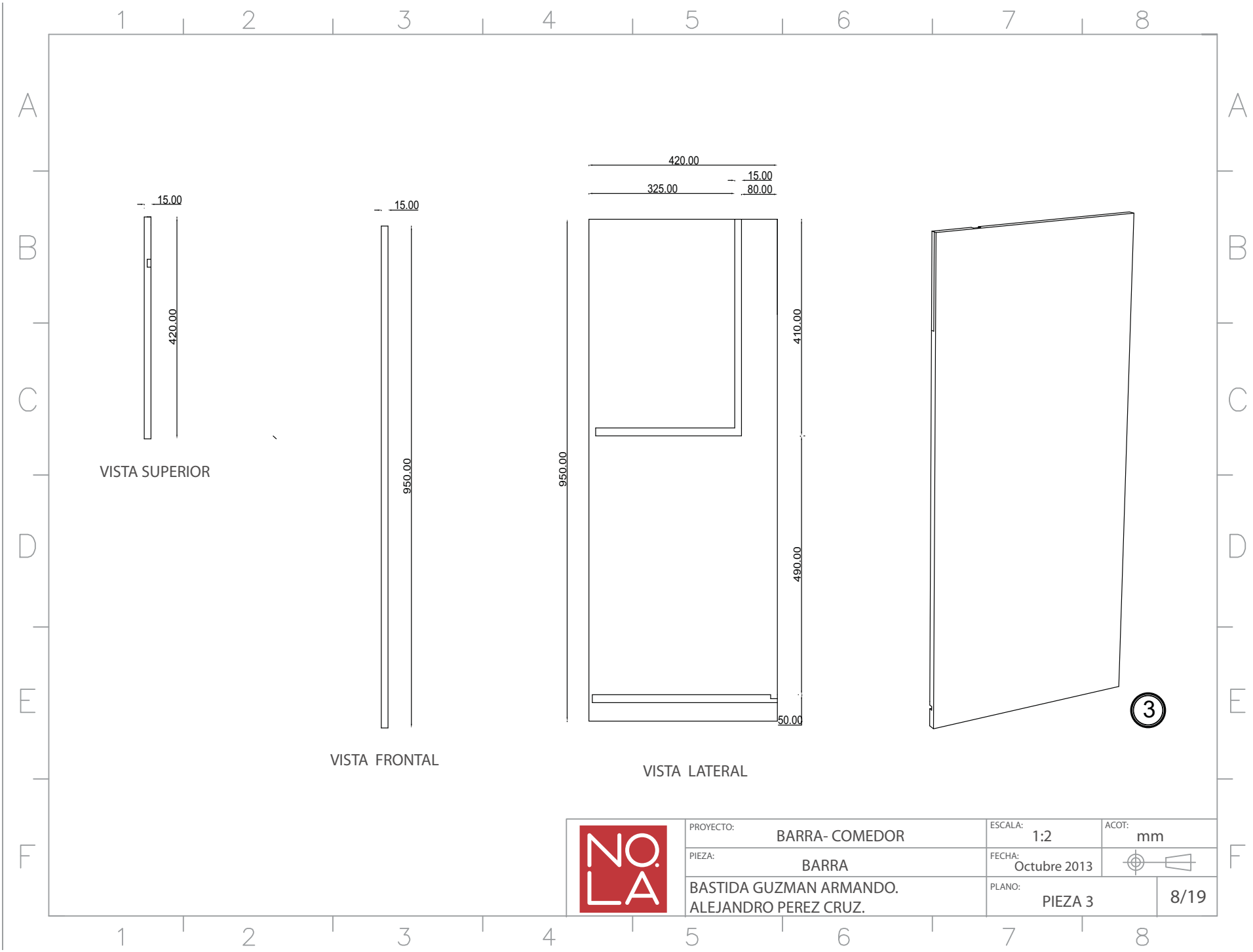
No.	Clave	Nombre	Proceso
①	PA1.	Pata.	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
②	PA2.	Liston (a).	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
③	PA3.	Lateral.	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
④	PA4.	Cubierta Comedor	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada / Pintada con pintura de poliuretano. - Cubierta de formica.
⑤	PA5.	Antepecho Externo	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
⑥	PA6.	Antepecho Interno	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
⑦	PA7.	Cubierta Barra	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
⑧	PA8.	Entrepaño (1)	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
⑨	PA9.	Entrepaño (2)	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
⑩	PA10.	Division.	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
⑪	PA11.	Puerta.	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
⑫	PA12.	Base.	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
⑬	PA13.	Marco.	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
⑭	PA14.	Liston.	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
⑮	PA15.	Base (b)	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
⑯	PA16.	Bisagra	- Piezas comercial. - Bisagra de cazoleta desmontable
⑰	PA17.	Copero.	- Piezas comercial. - De aluminio.
⑱	PA18.	Jaladera	- Piezas comercial. - De aluminio.



PROYECTO:	BARRA- COMEDOR	ESCALA:	1:2	ACOT:	mm
PIEZA:	BARRA	FECHA:	Octubre 2013		
BASTIDA GUZMAN ARMANDO. ALEJANDRO PEREZ CRUZ.		PLANO:	EXPLOSIVO		



PROYECTO:	BARRA-COMEDOR	ESCALA:	1:2	ACOT:	mm
PIEZA:	BARRA	FECHA:	Octubre 2013		
BASTIDA GUZMAN ARMANDO. ALEJANDRO PEREZ CRUZ.			PLANO:	PIEZAS 1 Y 2	7/19



VISTA SUPERIOR

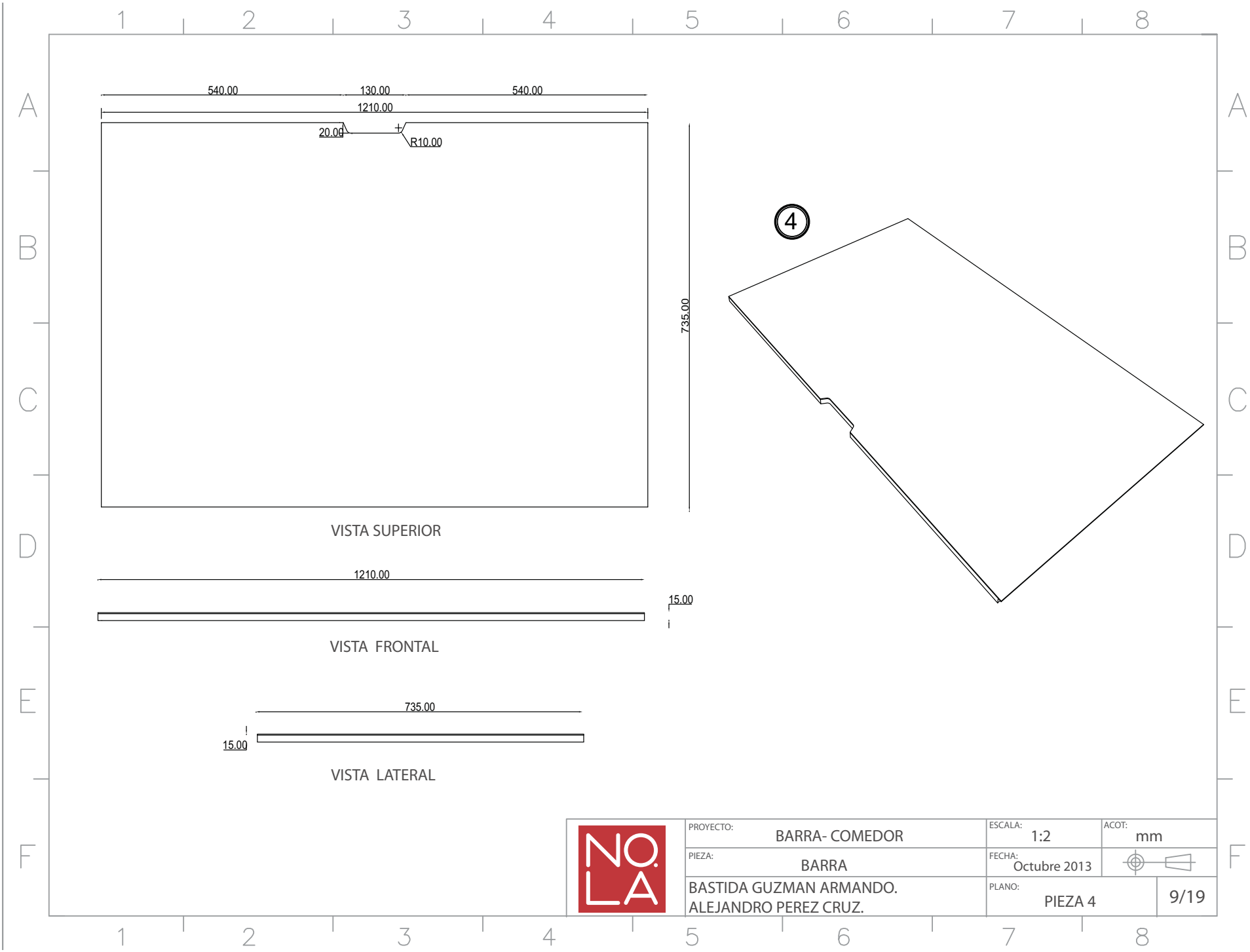
VISTA FRONTAL

VISTA LATERAL



PROYECTO:	BARRA- COMEDOR
PIEZA:	BARRA
BASTIDA GUZMAN ARMANDO. ALEJANDRO PEREZ CRUZ.	

ESCALA:	1:2	ACOT:	mm
FECHA:	Octubre 2013		
PLANO:	PIEZA 3	8/19	





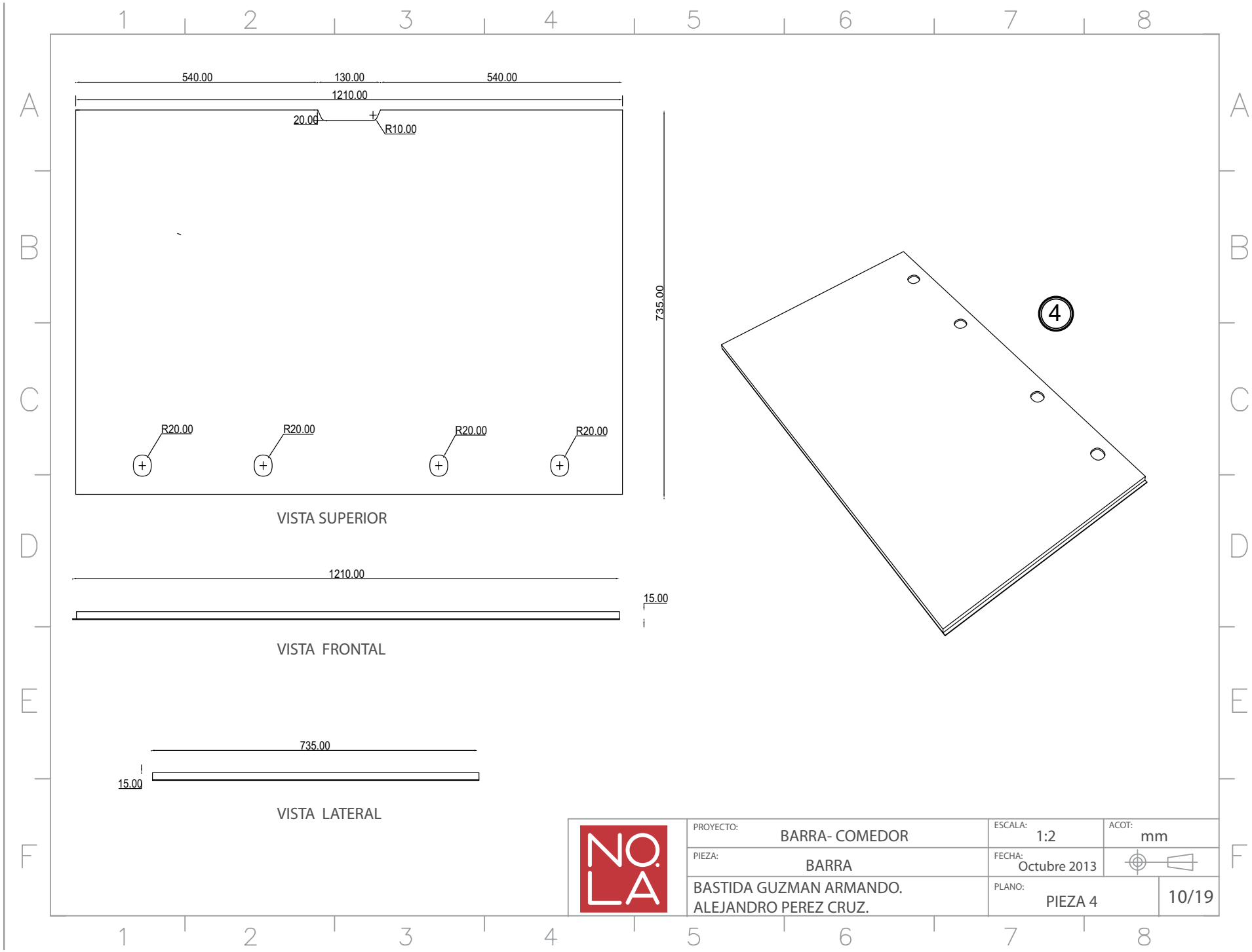
VISTA SUPERIOR


VISTA FRONTAL

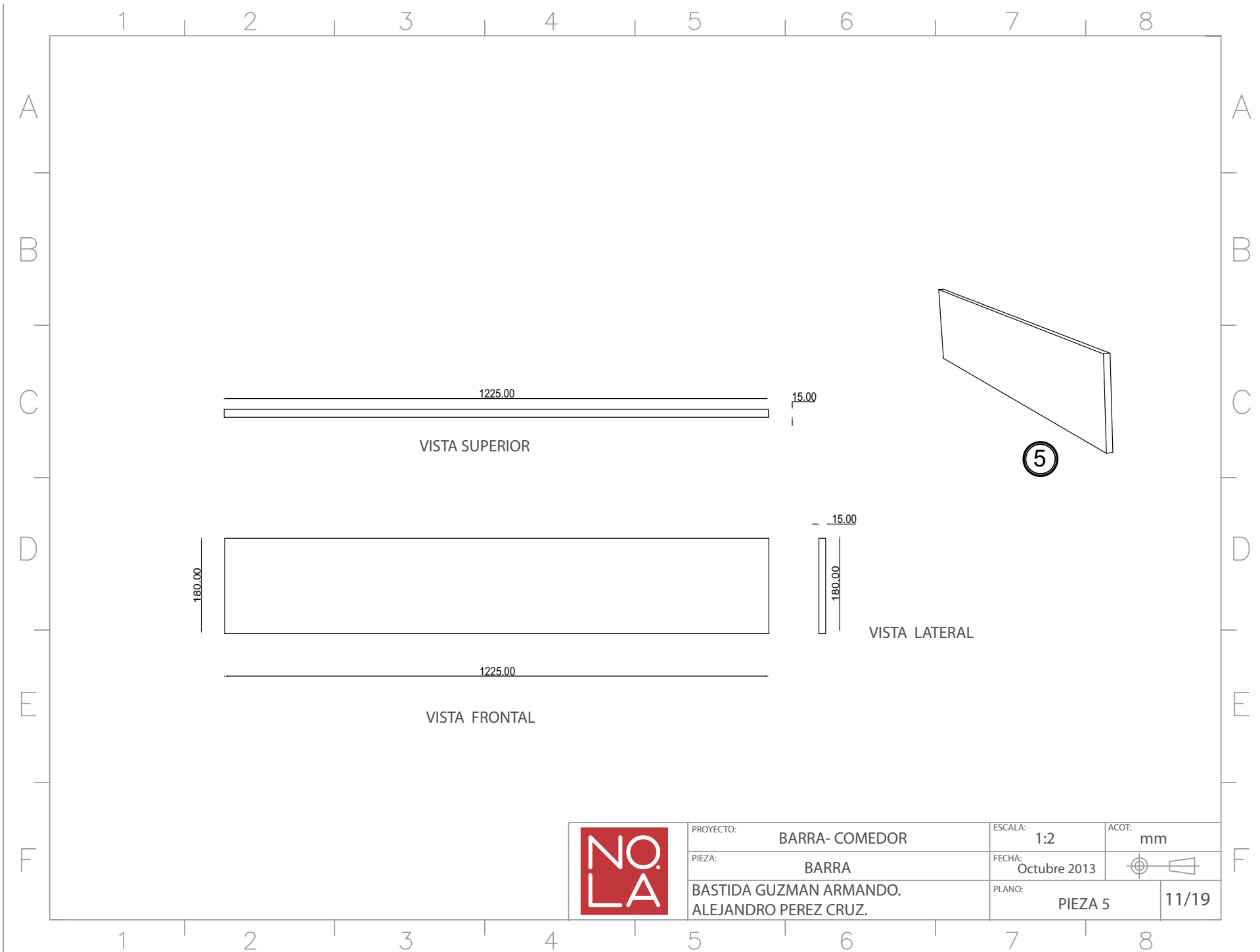
VISTA LATERAL



4

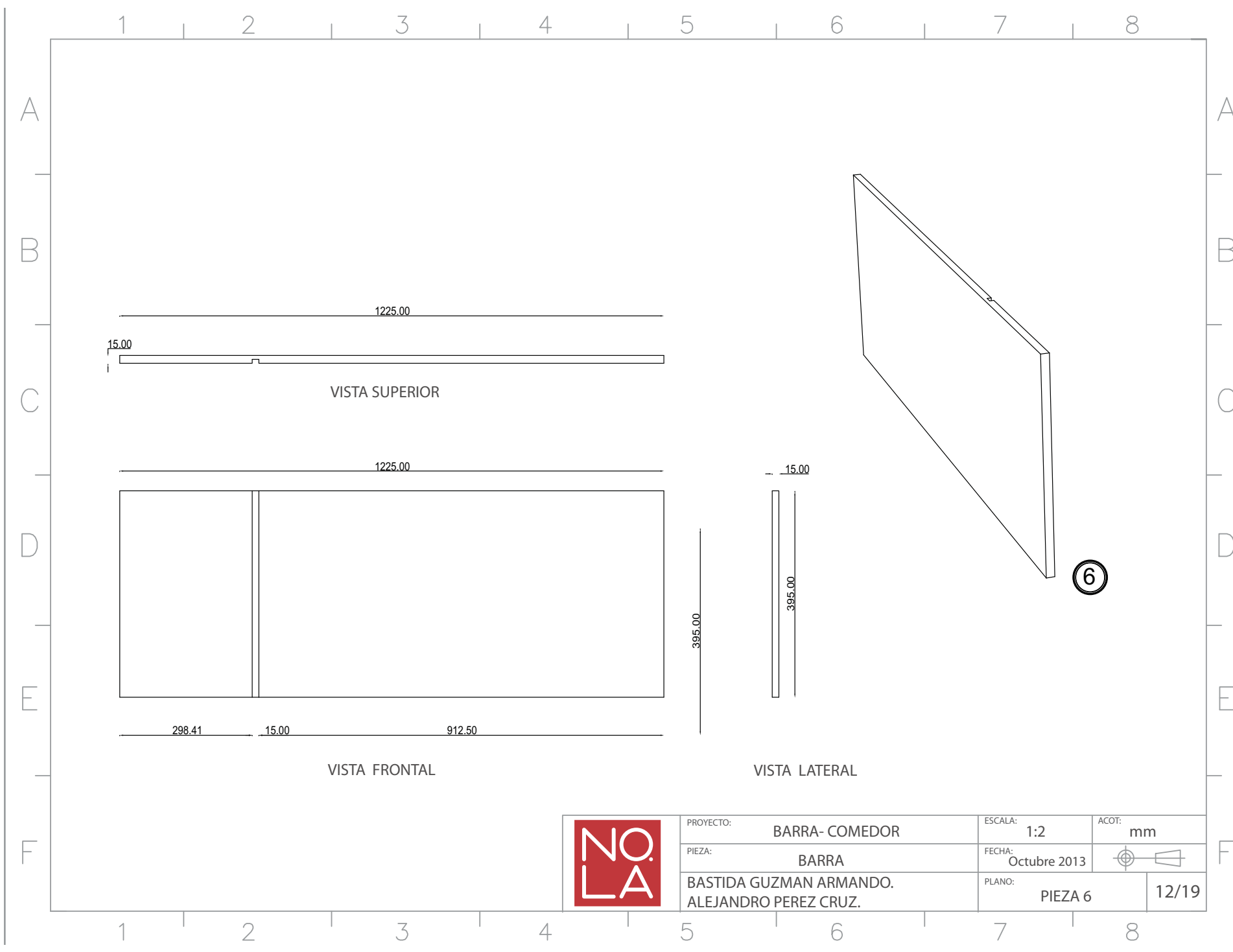
	PROYECTO:	BARRA- COMEDOR	ESCALA:	1:2	ACOT:	mm
	PIEZA:	BARRA	FECHA:	Octubre 2013		
	BASTIDA GUZMAN ARMANDO. ALEJANDRO PEREZ CRUZ.			PLANO:	PIEZA 4	9/19





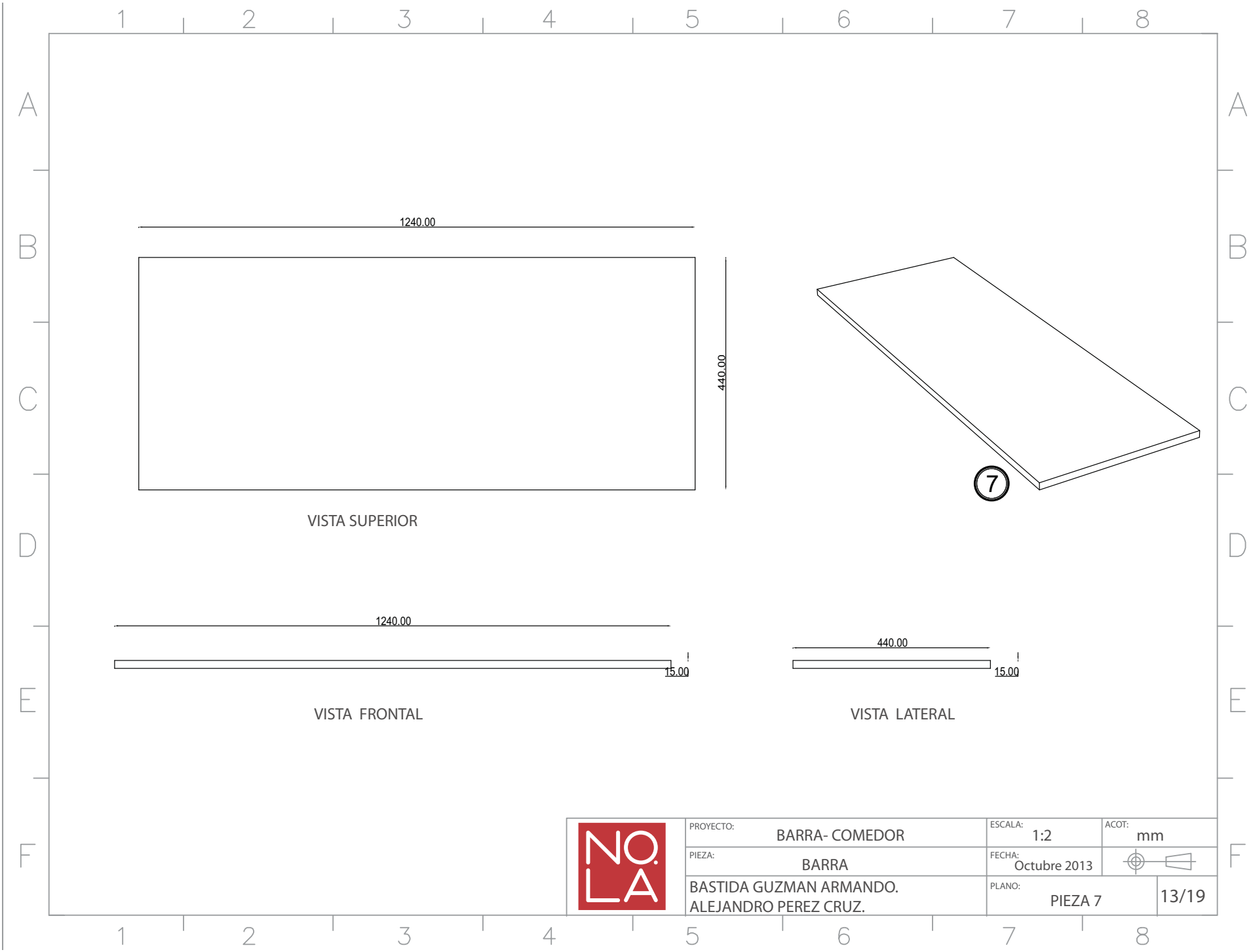
	PROYECTO: BARRA- COMEDOR	ESCALA: 1:2	ACOT: mm
	PIEZA: BARRA	FECHA: Octubre 2013	
	BASTIDA GUZMAN ARMANDO. ALEJANDRO PEREZ CRUZ.	PLANO: PIEZA 4	10/19



	PROYECTO:	BARRA- COMEDOR	ESCALA:	1:2	ACOT:	mm
	PIEZA:	BARRA	FECHA:	Octubre 2013		
	BASTIDA GUZMAN ARMANDO. ALEJANDRO PEREZ CRUZ.		PLANO:	PIEZA 5	11/19	



	PROYECTO: BARRA-COMEDOR	ESCALA: 1:2	ACOT: mm
	PIEZA: BARRA	FECHA: Octubre 2013	
	BASTIDA GUZMAN ARMANDO. ALEJANDRO PEREZ CRUZ.	PLANO: PIEZA 6	12/19



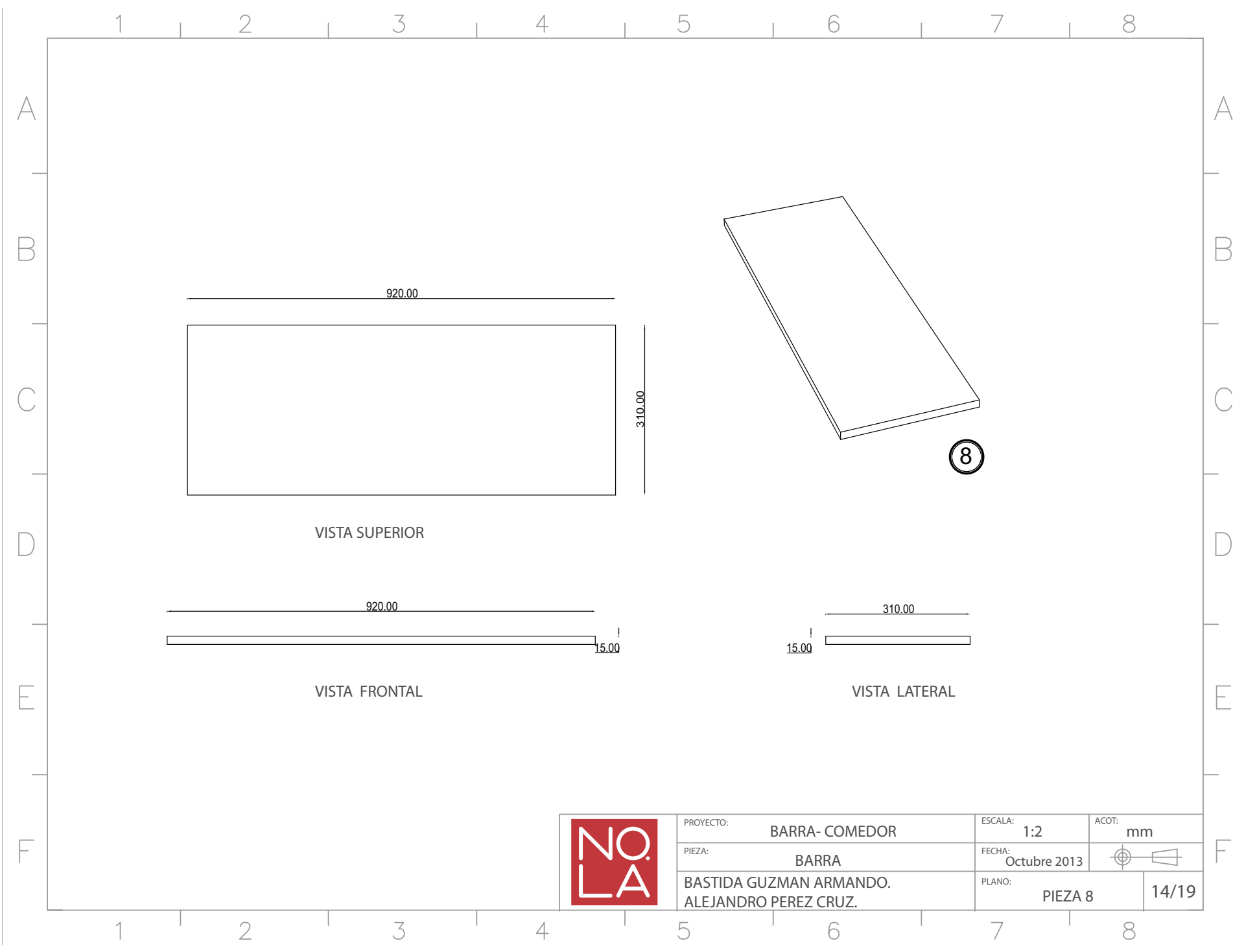
VISTA SUPERIOR

VISTA FRONTAL

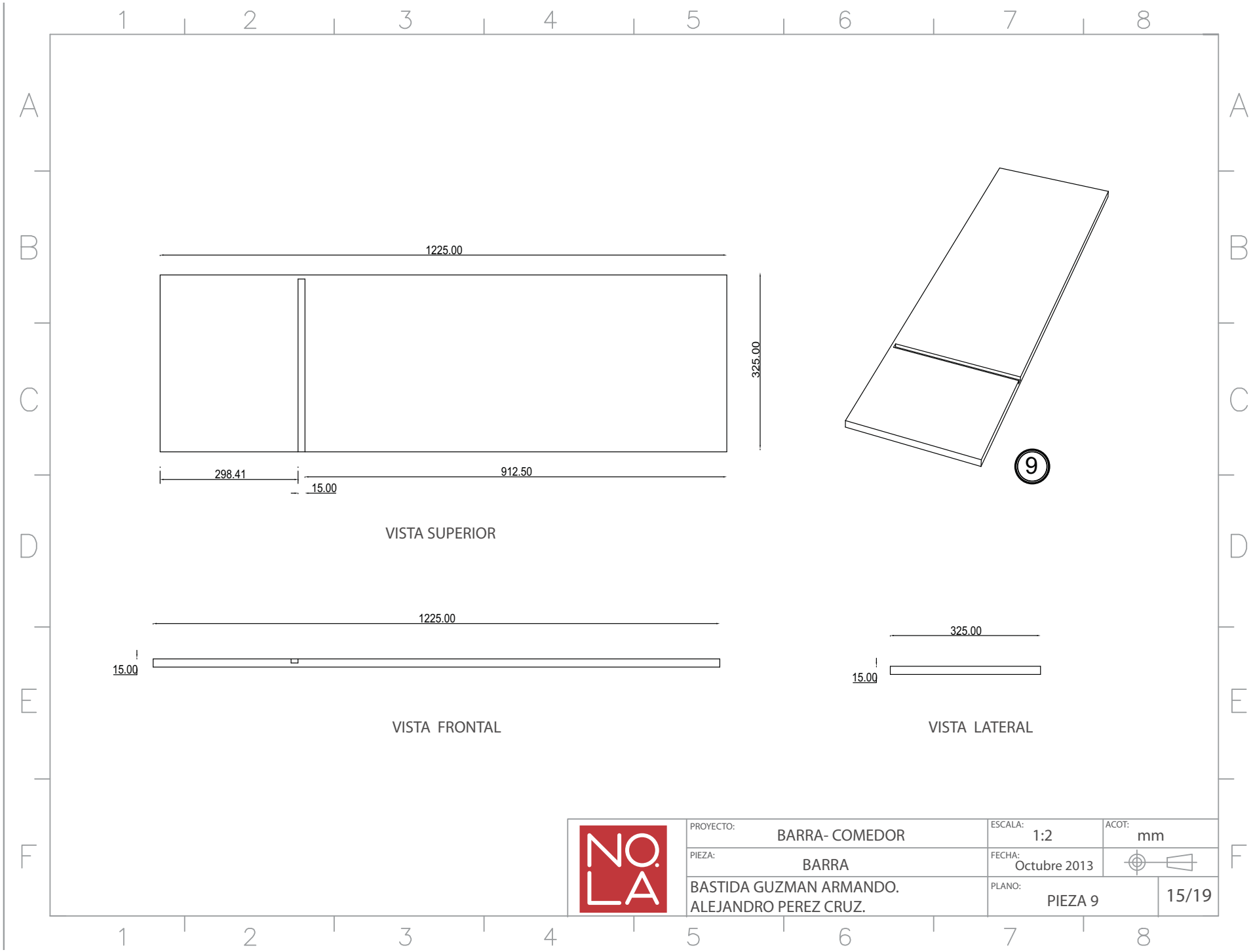
VISTA LATERAL



PROYECTO:	BARRA- COMEDOR	ESCALA:	1:2	ACOT:	mm
PIEZA:	BARRA	FECHA:	Octubre 2013		
BASTIDA GUZMAN ARMANDO. ALEJANDRO PEREZ CRUZ.		PLANO:	PIEZA 7		



PROYECTO:	BARRA- COMEDOR	ESCALA:	1:2	ACOT:	mm
PIEZA:	BARRA	FECHA:	Octubre 2013		
BASTIDA GUZMAN ARMANDO. ALEJANDRO PEREZ CRUZ.			PLANO:	PIEZA 8	14/19



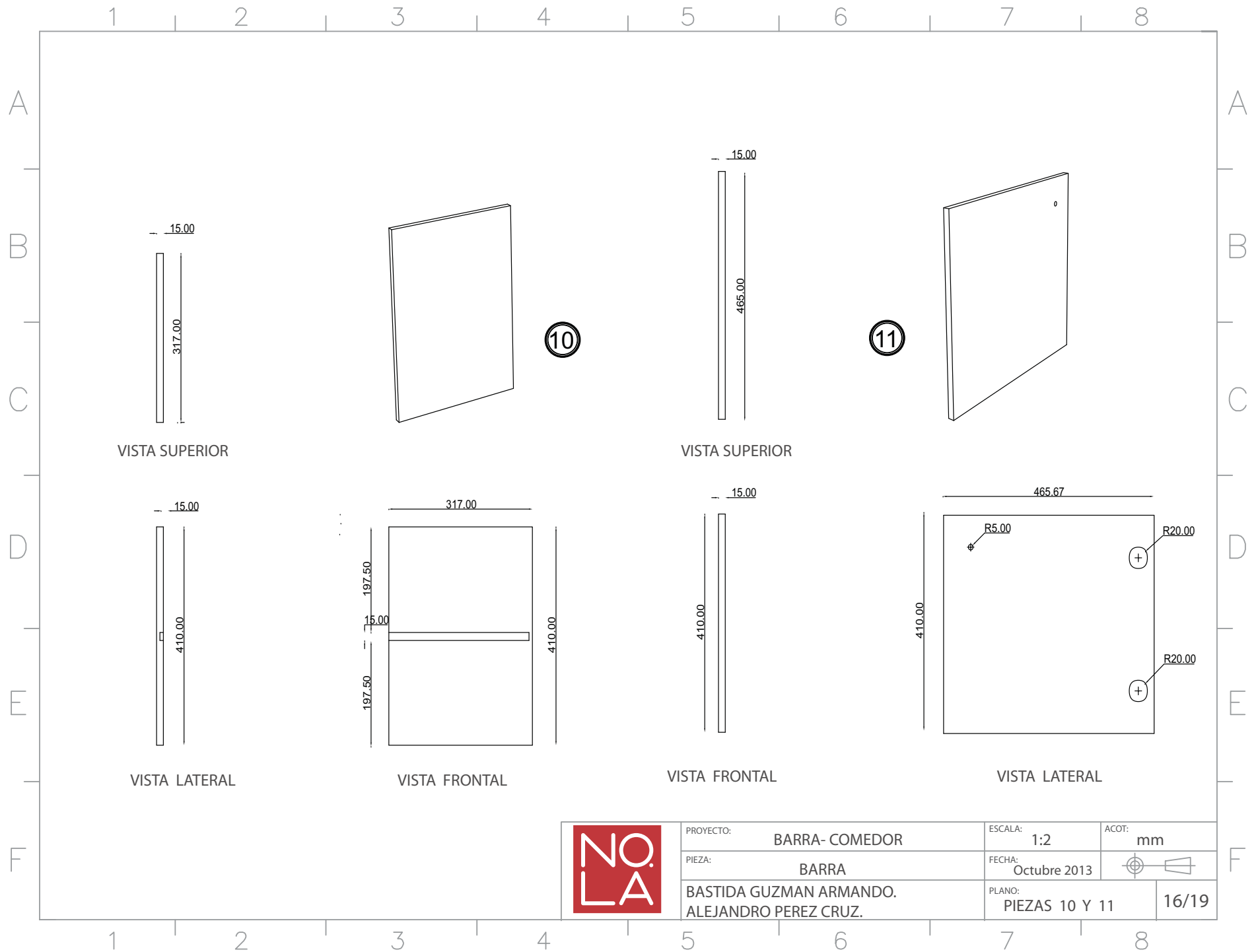
VISTA SUPERIOR

VISTA FRONTAL

VISTA LATERAL



PROYECTO:	BARRA- COMEDOR	ESCALA:	1:2	ACOT:	mm
PIEZA:	BARRA	FECHA:	Octubre 2013		
BASTIDA GUZMAN ARMANDO. ALEJANDRO PEREZ CRUZ.		PLANO:	PIEZA 9	15/19	



VISTA SUPERIOR



VISTA SUPERIOR

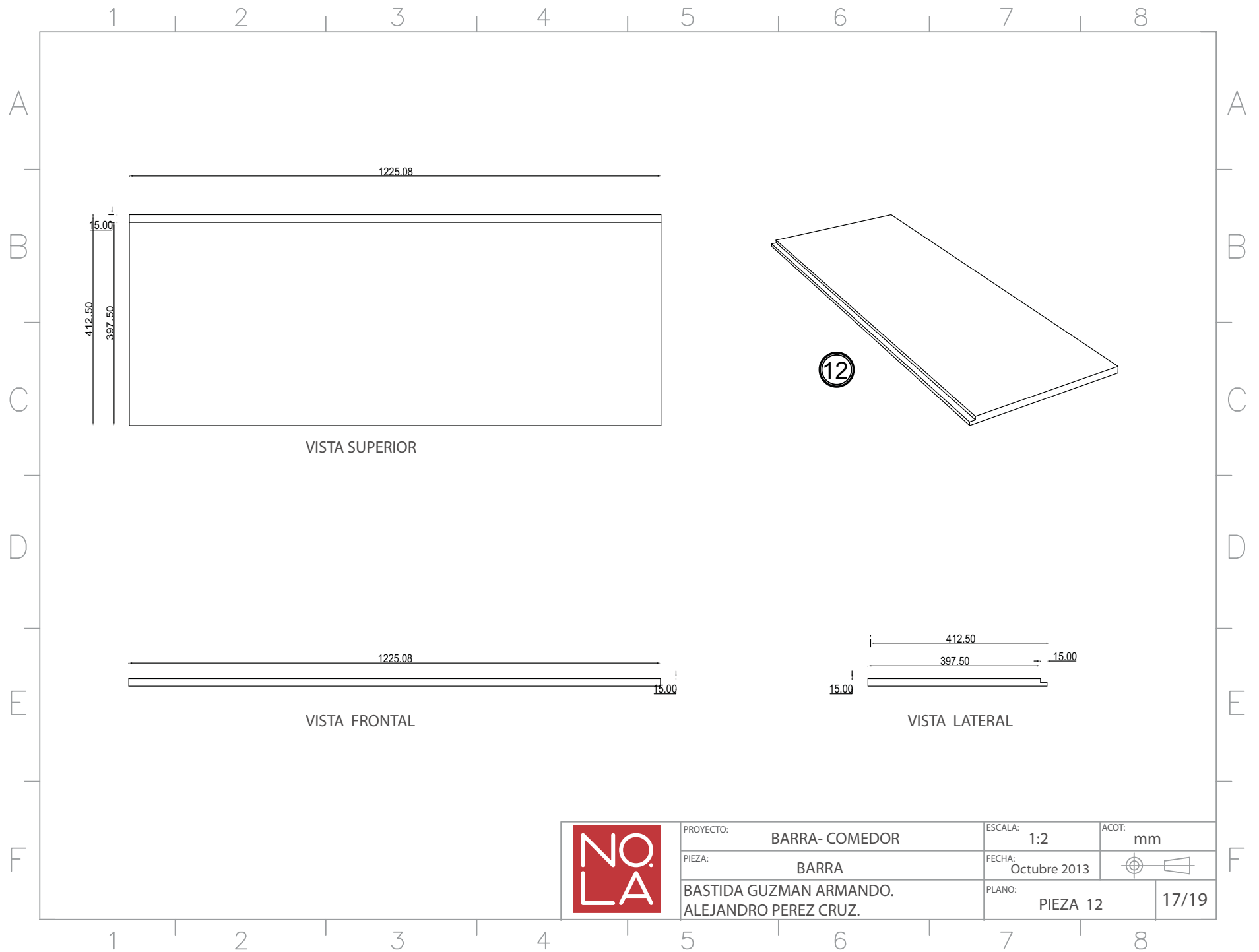
VISTA LATERAL

VISTA FRONTAL

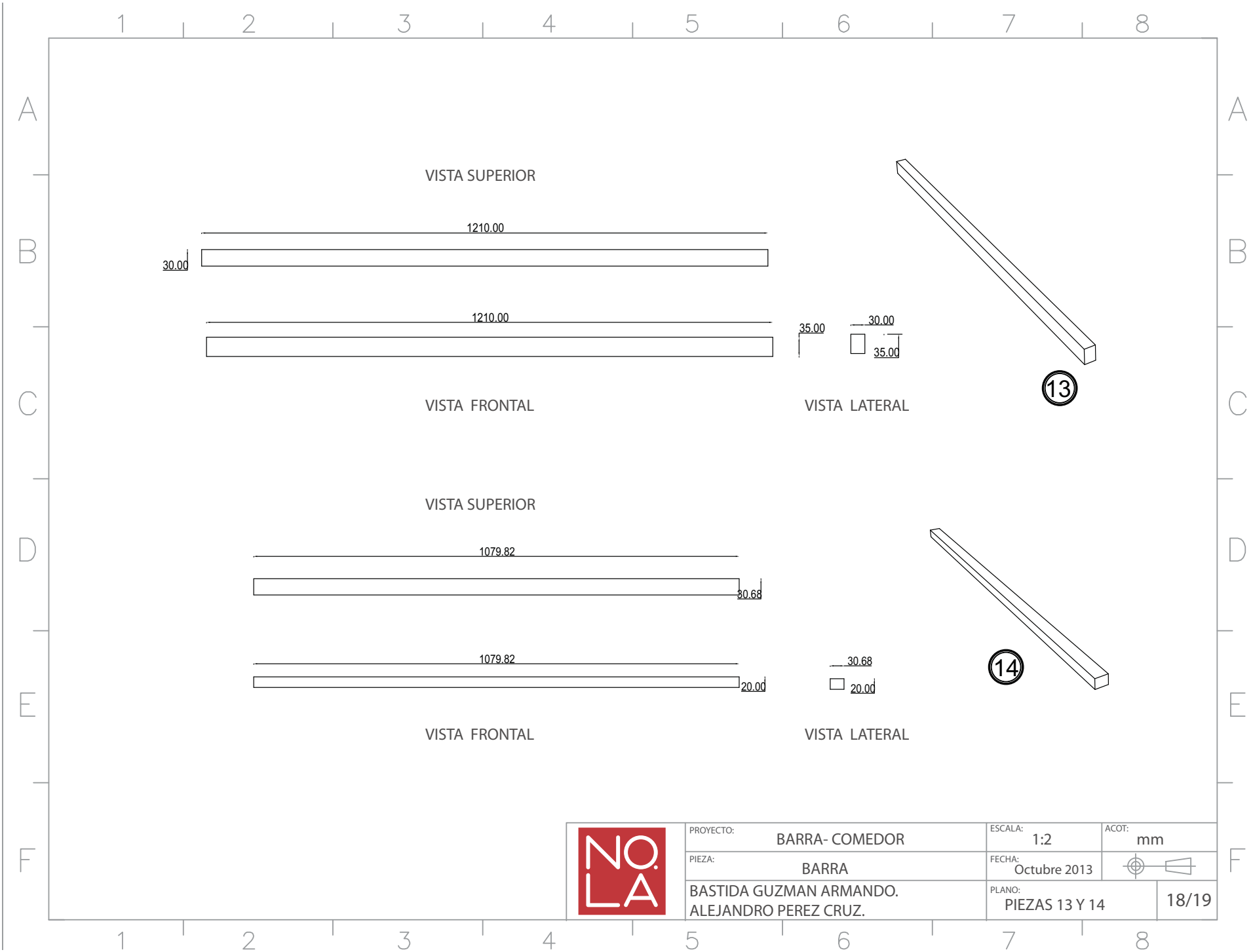
VISTA FRONTAL

VISTA LATERAL

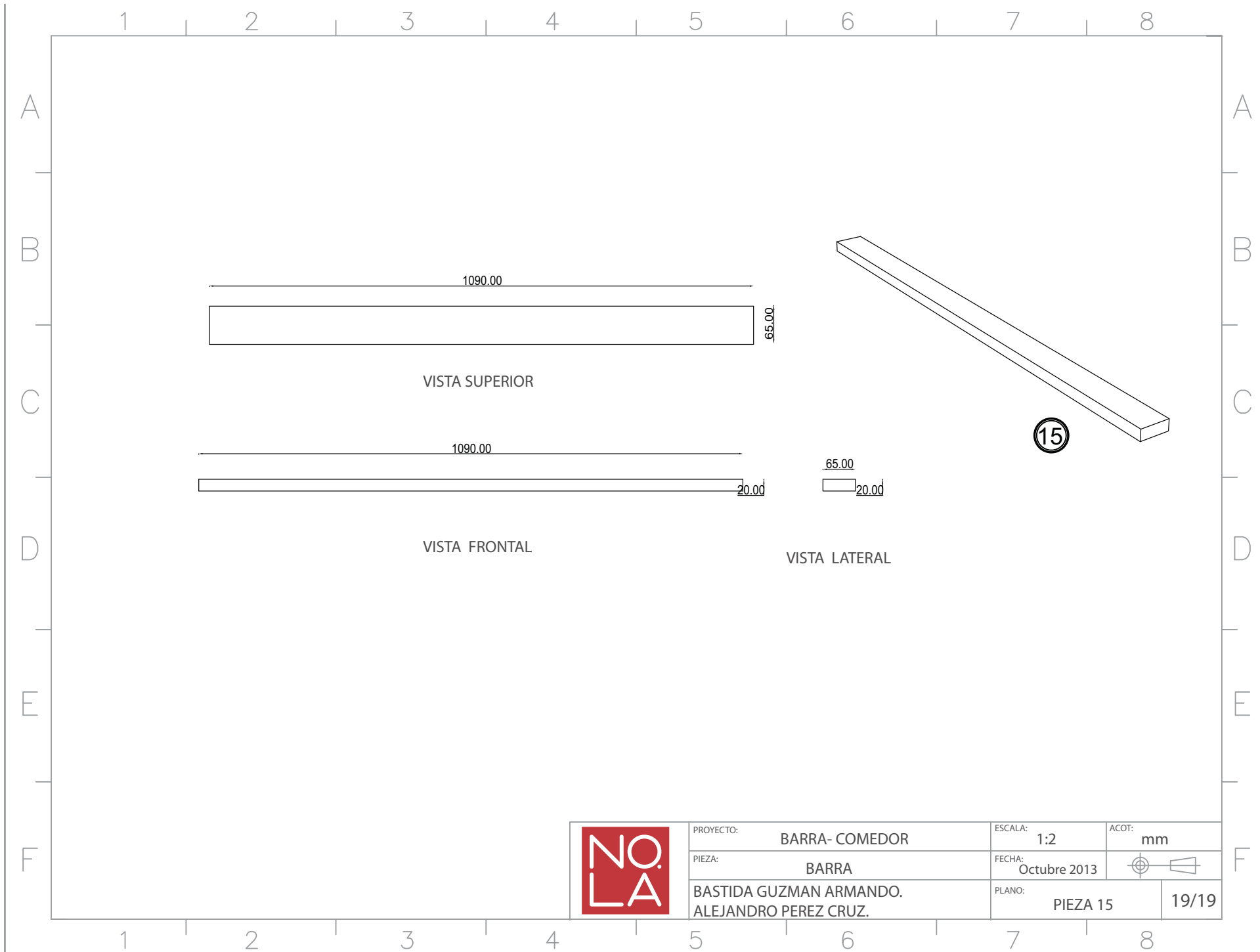
	PROYECTO: BARRA- COMEDOR	ESCALA: 1:2	ACOT: mm
	PIEZA: BARRA	FECHA: Octubre 2013	
	BASTIDA GUZMAN ARMANDO. ALEJANDRO PEREZ CRUZ.	PLANO: PIEZAS 10 Y 11	16/19





PROYECTO:	BARRA- COMEDOR	ESCALA:	1:2	ACOT:	mm
PIEZA:	BARRA	FECHA:	Octubre 2013		
BASTIDA GUZMAN ARMANDO. ALEJANDRO PEREZ CRUZ.		PLANO:	PIEZA 12		



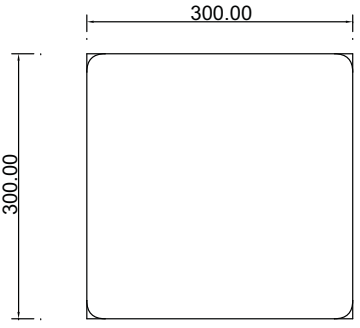
NO. LA	PROYECTO:	BARRA- COMEDOR	ESCALA:	1:2	ACOT:	mm
	PIEZA:	BARRA	FECHA:	Octubre 2013		
	BASTIDA GUZMAN ARMANDO. ALEJANDRO PEREZ CRUZ.		PLANO:	PIEZAS 13 Y 14		18/19



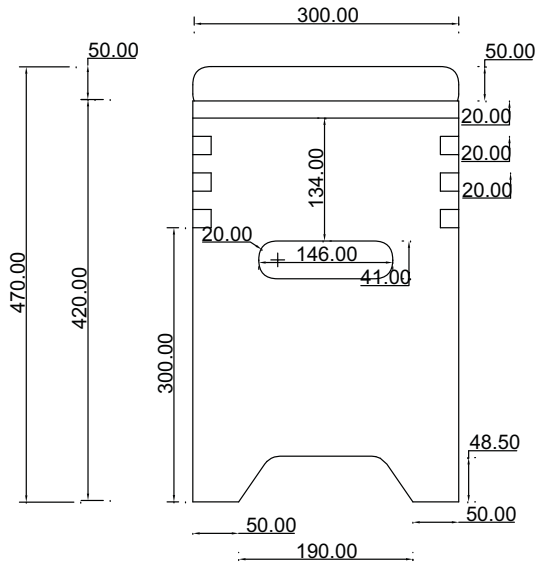
	PROYECTO:	BARRA- COMEDOR	ESCALA:	1:2	ACOT:	mm
	PIEZA:	BARRA	FECHA:	Octubre 2013		
	BASTIDA GUZMAN ARMANDO. ALEJANDRO PEREZ CRUZ.		PLANO:	PIEZA 15	19/19	

1 2 3 4 5 6 7 8

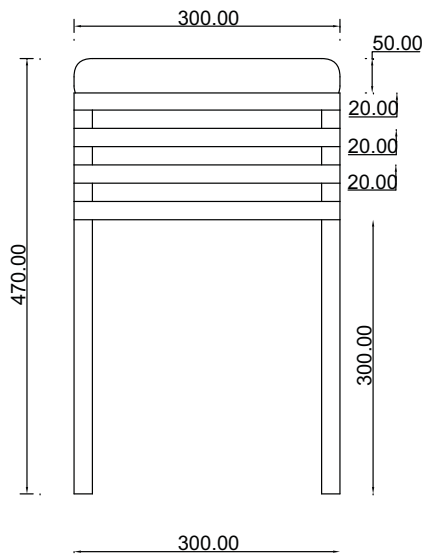
A
B
C
D
E
F



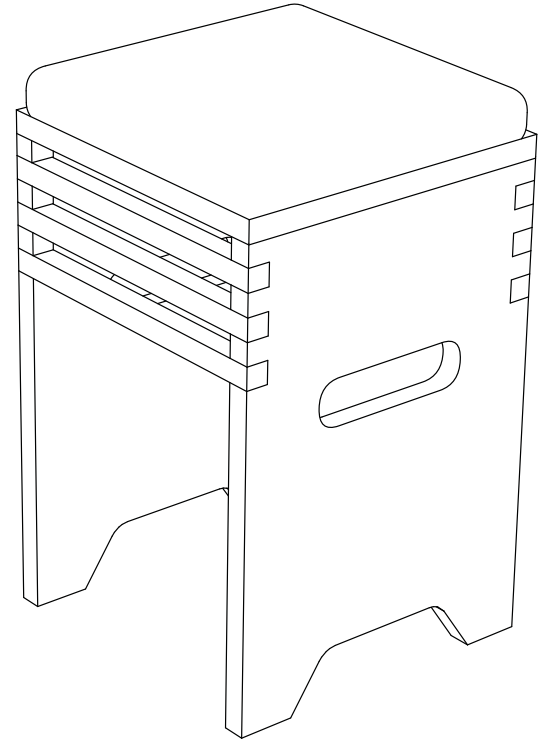
VISTA SUPERIOR



VISTA LATERAL

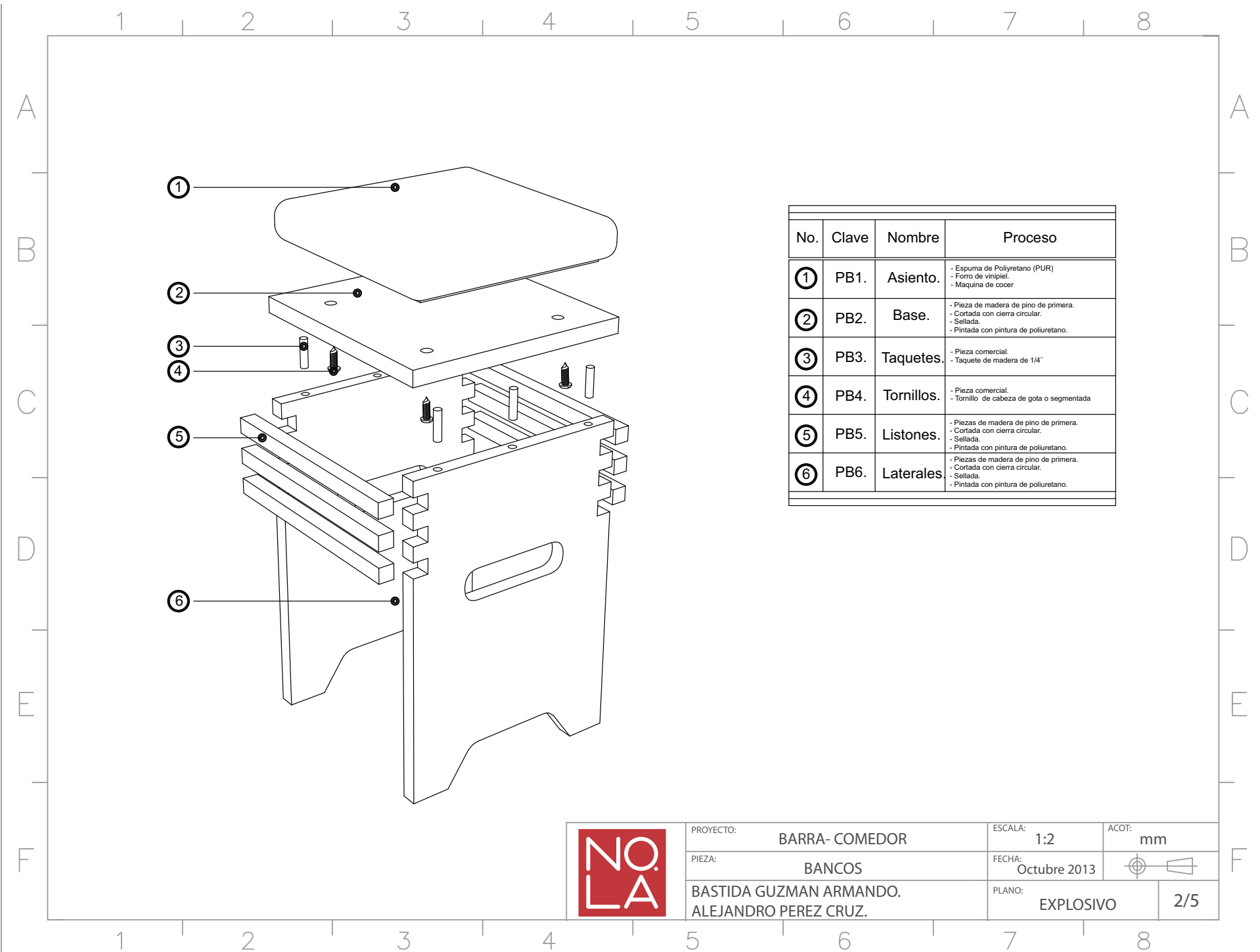


VISTA FRONTAL



PROYECTO:	BARRA-COMEDOR	ESCALA:	1:2	ACOT:	mm
PIEZA:	BANCOS	FECHA:	Octubre 2013		
BASTIDA GUZMAN ARMANDO. ALEJANDRO PEREZ CRUZ.		PLANO:	VISTAS GENERALES		

1 2 3 4 5 6 7 8

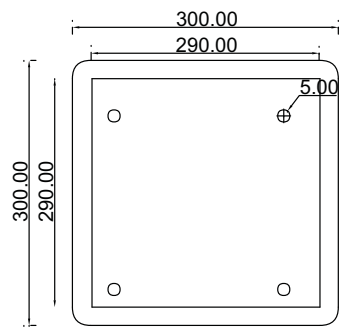


No.	Clave	Nombre	Proceso
①	PB1.	Asiento.	- Espuma de Poliuretano (PUR) - Forro de vinipiel. - Maquina de cocer
②	PB2.	Base.	- Pieza de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
③	PB3.	Taquetes.	- Pieza comercial. - Taquete de madera de 1/4"
④	PB4.	Tornillos.	- Pieza comercial. - Tornillo de cabeza de gota o segmentada
⑤	PB5.	Listones.	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.
⑥	PB6.	Laterales.	- Piezas de madera de pino de primera. - Cortada con cierra circular. - Sellada. - Pintada con pintura de poliuretano.

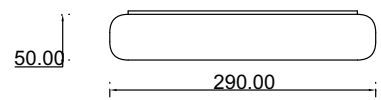
	PROYECTO:	BARRA- COMEDOR	ESCALA:	1:2	ACOT:	mm
	PIEZA:	BANCOS	FECHA:	Octubre 2013		
	BASTIDA GUZMAN ARMANDO. ALEJANDRO PEREZ CRUZ.			PLANO:	EXPLOSIVO	2/5

1 2 3 4 5 6 7 8

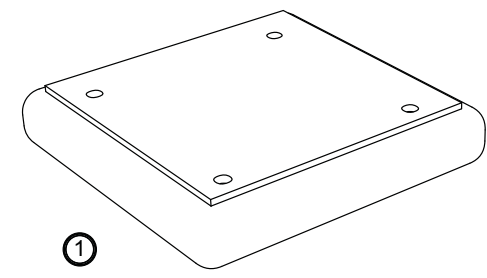
A
B
C
D
E
F



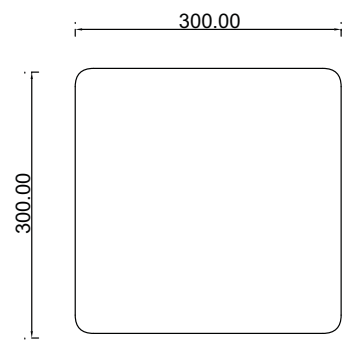
VISTA INFERIOR



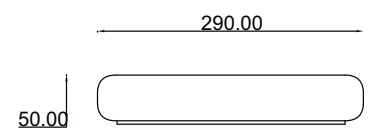
VISTA FRONTAL



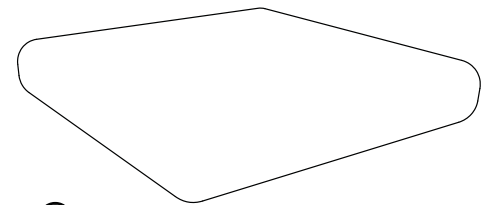
①



VISTA SUPERIOR



VISTA LATERAL



①

	PROYECTO:	BARRA- COMEDOR	ESCALA:	1:2	ACOT:	mm
	PIEZA:	BANCOS	FECHA:	Octubre 2013		
	BASTIDA GUZMAN ARMANDO. ALEJANDRO PEREZ CRUZ.		PLANO:	PIEZA 1	3/5	

1 2 3 4 5 6 7 8

1 2 3 4 5 6 7 8

A

B

C

D

E

F

A

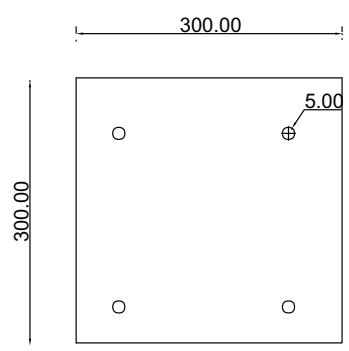
B

C

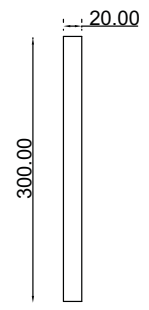
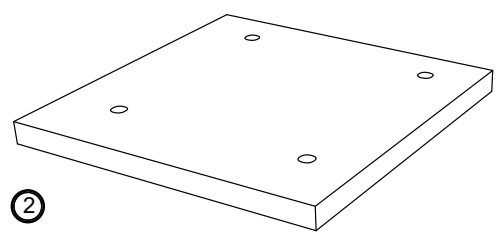
D

E

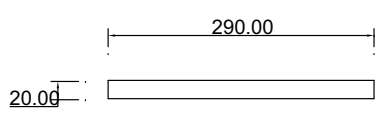
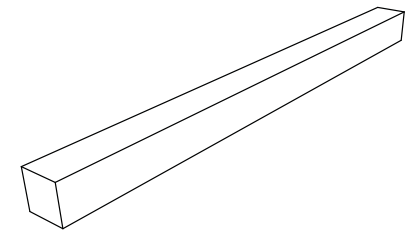
F



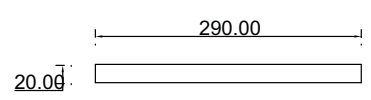
VISTA SUPERIOR



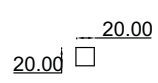
VISTA SUPERIOR



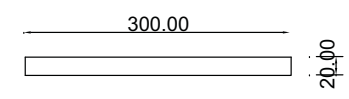
VISTA LATERAL



VISTA FRONTAL



VISTA LATERAL



VISTA FRONTAL



PROYECTO:	BARRA- COMEDOR	ESCALA:	1:2	ACOT:	mm
PIEZA:	BANCOS	FECHA:	Octubre 2013		
BASTIDA GUZMAN ARMANDO. ALEJANDRO PEREZ CRUZ.		PLANO:	PIEZA 2 / 5		

1 2 3 4 5 6 7 8

1 2 3 4 5 6 7 8

A

B

C

D

E

F

A

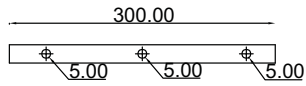
B

C

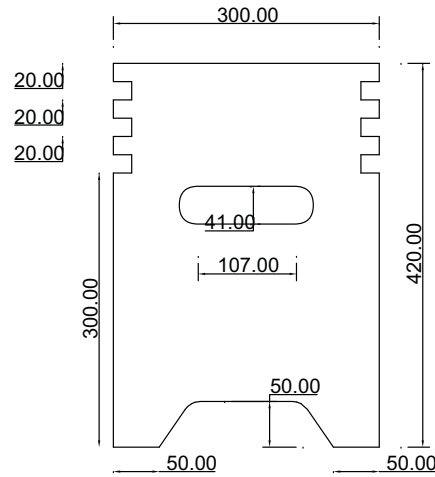
D

E

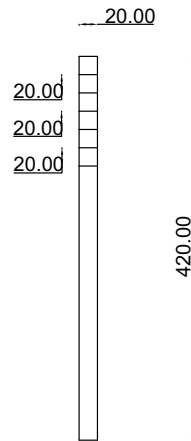
F



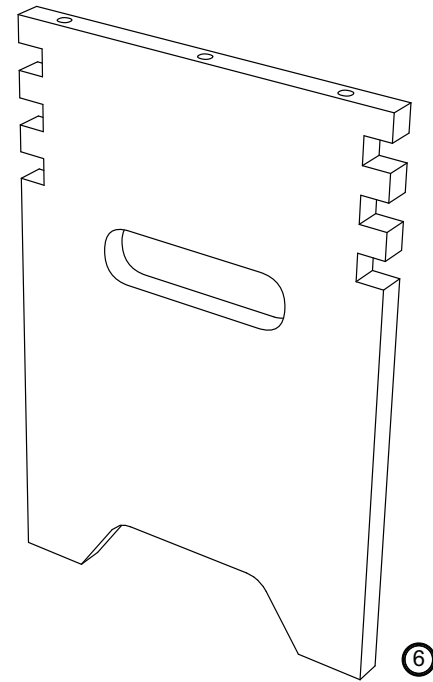
VISTA SUPERIOR



VISTA LATERAL



VISTA FRONTAL



PROYECTO: BARRA-COMEDOR

ESCALA: 1:2

ACOT: mm

PIEZA: BANCOS

FECHA: Octubre 2013



BASTIDA GUZMAN ARMANDO.
ALEJANDRO PEREZ CRUZ.

PLANO: PIEZA 6

5/5

1 2 3 4 5 6 7 8