



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

FAREM – Carazo

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

**Informe Final de Seminario de Graduación para optar al Título de Licenciado en
Administración de Empresas**

Tema: Plan de emprendimiento para la creación de empresas en la IV región del país

Subtema: Propuesta de plan de emprendimiento para la micro empresa DECONIC, dedicada a la elaboración y comercialización de lámparas decorativas, ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2017.

Autores:

BR. Arévalo López María Gabriela

BR. Gaitán Cruz Karla Patricia

N° Carnet

13-09544-7

13-09275-2

Tutor: MSc. Adelaida del Socorro Sanabria Herrera

Jinotepe, diciembre del año 2017

Índice de contenido

Dedicatoria	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Agradecimiento	iv
Valoración docente	v
Resumen	1
1. Introducción del tema y subtema.....	2
2. Justificación	3
3. Objetivos.....	4
3.1. Objetivo general	4
3.2. Objetivos específicos.....	4
4. Desarrollo del subtema	5
4.1 Plan de Mercadotecnia	5
4.1.1 Descripción de la innovación	5
4.1.2 Comparación del producto con la competencia	8
4.1.3 Mercado/ Zona comercial	10
4.1.4 Segmentación de mercado (clientes potenciales)	11
4.1.5 Cálculo de la demanda real y demanda insatisfecha.....	12
4.1.6 Participación de mercado esperada.....	13
4.1.7 Estrategia de mercado	14
4.1.8 Estimación de venta	21
4.1.9 Presupuesto de mercadotecnia	24
4.2 Plan de producción	25
4.2.1 El proceso de producción.....	25
4.2.2 Proveedores y condiciones de compra de los equipos	31
4.2.3 Capital fijo y vida útil	31
4.2.4 Capacidad planificada.....	32
4.2.5 Ubicación y distribución física de la empresa	34
4.2.6 Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad	36
4.2.7 Mano de obra, su costo y disponibilidad	36

1.1.1	Gastos generales de producción.....	39
1.2	Plan de organización y gestión.....	40
1.2.1	Marco legal (forma jurídica).....	40
	Constitución de la micro empresa	41
	Constitución de la empresa	47
	Misión	47
	Visión.....	47
	Valores	47
1.2.2	Estructura de la organización.....	48
1.2.3	Experiencia y habilidades básicas del empresario	49
1.2.4	Actividades y gastos preliminares	56
1.2.5	Equipo de oficina	57
1.2.6	Gastos administrativos	65
4.4	Plan financiero	66
4.4.1	Inversión y fuente de financiamiento.....	66
4.4.1.1	Activos fijos	67
4.4.1.2	Activosintangibles.....	67
4.4.1.3	Capital de trabajo	68
4.4.1.4	Inversión total	68
4.4.1.5	Estructura del financiamiento	70
4.4.2	Ingresos, egresos y costos	71
4.4.2.1	Presupuesto de ingreso.....	72
4.4.2.2	Presupuesto de egresos	74
4.4.2.3	Presupuesto de costos	76
4.4.2.4	Punto de equilibrio.....	76
4.4.2.5	Flujo de caja.....	77
4.4.3	Análisis financiero	80
4.4.3.1	Flujo de fondo.....	80
4.4.3.2	Valor actual neto (VAN).....	85
4.4.3.3	Tasa interna de retorno (TIR)	85
5.	Conclusiones.....	86

6. Bibliografía.....	87
7. Anexos	89

Índice de tablas de Ilustración

Ilustración 1 producto final Ilustración 2 producto final	7
Ilustración 3 Demanda del producto	9
Ilustración 4 frecuencia de consumo.....	22
Ilustración 5 Flujo grama	30
Ilustración 6 Departamento Carazo	34
Ilustración 7 Municipio Jinotepe	34
Ilustración 8 Instalaciones.....	35
Ilustración 9 Registro mercantil.....	42
Ilustración 10 Registro contribuyente.....	42
Ilustración 11 Registro alcaldía	43
Ilustración 12 Registro INSS	44
Ilustración 13 Documentos legales	45
Ilustración 14 Organigrama	48

Índice de tablas

Tabla 1 competencia	8
Tabla 2 segmentación del mercado.....	11
Tabla 3 demanda total.....	13
Tabla 4 estrategia de penetración.....	14
Tabla 5 estrategia de introducción	16
Tabla 6 estrategia de promoción.....	17
Tabla 7 estrategia de distribución	20
Tabla 8 ventas unidades físicas.....	22
Tabla 9 proyecciones anuales	23
Tabla 10 proyecciones de ventas unidades físicas.....	23
Tabla 11 presupuesto de marketing	24
Tabla 12 capital fijo	31
Tabla 13 Capital fijo vida útil.....	32
Tabla 14 capacidad planificada.....	33
Tabla 15 relación hombre tiempo	33
Tabla 16 Materia prima.....	36
Tabla 17 Mano de obra	38
Tabla 18 Gastos de producción mensual	39
Tabla 19 Forma Jurídica	40
Tabla 20 Numero colaboradores.....	48
Tabla 21 Gastos preliminares.....	56
Tabla 22 Equipo de computo	57
Tabla 23 Mobiliario	57
Tabla 24 Gastos administrativos.....	65
Tabla 25 Activos fijos.....	67
Tabla 26 Activos intangibles	67
Tabla 27 Capital de trabajo.....	68
Tabla 28 Plan de inversión.....	68
Tabla 29 Estructura de financiamiento	70
Tabla 30 Presupuesto ingreso	72

Tabla 31 Ventas unid físicas	72
Tabla 32 proyecciones unidades monetarias.....	73
Tabla 33 Gastos de ventas.....	74
Tabla 34 Gastos admón.....	75
Tabla 35 Punto de equilibrio.....	76
Tabla 36 flujo de caja proyectada	79
Tabla 37 flujo de fondo.....	80

Dedicatoria

A nuestro buen Dios primeramente por brindarme el don de la vida, por haberme brindado la oportunidad de llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis familiares quienes incondicionalmente me han brindado el apoyo necesario para concluir satisfactoriamente cada uno de mis proyectos, por haberme brindado sus consejos, sus valores y por su motivación constante para cumplir mis metas y objetivos, tanto académicas, como de la vida.

A mis profesores y amigos quienes estuvieron presentes durante todo este proceso educativo en la universidad y por haber compartido sus conocimientos y brindarme motivación para culminar mis estudios y la elaboración del proyecto.

A la Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo Farem-Carazo Unan-Managua por permitirme ser parte de su generación de grandes profesionales.

María Gabriela Arévalo López

Dedicatoria

Dedico este trabajo:

A Dios, por que ha estado conmigo día a día y en cada paso que doy, cuidándome y dándome fuerzas para continuar.

A mi madre, Rosa Argentina Cruz Fletes por ser una madre ejemplar quien con su cariño y dedicación me ha ayudado incondicionalmente en estos años de mi carrera universitaria para que logre ser una Lic. En Administración de Empresa, la razón de mi vida el tesoro más grande que Dios me regaló y el motivo de mi existir, a ella que se sacrificó en pos de mi bienestar, guiaste mis pasos con mucho amor, me enseñaste a continuar luchando para vencer los obstáculos, sin perder la esperanza de conseguir las metas propuestas, a pesar de los tropiezos y dificultades que se nos presentaron en el sendero de mi vida. A ti que a lo largo de mi vida has velado por mi bienestar y educación siendo apoyo en todo momento, gracias a tus consejos y motivación constantes me han permitido ser una persona de bien.

A mis hermanos y hermanas: Fernando Gaitán, Erika Alemán, Erick Alemán, Karina Alemán, que son mi fortaleza y el pilar de apoyo, ellos me han elevado espiritualmente y anímicamente para llegar a cumplir con mis objetivos en especial Ricardo Manuel Alemán Cruz, por ser ese ángel en mi vida quien con su amor me ha motivado a seguir adelante para que pueda realizar mis sueños y emprender nuevos horizontes. A él que siempre ha estado en todo momento conmigo apoyándome para seguir y culminar mis estudios universitarios.

A mi novio, Holman Silva Por su cariño, comprensión, paciencia y apoyo incondicional durante esta etapa de mi vida.

Karla Patricia Gaitán Cruz

Agradecimiento

A Dios por haberme bendecido y darme las fuerzas para poder culminar de la mejor manera esta etapa de mi vida.

A mi familia por estar siempre brindado su apoyo y su comprensión, además de estar al pendiente de mis proyectos y trabajos durante toda la carrera universitaria, por brindarme su ayuda, cariño y comprensión durante todo el transcurso de mi vida, por infundir en mí la importancia del amor a la familia y por demostrarme siempre que puedo contar con ellas en cada momento.

A mi tío Sergio Iván Carranza Narváez por enseñarme que con dedicación y esfuerzo siempre podemos lograr lo que queremos, por motivarme siempre hacer mejor persona y por enseñarme con su ejemplo que debemos amar lo que hacemos.

A mis maestros por la orientación, el seguimiento y la supervisión continúa durante la elaboración del proyecto, sobre todo por el apoyo recibido durante años anteriores.

María Gabriela Arévalo López

Agradecimiento

A Dios padre: quien siempre está a nuestro lado supliendo nuestras necesidades. Gracias Dios por haberme ayudado durante estos 5 años, el sacrificio fue grande, pero tú siempre me diste la fuerza necesaria para continuar y lograrlo, este triunfo también es tuyo mi Dios, terminar mi carrera no fue nada fácil, pero gracias a ti pude hacerlo.

A mi Madre: Rosa Argentina Cruz Fletes, quien a lo largo de toda mi vida me ha apoyado incondicionalmente y me ha motivado para mi formación académica, creyendo en todo momento y no dudando de mis habilidades, por darme fuerzas en momentos difíciles y por todas las bendiciones recibidas.

A mis hermanos y hermanas: Fernando Gaitán, Erika Alemán, Erick Alemán, Karina Alemán, por su paciencia, motivación y apoyo incondicional durante los 5 años de mi carrera. En especial a mi hermano mayor que ha sido como un padre para mí: Ricardo Manuel Alemán Cruz, por haberme educado, por el amor que siempre me has brindado, por cultivar e inculcar valores, por tu responsabilidad, integridad, dedicación, y apoyo Gracias.

A mi novio: Holman Silva, quien me ha comprendido, apoyado, acompañado y ha brindado paciencia durante estos dos últimos años de la carrera gracias.

A mi tutora: Adelaida del Socorro Sanabria Herrera, a quien debo gran parte de mis conocimientos, gracias por su paciencia consejos y enseñanza.

*Gabriela Arévalo: te agradezco compañera por las horas compartidas quemándonos las pestañas, insistiendo para comprender nuestro trabajo. Fuiste un apoyo y sé que nos hemos ayudado mutuamente, pero soy consciente de que sin tu compañía me hubiera sido más difícil concluir este reto. Hoy concluimos juntas y quiero decirte: gracias. **UNAN FAREM-CARAZO**: finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa universidad la cual abrió sus puertas a jóvenes y adultos como nosotras, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.*

Karla Patricia Gaitán Cruz

Valoración docente



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

2017: "Año de la Universidad Emprendedora"

Jinotepe, 27 de Noviembre 2017.

MSc. Elvira Azucena Sánchez
Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas
Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

Estimada maestra.

Por este medio entrego formalmente informe de seminario de graduación, bajo el Tema: **Plan de emprendimiento para la creación de empresas en la IV región del País**, presentado por los (as) bachilleres:

Nº	Apellidos y Nombres	Carné
1	Arévalo López María Gabriela	13095447
2	Gaitán Cruz Karla Patricia	13092752

Siendo el subtema: Propuesta de plan de emprendimiento para la micro empresa DECONIC, dedicada a la elaboración y comercialización de lámparas decorativas, ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2017.

El cual ha cumplido con los requisitos técnicos y metodológicos establecidos de acuerdo a la normativa de Seminario de Graduación. Este trabajo contribuye a desarrollar y obtener habilidades y conocimientos relacionados al perfil de la carrera y sobre todo se ajusta a las exigencias del entorno económico y laboral actual.

Por tanto el presente trabajo puede ser defendido de acuerdo a los procedimientos académicos establecidos por la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua, para ostentar al título de Licenciatura en Administración de Empresas.

Sin más que agregar, me suscribo, deseando bendiciones a usted y a cada persona que lea este documento, el cual es el resultado de mucho esfuerzo y dedicación.

Atentamente.


MSc. Adelaida Sanabria Herrera
Tutor de Seminario de Graduación

Cel/ Archivo

¡A la libertad por la Universidad!

De la Policía Nacional 2 cuadra al Oeste, Jinotepe, Carazo | Edificio Reynaldo Rosales
Telf.: 2532 2668 / Ext. 7712-7723 | depto.ceconom.faremc@unan.edu.ni | www.faremcCarazo.unan.edu.ni

Resumen

El presente trabajo desarrolla la propuesta de creación de la empresa DECONIC, dedicada a la elaboración y comercialización de lámparas decorativas a base de tela reciclada, ubicada en el Municipio de Jinotepe, Departamento de Carazo; como tema de Seminario de Graduación de la FAREM - Carazo. El motivo por el cual se elabora el trabajo es por la falta de una empresa que produzca artículos elaborados a base de tela reciclada, pero al mismo tiempo porque existe gran demanda por parte de la población para la obtención del producto.

El objetivo principal es crear un producto amigable con el medio ambiente, y a la vez cubrir la demanda insatisfecha existente en el municipio de Catarina, departamento de Masaya. El producto es poseedor de atractivos y atributos que lo diferencian en el mercado. El presente plan presenta cuatro etapas:

1. Plan de Mercadotecnia: se describe el producto, algunos elementos tales como: competencia, ubicación, zona comercial, clientes potenciales, demanda, participación de mercado, estimación de ventas, medidas promocionales y estrategia de marketing.
2. Plan de Producción: en él se detalla la capacidad real de la planta de producción, capital fijo y vida útil, fuentes de los equipos, términos y condiciones de compra de equipos, ubicación y distribución física de la empresa, materia prima necesaria (su costo y disponibilidad), mano de obra (costo, disponibilidad y productividad).
3. Plan de Organización y Gestión: conlleva la asignación del marco legal, estructura organizativa, experiencia y preparación del empresario, actividades y gastos preliminares.
4. Plan Financiero: detalla los costos del proyecto, estado de ganancia y pérdidas, flujo de caja, balance general, punto de equilibrio.

1. Introducción del tema y subtema

Schumpeter (1934) Afirma que la innovación se desarrolla a partir de la capacidad de emprender; por lo tanto, los emprendedores no son necesariamente capitalistas, administradores o inventores, ya que finalmente se trata de personas con la capacidad de combinar los factores de producción existentes y obtener los mejores resultados, es decir innovar con ellos, de ahí un plan de emprendimiento e innovación (Joseph Schumpeter 1934).

Alcaraz (2000) Define al emprendedor como una persona capaz de detectar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para desarrollar un nuevo concepto de negocio; es decir, tiene la virtud de detectar y manejar problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y los recursos a su alcance gracias a su autoconfianza. En la actualidad el término “emprendimiento” es considerado como uno de los más utilizados, no solo en el ámbito académico, sino también en el entorno empresarial. En Nicaragua se ha propiciado el desarrollo del emprendimiento como una fuente importante de oportunidad crecimiento y mejora (Rafael Alcaraz 2000).

La micro empresa DECONIC, tiene como propósito ofrecer un producto atractivo y novedoso a la población del municipio de Catarina, departamento de Masaya, se caracteriza por producir lámparas elaboradas a base de tela recicladas con el fin de contribuir al cuidado y preservación del medio ambiente.

La propuesta de trabajo, se seleccionó por las necesidades existentes en el departamento de Masaya, la falta de MYPIMES dedicadas a la producción de artesanía con material reciclado. Así mismo por la determinación de las potencialidades tanto del producto como del sector económico del departamento. Algunas de las razones principales por la que se decidió crear la empresa DECONIC, es porque el producto que oferta es amigable con el medio ambiente, es aceptado en el mercado, los insumos de la materia prima resultan ser accesibles y pocos costoso y tiene una responsabilidad social que lo hacen diferente en el mercado.

2. Justificación

En Nicaragua se ha propiciado el desarrollo del emprendimiento como una fuente importante de oportunidad de crecimiento y mejora, es por tal razón que se crea la propuesta de un plan de innovación y emprendimiento con el nombre de la empresa DECONIC.

DECONIC es un proyecto de conciencia y acción ecológica, a partir de la producción y comercialización de artículo decorativo elaborado de desecho sólido de la basura, la idea surge de la necesidad de hacer uso alternativo de lo que comúnmente llamamos basura, tiene como objetivo determinar la rentabilidad que se obtendrá a través de la elaboración del producto, así mismo se pretende promover el cuidado y preservar el medio ambiente.

En el departamento de Carazo no existen empresas que se dediquen a reciclar tela, que elaboren productos iguales al de la idea del pan de negocio, es por tal motivo la creación de la empresa DECONIC, para aprovechar el material, y las oportunidades del mercado. Como se explicó anteriormente el reciclaje es un tema que se ha puesto de moda en los últimos años, las empresas buscan la manera de implementar este concepto en su generación de bienes.

Existen teorías enfocadas en la Psicología ambiental como es el estudio de la conducta de separación de residuos que ha sido una de las más estudiadas como comportamiento pro ambiental Duran Ízate y Saucedo (2006) y una tercera en mención es la iniciativa de las 3R “Reducir, Reutilizar, Reciclar”. La elaboración de un proyecto es fundamental para el perfil de las investigadoras, pues mediante la implementación de la idea se adquieren nuevos conocimientos teórico-prácticos, que serán de gran ayuda para la formación académica de las autoras (Duran Ízate y Saucedo 2006).

El proyecto beneficia en primer lugar al medio ambiente, mediante el proceso de reciclaje de la tela. También las personas que adquieran lámparas a base de tela, que les guste contribuir al cuidado del medio ambiente así mismo las socias de la Empresa DECONIC, se beneficiarán

mediante las utilidades que generen las ventas de dicho producto, expandiéndose así no solamente a nivel municipal, sino también departamental.

El trabajo realizado servirá como fuente de apoyo para las futuras generaciones de la Facultad UNAN-FAREM-CARAZO donde es impartida la Carrera de Administración de Empresas gracias a los distintos docentes que a diario están pendientes de los estudiantes; de esta manera las nuevas generaciones de estudiantes económico-administrativos fortalecerán la temática a través de la formación de empresas mediante un proyecto.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Elaborar una propuesta de plan de emprendimiento para la micro empresa DECONIC, dedicada a la elaboración y comercialización de lámparas decorativas, ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2017.

3.2. Objetivos específicos

1. Realizar un plan de mercadotecnia para la identificación de la viabilidad comercial de la micro empresa DECONIC.
2. Estructurar un plan de producción, especificando los costos de producción y gastos generales del negocio.
3. Elaborar un plan de organización que presente los requisitos legales para la creación de la empresa, así también la estructura organizacional y gastos preliminares de la misma.
4. Establecer un plan financiero para la evaluación de la rentabilidad de la micro empresa DECONIC.

4. Desarrollo del subtema

4.1 Plan de Mercadotecnia

4.1.1 Descripción de la innovación

Duran Ízate y Saucedo (2006) Expresa el reciclaje es un proceso cuyo objetivo es convertir desechos en productos nuevos para prevenir el desperdicio de materiales potencialmente útiles, y con esto lograr reducir el consumo de nueva materia prima, reducir el uso de energía y la contaminación del medio ambiente. (Duran Ízate y Saucedo 2006)

Existen muchas iniciativas y proyectos trabajando en pro de la conservación y cuidado del medio ambiente, referente a la realidad de la basura. La microempresa “DECONIC” es un plan de innovación y emprendimiento de conciencia y acción ecológica, a partir de la producción y comercialización de lámparas decorativas a base de tela reciclada.

La micro empresa “DECONIC” está dedicada a la elaboración y comercialización de lámparas decorativas para el hogar, siendo su material principal tela que ya no se utiliza. DECONIC ofrece un producto innovador con el objetivo de que el cliente obtenga un producto nuevo, y diferente a los que puede encontrar en el mercado, a la vez se contribuye y se fomenta el cuidado y preservación del medio ambiente.

El nombre del producto es “DECONIC” significado de sus siglas DECO-decoraciones y NIC-nicaragüense (decoraciones nicaragüenses) indican un nombre creativo en combinación del producto y nuestro país, lo cual crea identidad y reconocimiento. Se ofrecerán lámparas con decoraciones diferentes, colores atractivos con el objetivo de que los consumidores tengan disposición de seleccionar el de su preferencia.

El producto que se está innovando son lámparas decorativas a base de tela reciclada, poseedor de algunas características que lo diferencian con la competencia existente en el mercado. Algunas de las características son: diseño, debido a que en la elaboración del

producto se utilizaran diferentes tipos de telas (telas alicrada, seda, lona, cachemira, satín, nailon, tela de algodón) algunas que se utilizan en combinación para atractivo del producto, colores los cuales se seleccionan cuidadosamente para lograr un producto vistoso con colores vibrantes, el empaque biodegradable elaborado en su 100 % a base de cartón,

Las características mencionadas anteriormente son las que nos harán diferentes en el mercado, de igual manera los aspectos mercadológicos como: la marca, eslogan, y el mensaje de conciencia ambiental.

Razón Social: DECONIC

Sector al que pertenece: Sector de artesanía.

Eslogan

Embellciendo tu hogar

Con el eslogan se pretende hacer referencia que al adquirir el producto no solamente se tendrá una lámpara que cumpla su función principal que es iluminar los espacios del hogar, si no también que es un producto atractivo, y que formara parte de la decoración de la casa.

Mensaje de Conciencia Ambiental

De la mano con el medio ambiente, recicla y respira una nueva naturaleza saludable Se eligió el mensaje de conciencia ambiental con el objetivo de que los clientes tengan una idea de que el producto que oferta la micro empresa DECONIC es reciclado, poseedor de atributos y sobre todo que no perjudicara al medio ambiente. Tiene como finalidad promover el consumo de productos reciclados para que se disminuya la cantidad de desechos sólidos en el país.

Empaque

Según Phillips Kotler (2007), el empaque puede incluir hasta 3 niveles: El empaque primario es el envase inmediato del producto. El empaque secundario se refiere al material que protege al empaque primario y que se desecha cuando se va a usar el artículo y el empaque de embarque, se refiere al empaque necesario para el almacenamiento, identificación o transporte. (Phillips Kotler 2007)

El empaque utilizado para el producto está elaborado a base de cartón y periódico. Las lámparas decorativas tienen una medida de: 12 cm de alto y 5 cm de ancho. A continuación, se presentan algunas ilustraciones del producto final.



Ilustración 1 producto final



Ilustración 2 producto final

4.1.2 Comparación del producto con la competencia

Competidores directos

El propósito que se busca mediante el análisis de la oferta es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio. Mediante el estudio de la oferta se determinó que no existen competidores directos para la empresa DECONIC, debido a que no existe otra empresa dedicada a la elaboración y comercialización de lámparas a base de tela en el municipio de Catarina, departamento de Masaya. Los talleres de artesanía, ofrecen lámparas y productos similares a base de otro tipo de materiales como (madera, bambú, plástico, caucho).

Competidores indirectos

La competencia indirecta de la empresa DECONIC, son todas aquellas microempresas, talleres de artesanía que ofrecen productos similares al del plan de emprendimiento. También son competencia indirecta las empresas comerciales tales como la curacao, el gallo más gallos, Tropigas, el verdugo, que ofertan lámparas exportadas en el municipio de Catarina. Las lámparas decorativas tienen una ventaja comparativa y radica en el material de que se utiliza para su elaboración, también el empaque es a base de material reciclado, cartón. Se presenta una tabla con los principales competidores de la empresa.

Tabla 1 competencia

Detalles	Material	Precio	Atractivos	Ubicación
DECONIC	<ul style="list-style-type: none">• Materia ecológica, Tela reciclada	<ul style="list-style-type: none">• 170	<ul style="list-style-type: none">• Diseño personalizado• Innovación del producto• Colores atractivos• Empaque	<ul style="list-style-type: none">• En frente al parque central de Catarina, modulo N-33

Competencia 1				
Artesanía San Martín	<ul style="list-style-type: none"> • Bambú 	<ul style="list-style-type: none"> • 290 Grande • 170 mediano 	<ul style="list-style-type: none"> • Diferentes presentaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • En frente al parque central una cuadra al sur modulo N-28
Competencia 2				
Artesanía Damaris	<ul style="list-style-type: none"> • Tapones de botellas plásticas. 	<ul style="list-style-type: none"> • 110 mediano • 180 Grande 	<ul style="list-style-type: none"> • Colores vistosos • Diseño ovalado 	<ul style="list-style-type: none"> • En frente al parque central 4 cuadras al oeste modulo N- 17

Fuente: Equipo Investigativo-2017

En la siguiente gráfica se muestra que la información obtenida de acuerdo al instrumento aplicado la encuesta. El gráfico representa que un 64% de la población encuestada ha comprado lámparas de diferentes materiales: madera, plástico, bambú y lámparas importadas.

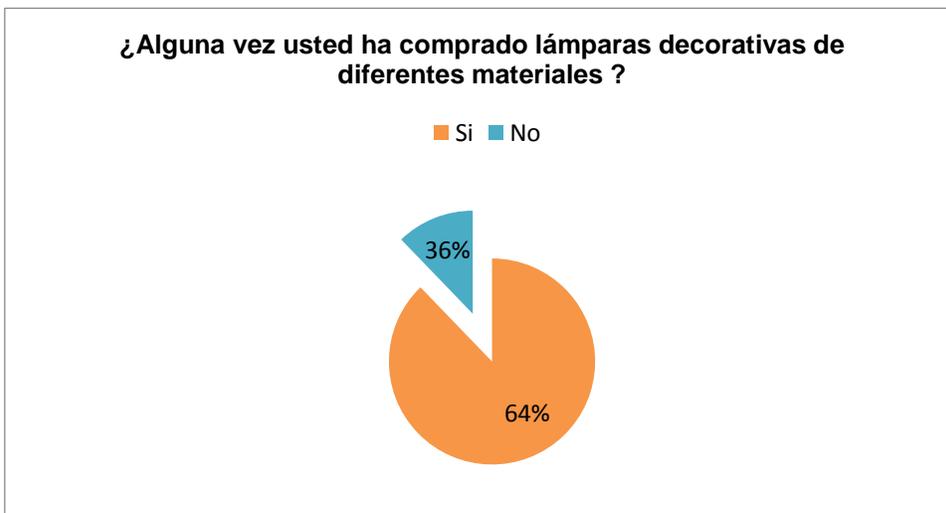


Ilustración 3 Demanda del producto

4.1.3 Mercado/ Zona comercial

La zona comercial de las lámparas decorativas es el Municipio de Catarina, Departamento de Masaya, debido a que existe un creciente desarrollo económico, por el auge de nuevos comerciantes de artesanías elaboradas de diferentes materiales. DECONIC estará ubicada frente el parque central de Catarina módulo # 33.

Durante los últimos años se ha venido desarrollando el comercio en el municipio de Catarina por lo que se ha convertido en un lugar turístico que atrae visitantes extranjeros y nacionales, constituye uno de los principales departamentos de Nicaragua con mayor comercio, es el principal centro de la actividad económica de cuero y calzado de Nicaragua, con 580 establecimientos de producción, representando el 47.7 % del total de establecimientos de dicha rama en el país. La fabricación de calzado representa el 91% de los establecimientos de cuero y calzado de Masaya.

4.1.4 Segmentación de mercado (clientes potenciales)

El producto lámparas decorativas está dirigido a turistas nacionales y turistas extranjeros que visiten el municipio de Catarina, departamento de Masaya. Se presenta una tabla donde se detalla el perfil del consumidor.

Tabla 2 segmentación del mercado

Demográficos	
Edad	De 26 años a más.
Sexo	Femenino, masculino
Ingreso	C\$ 5000 a más.
Ocupación	Se encuentran personas con trabajo formal, pueden ser Profesional, propietarios de negocios, vendedores, artesanos, jubilados, estudiantes, amas de casa.
Ciclo de vida familiar	Joven soltero, joven casado; mayor soltero, mayor casado.
Psicográfico	
Clase social	De forma general los clientes reales y potenciales se encuentran en la siguiente escala: clase media alta, clase media. (Todo aquel que tenga el alcance y accesibilidad para poder consumir dicho producto).

Fuente: Equipo Investigativo-2017

4.1.5 Cálculo de la demanda real y demanda insatisfecha

Phillips Kotler (2007) Define que la demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes, además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido" (Phillips Kotler 2007)

Según datos del INIDE censo (2008) Para el cálculo de la demanda fue necesario proyectar el último dato de la tendencia de crecimiento de los turistas nacionales y extranjeros que visitan el municipio de Catarina, el último año 2014, total de turistas 636,848 (INIDE 2008)

Pp: población proyectada al 2018

Este dato se obtendrá por medio de la utilización de la fórmula del mínimo de cuadrado.

$$Pp = P_0 (1 + TAC)^n$$

$$Pp = 636,848 (1 + 9.6 \%)^2$$

$$Pp = 636,848 (1.096)_2$$

$$Pp. = 636,848 (1.201216)$$

$$Pp = 764,992$$

A continuación, se presenta una tabla de la demanda total, la demanda real y la demanda insatisfecha que cubrirá la empresa DECONIC.

Tabla 3 demanda total

Demanda total	Demanda real	Demanda insatisfecha
<p>DT: 764,992 turistas nacionales y extranjeros que visitan el municipio de Catarina.</p>	<p>DR: DT x 64% aceptación del producto.</p> <p>DR: 764,992 x 64%</p> <p>DR: 488,594 turistas nacionales y extranjeros que adquirirían el producto en el mercado.</p>	<p>DI: DR- % competencia del producto</p> <p>DI: 488,594 - 80%</p> <p>DI: 488,594 – 390,875</p> <p>DI: 97,718</p> <p>Anual</p> <p>DI: 97,718 x 5%</p> <p>DI: 4,885</p> <p>Mensual a satisfacer 407 personas.</p>

Fuente: Equipo Investigativo-2017

4.1.6 Participación de mercado esperada

DECONIC tendrá una participación de mercado en el futuro del 5%, esto va en dependencia de la capacidad productiva de la empresa, la cual es producir 407 unidades mensuales, de esta forma se abarcará la demanda insatisfecha de la población de Catarina con el fin de cubrir las necesidades de la población.

4.1.7 Estrategia de mercado

Para la micro empresa DECONIC se utilizaran diferentes tipos de estrategias, la estrategia de desarrollo del producto, que consiste en acrecentar la participación de la empresa en el mercado, la estrategia de precio, donde la micro empresa oferta el producto con un precio accesible, la estrategia de publicidad que consiste en dar a conocer el producto a través de los diferentes medios de comunicación tales como: redes sociales, radio.

Tabla 4 estrategia de penetración

Estrategia	Justificación	Actividad	Metas esperadas	Evaluación
Desarrollo del producto	Radica en acrecentar la participación de la empresa, se ofrece un producto de calidad, que les permita a los clientes estar conformes con la adquisición.	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega de volantes • Spot radial • Página en redes sociales 	Lo que se espera es que la población del departamento de Masaya, municipio Catarina, tenga conocimiento de la existencia de un producto reciclado, poseedor de beneficios y atributos.	Ventas realizadas Comentarios positivos por parte de la población Divulgación de la existencia del producto.

Presentación del producto	El producto lámparas decorativas tendrá un empaque elaborado también de productos reciclados.	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de eslogan, y logotipo. • Marca DECONIC 	Mostrarle a la población la calidad del producto lámparas decorativas.	Aceptación de los clientes Fidelización Confianza.
Diferenciación de los productos existentes en el mercado	El consumidor pueda estar claro del valor agregado, atributos y beneficios que la empresa DECONIC le ofrece	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración del producto • Elaboración del empaque a base de material reciclado. 	Conseguir que la población conozca el producto y que lo prefieran más que al de la competencia.	Calidad del producto Divulgación de la empresa y producto.

Fuente: Equipo Investigativo-2017

Tabla 5 estrategia de introducción

Estrategia	Justificación	Actividad	Metas esperadas	Evaluación
Precio de introducción al mercado	Ofrecer un producto (lámparas decorativas) al mercado con un precio accesible para la población.	<ul style="list-style-type: none"> • Precios accesibles 	Conseguir buenas ventas del producto, lo que se traduce en ganancias.	Mayores ganancias, ingresos.

Fuente: Equipo Investigativo-2017

Tabla 6 estrategia de promoción

Estrategia	Justificación	Actividad	Metas esperadas	Evaluación
Publicidad	Dar a conocer las lámparas decorativas a través de los diferentes medios de comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> • Spot radial • Volantes • Redes sociales 	Informar, persuadir y recordar a la población del departamento de Masaya sobre la existencia del producto, así mismo sus atributos.	Posicionar la empresa Posicionar la marca en la mente de los consumidores.

Fuente: Equipo Investigativo-2017

A continuación se presentan ilustraciones de las redes sociales utilizadas por la micro empresa DECONIC.



Ilustración 4 Perfil Facebook

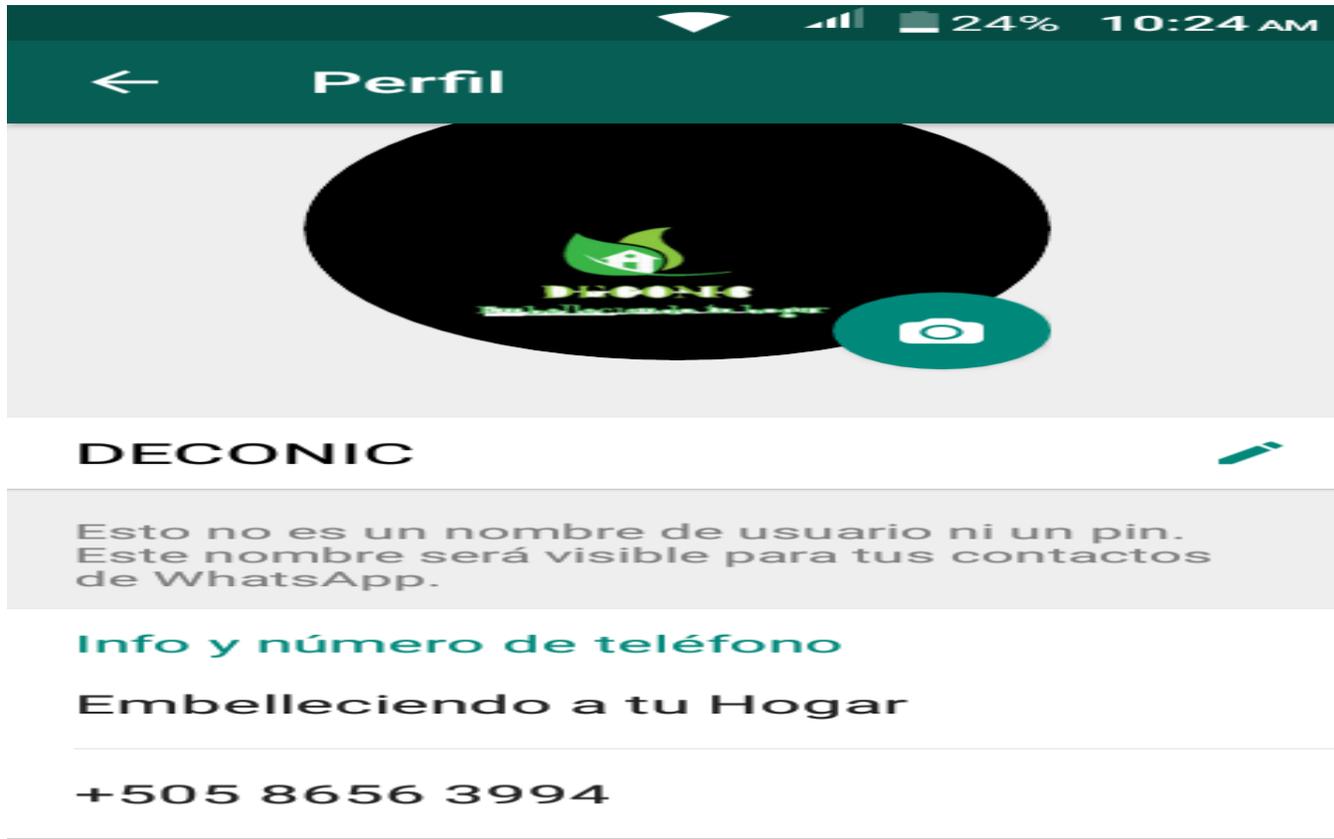


Ilustración 5 Perfil WhatsApp

Tabla 7 estrategia de distribución

Estrategia	Justificación	Actividad	Metas esperadas	Evaluación
Canal de distribución	Existirán intermediarios entre la empresa DECONIC, y los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> •El producto se ofrecerá y distribuirá en el municipio de Catarina, específicamente en los alrededores de la rotonda de Catarina. •Buscar un punto céntrico de catrina para mayor accesibilidad de clientes. 	<p>Llegar a los consumidores del municipio de Catarina, en un determinado periodo de tiempo.</p> <p>Incursionar en el resto del departamento de Masaya.</p>	Mayor demanda del producto lámparas decorativas.

Fuente: Equipo Investigativo-2017

4.1.8 Estimación de venta

Según Philips Kotler (2007) El pronóstico de venta es la estimación futura de la demanda de un producto o servicio, tomando en cuenta las condiciones del contexto externo e interno y el uso de supuesto racionales. Es la técnica que tiene como fin calcular las proyecciones de ventas de una manera rápida y confiable, permite estimular la demanda hacia el futuro basándose en información histórica generada por el movimiento de productos utilizando como fuentes de datos, ya sea las transacciones de inventarios o la facturación de ventas realizadas. Se presentan tablas con la estimación de ventas en unidades monetarias y estimaciones de ventas anuales. (Philips Kotler 2007)

La capacidad productiva de la micro empresa representa un 5% de la demanda insatisfecha que se cubrirá en el municipio de Catarina. Para las proyecciones de venta se toma como referencia el comportamiento de consumo de los turistas nacionales y extranjeros, por lo general este tipo de personas siempre buscan artículos poco comunes en el mercado, tienen hábitos y culturas diferentes, y es lo que ofrece DECONI, un producto único en el mercado, y es poseedor de una característica principal que es amigable con el medio ambiente.

Como el producto DECONIC, será nuevo en el mercado y no es un artículo de primera necesidad, de cada turista nacional y extranjero comprará u obtendrá únicamente una unidad del producto anual únicamente para el primer año, lo que representan 4896 anualmente.

Mediante la aplicación de la encuesta, se determinó que de las personas encuestadas un 66% comprarían una unidad del producto al año, un 18 % de 2 a 3 unidades, y únicamente un 16 % de 3 a 4 unidades.



Ilustración 6 frecuencia de consumo

La siguiente tabla presenta las proyecciones de ventas en unidades físicas para el primer año 2018, las variaciones se dan durante el mes de mayo y en el mes de diciembre, donde consideramos que existirá mayor demanda del producto, debido a que la población busca un artículo para obsequiar.

Tabla 8 ventas unidades físicas

Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas													
Año 2018													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
lámparas	408	408	408	408	428	408	408	408	408	408	408	428	4937
Total	408	408	408	408	428	408	408	408	408	408	408	428	4937

Fuente: Equipo Investigativo-2017

Las proyecciones para los siguientes 4 años, tienen un aumento del 5%, porque es el porcentaje de la demanda insatisfecha que se quiere cubrir.

Tabla 9 proyecciones anuales

Proyecciones de ventas unidades físicas					
Anuales					
Año	2018	2019	2020	2021	2022
Lámparas	4937	5,184	5,443	5,715	6,001
Total	4937	5,184	5,443	5,715	6,001

Fuente: Equipo Investigativo-2017

Tabla 10 proyecciones de ventas unidades físicas

Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias														
Descripción	P. de Vta.	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Lámparas	189.01	77,118.00	77,118.00	77,118.00	77,118.00	80,973.90	77,118.00	77,118.00	77,118.00	77,118.00	77,118.00	77,118.00	80,973.90	933,127.86
Total		77,118.00	77,118.00	77,118.00	77,118.00	80,973.90	77,118.00	77,118.00	77,118.00	77,118.00	77,118.00	77,118.00	80,973.90	933,127.86

4.1.9 Presupuesto de mercadotecnia

El presupuesto de mercadotecnia de la micro empresa DECONIC, incluye volantes y spot radial, y el spot radial mensual, tendrán mención de lunes a viernes, 3 veces al día, en radio Catarina será durante el primer año.

Tabla 11 presupuesto de marketing

Cantidades	Descripción	Unidades de medida	Costo unitario	Costo total mensual
1 viñeta 3 menciones al día	Spot radial	Radio Catarina	C\$90 mención al día. De lunes a viernes.	C\$ 1,800.00
1	Perfiles en Redes Sociales	Facebook Instagram	C\$ 15.00 1 hora de internet	C\$ 450.00
Total				C\$2,250.00

Fuente: Equipo Investigativo-2017

4.2 Plan de producción

La producción según Alcaraz (2000) se basa en la transformación de insumos ,a través de recursos humanos ,físicos y técnicos ,en productos requeridos por los consumidores .por tal motivo se realiza el plan de producción donde se debe tener en cuenta que la empresa tenga la capacidad suficiente para cubrir su demanda proyectada para su mercado (Rafael Alcaraz 2000)

4.2.1 El proceso de producción

El plan de emprendimiento consiste en crear, formular, ejecutar, y dar seguimiento a un nuevo producto el cual será: lámparas decorativas a base de tela reciclada. El proceso productivo del artículo, contiene algunas etapas que de ellas se derivan unas series de actividades necesaria.

Proceso de elaboración de una unidad del producto (lámparas decorativas)

a) Etapa de obtención de la materia prima e insumos

Actividades:

1. Seleccionar retazos de tela
2. Verificar la calidad de la tela
3. Seleccionar los marcos con la medida especificas
1. Seleccionar la cantidad de pegamento necesario
2. Elección de herramientas (tijeras, reglas, marcador)

b) Consultar los colores disponibles

Actividades:

1. Revisión de colores disponibles

2. Contrastar colores para combinación

c) Selección y medición de retazos de tela

Actividades:

1. Medición de retaos de tela con el tamaño específico
2. Se calza la tela con el marco de madera
3. Verificar las medidas de la tela
4. Se corta la tela con las medidas específicas

d) Unión y pegado de retazos de tela

Actividades:

1. unión de retazos de tela
2. pegado de retazos
3. secado
4. Sobre la base se coloca cepo con la bujía

e) Se pinta la estructura con barniz

Actividades:

1. Primer pasada de pintura (barniz)
2. Secado
3. Segunda pintura
4. Secado

f) Etapa procede a pegar la mantilla a la estructura de madera

Actividades:

1. Pegado de la mantilla a la estructura
2. Secado del pegamento

g) Control de calidad

Actividades:

1. Prueba del producto
 2. Verifica el acabado del producto
-
- h) Etiquetar y empacar el producto**
 - i) Almacenar el producto en la bodega**
 - j) FIN del producto**

Proceso de producción: Lámparas decorativas

Flujo grama

Significado de la simbología ANSI:



Inicio



Actividad



Decisión



Documento



Archivo



Traslado



Almacén

Actividades									Tiempo o minutos
1	Inicio	●							0
2	Obtención de materia prima e insumos		●						
	Selección de retazos de tela		●						3
	Verificación de la calidad de la tela		●						2
	Selección de los marcos con la medida específicas		●						4
	Selección de cantidad de pegamento necesario		●						2
	Elección de herramientas (regla, tijera, marcador)		●						3
3	Consultar los colores disponibles							●	
	Revisión de colores disponibles							●	3

	Contrastar colores para combinación		●						2
5	Selección y medición de tela		●						5
	Medición del tamaño de tela		●						4
	Calzamos la tela con el marco		●						1
	Verificación de medidas		●						1 .30
	Se recorta la mantilla		●						5
6	Unión y pegado de retazos de tela		●						
	Unión de retazos de tela		●						7
	Pegado		●						4
	Secado		●						3
	Sobre la base se coloca cepo con bujía		●						3
7	Pintada de estructura		●						
	Primera pasada de barniz		●						6
	Secado		●						5
	Segunda pasada de barniz		●						6
	Secado		●						5

8	Pegado de mantilla a la estructura								
	Pegado		●						9
	Secado del pegamento		●						2
9	Control de calidad		●						
	Prueba del producto		●						0
	Verificación del acabado		●						1
10	Etiquetar y empacar el producto		●						2
11	Almacenamiento del producto a bodega						●		2
	Fin		●						
	Total tiempo								1:30

Ilustración 7 Flujo grama

El flujo grama presentado es sobre el proceso productivo de una unidad del producto (lámparas). El tiempo requerido es de 1 hora con 30 minutos. Diariamente se producirán 17 unidades, para lo cual se necesitan 2 operarios encargados de la elaboración y el control de calidad.

4.2.2 Proveedores y condiciones de compra de los equipos

Para el proceso de producción se necesita un proveedor de la materia prima, es importante seleccionar a una persona responsable y capaz de suministrar la materia en el momento solicitado. Para la elaboración de las lámparas decorativas se necesita tela en grandes cantidades, por lo que el proveedor principal será la HANSAE INTERNATIONAL S.A, debido a que diariamente se genera sobrantes de tela. Su número telefónico 25234000, departamento de Masaya, municipio Niquinohomo ubicado costado oeste cementerio nuevo km 53.

Para la obtención del resto de materiales tales como pinturas, spray, barniz, tijera, se seleccionó proveedor, el cual será materiales de construcción el Carmen, ubicada en Jinotepe Carazo de shopping center una cuadra hacia el norte, es una micro empresa dedicada a la comercialización de materiales de construcción y mejoras del hogar, cuenta con materiales de calidad que son necesarios para llevar a cabo la producción de las lámparas, ofrece también precios accesibles, siendo un factor importante en los costos de producción.

4.2.3 Capital fijo y vida útil

El capital fijo incluye los bienes obtenidos para la etapa de implementación del proyecto y que se utilizara a lo largo de su vida útil a continuación se detalla cada uno de su componente. A continuación se presenta el capital fijo y su vida útil.

Tabla 12 capital fijo

Capital fijo			
Descripción	Unidades	Costo Unitario	Total
Computadora de escritorio	1	C\$13.699,00	C\$13.699,00
Impresora	1	1.799,00	1.799,00
Mesa madera	1	2.100,00	2.100,00
Mesa plegable	1	1.685,44	1.685,44
Sillas	2	612,69	1.225,38
Abanico	2	674,00	1.348,00

Recipiente de basura	1	90.00	90.00
Extintor	1	1,200.00	1,200.00
Escoba	1	35.00	35.00
TOTAL			C\$23,181.82

En la tabla siguiente se presenta la descripción de los activos necesarios para la micro empresa, así como su costo unitario y su depreciación anual y mensual.

Tabla 13 Capital fijo vida útil

Descripción	Unidades	Costo Unitario	Total	Vida útil	Depre anual	Depre mensual
Computadora de escritorio	1	C\$13.699,00	C\$13.699,00	2	C\$ 6,849.5	C\$ 570.79
Impresora	1	1.799,00	1.799,00	2	899.5	74.95
Mesa madera	1	2.100,00	2.100,00	5	420.00	35.00
Mesa plegable	1	1.685,44	1.685,44	5	337.08	28.09
Sillas	2	612,69	1.225,38	2	612.69	51.05
Abanico	2	674,00	1.348,00	2	674.00	56.16
Recipiente de basura	1	90.00	90.00	1	90.00	7.5
Extintor	1	1,200.00	1,200.00	2	600.00	50.00
Escoba	1	35.00	35.00	1	35.00	2.91
TOTAL						C\$ 876.45

4.2.4 Capacidad planificada

El proyecto DECONIC cuenta con una capacidad de producción planificada de 408 unidades mensuales, lo que representa que para el primer año (2018) producirá 4,896 unidades.

Tabla 14 capacidad planificada

Artículo	Lámparas decorativas
Anual	Unidades 4,937
Mensual	408
Semanal	102
Diario	17

La capacidad producida se planificada de acuerdo a la los equipos y maquinaria de la micro empresa. Un colaborador necesita 1.31 minutos para elaborar una unidad del producto. Se laboran 8 hora diaria y se cuenta con 2 colaboradores.

Tabla 15 relación hombre tiempo

Operarios	Tiempo 1 unidad	Horas laborales	Producción diaria
Operario 1	1:31	8 horas	8
operario 2	1:31	8 horas	8
Total			16

La producción diaria de la empresa es de 17 unidades, en la tabla anterior se muestra que en relación hombre tiempo se producirán 16 unidades, pero por razones de que los colaboradores en algunas etapas del proceso productivo no se mantienen inactivos, siguen con la elaboración de otro artículo cumplen con la capacidad estimada de producción.

4.2.5 Ubicación y distribución física de la empresa

La instalación de la infraestructura de la empresa DECONIC es un factor importante, debido a que la localización de la empresa enmarca la facilidad de transportar insumos, productos terminados y el contar con los servicios básicos (agua, luz, teléfono. Internet), accesibilidad para las personas y gran ventaja para la empresa en cuanto a la ubicación.

λ Macro localización



Ilustración 8 Departamento Carazo

λ Micro localización

La empresa estará ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo. Se comercializará en el departamento de Masaya, municipio de Catarina, debido a que se quiere aprovechar el desarrollo económico existente en el municipio.

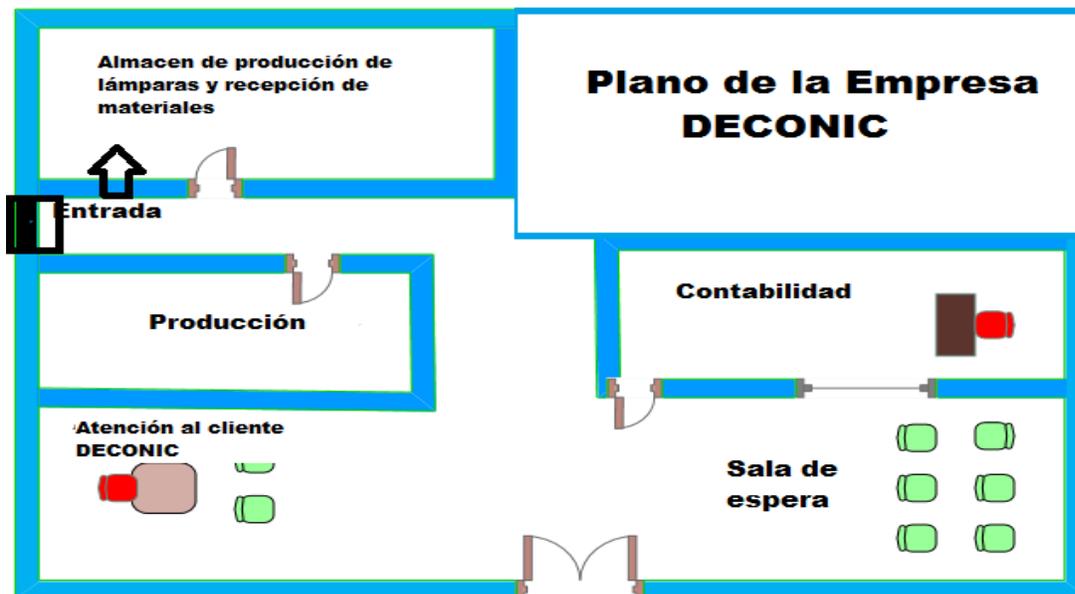


Ilustración 9 Municipio Jinotepe

En el municipio de Jinotepe-Carazo, específicamente en la Calle Principal de la Villa madre proletaria, el área donde se utilizará para la micro empresa tiene las medidas de 14.50 metros de largo de x 9.5 metros de ancho). Esta casa de habitación es de una de las miembros del grupo investigador cuenta con todas las instalaciones apropiadas para la empresa.

λ **Plano de las Instalaciones de la micro empresa DECONIC**

Ilustración 10 Instalaciones



4.2.6 Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad

La materia prima es un factor importante e imprescindible que se debe tener en cuenta al momento de la creación de una empresa, debido a que la elaboración o fabricación de productos depende principalmente de la disponibilidad, facilidad de obtener la materia prima. Por lo anterior enmarca lo que son gastos de transporte lo que se ve reflejado en el precio de venta del producto. A continuación se presenta una tabla de los insumos necesarios para la producción mensual de las lámparas decorativas.

Tabla 16 Materia prima

Insumos producción mensual 408			
Concepto	Unidades de medidas	Costo Unitario	Total
Tela libras	204	C\$7.45	C\$1,519.80
Bombillo	408	14.00	5,712.00
Alambre (metros)	202	11.00	2,222.00
Pega para ropa	64	39.00	2,496.00
Barniz litros	16	89.25	1,428.00
Madera	408	23.00	9,384.00
Apagador sencillo	408	9.00	3,814.80
Total			C\$26,576.60

4.2.7 Mano de obra, su costo y disponibilidad

Alcaraz (2000) define que la mano de obra se refiere a las personas que forman parte del proceso productivo, que con su esfuerzo y trabajo transforman la materia prima en el producto terminado. Al mes se producirán 408 lámparas decorativas, la mano de obra necesaria para la producción será un responsable de producción y de dos operarios. Los costos de éstos son los establecidos por la tabla salarial establecida por el Ministerio del trabajo. (Rafael Alcaraz 2000)

La disponibilidad y productividad de los operarios es de igual manera determinada por el código del trabajo el cual los trabajadores laboraran conforme ley sus 8 horas en caso que sea necesario más productividad se les devengara el pago de horas extras.

Tabla 17 Mano de obra

Proyecciones de Mano de Obra Directa													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Operario 1	C\$4,054.00	C\$4,054.00	4,054.00	4,054.00	4,054.00	4,054.00	4,054.00	4,054.00	4,054.00	4,054.00	4,054.00	4,054.00	48,648.00
Operario 2	4,054.00	4,054.00	4,054.00	4,054.00	4,054.00	4,054.00	4,054.00	4,054.00	4,054.00	4,054.00	4,054.00	4,054.00	48,648.00
Total	C\$ 8,108.00	8,108.00	C\$ 97,296.00										

1.1.1 Gastos generales de producción

Los gastos generales se refieren a determinados costos en que incurre una empresa al fabricar un producto. Cualquier gasto que no sea el costo directo de mano de obra, ni el costo directo de los materiales es considerado una forma de gasto general. Son los costos indirectos asociados a la fabricación del producto.

Tabla 18 Gastos de producción mensual

Cédula N° 14 Proyecciones de Costos de Producción Mensual													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Materia Prima Directa	26,576.60	26,576.60	26,576.60	26,576.60	27,879.33	26,576.60	27,804.83	26,576.60	26,576.60	26,576.60	26,576.60	27,879.33	322,752.89
Mano de Obra Directa	8,108.00	8,108.00	8,108.00	8,108.00	8,108.00	8,108.00	8,108.00	8,108.00	8,108.00	8,108.00	8,108.00	8,108.00	97,296.00
CIF	16,292.42	16,292.42	16,292.42	16,292.42	16,292.42	16,292.42	16,292.42	16,292.42	16,292.42	16,292.42	16,292.42	16,292.42	195,509.04
Total	50,977.02	50,977.02	50,977.02	50,977.02	52,279.75	50,977.02	52,205.25	50,977.02	50,977.02	50,977.02	50,977.02	52,279.75	C\$615,557.93

1.2 Plan de organización y gestión

1.2.1 Marco legal (forma jurídica)

Tabla 19 Forma Jurídica

LEY	ARTICULO
Código de trabajo:	Art. 93-95 CT-Art. 76 CT: El código laboral funciona como guía para establecer el salario de los colaboradores, el uso del código laboral tiene un impacto grande en cualquier empresa y en el podemos conocer el tipo de sanciones que se aplican por incumplimiento de las leyes aquí establecidas, al mismo tiempo regula la relación entre los colaboradores y sus superiores, estableciendo las obligaciones y deberes de cada una de las partes.
Ley de higiene y seguridad ocupacional	Título V-Arto. 100-129: Esta ley beneficia tanto a los colaboradores como a la empresa, con el uso de las disposiciones de esta ley se establecen normas y parámetros para asegurar y proteger la vida de todos los colaboradores, aunque esto requiera de inversiones significativa para la empresa.
Ley de justicia tributaria y comercial	Ley No.257: Esta ley tiene por objeto establecer una política impositiva, en consonancia con los principios de generalidad, neutralidad y equidad de los tributos, y de facilitación de las actividades económicas en el marco de la democracia económica y social. Dicta los referentes en cuanto a las retenciones o exenciones de IGV.
Ley de concertación	La presente Ley tiene por objeto crear y modificar los tributos

tributaria. Reglamento de la Ley 822	nacionales internos y regular su aplicación, con el fin de proveerle al Estado los recursos necesarios para financiar el gasto público.
--	---

Constitución de la micro empresa

La razón social será la siguiente: **“DECONIC”** como una persona natural principalmente por el beneficio de tener trámites más sencillos y rápidos, ante el registro mercantil, en el departamento de Masaya, así como en la Alcaldía Municipal de Catarina (matricula) y en dirección General de Ingresos (DGI), para obtener el número RUC, cumpliendo con todos los requisitos de índole legal.

Estará regida por la Ley 645 la Ley de promoción fomento desarrollo de las micro, pequeñas y medianas Empresa, en este contexto es necesario establecer el marco Legal de promoción y fomento de las micro, pequeña y medianas empresas, que contribuyen a promover el desarrollo empresarial de las Mipyme, y el desarrollo económico nacional a través del fomento y creación de nuevas empresas de este sector en un contexto competitivo nacional e internacional, con una dinámica propia de generar empleos estables en el municipio de Jinotepe Departamento de Carazo para de esta manera mejorar el nivel de vida de los nicaragüenses y la incursión de nuevos mercado que contribuyen a la riqueza nacional.

De acuerdo a la ley de la Mipyme en el Arto.4 habla de clasificación, DECONIC es una microempresa inicia sus operaciones con 5 colaboradores, estará regida ante las instancias siguientes: La D.G.I, Alcaldía municipal de Catarina, Instituto de Seguro Social (INSS).

Dentro del procedimiento para constituir y legalizar la empresa de forma natural se llevaron a cabo los siguientes:

a) Registro mercantil

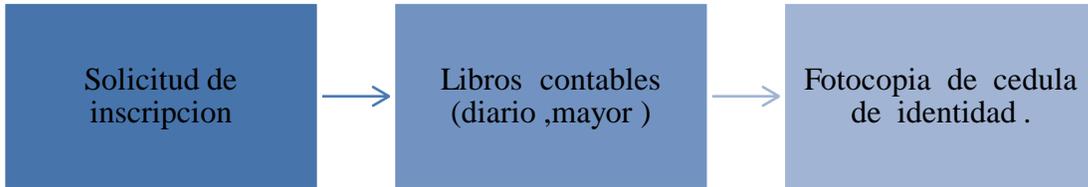


Ilustración 11 Registro mercantil

b) Dirección General de Ingresos (DGI). Registro Único del Contribuyente (RUC)

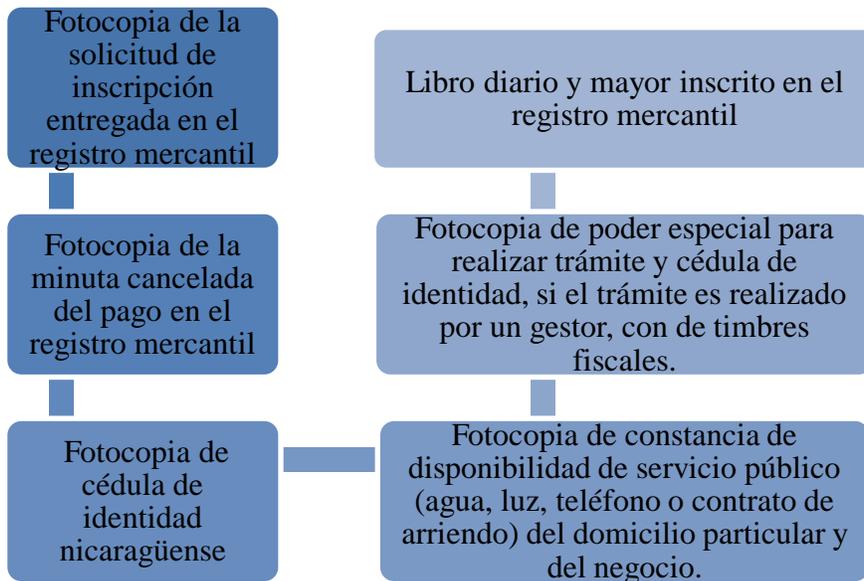


Ilustración 12 Registro contribuyente

c) Alcaldía

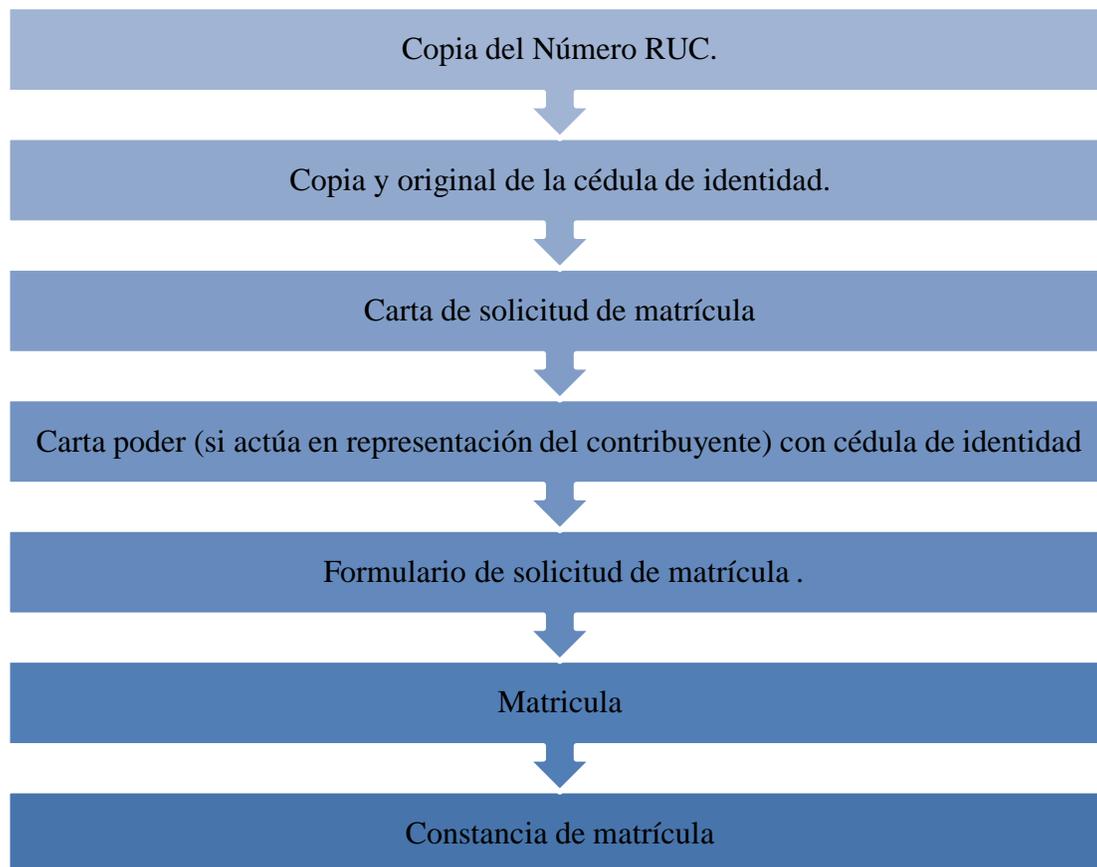


Ilustración 13 Registro alcaldía

d) Trámites para afiliarse como patrono al INSS (El trámite se realiza en el Departamento de afiliación y fiscalización.) cómo la empresa "DECONIC" se registra como persona natural por tal motivo se procede a lo siguiente :

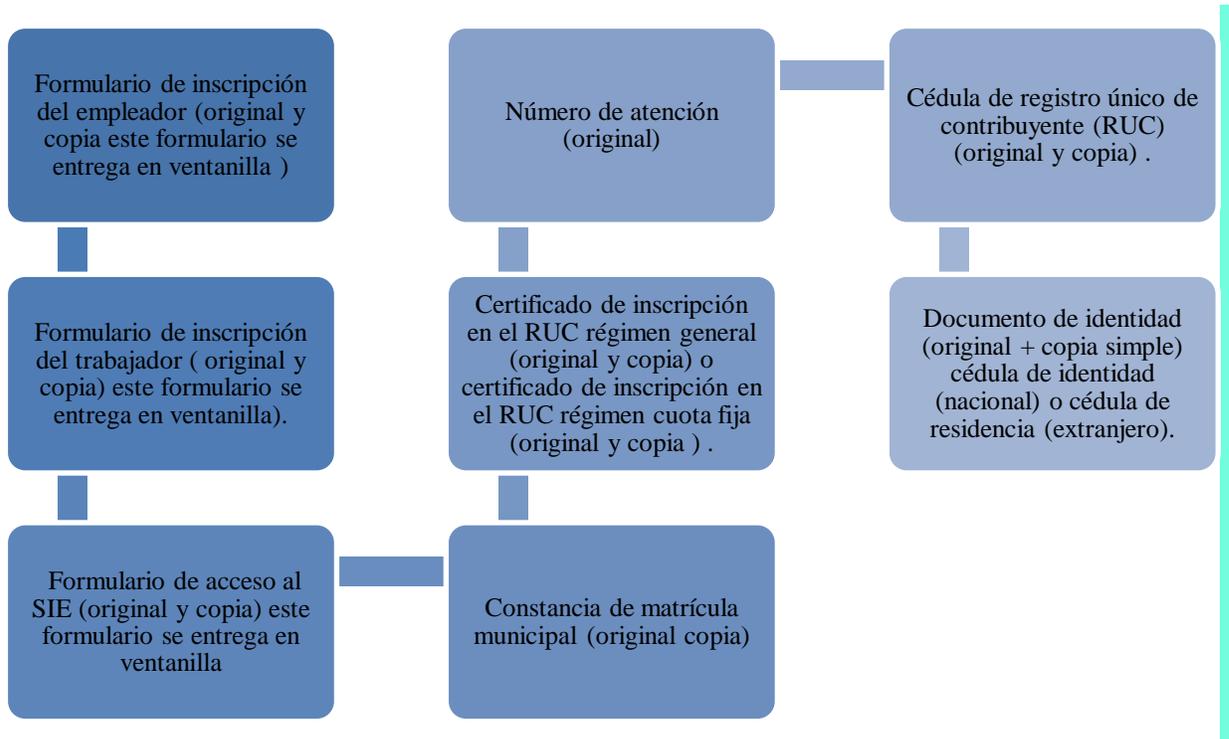


Ilustración 14 Registro INSS

e) Licencia de higiene y seguridad del trabajo (HST) – MITRAB

Todo empleador tiene la obligación de tener su licencia HST vigente para poder iniciar operaciones. Este proceso conlleva hacer gestiones ante el INSS, MITRAB, entidades de capacitación y medicas

Para que la empresa pueda iniciar sus operaciones, necesita de los siguientes documentos:

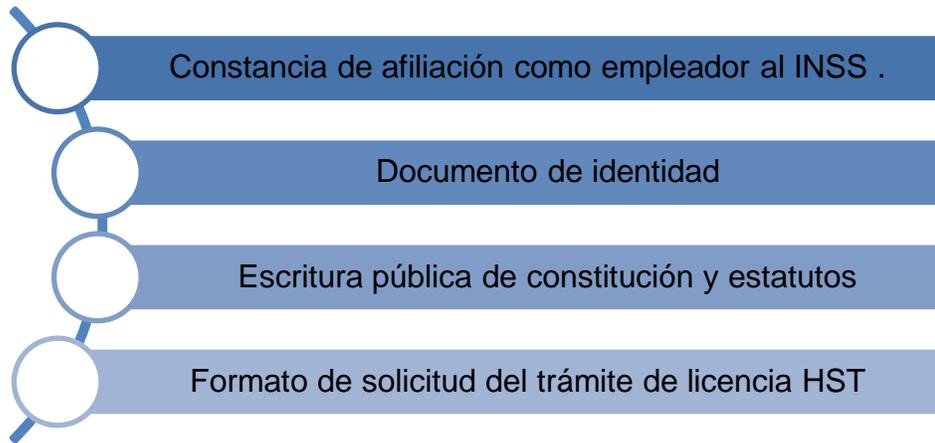


Ilustración 15 Documentos legales

Alcaldía de Catarina

Alquilar de módulo en el mirador lo cual es un anexo llamado “Destino turístico Catarina”

Requisitos para el alquiler:

- 1) Carta de solicitud dirigida al alcalde Lic. Reynaldo Acevedo solicitando alquiler del modulo
- 2) Contrato de arrendamiento
- 3) Tributación para llenar el formulario de la debida matricula

Requisitos para obtener la matricula:

- 1) Copia de la carta de la solicitud
- 2) Copia de contrato de arriendo
- 3) Copia de cedulad de identidad
- 4) Llenado de formulario

Requisitos para inscribirse como contribuyente en la administración de rentas de Masaya (DGI)

Persona natural:

- 1) Fotocopia de cedula de identidad
- 2) Fotocopia del último recibo de servicio de agua, energía eléctrica o teléfono. En caso de ser inquilino copia del contrato de arrendamiento.
- 3) Fotocopia de matrícula de la alcaldía
- 4) Este transmite es personal.

Requisitos:

- 1) Llenado de formulario de registro
- 2) Fotocopia de cedula del representante
- 3) Fotocopia del cedula del negocio (si aplica)

Una vez teniendo los requisitos:

Se escribe en el registro único en MYPIME aprobándolo en Managua. Luego se nos extiende el certificado y se nos ingresa en la base de datos. Una vez llenada la ficha llega el de atención a pequeños, medianos y grandes negocios verifica la información declarada en el negocio.

Los beneficios a obtener:

Estar inscritos en la base de datos para ser invitados cuando se den Capacitaciones en Proyectos y Capacitaciones en Programas, una vez ingresados los datos se dilata para darnos el certificado de 24 a 48 horas.

Constitución de la empresa

Misión

Ser una empresa nacional confiable, productora y comercializadora de lámparas decorativas, cuyo objetivo es ofrecer productos de alta calidad, con el compromiso de crear conciencia ambiental en la población nicaragüense.

Visión

Constituirnos como una empresa comercializadora y distribuidora del producto lámparas decorativas durante los próximos cinco años, siendo una empresa moderna, innovadora y con un equipo de colaboradores altamente motivados.

Valores

La empresa DECONIC, estableció los siguientes valores para la buena imagen de la empresa, y que se pongan en práctica al momento de ofrecer el producto a los clientes, entre ellos se encuentran los siguientes valores:

- Respeto
- Compromiso
- Honestidad

Políticas

Dentro de las políticas para la empresa DECONIC se encuentran las siguientes:

- λ Seguridad con nuestros clientes.
- λ Compromiso con el medio ambiente.
- λ Brindar información veraz y objetiva al cliente.
- λ Mantener comportamiento ético por parte del personal.
- λ Brindar alternativas de solución ante inconformidades acerca del producto.
- λ Mostrar una actitud respetuosa en la interacción entre el cliente y empresa.

1.2.2 Estructura de la organización

Tomando en cuenta los criterios expuestos por la MIPYME "DECONIC" es una micro empresa y será de tipo funcional, tomando en cuenta su tamaño, flexibilidad y facilidad en la toma de decisiones.

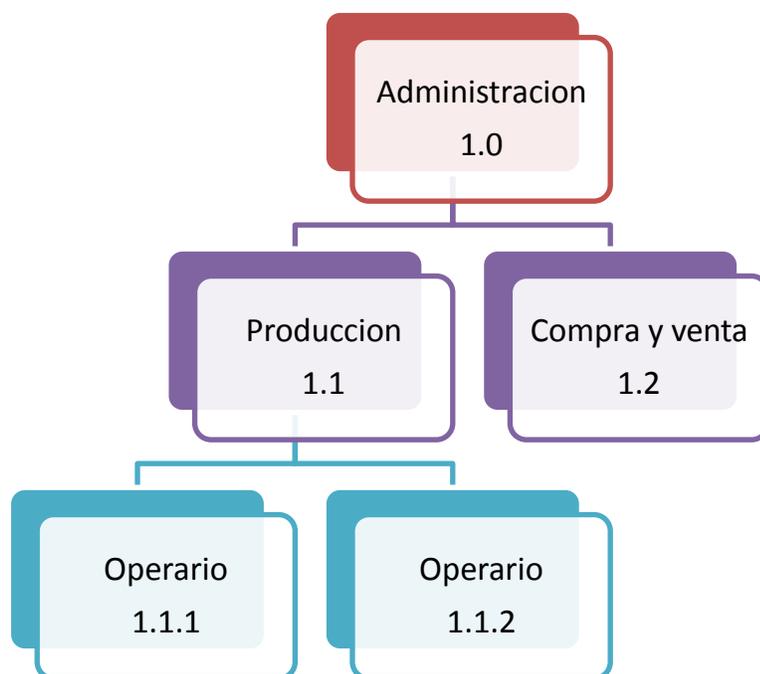


Ilustración 16 Organigrama

La empresa DECONIC va a tener un total de 5 empleados distribuidos en las diferentes áreas de la empresa por lo tanto se clasifica según el reglamento de la ley MIPYME empresa.

Tabla 20 Numero colaboradores

Nombre de puesto	N- de personas en el cargo
Administración	1
Producción	1
Operarios	2
Ventas	1
Total	5

1.2.3 Experiencia y habilidades básicas del empresario

Ficha de Cargo N°1

	DECONIC		
	Manual de Funciones		
Fecha			
Página	1	De	2
Sustituye a			
Página		De	
De Fecha			

Descripción de Cargo
<p>A) Identificación</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nombre del cargo: Administrador 2. Código: 1.0 3. Ubicación: Administración 4. Tipo de contrato: Permanente 5. Ámbito de operación : Departamentos de producción, compra y venta <p>B) Relaciones de autoridad</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Jefe inmediato: Ninguno 7. Subordinados directos: Jefe de producción, responsable de compra y venta. <p>Propósito del puesto: Asegurar el funcionamiento óptimo de todas las áreas de la empresa, encaminando todos los esfuerzos a generar mayor volumen de ventas, de acuerdo a la filosofía de la empresa.</p> <p>Funciones específicas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. 2. Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos. 3. Tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta. 4. Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las

desviaciones o diferencias.

5. Formula políticas y procedimientos para el mejor funcionamiento de las actividades.
6. Control de presupuesto.
7. Apoyar a la organización en todas las gestiones legales y reglamentarias.
8. Designar todas las posiciones gerenciales.
9. Coordinar trabajo con las oficinas administrativas.
10. Ejecutar planes de desarrollo de la organización.

Responsabilidad:

1. Revisar que se cumplan los principios administrativos.
2. Velar por la aplicación de las normas y el cumplimiento de las mismas en la organización.
3. Cumplir con las normas y procedimiento de seguridad y salud en el trabajo
4. Controlar que se cumplan las funciones y objetivos de la entidad.
5. Cuidar el resguardo y mantenimiento de la organización

Comunicación: Descendente

Especificaciones del puesto: Experiencia Laboral: 4 años

Estudios Realizados: Primaria y secundaria regular, licenciatura en administración de empresas, idiomas; preferiblemente inglés, cursos básicos de computación y Excel avanzado

Condiciones de trabajo: El trabajo se realiza en una oficina, con temperatura adecuada y aire acondicionado, humedad ambiental natural, características de higiene normales, iluminación apta y una buena estructura. Asimismo se realiza supervisión en las áreas de compra y venta, finanzas y administración.

Elaboró	Autorizó	Revisó
---------	----------	--------

Ficha de Cargo N°2

	DECONIC			
	Manual de Funciones			
	Fecha			
	Página	1	De	2
	Sustituye a			
Página		De		
De Fecha				

Descripción de Cargo

A) Identificación

1. Nombre del cargo: Jefe de producción
2. Código:1.1
3. Ubicación: Departamento de producción
4. Tipo de contrato: Permanente
5. Ámbito de operación: Departamento de producción

B) Relaciones de autoridad

6. Jefe inmediato: Administrador
7. Subordinados directos: Operarios

Propósito del puesto: Organizar, coordinar y dirigir las actividades de producción de artículos.

Funciones específicas:

1. Coordinar las actividades de los operarios.
2. Realizar actividades necesarias para la toma de decisiones.
3. Verificar la calidad del producto.
4. Revisar el almacenamiento de materiales
5. Distribuye el espacio físico y mantiene el área limpia
6. Revisa faltantes y sobrantes de inventario en almacenamiento.
7. Debe diligenciar los formatos de entrada y salida de materiales
8. Llevar el control total de los productos que se encuentran en stock

Responsabilidad:

1. Asegurar que se cuenten con equipos de protección
2. Vigilar que los trabajadores a su cargo estén laborando
3. Coordinar las operaciones de logística.

Comunicación: Ascendente y descendente

Especificaciones del puesto: Experiencia Laboral: 2 años

Estudios Realizados: Primaria y secundaria regular, ing. Industrial, cursos básicos de computación y Excel avanzado.

Condiciones de trabajo: El cargo se ubica en un lugar agradable.

Elaboró	Autorizó	Revisó
---------	----------	--------

Ficha de Cargo N°3



DECONIC
Manual de Funciones

Fecha			
Página	1	De	2
Sustituye a			
Página		De	
De Fecha			

Descripción de Cargo
<p>A) Identificación</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nombre del cargo: Responsable de compra y venta 2. Código: 1.2 3. Ubicación: Departamento de compra y venta 4. Tipo de contrato: permanente 5. Ámbito de operación : Departamentos de compra y venta <p>B) Relaciones de autoridad</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Jefe inmediato: Gerente General 7. Subordinados directos: Ninguno <p>Propósito del puesto: Es tener la capacidad de controlar un departamento de compra y venta con disciplina, orden, integridad, ser capaz de tomar decisiones.</p> <p>Funciones específicas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Preparar planes y presupuestos de compra de materiales. 2. Establecer metas y objetivos con respecto a esta área. 3. Determinar el tamaño y la estructura de la fuerza de ventas. 4. Seguimiento de clientes potenciales. 5. Presentar cotizaciones a los clientes. 6. Elaborar estimaciones e informes de ventas. 7. Estudiar la situación en el mercado, precio, flujos y calidad de los productos. 8. Generar y controlar el presupuesto de compra y venta.

Responsabilidad:

1. Velar por calidad en los materiales
2. Brindar buena atención a los clientes

Comunicación: Ascendente

Especificaciones del puesto: Experiencia Laboral: 3 años

Estudios Realizados: Primaria y secundaria regular, licenciatura en administración de empresas o licenciatura en mercadotecnia, idiomas; preferiblemente inglés, cursos básicos de computación y Excel avanzado.

Condiciones de trabajo: El trabajo se realiza en una oficina con temperatura adecuada y aire acondicionado, humedad ambiental natural, características de higiene normales e iluminación apta.

Elaboró	Autorizó	Revisó
---------	----------	--------

Ficha de Cargo N°4



Fecha			
Página	1	De	2
Sustituye a			
Página		De	
De Fecha			

Descripción de Cargo
<p>A) Identificación</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nombre del cargo: Gerente de compra y venta 2. Código: 1.1.1 1.1.2 3. Ubicación: Departamento de producción 4. Tipo de contrato: Temporal 5. Ámbito de operación : Área de producción <p>B) Relaciones de autoridad</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Jefe inmediato: Jefe de producción 7. Subordinados directos: ninguno <p>Propósito del puesto: Es tener la capacidad de producir o elaborar artículos con estándares de calidad, en tiempo y forma.</p> <p>Funciones específicas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Elaboración de lámparas decorativas 2. Verificar la calidad del producto terminado. <p>Responsabilidad:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Velar por calidad en los materiales. 2. Garantizar calidad del producto <p>Comunicación: Ascendente</p> <p>Especificaciones del puesto: Experiencia Laboral: 2 años</p> <p>Estudios Realizados: ningún estudio específico.</p>

Condiciones de trabajo: El trabajo se realiza en un área con temperatura adecuada.

Elaboró	Autorizó	Revisó
---------	----------	--------

1.2.4 Actividades y gastos preliminares

Los gastos de constitución de “DECONIC” corresponden a aquellos gastos necesarios para la legalización de la misma y poder empezar sus operaciones, dentro de los cuales están:

Tabla 21 Gastos preliminares

Detalle	Costos
Acta de constitución	C\$ 300.00
Pago de matrícula	190.00
Alcaldía	309.00
Inspección de Bomberos	70.00
DGI	110.00
INSS	25.84
Regalías (termos)	840.00
Presupuesto de publicidad	2250.00
Archivador	280.00
Libro diario	210.00
Lapiceros	43.00
Engrapadora	170.00

Sello múltiple	154.00
Sello de la empresa	120.00
Almohadillas	120.00
Papel bod	196.00
Papeleras	125.00
Perforadora	50.00
Folders	150.00
Grapas	38.00
TOTAL	C\$ 5,750.08

1.2.5 Equipo de oficina

Se presenta la maquinaria y dispositivos necesarios para poder llevar a cabo cada una de las actividades de la empresa, tales como el equipo de cómputo, equipo de oficina y papelería y útiles de oficina.

Tabla 22 Equipo de computo

Equipo de computo			
Detalle	Unidades	Costo Unitario	Total
Computadora de escritorio	1	C\$13,699.00	C\$13,699.00
Impresora	1	1,799.00	1,799.00
Total		C\$15,498.00	C\$15,498.00

Fuente: Equipo Investigativo-2017

Tabla 23 Mobiliario

Mobiliario			
Detalle	Unidades	Costo Unit	Total
Mesa madera	1	C\$2,100.00	C\$2,100.00
Mesa plegable	1	1,685.44	1,685.44
Sillas	2	612.69	1,225.38
Abanico	2	674.00	1,348.00
Recipiente de basura	2	45.00	90.00

Extinguidor	1	1,200.00	1,200.00
Escoba	1	35.00	35.00
Total		C\$6,352.13	C\$7,683.82

Fuente: Equipo Investigativo-2017

Se presentan las fichas técnicas de la fuente de equipo de oficina

Ficha técnica N 1

Datos del equipo	Imagen de referencia	Datos del proveedor
Nombre: computadora escritorio Numero requerido: 1		Nombre: Almacenes Tropigas
Número de Teléfono: 8385-0995	Descripción del equipo: Se ocupa para la oficina de administración y ventas.	Dirección: Calle central, 2a. Av. Este, Masatepe

Fuente: Equipo Investigativo-2017

Ficha técnica N 2

Datos del equipo	Imagen de referencia	Datos del proveedor
Nombre: silla ejecutiva Numero requerido: 2		Nombre: Almacenes Tropigas
Número de Teléfono: 8385-0995	Descripción del equipo: Se ocupa para la oficina de administración y ventas.	Dirección: Calle central, 2a. Av. Este, Masatepe

Fuente: Equipo Investigativo-2017

Ficha técnica N 3

Datos del equipo	Imagen de referencia	Datos del proveedor
Nombre: Impresora Numero requerido: 1		Nombre: Almacenes Tropigas
Número de Teléfono: 8385-0995	Descripción del equipo: Se ocupa para la oficina de administración y ventas.	Dirección: Calle central, 2a. Av. Este, Masatepe

Fuente: Equipo Investigativo-2017

Ficha técnica N 4

Fuente: Equipo Investigativo-2017

Datos del equipo	Imagen de referencia	Datos del proveedor
Nombre: Extinguidor Numero requerido: 1		Nombre: Sinsa
Número de Teléfono: 8760-7616	Descripción del equipo: Se ocupa para la oficina como medida de seguridad.	Dirección: Km 8 1/2, Carretera a Masaya, Managua

Ficha técnica N 5

Datos del equipo	Imagen de referencia	Datos del proveedor
<p>Nombre: mesa de madera</p> <p>Numero requerido: 1</p>		<p>Nombre: Sinsa</p>
<p>Número de Teléfono: 8760-7616</p>	<p>Descripción del equipo: Se ocupa en la empresa para la elaboración del producto.</p>	<p>Dirección: Km 8 1/2, Carretera a Masaya, Managua</p>

Fuente: Equipo Investigativo-2017

Ficha técnica N 6

Datos del equipo	Imagen de referencia	Datos del proveedor
Nombre: mesa plegable Numero requerido: 1		Nombre: Almacenes Tropigas
Número de Teléfono: 8385-0995	Descripción del equipo: Se ocupa para la oficina de administración y ventas	Dirección: Calle central, 2a. Av. Este, Masatepe

Fuente: Equipo Investigativo-2017

1.2.6 Gastos administrativos

Tabla 24 Gastos administrativos

Proyecciones de Gastos de Administración													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Salarios	6,500.	6,500.00	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	78,000
Vacaciones	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	6,500
Treceavo mes	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	6,500
Indemnización	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	6,500
Inss Patronal	1,170	1,170.00	1,170	1,170	1,170	1,170	1,170	1,170	1,170	1,170	1,170	1,170	14,040
Amortización	1,047	1,047.00	1,047	1,047	1,047	1,047	1,047	1,047	1,047	1,047	1,047	1,047	12,564
Servicio de luz	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	375
Servicio de agua	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	450
Alquiler	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	5,250
Servicio de teléfono	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	2,189.52
Total C\$	11,030.71	132,368.52											

Fuente: Equipo Investigativo-2017

4.4 Plan financiero

4.4.1 Inversión y fuente de financiamiento

Zutter Lawrence, (2012) describe que en un plan de inversión se define sus ingresos con precisión, identifica sus metas y sirve como currículum de la empresa. El plan de inversión ayuda a asignar los recursos de forma apropiada, manejar complicaciones imprevistas y tomar buenas decisiones para el negocio. La parte del estudio de la inversión y financiamiento deberá contener lo siguiente: Inversión fija, Inversión diferida y Capital de trabajo.

Para iniciar operaciones DECONIC requiere de una inversión total de: C\$ 274,225.70 la cual esta compuesta por:

Línea recta

1. Inversión Fija: C\$ 23,181.82

Zutter Lawrence (2012) Delimita qué Inversión fija ya que el plan de negocio no puede desprenderse fácilmente de esta sin que con ello perjudique la actividad productiva. Todos los activos que componen la Inversión fija deben ser valorizados mediante licitaciones o cotizaciones pro - forma.

2. Inversión Diferida: C\$ 5,861.84

Zutter Lawrence (2012) Caracteriza inversión diferida por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Plan de negocio. Son susceptibles de ser amortizados anualmente. (Zutter Lawrence 2012)

3. Capital de Trabajo: C\$245,182.04

Stephen Ross, (1993-2010) consideran que el capital de trabajo es el dinero necesario para poner en funcionamiento el negocio durante el primer ciclo productivo, que es el tiempo transcurrido desde que se inician las operaciones del negocio hasta que se obtiene el dinero en cantidades suficientes como para seguir operando normalmente sin requerir de mayor inversión (Stephen Ross ,1993-2010)

4.4.1.1 Activos fijos

Tabla 25 Activos fijos

Activos fijos			
Detalle	Unidades	Costo Unitario	Total
Computadora de escritorio	1	C\$13,699.00	C\$13,699.00
Impresora	1	1,799.00	1,799.00
Mesa madera	1	2,100.00	2,100.00
Mesa plegable	1	1,685.44	1,685.44
Sillas	2	612.69	1,225.38
Abanico	2	674.00	1,348.00
Recipiente de basura	2	45.00	90.00
Extintidor	1	1,200.00	1,200.00
Escoba	1	35.00	35.00
Total			C\$23,181.82

Fuente: Equipo Investigativo-2017

4.4.1.2 Activos intangibles

Tabla 26 Activos intangibles

Otros Activos		
Gastos Organización	C\$ 1,004.84	
Publicidad al inicio de las operaciones	2,940.00	
papelería y útiles de oficina	1,767.00	
Total		C\$ 5,711.84

Fuente: Equipo Investigativo-2017

4.4.1.3 Capital de trabajo

Tabla 27 Capital de trabajo

Capital de Trabajo	
Compra de materia prima directa (3 mese)	C\$79,729.80
Compra de materia prima indirecta (3 meses)	68,285.40
Sueldos y Salarios (3 meses)	76,824.00
Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses)	13,828.32
servicio de agua	450.00
servicio de luz	375.00
servicio de casa triple	2,189.52
Alquiler del modulo	3,500.00
Total, Capital de Trabajo	C\$245,182.04

Fuente: Equipo Investigativo-2017

4.4.1.4 Inversión total

Tabla 28 Plan de inversión

Plan de Inversión	
Descripción	Total
Inversión Fija	
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$23.181,82
Sub total Inversión Fija	C\$23.181,82
Inversión Diferida	
Gastos Organización	C\$1.004,84
Publicidad al inicio de las operaciones	2.940,00
papelería y útiles de oficina	C\$1.767
Sub total Inversión Diferida	C\$ 5,861.84
Capital de Trabajo	

Compra de materia prima directa (3 meses)	C\$79.729,80
Compra de materia prima indirecta (3 meses)	68.285,40
Sueldos y Salarios (3 meses)	76.824,00
Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses)	13.828,32
servicio de agua	450,00
servicio de luz	375,00
servicio de casa triple	2.189,52
Alquiler del terreno	3.500,00
Sub total Capital de Trabajo	C\$ 245.182,04
Inversión Total	C\$ 274.225,70

Fuente: Equipo Investigativo-2017

4.4.1.5 Estructura del financiamiento

Narváez Sánchez (1997) expresa que es la manera de como una entidad puede a llegarse de fondos o recursos financieros para llevar a cabo sus metas de crecimiento. El financiamiento es en el banco central de Nicaragua, el préstamo es de 1750 dólares, con un plazo de 36 meses y una tasa de interés del 24% anual. (Narváez Sánchez 1997)

Tabla 29 Estructura de financiamiento

FECHA	CUOTA No.	MONTO DE CUOTA	Princ.PAG	INT.ACUM	SALDO
10/12/1917	0				\$ 1,750
12/01/1918	1	\$ 68,89	\$ 35,05	\$ 33,83	\$ 1.714,95
13/01/1918	2	\$ 68,89	\$ 34,59	\$ 34,30	\$ 1.680,36
14/01/1918	3	\$ 68,89	\$ 34,16	\$ 34,73	\$ 1.646,20
15/01/1918	4	\$ 68,89	\$ 35,96	\$ 32,92	\$ 1.610,24
16/01/1918	5	\$ 68,89	\$ 35,61	\$ 33,28	\$ 1.574,63
17/01/1918	6	\$ 68,89	\$ 36,34	\$ 32,54	\$ 1.538,29
18/01/1918	7	\$ 68,89	\$ 40,17	\$ 28,71	\$ 1.498,12
19/01/1918	8	\$ 68,89	\$ 37,93	\$ 30,96	\$ 1.460,19
20/01/1918	9	\$ 68,89	\$ 39,68	\$ 29,20	\$ 1.420,51
21/01/1918	10	\$ 68,89	\$ 39,53	\$ 29,36	\$ 1.380,98
22/01/1918	11	\$ 68,89	\$ 41,27	\$ 27,62	\$ 1.339,31
23/01/1918	12	\$ 68,89	\$ 41,20	\$ 27,69	\$ 1.298,51
24/01/1918	13	\$ 68,89	\$ 42,05	\$ 26,84	\$ 1.256,46
25/01/1918	14	\$ 68,89	\$ 43,76	\$ 25,13	\$ 1.212,71
26/01/1918	15	\$ 68,89	\$ 43,82	\$ 25,06	\$ 1.168,88
27/01/1918	16	\$ 68,89	\$ 45,51	\$ 23,38	\$ 1.123,38
28/01/1918	17	\$ 68,89	\$ 45,67	\$ 23,22	\$ 1.077,71
29/01/1918	18	\$ 68,89	\$ 46,61	\$ 22,27	\$ 1.031,09
30/01/1918	19	\$ 68,89	\$ 49,64	\$ 19,25	\$ 981,45
31/01/1918	20	\$ 68,89	\$ 48,60	\$ 20,28	\$ 932,85
01/02/1918	21	\$ 68,89	\$ 50,23	\$ 18,66	\$ 882,62
02/02/1918	22	\$ 68,89	\$ 50,65	\$ 18,24	\$ 831,98
03/02/1918	23	\$ 68,89	\$ 52,25	\$ 16,64	\$ 779,73
04/02/1918	24	\$ 68,89	\$ 52,77	\$ 16,11	\$ 726,96
05/02/1918	25	\$ 68,89	\$ 53,86	\$ 15,02	\$ 673,10
06/02/1918	26	\$ 68,89	\$ 55,42	\$ 13,46	\$ 617,67
07/02/1918	27	\$ 68,89	\$ 56,12	\$ 12,77	\$ 561,55
08/02/1918	28	\$ 68,89	\$ 57,66	\$ 11,23	\$ 503,90

09/02/1918	29	\$ 68,89	\$ 58,47	\$ 10,41	\$ 445,42
10/02/1918	30	\$ 68,89	\$ 59,68	\$ 9,21	\$ 385,74
11/02/1918	31	\$ 68,89	\$ 61,43	\$ 7,46	\$ 324,31
12/02/1918	32	\$ 68,89	\$ 62,18	\$ 6,70	\$ 262,13
13/02/1918	33	\$ 68,89	\$ 63,64	\$ 5,24	\$ 198,49
14/02/1918	34	\$ 68,89	\$ 64,78	\$ 4,10	\$ 133,70
15/02/1918	35	\$ 68,89	\$ 66,21	\$ 2,67	\$ 67,46
16/02/1918	36	\$ 68,89	\$ 67,49	\$ 1,39	0

Fuente: Equipo Investigativo-2017

4.4.2 Ingresos, egresos y costos

Stephen Ross (1993-2010) narran que los Ingresos por Ventas: Representan las ventas en efectivo percibidas por la empresa. Egresos, son las salidas o partidas de descargo incluyen los gastos y las inversiones. (Stephen Ross 1993-2010)

4.4.2.1 Presupuesto de ingreso

Tabla 30 Presupuesto ingreso

Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas													
Año 2018													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
lámparas	408	408	408	408	428	408	408	408	408	408	408	428	4937
Total	408	408	408	408	428	408	408	408	408	408	408	428	4937

Fuente: Equipo Investigativo-2017

Tabla 31 Ventas unid físicas

Proyecciones de ventas unidades físicas					
Anuales					
Año	2018	2019	2020	2021	2022
Lámparas	4937	5,184	5,443	5,715	6,001
Total	4937	5,184	5,443	5,715	6,001

Fuente: Equipo Investigativo-2017

Tabla 32 proyecciones unidades monetarias

Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias

Descripción	P. de Vta	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago.	Sep.	Oct	Nov	Dic	Total
Lámparas	189.01	77,118	77,118	77,118	77,118	80,973.90	77,118	77,118	77,118	77,118	77,118	77,118	80,973.90	933,127.86
Total		77,118.00	77,118.00	77,118.00	77,118.00	80,973.90	77,118.00	77,118.00	77,118.00	77,118.00	77,118.00	77,118.00	80,973.90	933,127.86

4.4.2.2 Presupuesto de egresos

Tabla 33 Gastos de ventas

Proyecciones de Gastos de Ventas													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Salarios	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	60,000.00
Vacaciones	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	5,000.00
Treceavo mes	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	5,000.00
Indemnización	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	5,000.00
Inss Patronal	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	10,800.00
Depreciación	258.30	258.30	258.30	258.30	258.30	258.30	258.30	258.30	258.30	258.30	258.30	258.30	3,099.60
Amortización	1,047	1,047	1,047	1,047	1,047	1,047	1,047	1,047	1,047	1,047	1,047	1,047	12,564.00
servicio de luz	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	375.00
servicio de agua	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	450.00
servicio de teléfono	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	2,189.52
alquiler	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	5,250.00
Total	9,144.01	C\$ 9,144.01											

Tabla 34 Gastos admón.

Proyecciones de Gastos de Administración													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Salarios	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500	78,000.00
Vacaciones	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	6,500.00
Treceavo mes	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	6,500.00
Indemnización	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	541.67	6,500.00
Inss Patronal	1,170	1,170	1,170	1,170	1,170	1,170	1,170	1,170	1,170	1,170	1,170	1,170	14,040.00
Amortización	1,047	1,047	1,047	1,047	1,047	1,047	1,047	1,047	1,047	1,047	1,047	1,047	12,564.00
servicio de luz	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	31.25	375.00
servicio de agua	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	450.00
Alquiler	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	437.50	5,250.00
servicio de teléfono	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	182.46	2,189.52
Total	11,030.71	11,030.71	11,030.7	11,030.71	11,030.71	11,030.71	11,030.71	11,030.71	11,030.71	11,030.7	11,030.71	11,030.71	132,368.52

4.4.2.3 Presupuesto de costo

Jonh Wild, y Robert, (2010) dicen que son estimados que de manera específica intervienen en todo el proceso de fabricación unitaria de un producto. (Jonh Wild, y Robert 2010)

4.4.2.4 Punto de equilibrio

Westerfield y Sthephen (2010) indica que el análisis del Punto de Equilibrio es un método que se utiliza para determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, es decir, el punto en que la empresa se equilibrara, pero también muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas exceden o caen por debajo de ese punto. (Westerfield y Sthephen , 2010)

El punto de equilibrio lo podemos calcular en unidades monetarias y en unidades física. El cálculo en unidades monetarias es la recomendada cuando la actividad no es reconocible en unidades o cuando hay varios bienes o productos. Aquí interviene mucho la “mezcla de producto”, es decir, la proporción en que son vendidos el producto, para que el punto de equilibrio calculado coincida con lo real, como es en el caso.

La tabla siguiente presenta el punto de equilibrio de la empresa, donde es necesario producir anualmente 3,838 unidades del producto lámparas decorativas, para no tener pérdidas. De acuerdo a la capacidad productiva de la empresa es de 4,896

Tabla 35 Punto de equilibrio

Lámparas	
Costos fijos	
Gastos de admón.	C\$ 132.368,52
Gastos de vta.	109.728,12
Mano de obra directa	97.296,00
Cif fijos	27.029,04
Sub total	C\$ 366.421,68

Costos variables	
Materia prima directa	65,29
Cif variables	27,09
Subtotal	92,38
Precio de venta	187,84
margen de contribución	95,46
Punto de equilibrio unidades físicas	3,838

Fuente: Equipo Investigativo-2017

4.4.2.5 Flujo de caja

Jonh Wild y Robert (2010) exponen que es la información de entradas y salidas se requiere para elaborar lo que se conoce como flujo de caja, un Estado Financiero que muestra el total de efectivo que ingreso o salió de la empresa, durante un periodo determinado. Plan de Innovación y Emprendimiento Regional Multidisciplinario (Jonh Wild y Robert 2010)

El Flujo de caja permite proyectar, de manera concreta y confiable, la situación económica de la empresa en tiempos futuros, facilitando a la vez tanto el cálculo de las cantidades de dinero que se requieran en fechas posteriores (para compra de equipo, materia prima, pago de adeudos, pago de sueldos, etc.), como de las cantidades de dinero que ingresaran a la empresa, por conceptos de ventas, derechos, intereses, etcétera.

El flujo de caja está compuesto por:

Ingresos:

- Ingresos por Ventas: Representan las ventas en efectivo percibidas por la empresa.

Desembolsos:

- Costo variable: Representa los gastos mensuales por materia prima y suministros incurridos en el proceso productivo.

- Costo Fijo: Representa los gastos mensuales por salarios del personal de producción y los costos indirectos de fabricación.
- Gasto de Venta: Representan los gastos de venta para el período.
- Gasto de Administración: Representan los gastos de administración del período.
- Depreciación Inversión Fija: Representa la depreciación total de los activos fijos obtenidos por la empresa.
- Amortización de Diferidos: Representa la amortización de los activos Diferidos incurridos para el establecimiento de la empresa.
- Amortización de la Deuda: Representa la amortización de la deuda adquirida para financiar la empresa.
- Gastos Financieros: Representa el desembolso realizado por los intereses incurridos por el financiamiento.
- Utilidad Bruta: Está dada por la resta entre el ingreso por ventas y el total desembolso.
- Plan de Innovación y Emprendimiento Regional Multidisciplinario
- Utilidad Neta: Está determinada por la diferencia entre la utilidad bruta y el impuesto sobre la renta.

Subsiguientemente se suman los montos correspondientes a la depreciación y amortización, incluidas en la parte de desembolsos, ya que estas no representan una salida de dinero lo que da como resultado el flujo de caja.

Tabla 36 flujo de caja proyectada

Concepto	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Total
Saldo Inicial	C\$ 97.166,84	C\$ 71.376,80	C\$ 75.045,64	C\$ 78.897,92	C\$ 82.942,82	C\$ 405.430,02
Ingresos	C\$ 931.031,37	C\$ 977.582,94	C\$ 1.026.462,08	C\$ 1.077.785,19	C\$ 1.131.674,45	C\$ 5.144.536,03
Disponibilidad	C\$ 1.028.198,21	C\$ 1.048.959,74	C\$ 1.101.507,72	C\$ 1.156.683,11	C\$ 1.214.617,27	C\$ 5.549.966,04
Egresos						
MOD	C\$ 97.296,00	C\$ 102.160,80	C\$ 107.268,84	C\$ 112.632,28	C\$ 118.263,90	C\$ 537.621,82
MATERIA PRIMA DIRECTA	C\$ 322.752,89	C\$ 338.890,53	C\$ 355.835,06	C\$ 373.626,81	C\$ 392.308,16	C\$ 1.783.413,46
CIF	C\$ 195.509,04	C\$ 205.284,49	C\$ 215.548,72	C\$ 226.326,15	C\$ 237.642,46	C\$ 1.080.310,86
GASTO ADMON	C\$ 132.368,52	C\$ 138.986,95	C\$ 145.936,29	C\$ 153.233,11	C\$ 160.894,76	C\$ 731.419,63
GASTO DE VENTA	C\$ 109.728,12	C\$ 115.214,53	C\$ 120.975,25	C\$ 127.024,01	C\$ 133.375,22	C\$ 606.317,13
Total Egresos	C\$ 857.654,57	C\$ 900.537,30	C\$ 945.564,16	C\$ 992.842,37	C\$ 1.042.484,49	C\$ 4.739.082,89
Disponibilidad Efectiva	C\$ 73.376,80	C\$ 77.045,64	C\$ 80.897,92	C\$ 84.942,82	C\$ 89.189,96	C\$ 405.453,13
Caja Mínima Requerida	C\$ 2.000,00	C\$ 10.000,00				
Excedente o Déficit sobre la caja mínima	C\$ 71.376,80	C\$ 75.045,64	C\$ 78.897,92	C\$ 82.942,82	C\$ 87.189,96	C\$ 395.453,13
Disponibilidad Neta Final	C\$ 71.376,80	C\$ 75.045,64	C\$ 78.897,92	C\$ 82.942,82	C\$ 87.189,96	C\$ 395.453,13

4.4.3 Análisis financiero

(Jonh Wild y Robert (2010) Como el conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa.

(Jonh Wild y Robert 2010)

4.4.3.1 Flujo de fondo

Zutter Lawrence, (2012) Es la cantidad de dinero en efectivo y en crédito, fluyendo dentro y fuera de un negocio. (Zutter Lawrence, 2012)

Tabla 37 flujo de fondo

	0	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Ingresos por Ventas		C\$ 931.031,37	C\$ 977.582,94	C\$ 1.026.462,08	C\$ 1.077.785,19	C\$ 1.131.674,45
Costos de Producción		C\$ 615.557,93	C\$ 646.335,83	C\$ 678.652,62	C\$ 712.585,25	C\$ 748.214,51
Utilidad bruta		C\$ 315.473,44	C\$ 331.247,11	C\$ 347.809,47	C\$ 365.199,94	C\$ 383.459,94
Gastos Administrativos		C\$ 132.368,52	C\$ 138.986,95	C\$ 145.936,29	C\$ 153.233,11	C\$ 160.894,76
Gastos de Venta		C\$ 109.728,12	C\$ 115.214,53	C\$ 120.975,25	C\$ 127.024,01	C\$ 133.375,22
Utilidad antes de Impuesto		C\$ 73.376,80	C\$ 77.045,64	C\$ 145.936,29	C\$ 153.233,11	C\$ 160.894,76
Depreciación				C\$ 266.911,55	C\$ 280.257,12	C\$ 294.269,98
Amortización		C\$ 25.128,00	C\$ 25.128,00	C\$ 80.897,92	C\$ 84.942,82	C\$ 89.189,96
Inversión Fija	-C\$ 23.181,82					
Inversión Diferida	-C\$ 5.861,84					C\$ 0,00
Capital de Trabajo	-C\$ 245.182,04			C\$ 80.897,92	C\$ 84.942,82	C\$ 89.189,96
Flujo Neto de Efectivo	-C\$ 274.225,70	C\$ 98.504,80	C\$ 102.173,64	C\$ 493.745,76	C\$ 518.433,05	C\$ 544.354,70

Fuente: Equipo Investigativo-2017

Flujo de caja

Tabla 38 flujo de caja

Concepto	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Total
Saldo Inicial	C\$ 97.166,84	C\$ 71.376,80	C\$ 75.045,64	C\$ 78.897,92	C\$ 82.942,82	C\$ 405.430,02
Ingresos	C\$ 931.031,37	C\$ 977.582,94	C\$1.026.462,08	C\$ 1.077.785,19	C\$1.131.674,45	C\$5.144.536,03
Disponibilidad	C\$ 1.028.198,21	C\$ 1.048.959,74	C\$1.101.507,72	C\$ 1.156.683,11	C\$1.214.617,27	C\$5.549.966,04
Egresos						
MOD	C\$ 97.296,00	C\$ 102.160,80	C\$ 107.268,84	C\$ 112.632,28	C\$ 118.263,90	C\$ 537.621,82
MATERIA PRIMA DIRECTA	C\$ 322.752,89	C\$ 338.890,53	C\$ 355.835,06	C\$ 373.626,81	C\$ 392.308,16	C\$1.783.413,46
CIF	C\$ 195.509,04	C\$ 205.284,49	C\$ 215.548,72	C\$ 226.326,15	C\$ 237.642,46	C\$1.080.310,86
GASTO ADMON	C\$ 132.368,52	C\$ 138.986,95	C\$ 145.936,29	C\$ 153.233,11	C\$ 160.894,76	C\$ 731.419,63
GASTO DE VENTA	C\$ 109.728,12	C\$ 115.214,53	C\$ 120.975,25	C\$ 127.024,01	C\$ 133.375,22	C\$ 606.317,13
Total Egresos	C\$ 857.654,57	C\$ 900.537,30	C\$ 945.564,16	C\$ 992.842,37	C\$ 1.042.484,49	C\$4.739.082,89
Disponibilidad Efectiva	C\$ 73.376,80	C\$ 77.045,64	C\$ 80.897,92	C\$ 84.942,82	C\$ 89.189,96	C\$ 405.453,13
Caja Mínima Requerida	C\$ 2.000,00	C\$ 2.000,00	C\$ 2.000,00	C\$ 2.000,00	C\$ 2.000,00	C\$ 10.000,00
Excedente o Déficit sobre la caja mínima	C\$ 71.376,80	C\$ 75.045,64	C\$ 78.897,92	C\$ 82.942,82	C\$ 87.189,96	C\$ 395.453,13
Disponibilidad Neta Final	C\$ 71.376,80	C\$ 75.045,64	C\$ 78.897,92	C\$ 82.942,82	C\$ 87.189,96	C\$ 395.453,13

Balance General

(Narváez Sánchez, 1997) Su nombre se originó de la palabra “balanza” que muestra precisamente el equilibrio o igualdad que existe entre el total de recursos de la empresa y la suma de las deudas más las aportaciones de sus propietarios. El Balance General también llamado “Estado de situación”, tiene por finalidad rendir un informe de la situación patrimonial de la empresa para una fecha determinada; es decir, muestra una situación resumida y clasificada del patrimonio activo, pasivo y el capital neto de la empresa.

Las cuentas de Balance se clasifican de acuerdo con su liquidez, es decir, según la rapidez en que pueden convertirse en efectivo.

Activo

Activo Corriente

- Efectivo: Incluye el efectivo requerido para el pago de los salarios, pago de servicios básicos y pago del alquiler del local.
- Inventario de Materia Prima e Insumos: Representa el inventario de materia prima y suministros que necesita la empresa para el primer ciclo productivo.
- Inventario de Producción en proceso: Esta representa la materia prima que está en proceso.
- Inventario de Productos terminados: Son aquellos productos que ya están terminados para la venta.

Activo No Corriente

Activo Fijo: Representa los activos fijos que son propiedad de la empresa al iniciar operaciones, tales como: Maquinaria y Equipo, Equipo de Cómputo, Mobiliario y Equipo de oficina.

Activo Diferido: Representa los derechos intangibles adquiridos por la empresa y que son amortizables en transcurso de la operación de la empresa.

Pasivo

Pasivo No Corriente

- Préstamo Por Pagar L/P: Representa la deuda adquirida para iniciar el funcionamiento de la empresa.
- Capital contable: Está determinado por la diferencia entre Activo menos Pasivo.

Tabla 39 Balance general

Expresado en Córdoba			
<u>Activos</u>			
Corriente			
Efectivo en Caja y Banco			
Cuentas por Cobrar			
Inventarios	C\$ 66.640,00		
Sub total Activo Corriente		C\$ 66.640,00	
No Corriente			
Mobiliario y Equipo de Oficina	23.181,82		
Maquinaria	-		
Vehículo para distribución	-		
Depreciación de activo no corriente			
Sub total No Corriente		C\$ 23.181,82	
Otros Activos			
Gastos Organización	1.004,84		
Publicidad al inicio de las operaciones	3.090,00		
Amortización de otros activos			
Sub total Otros Activos		C\$ 4.094,84	
Total Activos			C\$ 93.916,66
<u>Pasivo</u>			
Corriente			
Proveedores			
Total Pasivos		C\$ -	
<u>Patrimonio</u>			
Capital Contable	C\$ 274.225,70		
Utilidad o Perdida del Ejercicio	C\$ 73.376,80		
Total Patrimonio		C\$ 347.602,50	
Total Pasivo más capital			C\$ 347.602,50

4.4.3.2 Valor actual neto (VAN)

Stephen Ross (1993-2010) El valor presente neto (VPN) consiste en encontrar la equivalencia de los flujos de efectivo futuros del plan de negocio, para después compararlos con la inversión inicial.

VAN= C\$ 164.548,05 este resultado nos indica que el plan de negocio es aceptable.

4.4.3.3 Tasa interna de retorno (TIR)

Conocida también como tasa interna de rendimiento, es un instrumento o medida usada como indicador al evaluar la eficacia de una inversión. Es la tasa que reduce a cero las equivalencias del valor presente neto, valor futuro o valor anual en una serie de ingresos y egresos. Es un índice de rentabilidad ampliamente aceptado, el cual va a mostrar si conviene invertir en un determinado plan de negocio.

Para la toma de decisión sobre la rentabilidad de un proyecto, hay que compararlo con el beneficio que el dinero invertido en el proyecto hubiera podido generar (o ganar) si fuese invertido en el mejor proyecto alternativo. Hay que comparar los beneficios del proyecto con el costo de oportunidad del dinero invertido en él.

Este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse sí su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos los ingresos y egresos expresados en moneda actual. Se puede expresar en la siguiente ecuación matemática:

Donde BN, representa el beneficio neto del flujo en el período n, obviamente el BNn puede tomar un valor positivo o negativo y la expresión $1/(1+i)^n$ comúnmente se llama factor de descuento en el año t.

La cual da como resultado TIR = 45,96% (Stephen A. Ross 1993-2010)

5. Conclusiones

Con la realización del presente Seminario de Graduación, se concluye: en el ámbito mercadológico se realizó un plan de mercadotecnia, en el cual se obtuvo información sobre el entorno empresarial en el cual estará inmersa DECONIC, los clientes potenciales del producto son turistas nacionales y extranjeros. Se determinó que de la población insatisfecha se cubrirá un 5% por la capacidad productiva de la empresa. Tomando en cuenta la demanda insatisfecha real de los clientes obtenida en el estudio de mercado, se logró realizar la estimación de las ventas de 5 años, proyectadas en unidades físicas y unidades monetarias.

Se estructuró un plan de producción que describe un proceso productivo eficiente incorporando en este formato de control para cada etapa del proceso que apoyen al responsable de producción al cumplimiento de los estándares establecido, del mismo modo se especificó claramente las herramientas y equipos necesarios para llevar a cabo la producción del artículo, se diseñó la distribución de las instalaciones de la empresa y por último se realizó la planificación y volumen de la producción para los 5 años.

Elaboramos los aspectos de gestión y organización, los cuales incorporan elementos de planeación que permiten la definición del horizonte de la empresa, planteamos un organigrama funcional donde se especificó cargos y las funciones para cada uno de los colaboradores de la pequeña empresa. El aspecto Financiero demostró que la pequeña empresa DECONIC requiere de una inversión total de C\$ 274,225.70

Así mismo establecimos los Estados Financieros correspondientes (Balance General, Estado de Resultado y el flujo de caja) y estimación del punto de equilibrio. Para finalizar se evaluó la rentabilidad del negocio mediante los indicadores financieros: Valor actual neto (VAN) y tasa interna de retorno (TIR). Ambos demostraron la viabilidad económica-financiera del plan de negocio de la pequeña empresa.

6. Bibliografía

- Alcaraz, R. (2000). *El Emprendedor De Exito* (3ra ed.). México.
- Alcaráz, R. (2001). *El emprendedor de éxito*.
- CEI. (2010). *Manual Básico de Plan de Negocios para Pequeñas y Medianas Empresas Rurales. Managua*.
- Chad, Z. L. (2012). *Principios de la Administración Financiera*. México: Decimo Segunda.
- Chavez, R. M. (2017). *Metodología de Investigación*. Jinotepe.
- Chiavenato, I. (2001).
- Dankhe. (1986).
- Duran, Izate Y Saucedo. (2006).
- Fleitam, J. (s.f.).
- Harper. (s.f.).
- INIDE. (2008). *CENSO*.
- INPYME. (2009). *Manual de Plan de Negocios con Prácticas de Género, “Una empresa con mirada de mujer. Managua*.
- Jennings. (1994).
- Jonh Wild. Robert Subramanyam. (2010). *Analisis de Estados Financieros*. México: Novena.
- Junichiro, K. (2004).
- Kotler, P. &. (2007). *Marketing version latinoamericana (Decimoprimer edición ed.)*.
- Morse, K. (s.f.).
- Münch, L. (2010). *ADMINISTRACIÓN Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*.
- Narvárez Sánchez, A. A. (1997). *Contabilidad I. . Managua*.
- Peñaloza., A. W. (2003). *Educación-América-Latina .*
- Raved, P. S. (2008). *Competencias Laborales*.
- Russo, P. J. (2002). *Toma de Decisiones*.
- Sanabria, A. (2017). *Concetos Generales*.
- Schumpeter, J. (1934).
- Socorro, S. H. (2017). *Conceptos Generales*. 1er ed.

Stephen A. Ross Randolph W. Westerfield Jordan Jeffrey, F. J. (1993-2010). *Finanzas Corporativas*. México: Novena.

UNAN, M. (2015). *Normativa de la JUDC. Managua* .

Westerfield Jordan. Sthephen A, R. (2010). *Fundamentos de Finanzas Corporativas*. México: Novena.

www.inspiration.org/cambio-climatico/reciclaje. (20 de 2014). *Reciclaje*.

www.wikipwdia, l. (2017). *Definiciones*.

7. Anexos

Anexo #1 Encuestas a clientes potenciales

**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua,
Managua UNAN- Managua.
Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo
FAREM-Carazo**



Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas.

Nº: ____

Objetivo: Conocer su opinión sobre la elaboración de lámparas decorativas a base de material reciclado (tela). Agradecemos de antemano su colaboración, la información que nos brinde será de mucha importancia para la realización del estudio. Estas respuestas serán de carácter confidencial. Marque con una X la respuesta de su preferencia.

Aspectos demográficos

P.1. Edad:

1. 20-34
2. 35-44
3. 45-54
4. 55-más

P.2. Sexo: 1. F 2. M

P.3. Ingresos mensuales: 1. Menos C\$ 5,000.00 2. Más C\$ 5,000.00

Aspectos de la demanda

P.4. ¿Alguna vez usted ha comprado lámparas decorativas?

1. Sí
2. No

P.5. ¿Con qué frecuencia compra lámparas decorativas de noche?

1. 1 vez al año
2. 2 a 3 veces al año
3. 4 a más veces al año
4. Nunca

P.6. ¿Qué elemento toma en cuenta al momento de comprar lámparas?

1. Calidad 2. Precio 3. Marca 4. Empaque 5 Otro _____

Aspectos de la oferta

P.7. ¿Cuáles de las siguientes características del producto considera usted más relevante?

1. Rendimiento
2. Durabilidad
3. Diseño
4. Tamaño
5. Novedoso
6. Facilidad de uso

P.8. Según su respuesta anterior, cual es el grado de importancia de la característica

1. Alto 2. Bueno 3. Regular 4. Bajo

P.9. ¿Dónde adquiere este tipo de productos?

1. Supermercados 2. Tiendas 3. Mercado 4. Otro _____

Producto

P.10. ¿Le gustaría obtener una lámpara decorativa a base de tela reciclada? (si su respuesta es sí, prosiga, de lo contrario continuar pregunta

1. Sí 2. No

P.11. ¿Cómo considera usted la idea de negocio para la creación de lámparas decorativas a base de tela?

1. Deficiente
2. Regular
3. Bueno
4. Muy Bueno
5. Excelente

P.12. ¿Cuál de los siguientes aspectos le atraería más del producto?

1. Innovador 2. Facilidad de uso 3. Atractivo 4. Duradero
5. Está de moda

P.13. ¿En qué cantidad adquiriría las lámparas decorativas recicladas?

1. 1 unidad 2. 2 a 3 unidades 3. 4 a mas

P.14. ¿De qué tamaño preferiría el producto?

1. Pequeño 2. grande

P.15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por las lámparas decorativas de noche?

1. 100-150
2. 180-220
3. 250

P.16. ¿Con qué frecuencia compraría nuestros productos?

1. Una vez al año 2. Entre 2-6 al año 3. 6 a más

P.17. ¿En qué temporada del año considera usted que compraría este producto?

1. Febrero 2. Mayo 3. Julio 4. Diciembre

P.18. ¿Dónde preferiría comprar nuestros productos?

1. Mercados 2. Punto central 3. Tiendas 4. Online

P.19. ¿A través de qué medio publicitario le gustaría informarse sobre las promociones que estaremos realizando?

1. Redes sociales 2. Radio 3. Volantes 4. Otros _____

P.20. ¿Cuáles son las razones principales por la que usted compraría lámpara decorativa?

1. Le gusta 2. Muy coloridos 3. Atractivos 4. Accesibles

Anexo N 2 operacionalización de las variables

Variable independiente	Variable dependiente	Sub variable	Técnica	Teoría de soporte
Plan de Mercado	Demanda	Situación de compra Decisión de compra Frecuencia de compra	Encuesta Observación Investigación de campo Documentación	Como llegar a nuestros clientes potenciales. Alcaraz, R. (2000). El emprendedor de éxito (3era edición). Microeconomía. Salvatore. Negocios exitosos
	Oferta	Comportamiento de compra Competencia indirecta Competencia directa Precio de la competencia		
	Promociones	Publicidad Relaciones con los clientes		
Plan de producción	Proceso productivo	Tareas Actividades Tiempo Proceso	Encuesta Observación	La producción e insumos físicos. Alcaraz, R. (2000) El emprendedor de éxito (3era edición). México.
	Tecnología	Depreciación de equipos Cantidad de tecnología		

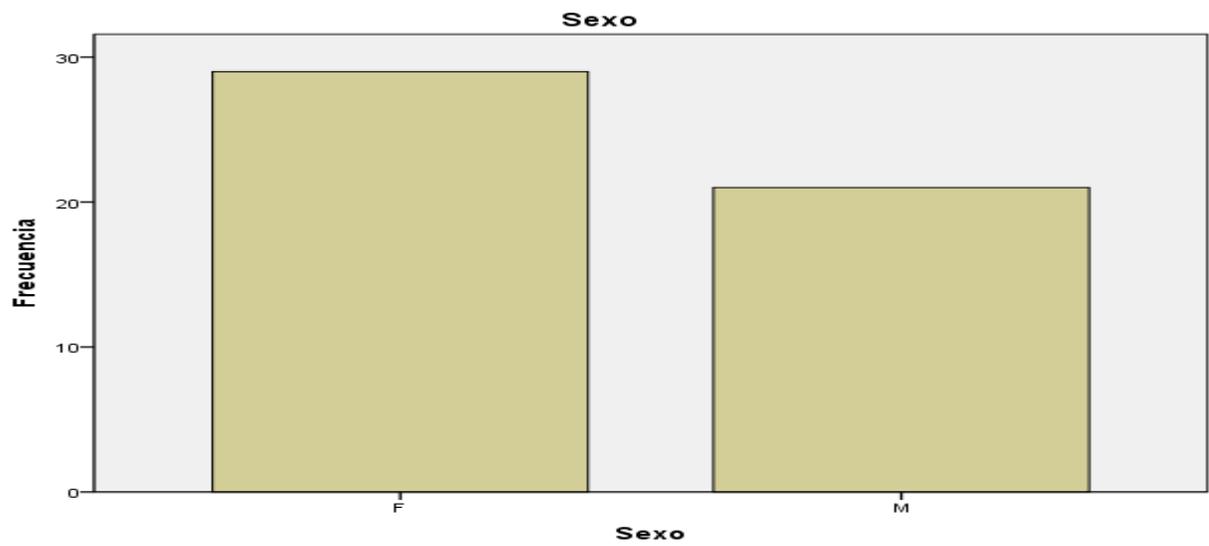
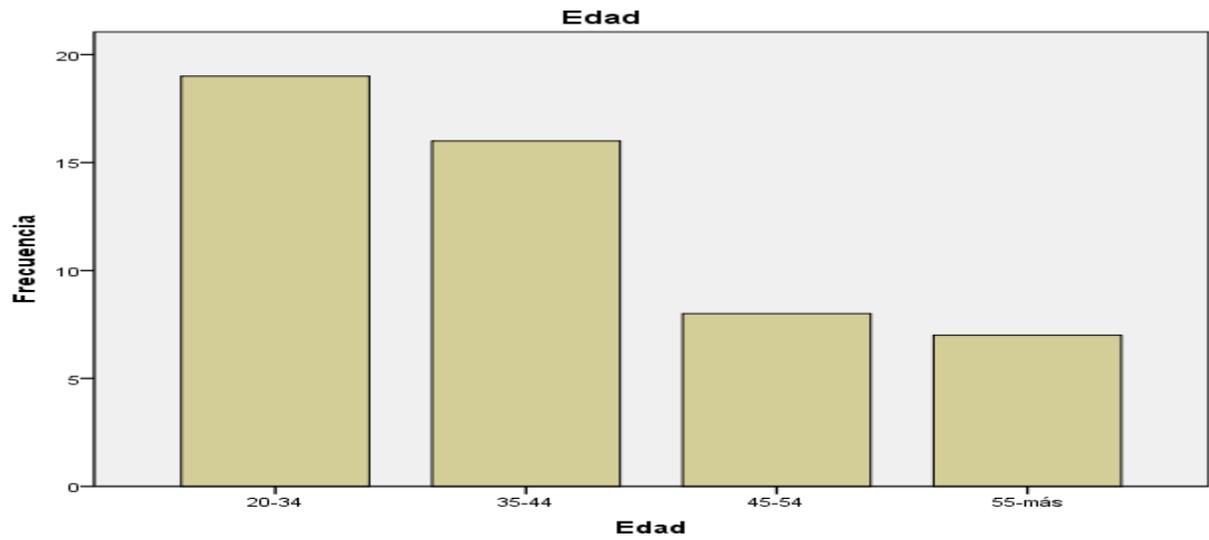
	Materia prima	Proveedores Materia prima directa Materia prima indirecta		
Plan de organización	Estructura organizativa	Tareas Jerarquía	Observación Documentación Investigación de campo	Manual de funciones. Idalberto Chiavenato, L. (2001). Ley de promoción fomento de las MYPYMES. Organización de la empresa. Benjamín Franklin.
	Manual de funciones	Grado de especialización Departamento Responsabilidad Funciones		
	Aspectos legales	Registro del producto Obligaciones		
Plan financiero	Gastos administrativos	Mobiliario de equipo Equipo de oficina	Observación Documentación	Estado y ganancias de pérdida INPYME. (2009). Manual de plan de negocios con prácticas de género. Contabilidad para no contadores. Andrés Narváez
	Balance general	Banco Inventario Inversión Proveedores		
	Estado de resultado	Ventas Compras Utilidad bruta		

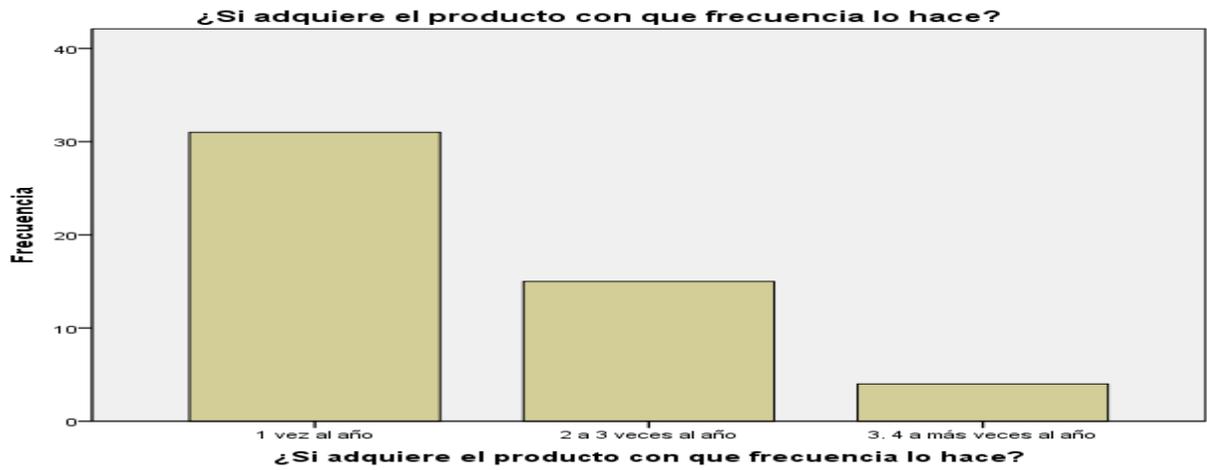
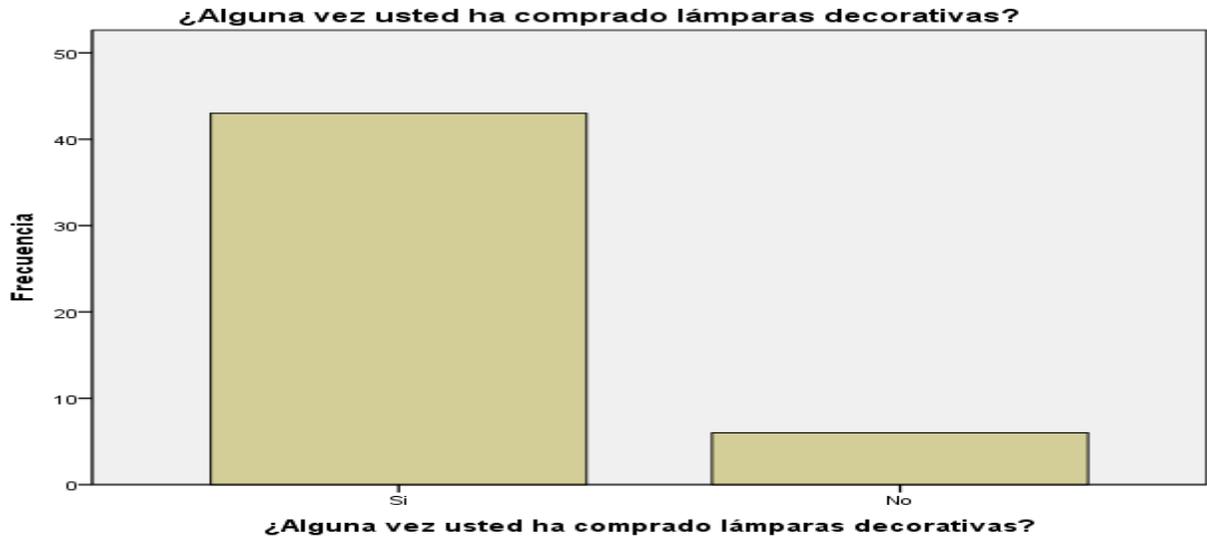
Fuente: Equipo Investigativo-2017

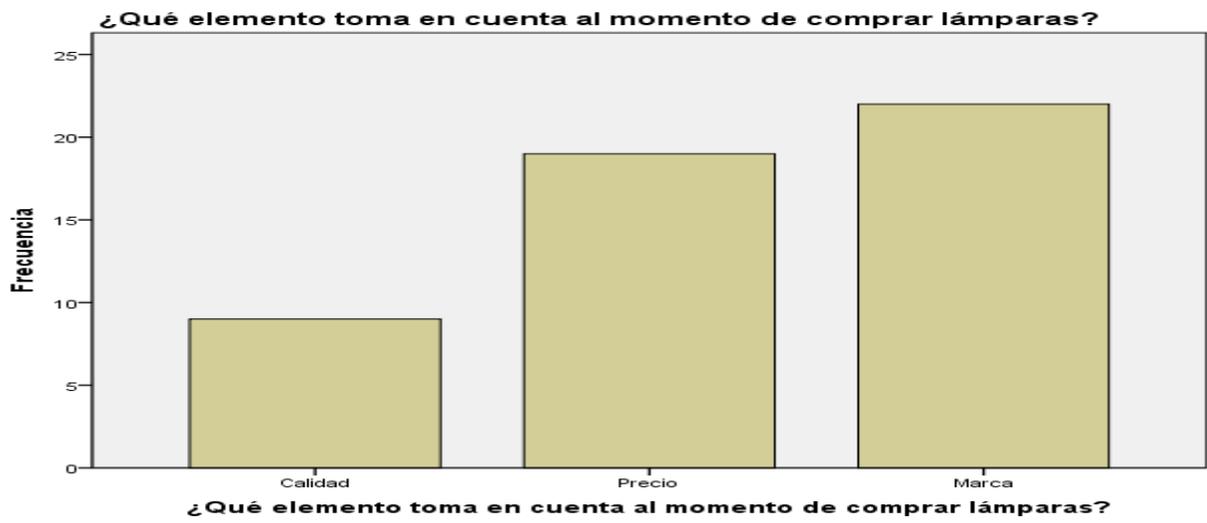
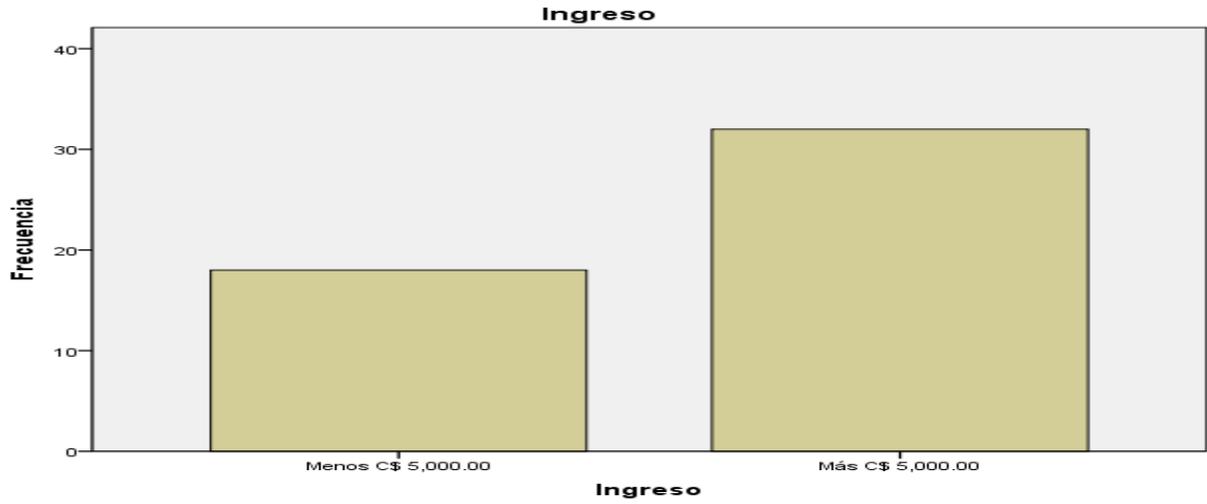
Anexo #3 Cronograma de trabajo

Actividades	Agosto				Septiembre				Octubre			Noviembre				Diciembre			
Semanas	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6	S 7	S 8	S 9	S 10	S 11	S 12	S 13	S 14	S 15	S16	S 17	S18	S19
Días																			
Introducción																			
Antecedentes																			
Justificación																			
Objetivos																			
Objetivo general																			
Objetivos específicos																			
Fundamentación teórica																			
Diseño metodológico																			
Tipo de estudio																			
Método y técnicas de investigación																			
Fuentes de información																			
Fuentes primarias.																			
Fuentes secundarias.																			
Técnicas e instrumentos de recolección de datos																			
Plan de operacionalización de variables (anexo)																			
Diseño de instrumento de investigación (anexo)																			
Trabajo de campo																			
Población y muestra																			
Población.																			
Muestra.																			
Análisis y discusión de resultados																			
Propuesta de acción																			
8.1 Plan de Mercadotecnia																			
8.1.1 Descripción de la innovación.																			
8.1.2 Comparación del producto con la competencia.																			
8.1.4 Mercado/ Zona comercial.																			
8.1.5 Segmentación de mercado.																			
8.1.6 Clientes potenciales.																			
8.1.7 Demanda total.																			

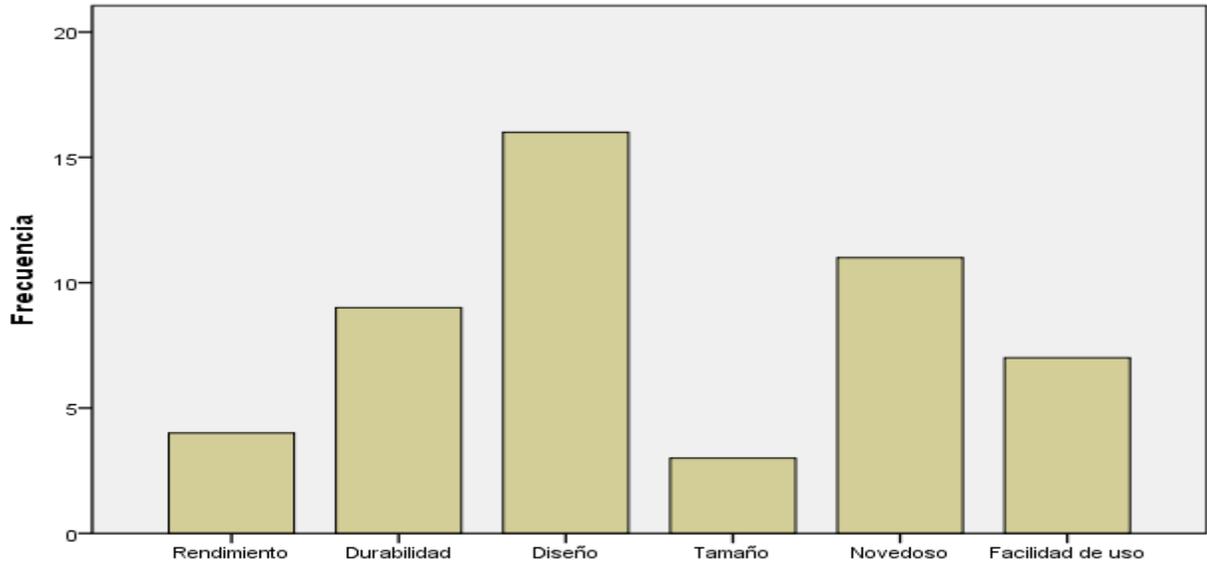
Anexo #4 Gráfico de barras







¿Cuáles de las siguientes características del producto considera usted más relevante?

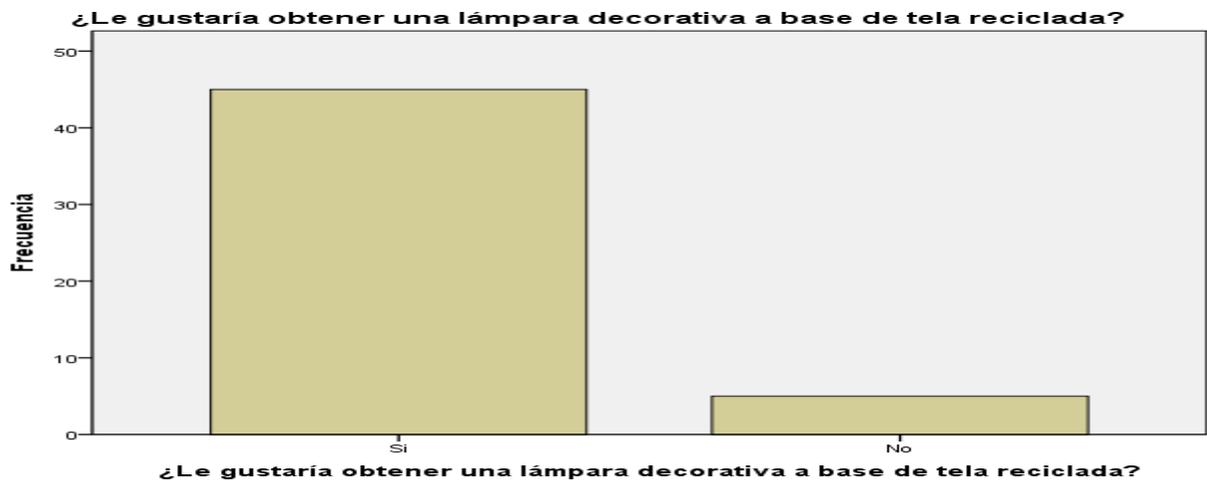
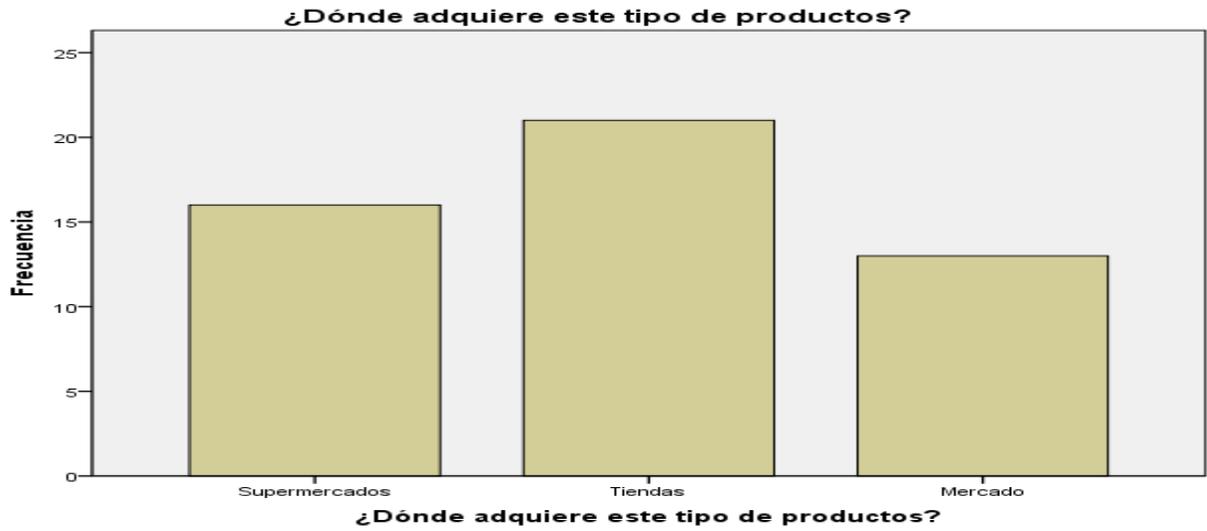


¿Cuáles de las siguientes características del producto considera usted más relevante?

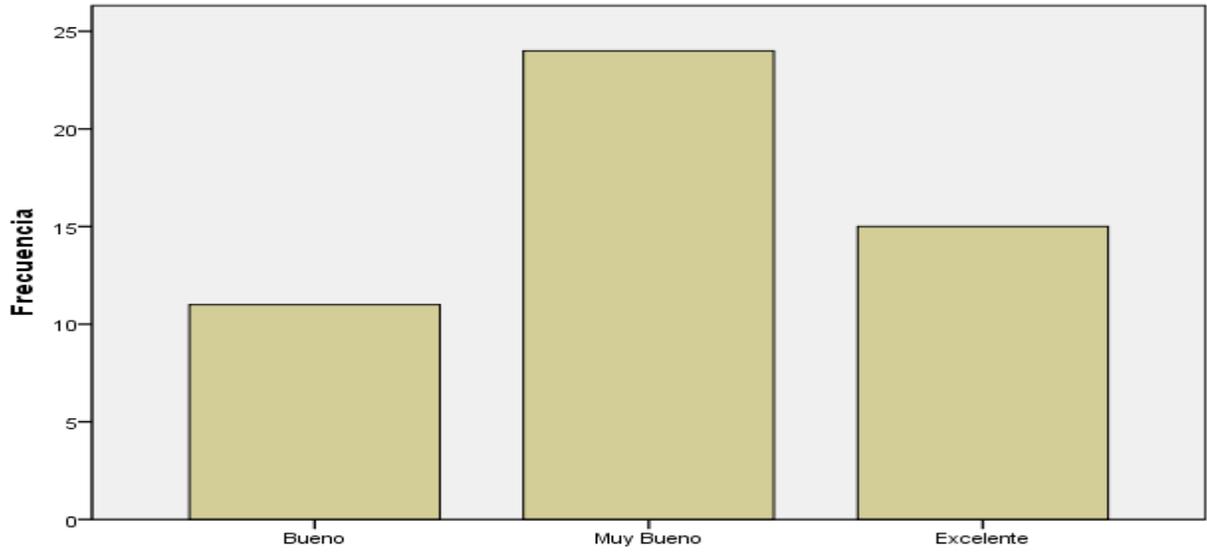
Según su respuesta anterior, cual es el grado de importancia de la característica



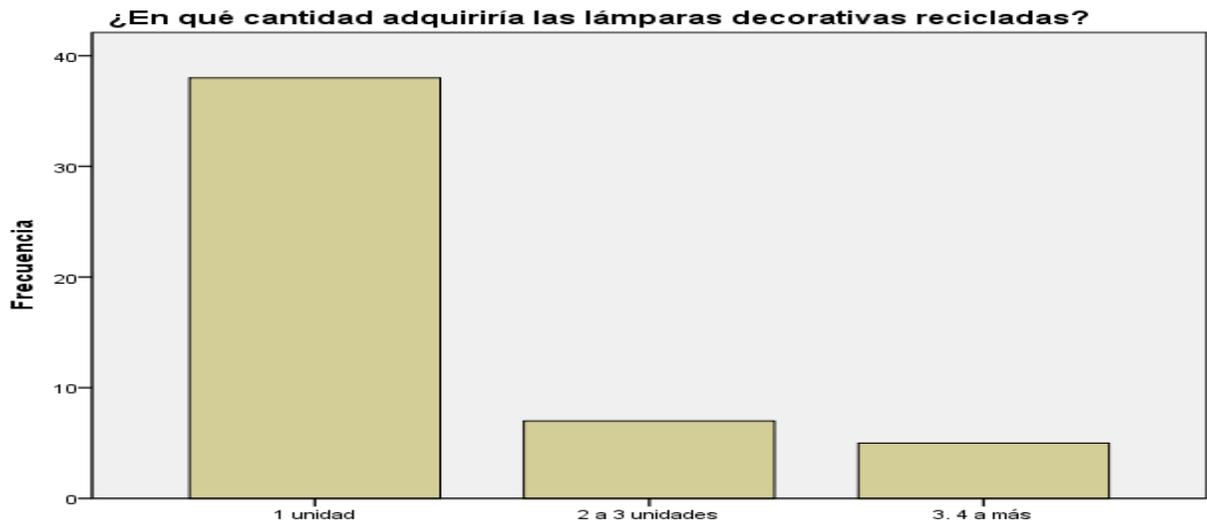
Según su respuesta anterior, cual es el grado de importancia de la característica



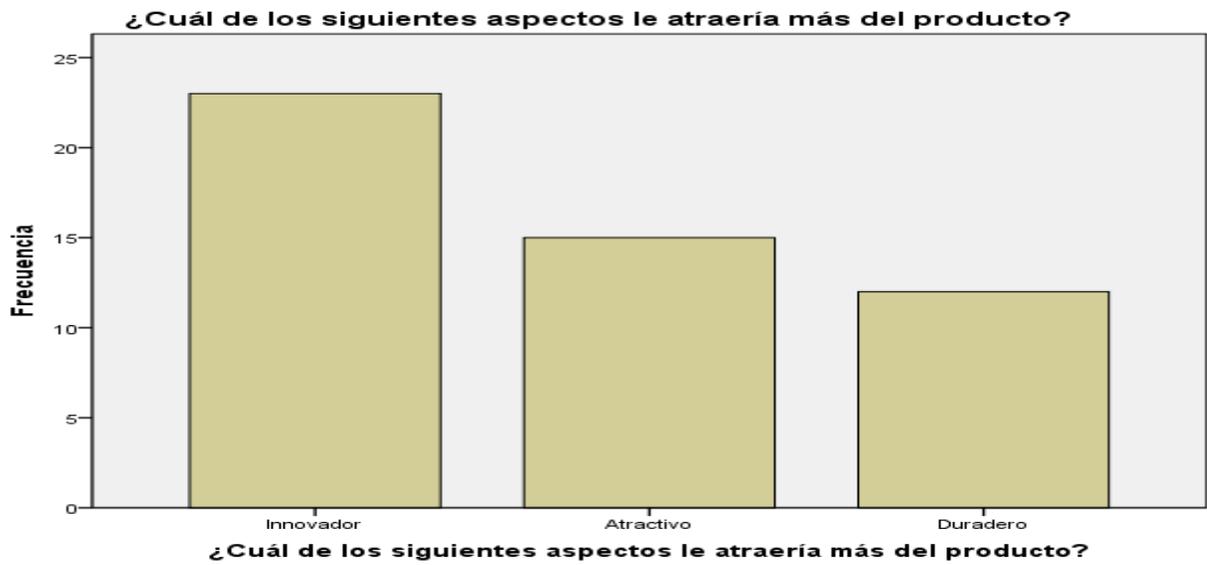
¿Cómo considera usted la idea de negocio para la creación de lámparas decorativas a base de tela?



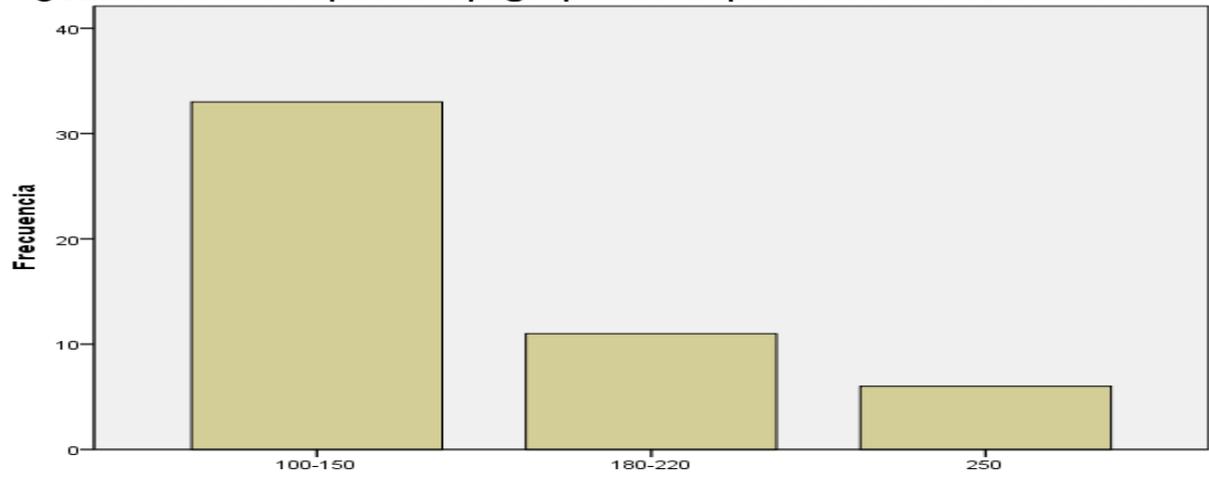
¿Cómo considera usted la idea de negocio para la creación de lámparas decorativas a base de tela?



¿En qué cantidad adquiriría las lámparas decorativas recicladas?

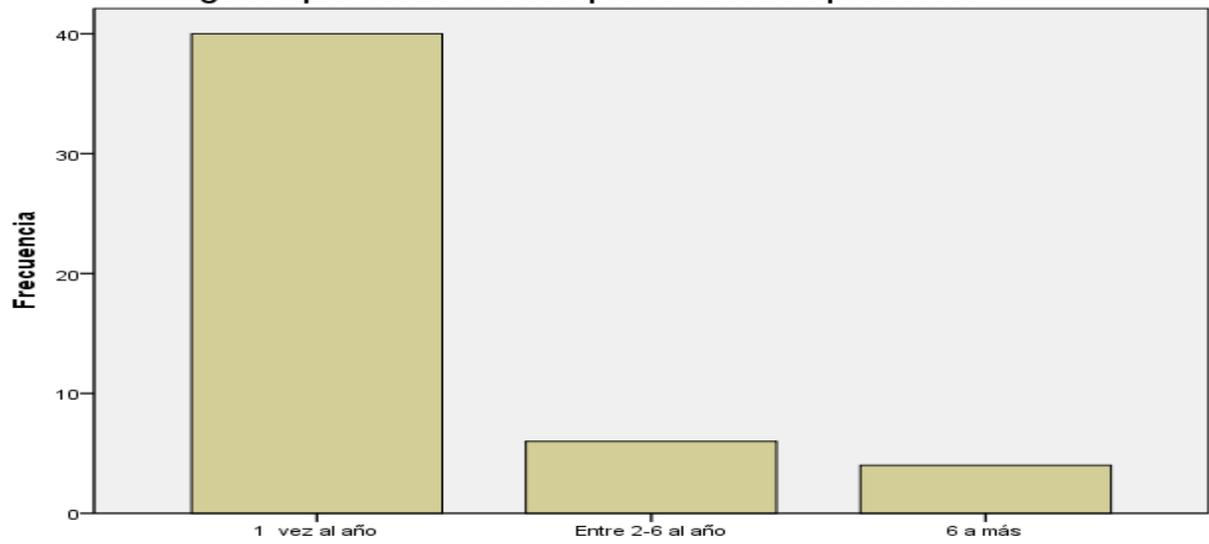


¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por las lámparas decorativas de noche?



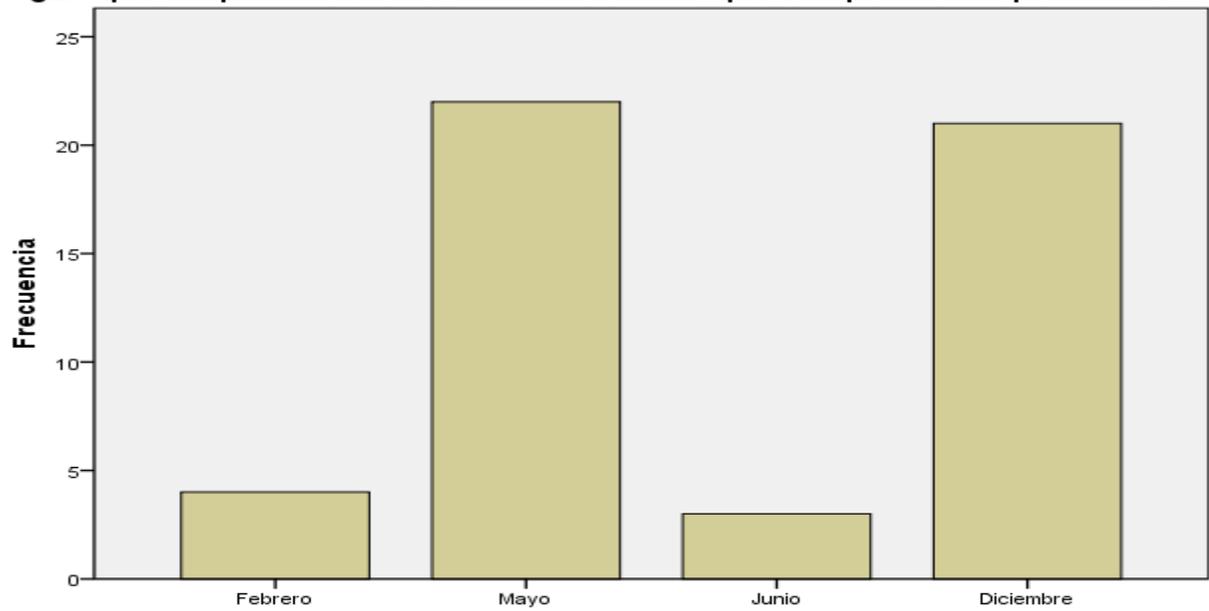
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por las lámparas decorativas de noche?

¿Con qué frecuencia compraría nuestros productos?



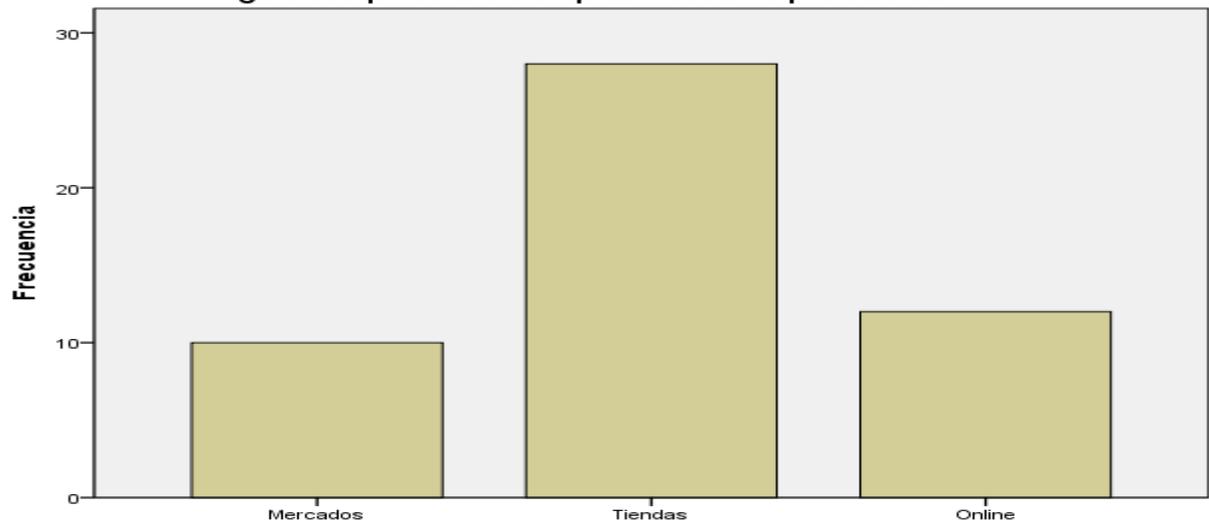
¿Con qué frecuencia compraría nuestros productos?

¿En que temporada del año considera usted que compraría este producto?



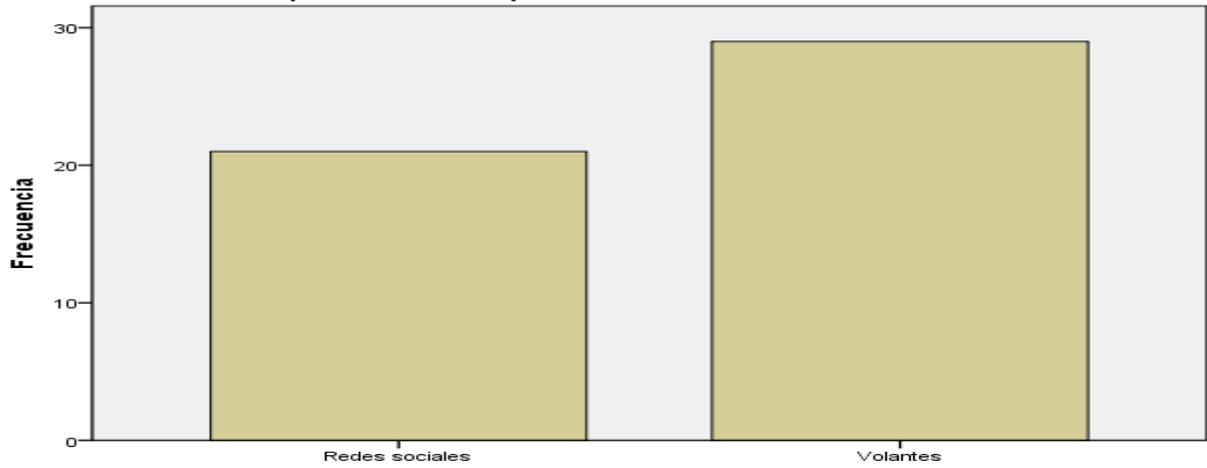
¿En que temporada del año considera usted que compraría este producto?

¿Dónde preferiría comprar nuestros productos?



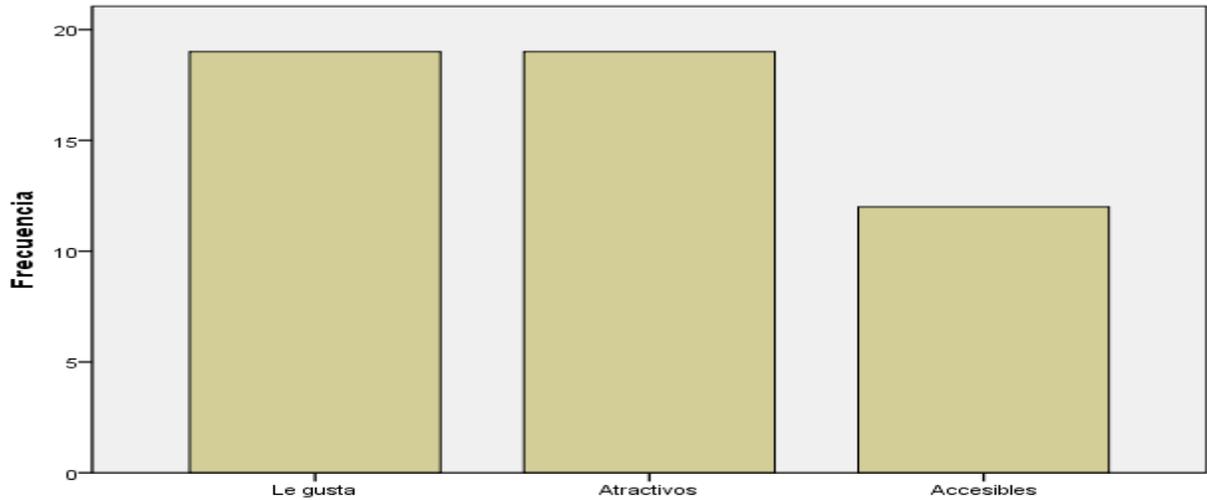
¿Dónde preferiría comprar nuestros productos?

¿A través de qué medio publicitario le gustaría informarse sobre las promociones que estaremos realizando?



¿A través de qué medio publicitario le gustaría informarse sobre las promociones que estaremos realizando?

¿Cuáles son las razones principales por la que usted compraría lámpara decorativa?



¿Cuáles son las razones principales por la que usted compraría lámpara decorativa?

Anexo #5 requisitos para matricula

ALCALDIA DE JINOTEPE
ADMINISTRACION TRIBUTARIA
REQUISITOS PARA MATRICULAR NEGOCIO (ALCALDIA DE JINOTEPE
ART, 8,9, Y 10 ORDENZA TRIBUTARIA N° 3-11

1. Presentar copia de cedula de identidad.
2. Carta de solicitud de matricula. Lic. Mirtha Cortez Silva Resp. Adom. Tributaria *Fotocopia \$2=*
3. Requisito indispensable presentar copia de los últimos recibos de pago de IBI, Limpieza pública y recolección de basura del local donde se establecerá el negocio, para los que se van a apertura, o bien para los locales donde se encuentren establecidos. *\$40=*
4. Llenar formato de solicitud de matricula. *\$10=*
5. Inventario inicial para nueva apertura de actividad (cuota fija).
6. Permiso sanitario de funcionamiento para el caso de negocios con manipulación de alimentos.
7. Permiso de la Policía Nacional para el caso de los expendios de licores o actividades de espectáculos públicos, rifas o apuestas.
8. Permiso del MAGFOR, INAFOR para los negocios sobre explotación de recursos, o industriales que afecten el medio ambiente.
9. Copia de escritura de constitución, estatutos y poder general para las personas jurídicas.
10. Inscripción de Registro Mercantil (EN CASO DE PERSONAS QUE PRESTAN DINERO AMBULANTE.).
11. Copia del contrato de arriendo.

Anexo #6 certificado de régimen simplificado cuota fija

REPÚBLICA DE NICARAGUA
MINISTERIO DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO
DIRECCIÓN GENERAL DE INGRESOS

CERTIFICADO DE REGIMEN SIMPLIFICADO DE CUOTA FIJA

N° : 0421508770002Y201107120600477303

La Dirección General de Ingresos, por medio de la Administración de Renta: **Catarina**
y conforme la siguiente Base Legal:

Arto. 247 párrafo segundo y Arto 258 numeral 1 y 5 de la LCT

Nombre del contribuyente: DULCE MARIA GUTIERREZ ROJAS

Con nombre comercial: **Artesanías de material reciclado**

N° Ruc : 0421508770002Y

Pertenece al: **REGIMEN SIMPLIFICADO DE CUOTA FIJA**

A partir de : 29/04/2017

Fecha de Emisión: 29/04/2017

Fecha de Vencimiento: 29/10/2018

Departamento de CARAZO, 29 de abril del 2018



ESTA CONSTANCIA DEBE SER COLOCADA EN UN LUGAR VISIBLE DEL ESTABLECIMIENTO, NO REQUIERE DE SELLO Y FIRMA.

Anexo #7 certificado persona natural

REPUBLICA DE NICARAGUA
DIRECCIÓN GENERAL DE INGRESOS

PERSONA NATURAL
REGIMEN CUOTA FIJA

NUMERO RUC: 0411612750006

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL: CATARINA
NOMBRE COMERCIAL: VENTANILLA 01

Para toda gestión o trámite relacionados con la Dirección General de Ingresos y demás organismos que señalan la ley y el reglamento de organización del RUC y Código Tributario de Nicaragua (Ley No. 541) deberá presentar este documento.

18/05/2016 Emisión
18/05/2018 Expiración

DIRECTOR GENERAL
DGI

- Estimado contribuyente este es el documento CEDULA-RUC
- Su número RUC es un código único, personal e intransferible.
- Renta Adscrita: **Catarina** No. **6**
- Este documento es verificable a través de la lectura del código QR.
- En caso de pérdida o robo contactar al centro de asistencia tributaria de la DGI, marcando el número telefónico 2248-9998 o escribiéndonos al correo centrodeasistenciatributaria@dgi.gob.ni
- Le recomendamos, por motivos de seguridad, hacer uso privado de este documento.
- Le invitamos a efectuar sus transacciones tributarias por la vía electrónica.

Anexo #8 requisitos para inscripción de contribuyente

INSCRIPCIÓN DE CONTRIBUYENTES

- Fotocopia de Cédula.
- Carta Solicitud de inscripción.
- Fotocopia del Recibo Básico del servicio de Agua, Luz o teléfono, Contrato de Arrendamiento mas recibo básico del Local en caso de Alquiler.
- En caso de que se venta de licor, billares, etc. traer el permiso de la policía.
- En caso de farmacia traer el permiso del MINSA.
- Tercera persona traer carta poder y cedula de identidad.

Nota: En Caso que el recibo básico del servicio no esté a su nombre presentar carta Constancia Domiciliar del Dueño del Servicio.

persona natural (cuota fija):
• Tener la edad de 18 años cumplidos.
• Documento de identidad ciudadana.
documentos para hacer constar el dominio fiscal:

Facturas de servicios básicos

Agua, energía, eléctrica, teléfono o contrato de arriendo del inmueble
x si la factura no está a su nombre debe adjuntarte constancia de la persona que aparece reflejado en la misma.

Lucia López



El Verdugo
SIEMPRE QUEREMOS QUE TE GUSTE

PROFORMA N° 408640

Fecha: 21 de 8 del 17

Crédito Contado

Señor (a): Karla Gaitan

Vendedor No.

Realizado por:

Autorizado por:

CANT.	ARTICULO	CODIGO	SERIE	PRECIO
<u>1</u>	<u>Computador Hp 20ENOLACel 2gb.</u>			<u>13,699</u>
<u>3</u>	<u>Abanicos Laskos 20"</u>		<u>C/O.</u>	<u>2,199</u>

_____ Meses _____	TOTAL VENTA	C\$	
_____ Garantía _____	PRIMA	C\$	
REQUISITOS CRÉDITOS	SUB-TOTAL	C\$	
1.- Cedula de Identidad	FINANCIACION	C\$	
2.- Comprobante de Ingresos	GARANTIA TOTAL	C\$	
3.- Dos Referencias Personales	TOTAL	C\$	

Imp. Claudia BUC- 0010711650044Y 858 - 100 H. c/u No 402,901 - 411,400 O. IML 5166 "Parc" - AIMP 04/0023/01/2014-0 - 08/2016

Anexo #10 formulario para inscripción de contribuyente

ALCALDIA MUNICIPAL DE: CATARINA

Formulario para Inscripción de Contribuyente

Nº: _____ Fecha _____

Persona Natural Persona Jurídica Sexo: M F

Apellidos y Nombres: _____

Nº de Cédula: _____ Nº RUC: _____ Nº Prov.: _____

Dirección: **Alcaldía 1 c. al sur 1 c. abajo** Barrio/Comarca: _____

Teléfono: _____ Fax: _____ e-mail: _____

Descripción Actividad	Nombre comercial	Dirección	Teléfono	Fecha Inicio	Fecha Cierre
Artesanías de material reciclado	_____	Parque 3 c arriba	_____	_____	_____

Observaciones: *Materiales*

Cód. cat.	Barrio/Com	Sup. Terreno	Sup. Const.	Nº registr	Tomo	Folic	Asientos	Fecha inscrip

Categoría	Circulación Nº	Placa Nº
Categoría	Circulación Nº	Placa Nº

Concepto	Si	No	Barrio/Sector	Tarifa	Fecha inicio	Fecha Cierre	
Basura	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
Fierros	Tomo	Folic	Año	Comarca	Nº Reses	Fecha inicio	Fecha cierre

Marca	Rótulos	Cantidad	Tipo	Tamaño m ²	Tasa por m ²	Ubicación
Tramo Mercado	Area m ²	Valor por m ²	Ubicación	Fecha inicio	Fecha cierre	
Cementerio	Area m ²	Valor por m ²	Sector	Fecha inicio	Fecha cierre	
Rampas	Area m ²	Valor por m ²	Ubicación	Fecha inicio	Fecha cierre	
Reservas de Aparcamiento	Area m ²	Valor por m ²	Ubicación	Fecha inicio	Fecha cierre	

Declaro bajo promesa con pleno conocimiento de las penas que sancionan el falso testimonio en materia civil y penal, que la información que aquí dejo escrita es verdadera, sujetándome a investigaciones que pueda hacer si así lo considere conveniente la Municipalidad.

 Firma del Contribuyente

 Firma Resp. Atención a Contribuyentes

Anexo #12 ficha de inscripción del asegurado



**Gobierno de Nicaragua
y Unidad Nacional**
Que Avanzan Juntos!

INSTITUTO NICARAGÜENSE DE SEGURIDAD SOCIAL

FICHA DE INSCRIPCIÓN DEL ASEGURADO



DATOS DEL ASEGURADO/A

1) INSS del Asegurado/a: _____ 2) Tipo de Documento de Identidad: Cédula CSE: Residencia: Pasaporte: 4) Fecha de Nacimiento: _____

3) No. de Doc. de Identidad: _____

5) Primer Nombre: _____ Segundo Nombre: _____ Primer Apellido: _____ Segundo Apellido: _____ 6) Sexo: H M

Datos de Nacimiento

7) País: _____ 8) Departamento: _____ 9) Municipio: _____

Datos de Residencia

10) Departamento: _____ 11) Municipio: _____ 12) Distrito/Zona: _____ 13) Comarca: _____

14) Barrio: _____

15) Dirección Exacta: _____

16) Teléfono: No. Convencional: _____ No. Celular: _____ 17) Correo Electrónico: _____

18) Nombre y Apellidos del Padre: _____ No. de Cédula de Identidad: _____

19) Nombre y Apellidos de la Madre: _____ No. de Cédula de Identidad: _____

20) Estado Civil: Soltero/a: Casado/a: Unión de Hecho Estable:

21) Nombre y Apellidos de Cónyuge / Compañero de vida: _____ No. de Cédula de Identidad: _____

OBLIGATORIO

22) Registro Patronal: _____ 23) Nómina: _____ 24) Razón Social: _____

25) Departamento: _____ 26) Municipio: _____ 27) Distrito/Zona: _____ 28) Comarca: _____

29) Barrio: _____

30) Dirección Exacta del Empleador (donde está la Nómina): _____ 31) Teléfono: No. Convencional: _____ No. Celular: _____

32) Fecha de Ingreso: Día _____ Mes _____ Año _____ 33) Total Ingreso del Mes: C\$ _____ 34) Salario Mensual: C\$ _____ 35) Cargo o sea Especificación: _____

36) Sistema de Pago: Mensual Cuatrimestral Catastrual Semanal 37) Eje de Cierre: (obtener especificado)

Mensual		Cuatrimestral		Catastrual		Semanal	
Meses Atrasados	Total Ingreso del Mes	Salario Mensual	Meses Atrasados	Total Ingreso del Mes	Salario Mensual	Meses Atrasados	Total Ingreso del Mes
Enero			Mayo			Septiembre	
Febrero			Junio			Octubre	
Marzo			Julio			Noviembre	
Abril			Agosto			Diciembre	

FACULTATIVO

38) Modalidad: Integral IVA Salud 40) Ingreso Mensual: _____ 41) Aperto Mensual: _____

42) Actividad Ocupacional: _____ 43) Mes de Aplicación: _____

Dirección de Envío de Factura (o leer en caso de ser diferente a la dirección de residencia)

44) Departamento: _____ 45) Municipio: _____ 46) Distrito/Zona: _____ 47) Comarca: _____

48) Barrio: _____

49) Dirección Exacta: _____

PARA USO INSS

50) Municipio de Inscripción: _____ 51) Fecha de Inscripción en el INSS: _____ 52) Nómina asignada (Facultativa): _____

53) Fotocopias de Documentos que se adjuntan: _____

Cédula Identidad: Pasaporte: Certificado de Nacimiento/Apostilla: Hipótesis: _____

Certificado Matrícula: Certificado de Unión de Hecho Estable: Acreditación como Negligente:

54) Observaciones: _____

55) Nombre y apellido del Afiliado/a _____ 56) Firma del Empleador/Representante Legal/Asegurado _____ 57) Firma y sello notarial INSS _____

Asegurado: Para la inscripción de una inscripción, tener presente en el caso de Afiliación de la Delegación más cercana al domicilio de nacimiento de Afiliado/a, certificado de nacimiento y cédula de su respectivo/a pareja de vida. En el Seguro Facultativo después de contar en (1) año de manera continua tendrá derecho a trabajo.
Fecha: 1997, Dignia Nieta, Managua. Teléfonos: 2222-51032222-56802222-7142. <http://www.inss.gob.ni>
Original: Oficina de Afiliación / Copia: Empleador o Asegurado Facultativo

Anexo #14 formulario para el registro único de las micro, pequeñas y grandes empresas

REPÚBLICA DE NICARAGUA
MINISTERIO DE FOMENTO, INDUSTRIA Y COMERCIO
FORMULARIO PARA EL REGISTRO UNICO DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

<p>SECCIÓN I - UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO</p> <p>1. Área: Urbana <input type="checkbox"/> Rural <input type="checkbox"/></p> <p>2. Departamento: _____</p> <p>3. Municipio: _____</p> <p>4. Ciudad / Comarca: _____</p> <p>5. Barrio / localidad: _____</p> <p>6. Dirección del Negocio: _____</p> <p>7. Tipo de Localización: a) En la vivienda del propietario <input type="checkbox"/> b) Mercado <input type="checkbox"/> c) Centro Comercial <input type="checkbox"/> d) Otro Local <input type="checkbox"/> e) Vía Pública Fijos <input type="checkbox"/> f. Vía Pública Ambulantes <input type="checkbox"/></p> <p>SECCIÓN II - INFORMACIÓN SOBRE EL TIPO DE PROPIEDAD</p> <p>1. Persona Natural <input type="checkbox"/> 2. Persona Jurídica <input type="checkbox"/></p> <p>Nota: Si es persona natural, pasé a la Sección III Si es persona jurídica, siga en la Sección IV</p> <p>SECCIÓN III - INFORMACIÓN DEL PROPIETARIO(A)</p> <p>1. Nombres _____</p> <p>2. Apellidos _____</p> <p>3. # Cédula: ____/____/____ - ____/____/____ - ____/____/____</p> <p>4. Sexo: M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/></p> <p>5. Nivel Académico (anote el último grado o año terminado y especifique cursos y carreras): a. Ninguno <input type="checkbox"/> c. Primaria <input type="checkbox"/> Grado _____ b. Alfabetizado <input type="checkbox"/> d. Secundaria <input type="checkbox"/> Año _____ f. Técnica <input type="checkbox"/> (Especifique) _____</p> <p>g. Universitario <input type="checkbox"/> Año _____ Carrera: _____</p> <p>h. Post-Grado: _____</p> <p>i. Otra (Especifique) _____</p> <p>6. Domicilio: a) Departamento: _____ b) Municipio: _____ c) Ciudad: _____ d) Localidad o Barrio: _____ e) Dirección: _____</p> <p>f) Teléfono(s) f.1 _____ f.2 _____</p> <p>g) Correo Electrónico: _____</p> <p>Siga en la Sección V</p>	<p>SECCIÓN IV - PERSONAS JURÍDICAS</p> <p>1. Tipos: a) Sociedad Anónima <input type="checkbox"/> b) Compañía Limitada <input type="checkbox"/> c) Cooperativa <input type="checkbox"/> # de Socios: _____ d) Otra (especifique): _____</p> <p>2. Fecha de Constitución: Día _____ Mes _____ Año _____</p> <p>3. Razón Social: _____</p> <p>4. Composición del Capital a) Capital Nacional _____ % b) Capital extranjero _____ %</p> <p>5. Información del Representante Legal:</p> <p>a. Nombres _____</p> <p>b. Apellidos _____</p> <p>c. # Cédula: ____/____/____ - ____/____/____ - ____/____/____</p> <p>d. Sexo: M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/></p> <p>e. Domicilio (Representante Legal): i) Departamento: _____ ii) Municipio: _____ iii) Ciudad: _____ iv) Localidad o Barrio: _____ v) Dirección: _____</p> <p>vi) Teléfono(s) vi.1 _____ vi.2 _____</p> <p>vii) Correo Electrónico: _____</p> <p>Siga en la Sección V</p> <p>SECCIÓN V - INFORMACIÓN DEL NEGOCIO</p> <p>1. Nombre Comercial: _____</p> <p>2. Matrícula de la Alcaldía: Día _____ Mes _____ Año _____ # _____</p> <p>3. # RUC: _____ 4. # Tel.: _____</p> <p>5. # Fax _____ 6. # Celular _____</p> <p>7. Correo Electrónico _____</p> <p>8. Página Web: _____</p> <p>9. Inicó de operaciones: Día _____ Mes _____ Año _____</p> <p style="text-align: center;">(Continuar en la siguiente página)</p>
--	--

Página 1 de 2

Continuación de la Sección V:

10. Giro del Negocio: Describa de la mejor manera la actividad principal a la que se dedica

11. ¿Se dedica a otra actividad, además de la anteriormente especificada? Si No

12. Actividad Secundaria. Si realiza más de una actividad, especifique en qué consiste la segunda en importancia

13. Especificar los productos, líneas de productos o servicios de su actividad principal g) Inf. Interna (CUAEN):

a) d)
b) e)
c) f)

14. Especificar los principales productos, líneas de productos de su actividad secundaria g) Inf. Interna (CUAEN):

a) d)
b) e)
c) f)

15. Cantidad de Trabajadores, Tipo de Remuneración y Situación laboral: (Incluyendo al propietario)

Área de Trabajo	Remunerados	No Remunerados	Total	H	M	Permanentes	Temporales
Administración							
Producción							
Ventas							
Total							
Familiares							

16. Valor estimado de Ventas (en Miles C\$): a) # de días de trabajo por semana b) # de semanas por año

Periodo	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Año
Día													
Semana													
Mes													

17. Valor estimado de los Activos totales del negocio a la fecha (día/mes/año):

Tipos de Activos	Valor en C\$
a) Efectivo	
b) Cuentas por Cobrar	
c) Inventarios	
d) Terrenos y Edificios	
e) Vehículos	
f) Mobiliario y Equipo de Oficina	
g) Máquinas, Equipos y Herramientas	
h) Otros Activos	
Total	

18. Documentos adjuntos

1. Cédula de Identidad	
2. Matricula de Alcaldía	
3. Cédula RUC	
4. Escritura de Constitución	
5. Estados Financieros	

SECCIÓN VI. INFORMACIÓN DE USO INTERNO:

1. Oficina: DPYME CAMIPYME: 2. Fecha: Día Mes Año 3. # Consecutivo

4. Llenado por: 5. Revisado por

La presente información es para uso exclusivo del MIFIC, quien asume el compromiso formal de no compartirla ni divulgarla con otras entidades, ya sean éstas públicas o privadas. Declaro que la información aquí suministrada es verdadera y me comprometo a informar a las autoridades correspondientes sobre cualquier variación que signifique un cambio en la información aquí anotada.

Firma del Propietario o Representante legal:

