



“UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ”

FACULTAD DE NEGOCIOS

INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PLAN DE NEGOCIO DISEÑO DE INTERIORES “A & G” DESIGN 2017

AUTORES:

TRIGOZO SILVA, Anita de Jesús

HEREDIA ESTELA, Gladis Margarita

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TARAPOTO – PERÚ

2017

DEDICATORIA

Este proyecto dedico a mi madre María Gema a mi hermana Floradith y familia por brindarme su apoyo incondicional día a día, para cumplir con mis objetivos planteados.

Anita de Jesús

A mis padres Héctor y Paula

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos en toda mi educación, tanta académica como de la vida y por su condicional apoyo mantenido a través del tiempo. Papá gracias por darme una carrera para mi futuro, todo eso te lo debo a ti.

Gladis Margarita

AGRADECIMIENTO

Hoy queremos agradecer a DIOS por darnos las fuerzas necesarias para seguir adelante y no rendirnos ante las dificultades, por orientar nuestro camino y poner en aquellas personas que nos acompañaron durante este proceso.

Gracias a la Universidad Científica del Perú por acogernos, para poder desarrollarnos como profesionales, a los docentes por inculcarnos sus conocimientos, para nuestro buen desenvolvimiento en la sociedad y aquellos amigos que nunca nos dejaron abandonar nuestras metas y nos ayudaron alcanzarla.



ACTA DE SUSTENTACIÓN

FACULTAD

DE

NEC del distrito de San Juan Bautista, siendo las 11:00 horas del día 28 del mes de octubre del año Dos mil diecisiete, se reunieron en el aula de Grados y Títulos de la Universidad Científica del Perú, el Jurado Examinador, que lo conforman:

Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán

Presidente

CPC Luis A. Barriga Roa

Miembro

Lic. Adm. Johan Burgos Bardales

Miembro

Para evaluar la sustentación de las Bachilleres:

TRIGOZO SILVA ANITA DE JESUS

HEREDIA ESTELA GLADIS MARGARITA

En la modalidad de INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL, titulado: **PLAN DE NEGOCIO DISEÑO DE INTERIORES "A & G" DESIGN 2017.**

Después de las deliberaciones correspondientes, se procedió a evaluar, teniendo como resultado:

INDICADORES	EXAMINADOR 1 Presidente	EXAMINADOR 2 Miembro	EXAMINADOR 3 Miembro	PROMEDIO
A) Dominio del tema	4	3	3	3
B) Calidad de redacción	3	4	3	3
C) Competencia expositiva, argumentación y coherencia.	3	3	3	3
D) Calidad de respuestas	3	4	3	3
E) Uso de terminología especializada.	3	3	4	3
Calificación final	16	17	16	15
Calificación final (en letras)	QUINCE			

Leyenda:

Indicador	Descripción	Puntaje
A	Desaprobado	0-12
B	Aprobado	13-14
C	Aprobado CUM LAUDE	15-16
D	Aprobado MAGNA CUM LAUDE	17-18
E	Aprobado SUMA CUM LAUDE	19-20

El JURADO considera APROBADO CUM LAUDE la sustentación.

Presidente :

Firma

Miembro :

Firma

Miembro :

Firma.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
Dedicatoria.....	II
Agradecimiento.....	III
Acta de sustentación.....	IV
Índice de contenido.....	V
Índice de cuadros.....	VII
Índice de tablas.....	VIII
Índice de figura.....	IX
Resumen.....	X
Abstract.....	XI
I. INFORMACIÓN GENERAL	
1.1. Nombre del negocio.....	12
1.2. Actividad empresarial.....	12
1.3. Idea de negocio.....	13
II. PLAN DE MARKETING	
2.1. Necesidades de los clientes.....	13
2.2. Demanda actual y tendencias.....	15
2.3. Oferta actual y tendencias.....	17
2.4. Programa de marketing.....	20
2.4.1. El producto.....	20
2.4.2. El precio	29
2.4.3. La promoción.....	30
2.4.4. La cadena de distribución.....	32
III. PLAN DE OPERACIONES	
3.1. Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	33
3.2. El proceso requerimiento servicio.....	33

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	
4.1. La organización.....	35
4.2. Puestos, tareas y funciones.....	35
4.3. Condiciones laborales.....	39
4.4. Régimen tributario.....	39
V. PLAN ECONOMICO Y FINANCIERO	
5.1. Estudio económico.....	41
CONCLUSIONES.....	45
BIBLIOGRAFÍAS.....	46

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro N° 1 Población de San Martín por Provincia 2015- 2016.....	16
Cuadro N° 2: Viviendas particulares, área urbana y rural, según departamento, provincia y tipo de vivienda 2007 proyectada al 2017.....	16
Cuadro N° 03 empresa de servicio de diseño en la ciudad de Tarapoto 2017....	19

ÍNDICE DE TABLA

	Página
Tabla N°01 Comportamiento del mercado: tendencias y participación.....	41
Tabla N°02. Ingreso por ventas.....	41
Tabla N°03. Costos de ventas.....	41
Tabla N°04. Gastos administrativos.....	42
Tabla N°05. Gastos comerciales.....	42
Tabla N°06. Gastos pre operativos.....	42
Tabla N°07. Inversión en activos fijos.....	43
Tabla N°07. Inversión en activos fijos.....	43
Tabla N°09. Programa de endeudamiento.....	43
Figura N°10 Estado de resultados económicos.....	44
Tabla N°11 Tributación del proyecto.....	44

ÍNDICE DE FIGURA

	Página
Figura N° 1 Logo de la empresa 2017	12
Figura N° 2 Diseño de un estudio	15
Figura N°3 Antes del diseño de una sala.....	20
Figura N° 4 Después del diseño sala	21
Figura N°5 Antes del diseño comedor	21
Figura N°6 Después del diseño comedor	22
Figura N° 7Antes del diseño baños	22
Figura N°8 Después del diseño baño	23
Figura N° 9 Antes del diseño dormitorio	23
Figura N° 10 Después del diseño dormitorio	24
Figura N° 11 Antes del diseño jardines	24
Figura N°12 Después del diseño jardín.....	25
Figura N°13 Servicios de pintura por metro cuadrado.....	25
Figura N°14 Servicios de pintura.....	26
Figura N° 15 Iluminación.....	27
Figura N° 16 Mobiliario y decorativo.....	28
Figura N° 17Mobiliario decorativo.....	28
Figura N° 18. Medios de comunicación.....	31
Figura N° 19 proceso de atención al cliente.....	32
Figura N° 20 Flujo de proceso de requerimiento de servicio.....	33
Figura N° 21: Estructura organizacional de la empresa.....	35
Figura N° 22 Territorio de la Región de Amazonía según ley n° 27037.....	40

RESUMEN

La presente investigación se encuentra en el sector de servicios y comercialización de productos, en el rubro de decoraciones de hogares en la ciudad de Tarapoto, en un primer momento.

La investigación se expresa en un plan de negocios cuyos objetivos demuestran la factibilidad comercial, técnica, organizacional, económica y financiera.

Los resultados de la investigación nos señalan que existe un mercado significativo que demanda el producto; así como es posible encontrar fuentes de aprovisionamiento que permiten generar los productos, tales como melanina, maderas y otros; también hay disponibilidad de recursos humanos para realizar las actividades, finalmente se ha demostrado la factibilidad económica a través de la generación de utilidades.

Palabras claves: plan de negocio, región San Martín, diseño de interiores y servicio.

ABSTRACT

At first, the present research is about the services area and commercialization of products, in the heading of decorations of homes in the city of Tarapoto.

The research is expressed in a business plan whose objectives demonstrate the commercial, technical, organizational, economic and financial feasibility.

The results of the research indicate that there is a significant market that demands the product; as well as it is possible to find sources of supply that allow to generate the products, such as melanin, wood and others; there is also availability of human resources to develop or do the activities, finally the economic feasibility has been demonstrated through the generation of profits.

Keywords: business plan, San Martin region, interior design and service.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 NOMBRE DEL NEGOCIO

Nombre: Diseño de Interiores A & G DESING E.I.R.L

Localización: ciudad de Tarapoto, región San Martín

Sector de actividad: servicio y comercialización de productos.

Figura N°01 logo de la empresa, 2017



1.2 ACTIVIDAD EMPRESARIAL

Tiene como actividad principal la prestación de servicio y comercialización de productos.

M	Actividades profesionales científicas y técnicas		
	74	Otras actividades profesionales científicas y técnicas	
		7410	Actividades especializadas de diseño

Fuente: Clasificación CIUU

1.3 IDEA DE NEGOCIO

Se busca satisfacer la necesidad de tener un lugar donde se viva momentos agradables, que genera armonía, para los clientes que tienen vivienda o lugares de negocios en la ciudad y el campo, a quienes se ofrecerán accesorios de decoración y los productos que se necesita para realizar dicho servicio en el lugar que el cliente lo señale.

II. PLAN DE MARKETING

2.1 Necesidades de los clientes

Los clientes llegan buscando información y asesoramiento profesional, claro y confiable, para tener una vivienda bonita, amplia o mejorada durante las primeras etapas de construcción, simplemente realizar cambios en la decoración, las viviendas que ya se encuentran con años de construcción.

También, las personas buscan satisfacer necesidades y una de ellas es la de seguridad y protección, es decir sentirse seguro y protegido dentro de sus hogares, oficina, etc. Teniendo comodidad en sus espacios.

Para las necesidades de sentirse seguros, los clientes buscan nuevas propuestas de diseño de interiores y productos de decoración que permiten satisfacer sus expectativas.

Tony Robbins (20009), señala la necesidad de seguridad “está ligada al instinto de supervivencia, y no se refiere sólo a seguridad física, sino también psicológica. Es la capacidad de evitar el dolor y buscar o aumentar el placer. Necesitamos sentir que estamos en nuestra zona de confort, que podemos evitar el dolor, que podemos ser felices, que tenemos el control de la situación, que podemos evitar el estrés.”

Los medios que utiliza el cliente para sentir seguridad pueden ser destructivos, neutros o constructivos. Van desde el control a la coherencia, pasando por la identidad, las rutinas, la comida, la fe, la autoestima, las costumbres, la incapacidad aprendida, etc.

Durante la primera mitad del siglo XX, el diseño era considerado un bien que atendían ciertas necesidades, que solo las clases económicas de ingresos altas podían tenerlo. Los profesionales eran por lo general, artistas o arquitectos.

Hoy en día, la expansión de esta actividad del diseño ha llegado a todos, para convertir el diseño de interiores en una carrera universitaria. En efecto, cobró una importancia decisiva a la hora de ambientar los recintos más diversos: una vivienda, una oficina, un hospital, un local comercial, etc.

El diseño de interiores considera diversas actividades y se proyectan espacios, teniendo en cuenta y relacionando las formas, colores, materiales, texturas, iluminación, ubicación geográfica. Siempre respondiendo a necesidades y a algún planeamiento estético específico. Para realizar dicha tarea, un profesional capacitado debe tener en cuenta los requerimientos del comitente, es decir que el diseñador debe tomar en consideración todos los aspectos relacionados con el futuro usuario.

John F. Pile (2005) añade que los espacios interiores influyen en el comportamiento de los humano, “el autor manifiesta por ejemplo, la forma en que una oficina está diseñada, influye en el desempeño del trabajador, lo mismo sucede en un restaurante con el cliente, quien, sin duda, se sentirá más satisfecho en un espacio agradable”

Robert Guillan Scott (2009) plantea que “diseño es toda acción creadora que cumple su finalidad” A su vez, sostiene que, para poder diseñar, se necesita un motivo por el cual hacerlo; este motivo es denominado por el autor.

2.2 DEMANDA ACTUAL Y TENDENCIA

En los últimos años se observa en el mundo del interiorismo y la decoración, se esforzaron en crear hogares acogedores, que reflejaran la personalidad de sus ocupantes, que fueran un refugio de bienestar para ellos.

Actualmente, vivimos una nueva fase. Ese mismo calor y bienestar que sentimos en nuestras propias casas está traspasando muros para llegar a todos los sectores: desde las oficinas, los hoteles, los hospitales o las escuelas. Queremos lugares donde sentirnos bien, y poder tener una parte de nosotros mismos en el espacio que nos rodea.

La decoración y el diseño de inmobiliario está abarcando el mercado peruano, porque la personas están buscando bienestar y que sus hogares sea acogedor, esto hace que las empresas prestigiosas buscan posicionarse en nuestro país.

Figura N°02 Diseño de un estudio, internet 2016



Fuente: Jieying Lic. Cofundadora del diseño del estudio de arte y diseño jumping lomo

Cuadro N°01 Población departamento de san Martín por provincia 2015

Población	2000	2015	Tasa de crecimiento (%)	Población 2017(p)
San Martín provincias	662052	840790		
Moyobamba	93809	148160	2.50%	861809
Bellavista	43077	58954		
El dorado	29322	40349		
Huallaga	24463	25328		
Lamas	76412	84921		
Mariscal Cáceres	52904	50608		
Picota	33352	44533		
Rioja	89393	128367		
San Martín	144131	187320		
Tocache	75189	722		

Fuente: INEI- Censo población 2007

A continuación se presenta el mercado objetivo del presente plan de negocios constituida por los capitales de las provincias que forma la región de san Martín. Las principales provincias de esta región la constituyen Moyobamba y san Martín, con sus capitales, Moyobamba y Tarapoto, quienes juntos representan más de la mitad del total poblacional de la región.

Cuadro N°02 Viviendas particulares, por área urbana y rural, según departamento, provincia y tipo de vivienda 2007 proyectada al 2017.

Provincia de San Martin	Viviendas 2007	Tasa de crecimiento %	Vivienda 2017
Casa independiente	33177	2%	34110
Departamento en edificio	265		
Total	33442		

Fuente: INEI- censo viviendas 2007

En el cuadro se muestra, las viviendas como casa independiente y departamentos en edificios del año 2007 proyectadas al año 2017 con una tasa de crecimiento de un 2%.

2.3 OFERTA ACTUAL Y TENDENCIAS

Georgina Olarte Michel (2014) señala que “el diseñador de Interiores crea espacios al determinar cada vez un nuevo orden circundado; busca responder a necesidades individuales y sociales, interpreta, a través de su sensibilidad, valores estéticos, aprovechando y disponiendo de los elementos físicos naturales, artificiales y tecnológicos para generar un equilibrio ambiental, imprimiendo con todo ello un carácter signficante y significativo a los espacios y al hombre que los habita”.

A través del tiempo la decoración se ha convertido en parte importante de la vida diaria, a fin de que les proporciona a las personas identidad y sentido de pertenencia con aquellos espacios que las identifican.

La oferta que se dará en la empresa será brindar un servicio / producto de calidad de tal modo que nuestros clientes estén satisfechos con el servicio que la empresa brinda, en la cual uno de los factores más resaltantes positivamente es que en nuestra región no se encuentra una empresa completa de diseño de exteriores e interiores.

Los factores que pueden producir cambios en la oferta del mercado del Diseño y Decoración de Interiores son:

- a). Precio de los servicios complementarios
- b). Utilización de tecnología
- C). Profesionales y empresas nuevas.

El gerente general de la Cámara de Comercio y Turismo de San Martín, Hugo vernaes, señaló que en la ciudad de Tarapoto se ha generado un boom inmobiliario donde existen alrededor de 10,000 lotes urbanos para la inversión en construcción de viviendas y condominios.

Fuente: según Hugo vernaes, señaló que en la ciudad de Tarapoto se ha generado un boom inmobiliario.

Análisis de la competencia

En la ciudad de Tarapoto a un no se encuentra estructurada una empresa de diseño de Interiores, solo pequeñas empresas que venden accesorios de decoración y no brindan un servicio completo de diseño y decoración tanto para oficinas y casas, etc.

Ventajas

1. Ser una empresa que brinda un servicio completo de decoración y diseño para casa y oficinas, etc.
2. Cuenta con personal calificado para realizar un servicio de calidad.
3. Tener productos exclusivos de decoración.
4. Brindar un servicio personalizado.

Desventajas

1. Alto compromiso - lanzar una empresa requiere un alto compromiso de tiempo y energías.
2. Alto riesgo - el éxito depende totalmente de usted y de su habilidad empresarial como también de los clientes.
3. Rentabilidad diferida - cuando el mercado no se encuentra establecido, puede tomar más tiempo lograr la rentabilidad.
4. Financiación limitada - la financiación para una nueva empresa es más difícil de obtener

Cuadro N° 03 Empresas del servicio de diseño en la ciudad de Tarapoto, 2017.

Servicios	Empresa A & G	Empresa Muebles MJK	Empresa Deco hogar	Empresa Muebles Deyla
Selección de color de pintura por metros Cuadros	<p>a) Fachada de las casas 16m² x15= S/.250.00</p> <p>b) Paredes y techos 16m² x 18= S/.290.00</p>	<p>a) Fachada de las casas 16m² x15= 270.00</p> <p>b) Paredes y techos 16m² x 18= s/.300.00</p>	<p>a) Fachada de las casas 16m² x15=290.00</p> <p>b) Paredes y techos 16m² x 18= 310.00</p>	<p>a) Fachada de las casas 16m² x15= 300.00</p> <p>b) Paredes y techos 16m² x 18=340.00</p>
Especificaciones y propuestas de iluminación	<p>a) Servicios de iluminación casa completa no incluye accesorios S/. 800.00.</p> <p>b) Servicio de iluminación con materiales incluye solo focos S/.1500.00</p>	<p>a) Servicios de iluminación casa completa no incluye accesorios S/. 820.00.</p> <p>b) Servicio de iluminación con materiales incluye solo focos S/.1800.00</p>	<p>a) Servicios de iluminación casa completa no incluye accesorios S/. 850.00.</p> <p>b) Servicio de iluminación con materiales incluye solo focos S/.2000.00</p>	<p>a) Servicios de iluminación casa completa no incluye accesorios S/. 880.00.</p> <p>b) Servicio de iluminación con materiales incluye solo focos S/.2100.00</p>

Fuente: Anita Trigozo-Gladis Margarita

2.4 PROGRAMA DE MARKETING

2.4.1 El Producto / Servicios

1. Producto

A) Decoración de sala 2017

El producto comprende dos aspectos:

1. servicio de asesoramiento de casa.
2. comercialización de producto.

El primero está referido a la visita del lugar donde indica el cliente, observación en el lugar y presentación de catálogos, color, arte y accesorios en una laptop portátil se incorpora una imagen del lugar y en ella se realizara una simulación como quedaría el lugar después del decorado.

Figura N°03 Decorado de una sala, antes del diseño



Figura N°04 Después del diseño



Fuente:https://www.google.com.pe/search?q=decoracion+de+sala+antes+y+despues&dcr=0&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwizrOft9vzWAhVLIpAKHbErBBQQ_AUICigB&biw=1366&bih=662#imgrc=-SfFzIaHgvE5nM.

A) Decoración de comedor 2017

Figura N°05 Decoración para comedor, antes del diseño



Figura N°06 Después del diseño



Fuente:https://www.google.com.pe/search?dcr=0&biw=1366&bih=662&tbm=isch&sa=1&q=decoracion+de+un+comedor+antes+y+despues&oq=decoracion+de+un+comedor+antes+y+despues&gs_l=psy-ab.3...134703.138683.0.139742.14.14.0.0.0.693.2488.3-2j0j3.5.0...0...1.1.64.psy-ab..11.1.637...0i7i30k1.0.qYRQ1gDyKsE#imgsrc=HQkXuDVRqpiUeM:

B) Decoración para baños 2017

Figura N°07 Decoraciones para baños, antes del diseño



Figura N°08 Después del diseño



Fuente:https://www.google.com.pe/search?dcr=0&biw=1366&bih=662&tbm=isch&sa=1&q=decoracion+de+ba%C3%B1os++antes+y+despues&oq=decoracion+de+ba%C3%B1os++antes+y+despues&gs_l=psy-ab.3...130884.134443.0.135179.14.13.0.0.0.0.509.1898.2-2j1j1j1.5.0....0...1.1.64.psy-ab..11.1.509...0i7i30k1.0.d6PaTcKdKqE.

C) Decoración para dormitorio 2017

Figura N°09 Decoraciones dormitorio, antes del diseño



Figura N°10 después del diseño



Fuente:[https://www.google.com.pe/search?dcr=0&biw=1366&bih=662&tbn=isch&sa=1&q=decoracion+de+dormitorios+antes+y+despues&oq=decoracion+de+dormitorios+antes+y+despues&gs_l=psyab.3...124291.127568.0.128500.4.4.0.0.0.294.573.22.2.0....0...1.1.64.psyab..2.0.0..0.YrPIY9FIWtU#imgrc=.](https://www.google.com.pe/search?dcr=0&biw=1366&bih=662&tbn=isch&sa=1&q=decoracion+de+dormitorios+antes+y+despues&oq=decoracion+de+dormitorios+antes+y+despues&gs_l=psyab.3...124291.127568.0.128500.4.4.0.0.0.294.573.22.2.0....0...1.1.64.psyab..2.0.0..0.YrPIY9FIWtU#imgrc=)

D) Decoración de jardines 2017

Figura N° 11 Decoración jardines, antes del diseño



Figura N° 12 Después del diseño



Fuente:https://www.google.com.pe/search?dcr=0&biw=1366&bih=662&tbm=isch&sa=1&q=decoracion+de+un+jardin++antes+y+despues&oq=decoracion+de+un+jardin++antes+y+despues&gs_l=psy-ab.3...148236.154354.0.155184.21.18.0.0.0.580.2673.2-5j2j0j1.8.0....0...1.1.64.psy-ab..13.1.311...0i7i30k1.0.tvFOjtao4UU.

2. SERVICIOS

A) Selección de color de pintura por metros Cuadrados

Figura N°13 Servicios de pintura por metro cuadrado



Figura N°14 Servicio de pintura



Fuente:https://www.google.com.pe/search?dcr=0&biw=1366&bih=662&tbm=isch&sa=1&q=seleccion+de+color+de+pintura+por+metros+cuadrados&oq=seleccion+de+color+de+pintura+por+metros+cuadrados&gs_l=psy-ab.3...1370.30916.0.31160.89.53.1.0.0.0.2065.8429.2-1j4j2j5j1j9-1.14.0....0...1.1.64.psy-ab..76.7.3264...0j0i67k1j0i10k1j0i24k1.0.zRMVtsDGPn8#imgcr=EQrmomVnA8-QAM:

B) Especificaciones y propuestas de iluminación

Figura N° 15 Iluminación



Fuente:https://www.google.com.pe/search?dcr=0&biw=1366&bih=662&tbm=isch&sa=1&q=pintado+y++iluminacion+de+casas&oq=pintado+y++iluminacion+de+casas&gs_l=psyab.3...139271.148821.0.149285.51.21.0.0.0.1527.2496.21j2j81.4.0....0...1.1.64.psyab..47.0.0....0.V4_qFkM7ail.

C) Diseño de mobiliario y decorativo

Figura N° 16 Mobiliario y decorativo



Figura N° 17 Mobiliario decorativo



Fuente:https://www.google.com.pe/search?dcr=0&biw=1366&bih=662&tbm=isch&sa=1&q=casa+s+decoradas&oq=casas+decoradas&gs_l=psy-ab.3...120004.131208.0.131737.42.20.0.0.0.0.2149.2149.9-1.1.0...0...1.1.64.psy-ab..41.1.2149...0j0i67k1.0.AAok4c7CF8g

2.4.2 El precio

Kevin, Berkowitz (2004) el precio es el dinero u otras consideraciones (incluyendo otros bienes y servicios) que se intercambian por la propiedad o uso de un bien o servicio.

En este sentido, el precio refleja la relación de intercambio entre los bienes y servicios accesibles en el mercado, y como tal está sujeto a las leyes de la oferta y la demanda y, en algunos casos, a su regulación por parte de organismos oficiales.

a) Selección de color de pintura por metros Cuadrados:

Costos

Fachada de las casas $16\text{m}^2 \times 15 = \text{S}/.250.00$

Paredes y techos $16\text{m}^2 \times 18 = \text{S}/.290.00$

b) Especificaciones y propuestas de iluminación:

Costos

Servicios de iluminación casa completa no incluye accesorios S/. 800.00.

Servicio de iluminación con materiales incluye solo focos S/.1500.00

c) Diseño de mobiliario y decorativo:

Costos

Servicio de decoración para casas: sala, comedor, dormitorio, no incluye materiales S/.2000.00

Servicio de decoración para casa incluye 2 cortinas, 2 lámparas, 6 cojines y 2 alfombras S/.3000.00

2.4.3 La promoción

Ivan Thompson (2010), es un elemento del marketing que tiene como objetivos específicos: informar, persuadir y recordar al público objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece, pretendiendo de esa manera, influir en sus actitudes y comportamientos, para lo cual, incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal.

- a) Por la compra de nuestros productos de decoración se entregara cupones de descuento para su próxima compra.
- b) Por el servicio brindado de pinturas se estará brindando 10 litros de pinturas.
- c) Por la compra de un monto de S/. 200 en productos de decoración se estará brindando un florero.
- d) Brindar asesoramiento sobre diseño de casas, a nuestros clientes potenciales sin costo alguno.

Publicidad

Philip Kotler (2011) señala, como una comunicación no personal y onerosa de promoción de ideas, bienes o servicios, que lleva a cabo un patrocinador identificado.

Se puede utilizar para promover tanto productos tangibles como servicios, lugares, ideas, proyectos, personas (políticos). Por tanto, se puede utilizar la publicidad para atraer tanto a compradores como a usuarios, seguidores, espectadores, votantes, etc.

La publicidad que realizara la empresa de diseño es por medios de comunicación como: internet, televisión, periódico y radio, dando a conocer las promociones y novedades del servicio.

Figura N° 18. Medios de comunicación

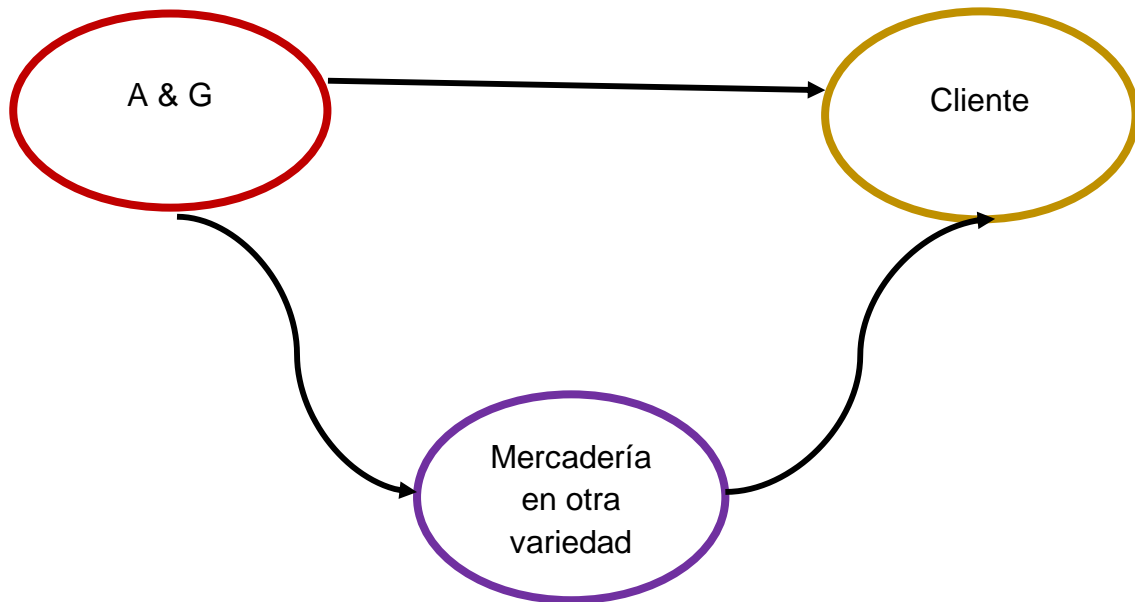


Fuente: google – imagen medios de comunicación

2.4.4 LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN

1. El proceso de distribución

Figura N° 19 proceso de atención al cliente, 2017



Fuente: realizado Anita Trigozo – Gladis Heredia

2. Función del intermediario:

a) Cliente

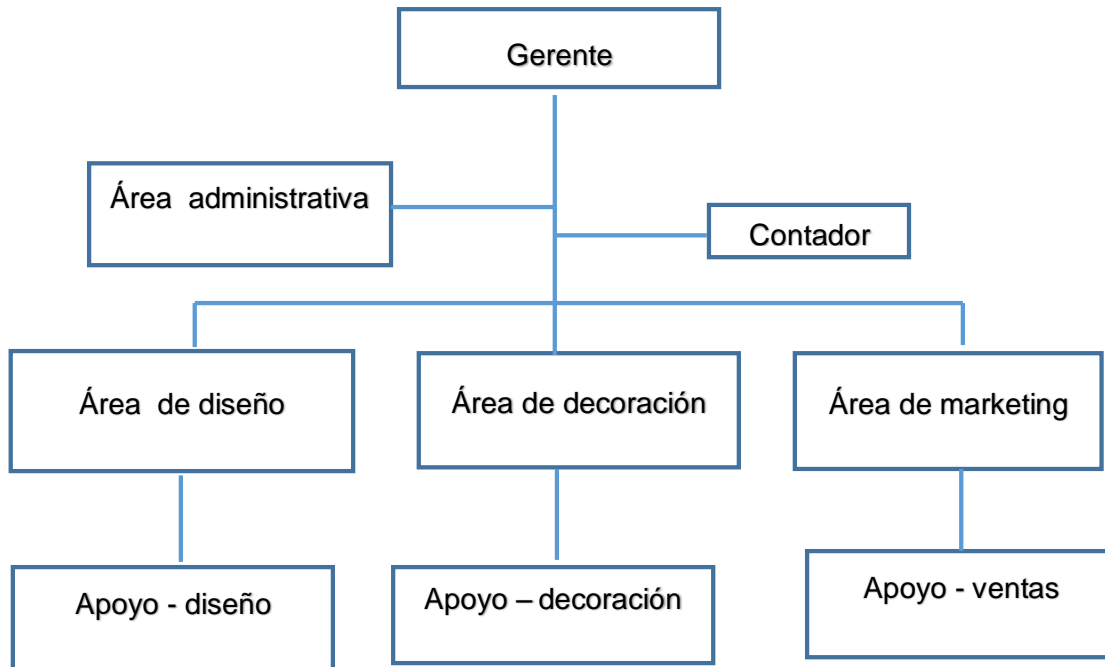
1. Identificación de nuestros clientes potenciales
2. Establecer la relación con los clientes definiendo la hora y día de la visita
3. Bienestar y apoyo en el momento de trabajo de decoración.

1. INGRESO DEL CLIENTES AL LOCAL: es la primera interacción con nuestros clientes, donde podemos preguntar sus inquietudes.
2. ATENCIÓN DE CLIENTE (ATENDIDO POR NUESTROS DISEÑADORES): es el primer paso donde se mostrara nuestro servicio que ofrecemos.
3. ELABORACIÓN DEL SERVICIO DE DISEÑOS: elaborar la propuesta de diseño haciendo participe a nuestros clientes.
4. VISITA DE LOS DISEÑADORES A LOS DOMICILIOS: se desarrolla la visita programada por nuestros clientes para verificar el espacio y evaluar los inconvenientes que puede pasar en el transcurso del desarrollo del servicio requerido por nuestros clientes.
5. PROPUESTA REQUERIDA POR NUESTRO CLIENTE: el servicio que elige el cliente.
6. DESAROLLO DEL SERVICIO REQUERIDO POR NUESTROS CLIENTES: empezar a desarrollar el servicio requerido por nuestros clientes.
7. PAGO DE UN 50% DEL SERVICIO: se tiene que cancelar el 50% del pago en transcurso del avance del servicio.
8. DECORACIÓN: terminado el diseño se empieza a desarrollar toda la decoración con los materiales o productos requeridos por nuestros clientes.
9. SUPERVISIÓN: se desarrolla la supervisión de los trabajos realizados por nuestros colaboradores para después terminado el servicio no se encuentran malestares por nuestros clientes.
10. SERVICIO FINAL SATISFACTORIO: culminación del servicio requerido por nuestros clientes satisfaciendo sus expectativas.
11. PAGO DEL 50% RESTANTE DEL SERVICIO: pago realizado por la culminación de nuestro servicio brindado a nuestros clientes.
12. VISITA DE NUESTROS DISEÑADORES / COMUNICACIÓN CON NUESTROS CLIENTES: se desarrolla una visita o comunicarnos con nuestros clientes para conocer si tienen algún inconveniente con nuestros servicios brindados.

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 LA ORGANIZACIÓN

Figura 21: Estructura organizacional de la empresa A&G DESIGN E.I.R.L 2017



Fuente: realizado Anita Trigozo-Gladis Heredia

4.2 PUESTOS, TAREAS Y FUNCIONES

a) Puesto: gerencia

Tareas: es responsable en forma complementaria a las obligaciones del directorio, y reporta a este acerca del desempeño de la empresa, deberá velar por el cumplimiento de todos los requisitos legales que afecten los negocios y operaciones de ésta.

Funciones:

1. Elabora plan de cuenta de cada mes
2. Diseña estrategias comerciales
3. Establece relaciones con los proveedores

b) Puesto: administrador

Tareas: consiste en fijar objetivos y al mismo tiempo administrar los recursos humanos, materiales, monetarios y de mercado, para lograr los resultados deseados dentro de las limitantes de tiempo, esfuerzo y costos predeterminados.

Funciones:

1. Dar instrucciones y capacitar.
2. Control del personal.
3. Reunirse con el jefe para negociar presupuesto de área.
4. Crear nuevos productos y servicios, mejorar los existentes.
5. Idear nuevas formas de procesar productos y servicios.

c) Puesto: contador

Tareas: lleva los libros o registros de contabilidad de una empresa, registrando los movimientos monetarios de bienes y derechos.

Funciones:

1. Verificar que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales de la empresa
2. Cumplir todas las recomendaciones de tipo contable, administrativo y fiscal.
3. Elaboración de cheques para el recurso humano de la empresa, proveedores y servicios.
4. Contribuir con las demás áreas de la empresa para proporcionar la información necesaria para una mejor toma de decisiones.

D) Puesto: dos diseñadores

Tareas: planifican y organizan el diseño de interiores comerciales y residenciales. Los proyectos pueden tener lugar en una variedad de entornos, incluyendo: desarrollos residenciales, propiedades domésticas.

Funciones:

1. Establecer las necesidades de cada cliente en función de su edad, actividad, gustos y presupuesto.

2. Presentar los proyectos decorativos a los clientes, en sus distintas fases, de forma fiel y sugerente, empleando las técnicas más actuales.
3. Distribuir el espacio disponible de forma racional y flexible, buscando el equilibrio entre funcionalidad y estética.
4. Decidir las características técnicas de los revestimientos de suelos y paredes y utilizar los colores y texturas adecuados a la actividad que se vaya a desarrollar.

E) Puesto: dos decoradores

Tareas: se encargarán de aprovechar cada recurso, de los que tienen a su disposición, al máximo para ajustarse al presupuesto que les hayamos ofrecido.

Funciones:

1. Proyectar un espacio en su mente, ajustándose a las necesidades del usuario.
2. Considerar diversos factores que deberá ordenar y organizar convenientemente como son las formas, los colores, textura, iluminación, colores, ubicación y materiales, entre otros.
3. Tener habilidad, buen gusto y capacidad para sacar el lado más creativo, original y atractivo de aquellos rincones desangelados de nuestra casa, que se muestran vacíos y pasan totalmente desapercibidos.

F) Puesto: asistentes

Tareas: realizar un trabajo de investigación de diseño, mediante la realización de bocetos, y la preparación de los materiales para la producción.

Funciones:

1. Efectuar trabajos complementarios de diseño sobre planos previos, utilizando para ello material técnico de delineación y dibujo.
2. Colaborar en la selección de los materiales necesarios para el montaje de decorados y su correspondiente ambientación.

3. Supervisar la construcción de los elementos complementarios, previamente diseñados y confeccionar muestras para su correcta elaboración de pintura, texturas de materiales, etc.
4. Realizar la localización para la ubicación de decorados, con la finalidad de informar a su superior.

G) Puesto: gerencia de marketing

Tareas: desarrollar e implementar las estrategias de marketing a corto y largo plazo de la empresa.

Funciones:

1. Definir las estrategias de marketing para la oferta de productos o servicios.
2. Planificar, elaborar y gestionar el presupuesto del departamento, bajo unos estándares de eficiencia y optimización de recursos.
3. Dirigir y liderar el equipo de trabajo.
4. Publicidad y promoción, trabajar con un equipo de publicidad interna o con una agencia de publicidad externa.
5. Diseñar e implementar el Plan de Marketing de la organización.

4.3 CONDICIONES LABORALES

Los trabajadores ofrecerán los mejores servicios y productos, diferenciándolo de la competencia y generando la utilidad necesaria para llevar la empresa saludable y por ello contaremos con los siguientes aspectos:

- a) Instalaciones y servicios internos para incrementar la felicidad de los colaboradores.
- b) Un buen ambiente que colabore de lleno a maximizar el potencial de cada una de las personas en la empresa.
- c) Una buena infraestructura que brinde seguridad a los trabajadores.
- d) Contaremos con una amplia y variedad de material tecnológico.
- e) Inicialmente estará en el régimen de Micro y Pequeña Empresa (Mypes), con el crecimiento del negocio pasaremos al Régimen General.

4.4 RÉGIMEN TRIBUTARIO

El 30 de diciembre de 1998 se publicó la Ley N° 27037, Ley de Promoción de la Inversión en la Amazonía (en adelante “Ley de Amazonía”), por medio de la que se otorgaron algunos beneficios tributarios, especialmente en materia de Impuesto a la Renta (IR) e Impuesto General a las Ventas (IGV), a los contribuyentes ubicados en la Región de Amazonía, por un periodo de 50 años.

Para efectos de la aplicación de los beneficios tributarios establecidos en la Ley de Amazonía, en el artículo 3 de dicha norma se estableció que la Región de Amazonía comprendía los departamentos de Loreto, Madre de Dios, Ucayali, Amazonas y San Martín, y algunas provincias y distritos de los departamentos de Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Huánuco, Junín, Pasco, Puno, Huancavelica, La Libertad y Piura (ver Cuadro N° 1). Dichos beneficios tributarios se generaron con el objeto de promover el desarrollo sostenible e integral de la región de Amazonía, de modo que quedaran establecidas las condiciones para una adecuada inversión pública y el aumento sistemático de la inversión privada.

Figura N°22 Territorio de la Región de Amazonía según ley n° 27037

DEPARTAMENTO	ALCANCE
Amazonas	Todo el territorio.
Ayacucho	- Distritos de Sivia, Ayahuanco y Llochegua de la provincia de Huanta. - Distritos de Ayna, San Miguel y Santa Rosa de la provincia de La Mar.
Cajamarca	- Provincia de Jaén. - Provincia de San Ignacio.
Cusco	- Distrito de Yanatile de la provincia de Calca - Provincia de La Convención. - Distrito de Kosñipata de la Provincia de Paucartambo. - Distritos de Camanti y Marcapata de la Provincia de Quispicanchis.
Huancavelica	- Distritos de Huachocolpa y Tintay Puncu de la Provincia de Tayacaja.
Huánuco	- Provincia de Leoncio Prado. - Provincia de Puerto Inca. - Provincia de Marañón. - Provincia de Pachitea. - Distrito de Monzón de la Provincia de Huamalíes. - Distritos de Churubamba, Santa María del Valle, Chinchao, Huánuco, Amarilis y Pillcomarca de la Provincia de Huánuco. - Distritos de Conchamarca, Tomayquichua y Ambo de la Provincia de Ambo.
Junín	- Provincia de Chanchamayo. - Provincia de Satipo.
La Libertad	- Distrito de Ongón de la Provincia de Pataz.
Loreto	Todo el territorio.
Madre de Dios	Todo el territorio.
Pasco	- Provincia de Oxapampa.
Piura	- Distrito de Carmen de la Frontera de la Provincia de Huancabamba.
Puno	- Distritos de Coaza, Ayapata, Ituata, Ollachea y de San Gabán de la Provincia de Carabaya. - Distritos de San Juan del Oro, Limbani, Yanahuaya, Phara y Alto Inambari, Sandia y Patambuco de la Provincia de Sandia.
San Martín	Todo el territorio.
Ucayali	Todo el territorio.

Fuente: territorio de la región de amazonia según ley n° 27037

V. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

5.1 ESTUDIO ECONÓMICO.

Tabla N°01. Comportamiento del mercado: tendencias y participación

Comportamiento del mercado	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Demanda actual anual viviendas	38,138		
Tendencia del mercado	0%	2%	4%
Demanda estimada anual viviendas	38,138	39,663	40,457
Participación de mercado	1.00%	1.50%	2.00%
Demanda del proyecto (viviendas)	381	595	809

Tabla N°02. Ingreso por ventas

Ingreso por ventas	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	381	595	809
Metros cuadrados por vivienda	120	120	120
Total metros cuadrados a tender por vivienda a decorar	48	48	48
Precio mercado local	50	50	51
Tendencia del precio	0%	2%	3%
Precio de venta efectiva	S/. 50.00	S/. 51.00	S/. 52.53
Venta total anual empresa	2,288,268.00	3,641,092.04	5,100,441.73

Tabla N°03. Costos de ventas

Costos de venta		Año 1	Año 2	Año 3
Necesidades anuales (metro cuadrados)				
Inventario final (metros cuadrados)	10%			
Total requerimiento (metros cuadrados)				
Inventario inicial (metros cuadrados)				
Metros cuadrados por vivienda		120	120	120
Costo compra		S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 30.00
Tendencia del costo de compra		0%	3%	4%
Costo compra efectiva		S/. 30.00	S/. 30.90	S/. 31.20
		381	594.95	809.13
Compra Total Anual		S/. 1,371,600	S/. 2,206,073	S/. 3,029,389

Tabla N°04. Gastos administrativos

Gastos Administrativos	Año 1	Año 2	Año 3
Gerentes	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,300	S/. 1,300	S/. 1,300
Asistentes	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 850	S/. 850	S/. 850
Diseñador	1	1	1
Sueldo mensual	1100	1100	1100
contador	1	1	1
Sueldo mensual	1000	1000	1000
Remuneraciones del personal	S/. 4,250	S/. 4,250	S/. 4,250
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneración total mensual	S/. 4,618	S/. 4,618	S/. 4,618
Servicios públicos	S/. 250	S/. 250	S/. 250
Útiles oficina	S/. 200	S/. 200	S/. 200
Otros	S/. 100	S/. 100	S/. 100
Total mensual	S/. 5,168	S/. 5,168	S/. 5,168
Total anual	S/. 62,020	S/. 62,020	S/. 62,020
Total anual	S/. 62,020.00	S/. 62,020.00	S/. 62,020.00

Tabla N°05. Gastos comerciales

Gastos comerciales	Año 1	Año 2		Año 3
Publicidad	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00
Alquiler local	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
Promociones	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 100.00
Otros	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 50.00
Total mensual	S/. 2,650.00	S/. 2,650.00	S/. 2,650.00	S/. 2,650.00
Total anual	S/. 31,800.00	S/. 31,800.00	S/. 31,800.00	S/. 31,800.00
Total anual	S/. 31,800.00	S/. 31,800.00	S/. 31,800.00	S/. 31,800.00

Tabla N°06. Gastos pre operativos

Rubros	Año 0	Año 1	Año 2
Estudio de mercado	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 1,000.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total anual	S/. 1,000.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Tabla N°07. Inversión en activos fijos

Rubros	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local	S/. 0	1	S/. 0	20	S/. 0
Terreno	S/. 0	1	S/. 0	0	S/. 0
Equipos	S/. 1,500	3	S/. 4,500	5	S/. 900
Vehículos	S/. 5,000	1	S/. 5,000	5	S/. 1,000
Muebles	S/. 2,200	4	S/. 8,800	5	S/. 1,760
Total	S/. 8,700.00		S/. 18,300		S/. 3,660

Tabla N°07. Inversión en activos fijos

Depreciación y amortización de activos fijos	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/. 18,300.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 18,300.00
Amortización activo intangible	S/. 1,000.00	S/. - 200.00	S/. - 200.00	S/. - 200.00	S/. 400.00
Total	S/. 19,300.00	S/. - 200.00	S/. - 200.00	S/. - 200.00	S/. 18,700.00

Tabla N°09. Programa de endeudamiento

Deuda a tomar	S/. 10,000		DECISIÓN	
3.10%	Anual	0.30%	mensual	
		24	meses	
N°	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	10,000	30	-	447
2	9,583	29	417	445
3	9,167	28	417	444
4	8,750	26	417	443
5	8,333	25	417	442
6	7,917	24	417	440
7	7,500	23	417	439
8	7,083	21	417	438
9	6,667	20	417	437
10	6,250	19	417	435
11	5,833	18	417	434
12	5,417	16	417	433
		278	5,000	

N°	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	5,000	15	417	432
14	4,583	14	417	430
15	4,167	13	417	429
16	3,750	11	417	428
17	3,333	10	417	427
18	2,917	9	417	425
19	2,500	8	417	424
20	2,083	6	417	423
21	1,667	5	417	422
22	1,250	4	417	420
23	833	3	417	419
24	417	1	417	418
		98	5,000	

Figura N°10 Estado de resultados económicos

Para el flujo de caja			
EGP	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/. 2,288,268.00	S/. 3,641,092.04	S/. 5,100,441.73
Costo ventas	S/. -1,371,600.00	S/. -2,206,073.41	S/. -3,029,388.58
Margen Bruto	S/. 916,668.00	S/. 1,435,018.63	S/. 2,071,053.15
Gastos administrativos	S/. -62,020.00	S/. -62,020.00	S/. -62,020.00
Depreciación	S/. -200.00	S/. -200.00	S/. -200.00
Gastos comerciales	S/. -31,800.00	S/. -31,800.00	S/. -31,800.00
Margen operativo	S/. 822,648.00	S/. 1,340,998.63	S/. 1,977,033.15
Tributos	S/. -82,264.80	S/. -134,099.86	S/. -197,703.32

Tabla N°11 Tributación del proyecto

Cálculo de la tributación			
	Año 1	Año 2	Año 3
Participación utilidades	10%	10%	10%
Impuesto a la renta	10%	10%	10%
Tasa tributaria (TAX)	19.00%	19.00%	19.00%

CONCLUSIONES

1. El plan de negocio A & G E.I.R.L se desarrolló en torno a una idea, que surge como la detección de oportunidades de negocio en la ciudad de Tarapoto, buscando satisfacer las expectativas de los clientes brindando asesoramiento de calidad en diseño de interiores.
2. En el plan de negocio A & G se desarrolló el plan de marketing, donde nos permitió identificar las necesidades insatisfechas de los clientes, nuestra demanda y oferta, la forma como dar a conocer a nuestra empresa en el mercado.
3. El negocio ha permitido establecer que es viable la creación de una empresa de diseño de interiores en la ciudad de Tarapoto, lo cual se brindará una calidad de servicio a precios competitivos de acuerdo a la situación económica de la sociedad.
4. La empresa contará con personal capacitado para brindar calidad y calidez en el cumplimiento de las funciones encomendadas, satisfaciendo las expectativas de los clientes.
5. El plan financiero nos traduce en términos económicos los elementos desarrollados, previo un estudio de mercado, permitiendo así la viabilidad económica de la empresa y clientes.
6. Concluido el presente trabajo de investigación, se identificó por medio de encuestas las necesidades de los clientes, para emprender una nueva empresa de decoración de interiores en la ciudad de Tarapoto, innovando de manera permanente de acuerdo a la exigencia y cambios que se desarrollan en el mercado empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

1. Clasificación CIUU
2. Tony Robbins (2009): <http://tonyrobbins.forosactivos.net/t36-las-6-necesidades-humanas-segun-anthony-robbins>.
3. John F. Pile (2005): <https://www.amazon.com/John-F.-Pile/e/B001ILHFGM>.
4. Robert Guillan Scott (2009): <https://www.iberlibro.com/FUNDAMENTOS-DISE%C3%91O-ROBERT-GILLAM-SCOTT-EDITORIAL/2193214118/bd>.
5. Jieying Lic., cofundadora del diseño del estudio de arte y diseño jumping lomo.
6. Georgina Olarte Michel (2014): <https://www.interiorgrafico.com/edicion/segunda-edicion-interiorgrafico/la-arquitectura-de-paisaje-desde-el-interior-el-diseno-de-interiores-desde-el-exterior>.
7. https://es.wikipedia.org/wiki/Departamento_de_San_Mart%C3%ADn#Datos_estad.C3.ADsticos (INEI).
8. INEI- Censo Población 2007.
9. INEI- Censo Viviendas 2007
10. según Hugo vernaes, señaló que en la ciudad de Tarapoto se ha generado un boom inmobiliario.
11. Territorio de la región de amazonia según ley n° 27037
12. https://www.google.com.pe/search?q=decoraciones+antes+y+despues&rlz=1c2hldy_espe691pe691&source=lnms&tbm=isch&sa=x&ved=0ahukewjatslb-jvvahxeocykhrwxcjkq_auibigb&biw=1366&bih=662#imgrc=w6bsqj_4u7pcrm:
13. https://www.google.com.pe/search?q=decoraciones+antes+y+despues&rlz=1c2hldy_espe691pe691&source=lnms&tbm=isch&sa=x&ved=0ahukewjatslb-jvvahxeocykhrwxcjkq_auibigb&biw=1366&bih=662#tbm=isch&q=decoraciones+antes+y+despues+de+un+comedor&imgrc=d36qy4cyouw84m:
14. Anita Trigozo-Gladis Margarita.

15. [https://www.google.com.pe/search?q=decoraciones+antes+y+despues&rlz=1c2hldy_espe691pe691&source=lnms&tbm=isch&sa=x&ved=0ahukewjatslb-jvvahxeocykhrwxcjkq_auibigb&biw=1366&bih=662#tbm=isch&q=decoraciones+antes+y+despues+de+ba%
c3%b1os&imgrc=mytqk4iijwhd5m:](https://www.google.com.pe/search?q=decoraciones+antes+y+despues&rlz=1c2hldy_espe691pe691&source=lnms&tbm=isch&sa=x&ved=0ahukewjatslb-jvvahxeocykhrwxcjkq_auibigb&biw=1366&bih=662#tbm=isch&q=decoraciones+antes+y+despues+de+ba%c3%b1os&imgrc=mytqk4iijwhd5m:)
16. https://www.google.com.pe/search?q=decoraciones+antes+y+despues&rlz=1c2hldy_espe691pe691&source=lnms&tbm=isch&sa=x&ved=0ahukewjatslb-jvvahxeocykhrwxcjkq_auibigb&biw=1366&bih=662#tbm=isch&q=decoraciones+antes+y+despues+de+jardines&imgrc=q4xls4upo0uxam:h&sa=x&ved=0ahukewjatslb-jvvahxeocykhrwxcjkq_auibigb&biw=1366&bih=662#tbm=isch&q=decoraciones+antes+y+despues+de+dormitorios&imgrc=mdknvkvrnh4gkm
17. <http://tarapoto.com/comercio/index.php>
19. Kevin, Berkowitz (2004): <http://www.marketing-free.com/precio/definicion-precio.html>.
20. Ivan Thompson (2010): <http://www.marketingintensivo.com/articulos-promocion/que-es-promocion.html>.
21. Philip Kotler (2011) <https://efectivemarketing.wordpress.com/2011/12/13/el-papel-de-la-publicidad-segun-philip-kotler/>.
22. Régimen: https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahukewi_qcvv57vahwd4cykhxwkay8qfgggmaa&url=http%3a%2f%2frevistas.pucp.edu.pe%2findex.php%2ffororjuridico%2farticle%2fdownload%2f13820%2f14444&usg=afqjcne-ztpope3x005prhfkjmtteft3w.
23. https://www.google.com.pe/search?q=decoracion+de+sala+antes+y+despues&dcr=0&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwizrOf9vzWAhVLIpAKHbErBBQQ_AUICigB&biw=1366&bih=662#imgrc=-SfFzIaHgvE5nM.
24. https://www.google.com.pe/search?q=decoracion+de+un+comedor+antes+y+despues&oq=decoracion+de+un+comedor+antes+y+despues&gs_l=psyab.3...134703.138683.0.139742.14.14.0.0.0.0.693.2488.32j0j3.5.0....0...1.1.64.psyab..11.1.637...0i7i30k1.0.qYRQ1gDyKsE#imgrc=HQkXuDVRqpiUeM:

25. https://www.google.com.pe/search?dcr=0&biw=1366&bih=662&tbm=isch&sa=1&q=decoracion+de+ba%C3%B1os++antes+y+despues&oq=decoracion+de+ba%C3%B1os++antes+y+despues&gs_l=psyab.3...130884.134443.0.135179.14.13.0.0.0.0.509.1898.22j1j1j1.5.0...0...1.1.64.psyab..11.1.509...0i7i30k1.0.d6PaTcKdKqE.
26. [https://www.google.com.pe/search?dcr=0&biw=1366&bih=662&tbm=isch&sa=1&q=decoracion+de+dormitorios+antes+y+despues&oq=decoracion+de+dormitorios+antes+y+despues&gs_l=psyab.3...124291.127568.0.12850.4.4.0.0.0.0.294.573.22.2.0...0...1.1.64.psyab..2.0.0...0.YrPIY9FIWtU#imgrc=.](https://www.google.com.pe/search?dcr=0&biw=1366&bih=662&tbm=isch&sa=1&q=decoracion+de+dormitorios+antes+y+despues&oq=decoracion+de+dormitorios+antes+y+despues&gs_l=psyab.3...124291.127568.0.12850.4.4.0.0.0.0.294.573.22.2.0...0...1.1.64.psyab..2.0.0...0.YrPIY9FIWtU#imgrc=)
27. https://www.google.com.pe/search?dcr=0&biw=1366&bih=662&tbm=isch&sa=1&q=decoracion+de+un+jardin++antes+y+despues&oq=decoracion+de+un+jardin++antes+y+despues&gs_l=psyab.3...148236.154354.0.155184.21.18.0.0.0.0.580.2673.2-5j2j0j1.8.0...0...1.1.64.psy-ab..13.1.311...0i7i30k1.0.tvFOjtao4UU.
28. https://www.google.com.pe/search?dcr=0&biw=1366&bih=662&tbm=isch&sa=1&q=seleccion+de+color+de+pintura+por+metros+cuadrados&oq=seleccion+de+color+de+pintura+por+metros+cuadrados&gs_l=psyab.3...1370.30916.0.31160.89.53.1.0.0.0.2065.8429.2-1j4j2j5j1j9-1.14.0...0...1.1.64.psyab..76.7.3264...0j0i67k1j0i10k1j0i24k1.0.zRMVtsDG Pn8#imgrc=EQrmomVnA8-QAM:
29. https://www.google.com.pe/search?dcr=0&biw=1366&bih=662&tbm=isch&sa=1&q=pintado+y++iluminacion+de+casas&oq=pintado+y++iluminacion+de+casas&gs_l=psyab.3...139271.148821.0.149285.51.21.0.0.0.0.1527.2496.2-1j2j8-1.4.0...0...1.1.64.psy-ab..47.0.0...0.V4_qFkM7ail.
30. https://www.google.com.pe/search?dcr=0&biw=1366&bih=662&tbm=isch&sa=1&q=casas+decoradas&oq=casas+decoradas&gs_l=psyab.3...120004.131208.0.131737.42.20.0.0.0.0.2149.2149.91.1.0...0...1.1.64.psyab..41.1.2149...0j0i67k1.0.AAok4c7CF8g.
31. google – Figura Medios de Comunicación.