



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 pequeña empresa, JOTHA EXPRESS dedicada a la prestación del servicio de compra y entrega de víveres (Productos básicos) en los hogares de la zona central de Jinotepe, ubicada en el municipio Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2017.

Autores:

Calero Mercado Joselin María

Mendieta Rodríguez Thamara Nazareth

No. de Carné

13 – 09299 – 4

13– 09641 – 5

Tutor:

MSc. Adelaida Sanabria Herrera

Jinotepe, noviembre del año 2017

Dedicatoria

Dedico este informe final de seminario de graduación principalmente a Dios, gracias por ser mi custodio y mi guía, y por haberme dado la oportunidad de convertido en una profesional.

A mis padres, amigos incondicionales, por la ayuda desinteresada brindada en cada momento, por su ejemplo y dedicación, y por todos los consejos y regaños proporcionados a lo largo de mi vida. A mis hermanos, por darle alegría a mi vida con sus locuras y aguantar siempre mi mal carácter y a mi mamita Rosa Rojas, por haberme motivado a cumplir metas profesionales.

A mi papito José Salvador Mercado Sánchez (Q.E.P.D), hasta el cielo quiero agradecerte por haber sostenido a nuestra familia a lo largo de tu vida, gracias por llevarme de pequeña a la escuela y cuidarme en todo momento, nos inculcaste valores y principios que aún seguimos practicando.

A mi novio Harold Antonio Gutiérrez Vásquez, por haber sido ejemplo de motivación durante mi carrera profesional, cada día me diste una nueva enseñanza, gracias por estar a mi lado en todo momento.

A todos con mucho amor, gracias.

Br. Calero Mercado Joselin María

Dedicatoria

El presente informe final de seminario de graduación se lo quiero dedicar primeramente a Dios quien me ha iluminado mi vida, me ha brindado la sabiduría de seguir adelante cumpliendo mis metas propuestas y quien cada día está conmigo bendiciéndome mucho más y guiándome por el buen camino.

A mis padres Dra. Katia Rodríguez y Dr Roberto Mendieta que con todo el amor me han inculcado muchos valores quienes siempre me han apoyado en seguir adelante, y han hecho de mí una persona de bien. A mi mamita linda que siempre me ha aconsejado y ha estado motivándome para cumplir mis metas.

A mi novio Gerson Sánchez por siempre motivarme y creer en mí y con todo el amor brindarme su apoyo incondicional.

Br. Mendieta Rodríguez Thamara Nazareth

Agradecimientos

Agradecemos a Dios por darnos la vida, salud y fortaleza para no desfallecer en los momentos más duros de esta etapa y así cumplir nuestro sueño.

Nuestro agradecimiento a la universidad Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua, por habernos aceptado y abierto las puertas de su seno universitario para poder cursar nuestra carrera.

Agradecemos a nuestra tutora MSc. Adelaida Sanabria por su paciencia, apoyo y por compartir con nosotros sus conocimientos; al mismo tiempo a nuestro querido profesor MSc. Raúl Medrano por su apoyo incondicional, sus consejos y motivación, al profesor MSc. Álvaro López y Mario Sánchez, por brindarnos sus buenos criterios, capacidad de esfuerzo y su simpatía.

Gracias a la profesora Daniela Galán, que desinteresadamente nos proporcionó una valiosa asesoría contable. Sin su colaboración este trabajo hubiese sido más largo y complicado.

A todos los docentes que durante nuestra carrera universitaria nos han educado y han servido como espejo para hacer de nosotros buenos profesionales y servir a la sociedad, cada momento vivido durante todos estos años, han sido simplemente únicos, cada oportunidad de corregir un error, la oportunidad de iniciar de nuevo cada mañana, sin importar la cantidad de errores y fallas cometidas durante en día anterior

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	Calero Mercado Joselin María	13092994
2	Mendieta Rodríguez Tamara Nazareth	13096415

Siendo el subtema: Propuesta de plan de emprendimiento para la pequeña empresa, JOTHA EXPRESS dedicada a la prestación del servicio de compra y entrega de víveres (Productos básicos) en los hogares de la zona central de Jinotepe, ubicada en el municipio 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

Cc/ 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

En el presente trabajo se realiza un plan de emprendimiento, para la creación de una pequeña empresa, JOTHA EXPRESS dedicada a la prestación del servicio de compra y entrega de víveres (Productos básicos) en los hogares de la zona central de Jinotepe, durante el segundo semestre de año 2017.

La primera parte se determina una investigación de mercado donde se analiza lo relacionado con el plan de negocio, iniciando con la descripción del producto innovador, luego se determinó la oferta y la demanda por medio de la encuesta para así determinar la demanda insatisfecha y la participación del mercado a abastecer, siendo la parte final de esta etapa un presupuesto de marketing.

En la segunda etapa se realiza un análisis técnico del local procurando una localización óptima del establecimiento, al igual que la maquinaria y procesos necesarios para la ejecución del servicio de compra entrega de víveres, en esta parte del proceso se determina la necesidad de capital fijo y variable de la microempresa.

La tercera etapa consiste en un análisis organizacional considerando las leyes y normas del país, la cual incluye la estructura organizacional de las distintas áreas funcionales del plan de negocio al igual que los aspectos requeridos para el personal que formara parte del mismo y gastos preliminares para poner en marcha la microempresa.

En la cuarta parte se realiza un estudio financiero, el cual incluye aspectos para poder cuantificar la inversión inicial, las formas de financiamiento, estados financieros y la evaluación financiera a través de los indicadores financieros Valor Agregado Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), determinando así la rentabilidad de la pequeña empresa.

Índice de contenido

1.	Introducción del tema y subtema	1
2.	Justificación	2
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.....	11
4.1.4	Segmentación de mercado (clientes potenciales).....	13
4.1.5	Demanda total.....	16
4.1.6	Participación de mercado esperada.....	18
4.1.7	Estimación de venta.....	22
4.2	Plan de producción.....	28
4.2.1	El proceso de producción.....	29
	Para la ejecución del servicio se necesitara de los servicios profesionales de 3 personas, los cuales se dividirán los cargos dependiendo de sus conocimientos, habilidades y destrezas presentadas, en el mes de diciembre se contratara a una persona más debido al incremento de personas que desean adquirir el servicio por las festividades del mes.....	32
4.2.2	Proveedores y condiciones de compra de los equipos.....	33
4.2.3	Capital fijo y vida útil.....	34
4.2.4	Capacidad planificada.....	40
4.2.5	Ubicación y distribución física de la empresa.....	42
4.2.6	Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad.....	44
4.2.7	Mano de obra, su costo y disponibilidad.....	44
4.2.8	Gastos generales de producción.....	45
4.3	Plan de organización y gestión	46
4.3.1	Marco legal (forma jurídica).....	46
4.3.2	Estructura de la organización.....	52
4.3.3	Experiencia y habilidades básicas del empresario.....	54

4.3.4 Actividades y gastos preliminares	58
4.3.5 Equipos de oficina.	58
4.3.6 Gastos administrativos.	59
4.4 Plan financiero	60
4.4.1 Inversión y fuente de financiamiento.....	60
4.4.1.1 Activos fijos.....	60
4.4.1.1.1 Activos tangibles.....	61
4.4.1.1.2 Activos intangibles.....	62
4.4.1.1.3 Capital de trabajo.	63
4.4.1.1.4 Inversión total.....	63
4.4.1.1.5 Estructura del financiamiento.....	63
4.4.2 Ingresos, egresos y costos.....	67
4.4.2.1 Presupuesto de ingreso.....	67
4.4.2.2 Presupuesto de egresos.....	68
4.4.2.3 Presupuesto de costos.	69
4.4.2.4 Punto de equilibrio.....	70
4.4.2.5 Flujo de caja.	71
4.4.3 Análisis financiero.	72
4.4.3.1 Flujo de fondo.....	72
4.4.3.2 Valor actual neto (VAN).	73
4.4.3.3 Tasa interna de retorno (TIR).	73
5. Conclusiones.....	74
Bibliografía	75
6. Anexos	76

Índice de Tablas

Tabla 1	Clasificación de la canasta básica.....	7
Tabla 2	Competencia indirecta, en el municipio de Jinotepe	9
Tabla 3	comparación del MIX de marketing JOTHA EXPRESS vs competencia indirecta.....	10
Tabla 4	Segmentación de la demanda.....	15
Tabla 5	Número de hogares en Jinotepe	17
Tabla 6	Estratificación por hogares	17
Tabla 7	Calculo de la demanda.....	18
Tabla 8	Estimaciones de ventas mensuales en unidades	25
Tabla 9	Estimaciones de ventas mensuales en córdobas	26
Tabla 10	Proyecciones de ventas en unidades físicas y monetarias	27
Tabla 11	Presupuesto de mercadotecnia y sus respectivos costos individuales, mensuales y trimestrales.....	28
Tabla 12	Capital fijo JOTHA EXPRESS.....	34
Tabla 13	Depreciación de maquinaria y mobiliario de oficina.....	39
Tabla 14	Toma de tiempos.....	40
Tabla 15	Capacidad planificada anual	41
Tabla 16	Marco legal JOTHA EXPRESS	46
Tabla 17	Actividades y gastos preliminares	58
Tabla 18	Equipo de oficina.....	58
Tabla 19	Gastos Administrativos.....	59
Tabla 20	Activos fijos.....	60
Tabla 21	Activos tangibles.....	61
Tabla 22	Activos intangibles	62
Tabla 23	Capital del trabajo.....	63
Tabla 24	Esquema de financiamiento	63
Tabla 25	Esquemas y fuentes de financiamiento.....	64
Tabla 26	Amortización mensual del préstamo bancario.....	64
Tabla 27	Presupuesto de ingresos	67
Tabla 28	Presupuesto de egresos	68

Tabla 29 Estructura de costos	69
Tabla 30 Punto de equilibrio.....	70
Tabla 31 Flujo de caja.....	71
Tabla 32 Flujo de fondos	72

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Compras por grupos de productos de la canasta básica.....	7
Gráfico 2 Participación de la competencia en el mercado	11
Gráfico 3 Principales barrios Jinotepe	14
Gráfico 4 Nivel de ingresos	14
Gráfico 5 Horarios de trabajo	14
Gráfico 6 Aceptación del servicio.....	16
Gráfico 7 Conocimiento del servicio	19
Gráfico 8 Promedio de gasto en compras diarias.....	22
Gráfico 9 Promedio de gasto en compras quincenales	23
Gráfico 10 Promedio de gasto en compras quincenales	23

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Mahindra duro DZ	35
Ilustración 2 Escritorio.....	35
Ilustración 3 Silla rotatoria.....	36
Ilustración 4 Ventilador de torre	36
Ilustración 5 Computadora HP.....	37
Ilustración 6 Impresora HP	38
Ilustración 7 Router.....	38
Ilustración 8 Ubicación de la empresa	42
Ilustración 9 Croquis de la empresa.....	43
Ilustración 10 Diseño de planta de oficina.....	43

1. Introducción del tema y subtema

Lerma en su libro liderazgo emprendedor menciona que Francisco Godefroy decía, que para una empresa lograra el éxito se requiere de tres tipos de perfiles caracterizados por un foco, un búho y una mano, donde el primero representa la creatividad, la imaginación, la chispa y la creación de nuevas ideas; el segundo evalúa la conveniencia y la viabilidad de practica de estas; y la ultima es aquella que lleve al terreno de la realidad las ideas consideradas como viables y convenientes (Lerma, 2007).

El emprendedor es toda persona capaz de innovar bienes o servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva. Las características del emprendimiento empresarial son; pasión, visión, liderazgo, persistencia, organización, confianza, determinación, audacia, creatividad y trabajo en equipo. Unas de las principales ventajas son; Independencia económica y libertad de horarios, posibilidad de manejar tus propios tiempos, planificar y proyectar mejor tu vida y el tiempo dedicado a tu familia y posibilidad de proyectar objetivos y logros.

El **servicio a domicilio** es un concepto en general muy bien acogido, por la comodidad que supone para el consumidor. Por eso no es raro ver conceptos que funcionan en torno a la idea de entrega en casa. No hace falta mucho para encontrar un modelo exitoso: cualquier tienda online entra en esa categoría, y por lo tanto, compañías como eBay o Amazon también.

JOTHA EXPRESS es una empresa de servicios que tiene como objetivo simplificar aún más el proceso de compras y pagos para los caraceños mediante una atención totalmente personalizada en la cual se ahorra tiempo a bajos costos mediante la contratación de nuestros servicios, en la cual realizaremos las compras y pagos de las personas que lo soliciten en los supermercados más populares de Carazo.

2. Justificación

Debido al problema económico que afecta globalmente, los tabúes sobre “los hombres trabajan y las mujeres quedan en casa”, ha quedado atrás. Hoy en día la mayoría de familias Nicaragüenses hacen todo lo posible para que los adultos en edad laboral trabajen y ayuden económicamente al hogar, logrando de esta manera cierta estabilidad económica dentro de su familia.

Según el Código de trabajo de Nicaragua, la jornada ordinaria de trabajo efectivo diurno no debe ser mayor de ocho horas diarias ni exceder de un total de cuarenta y ocho horas a la semana. Asimismo, se reconoce como trabajo extraordinario el que puedes realizar en los séptimos días, feriados nacionales y asuetos decretados. Sin embargo, es muy común en el país que los trabajadores laboren más de las ocho horas legales o en días extraordinarios sin el pago adecuado. (Normas jurídicas de Nicaragua, 2012).

Tomando en cuenta el punto anterior debemos agregar el factor tiempo, ya que la mayoría de caraceños trabajan fuera del departamento haciendo que salgan por la madrugada y regresen por la noche, siendo esta una limitante más para que desarrollen sus compras de manera cómoda y eficiente.

Los factores anteriormente mencionados vienen a causar daños a la salud de la persona, ya que debido al estilo de vida ajetreado tienen a desarrollar problemas tales como: Estrés excesivo, cansancio, depresión, etc. lo que genera un déficit de salud en las personas activas laboralmente.

Los hechos anteriores hacen indispensable la creación de un servicio de entrega de compras a domicilio, el cual permita a los caraceños la realización de sus compras de supermercado desde la comodidad de su hogar con tan solo un mensaje de texto, mensaje por redes sociales (Messenger o Whatsapp) o por medio de una llamada telefónica, este servicio además contara de un sistema de arreglo de entrega de compras y de cotización de precios para una óptima eficacia y eficiencia del servicio.

De igual manera la realización de este trabajo académico permitirá un mayor nivel de conocimiento sobre la metodología utilizada la cual es plan de negocio, además, se pretende que este plan sirva como aporte a estudiantes y docentes de la FAREM-Carazo como base y apoyo en la elaboración de nuevos proyectos. Es además una herramienta que contribuye a fortalecer los aspectos teóricos, prácticos e investigativos de los estudiantes de las carreras involucradas e incidir principalmente en el fortalecimiento de las competencias.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Proponer un plan de emprendimiento para la pequeña empresa JOTHA EXPRESS dedicada a la prestación del servicio de compras de supermercados a domicilio, ubicada en el municipio 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 del producto.
2. Estructurar un plan de producción para la empresa JOTHA EXPRESS, especificando los costos de producción, mantenimiento de equipos y gastos generales de la misma.
3. Elaborar un plan de gestión y organización que visualice los requisitos legales, para la ejecución de los procedimientos, reglamentos y directrices que administren a la empresa.
4. Establecer un plan financiero para la evaluación de la rentabilidad y viabilidad de la empresa.

4. Desarrollo del subtema

4.1 Plan de Mercadotecnia

La American Marketing Association (A.M.A.), define que: “el plan de mercadotecnia es un análisis de la situación de mercadotecnia actual, el análisis de las oportunidades y amenazas, los objetivos de mercadotecnia, la estrategia de mercadotecnia, los programas de acción y los ingresos proyectados. (A.M.A., 2009)”

A partir de la descripción de la innovación, creamos una idea emprendedora de negocio ajustando dicha iniciativa a las realidades propias de una microempresa y su incursión en un mercado en expansión, como es el mercado de compra y venta de víveres (productos básicos) en el municipio de Jinotepe. A continuación se describen cada uno de los ítems del plan de mercadotecnia sobre JOTHA EXPRESS.

4.1.1 Descripción de la innovación.

Las **entregas a domicilio** representan uno de esos servicios de gran valor para clientes modernos. Cual sea el rol del negocio: venta de comida, suministros de computación, limpieza de autos, clases particulares, entre otros. Los clientes estarán encantados de que les ofrezcas atenderles en la puerta de su casa, y este servicio ayuda a mejorar sustancialmente el estilo de vida de las personas que adquieren el servicio.

JOTHA EXPRESS es una empresa dedicada al servicio de compras de víveres (Producto de la canasta básica), a domicilio donde el cliente envía su lista de compras por medio de las redes sociales más populares (Messenger y WhatsApp) o por vía telefónica, para que la empresa posteriormente realice las compras y las lleve hasta la puerta de su casa a la hora estipulada entre el usuario y la empresa.

Una de las claves del éxito de las entregas a domicilio es la rapidez. Nuestros clientes tendrán la oportunidad de contar con un servicio que le ahorre tiempo, distancia y gasolina. Un detalle clave para la prestación del servicio será indicarle al cliente vía telefónica con la mayor claridad posible en cuanto tiempo se podrá cumplir con la entrega de su pedido para no crear falsas expectativas, asegurándonos que los tiempos sean alcanzables, por lo cual hemos emprendido el negocio cubriendo solamente la zona central del municipio de Jinotepe y luego expandirse en la medida que se obtenga el control de la logística y los costos.

La logística de nuestro negocio siempre será afectado por distintos factores: el tráfico, la ruta, el piloto, la fragilidad del producto, la vulnerabilidad de la zona, el clima, el horario, etc. Todos estos factores serán considerados cuidadosamente al momento de la programación de los envíos, los tiempos y las tarifas (si es que aplican).

Según las encuestas aplicadas, los integrantes de los hogares jinotepinos han desarrollado nuevos hábitos de comportamientos de compra en los cuales se destaca la poca disponibilidad de tiempo para realizar las compras debido a extensas jornadas laborales, motivo por el cual se hace necesario la creación de una empresa en la que se preste el servicio de compra y entrega de víveres a domicilio para poder dar respuesta a las nuevas necesidades de la población desarrolladas con el paso del tiempo.

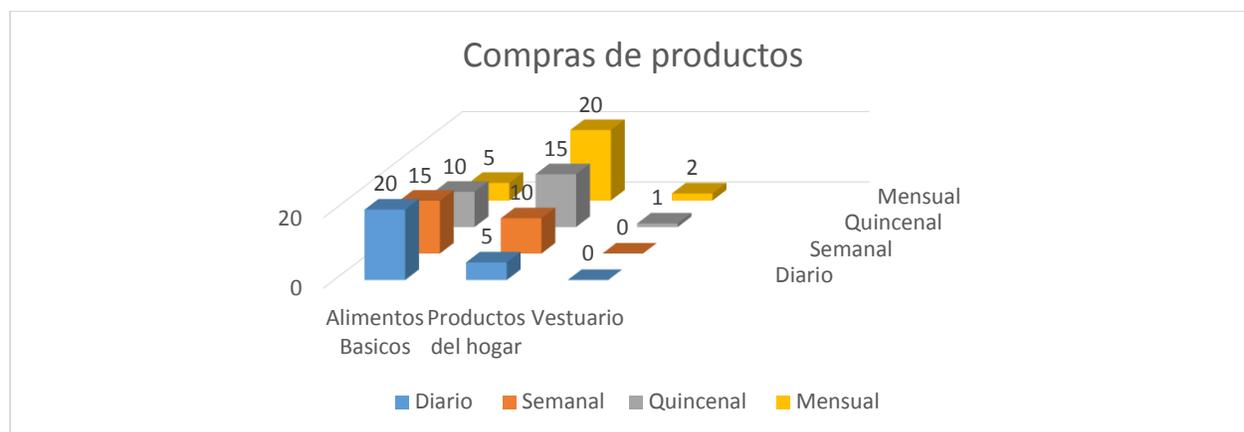
Según el BCN, “la canasta básica de Nicaragua está constituida por 56 productos, los cuales se dividen en tres grupos: Alimentos, productos del hogar y vestuarios (Nicaragua B. C., 2016)”. Sin embargo, según las encuestas realizadas por el equipo investigador muestra una tendencia de compra alta en los grupos de alimentos básicos y productos del hogar.

Tabla 1 Clasificación de la canasta básica

Grupo N ^o 1. Alimentos	
Descripción	Número de productos
Alimentos Básicos	4 productos
Carnes	4 productos
Lácteos y huevos	3 productos
Cereales	4 productos
Perecederos	8 productos
Total	23 productos
Grupo N ^o 2. Hogar	
Aseo personal	5 productos
Limpieza	5 productos
Total	10 productos

Fuente: (Nicaragua B. C., 2016)

Gráfico 1 Compras por grupos de productos de la canasta básica



Fuente: Equipo Investigador 2017

El cuadro N^o1. Muestra detalladamente la clasificación de los grupos de la canasta básica con los cuales se estará trabajando, la cual se ha respaldado con el gráfico N^o1, en el que muestra una información más clara y detallada sobre los grupos de productos que más solicitan las personas encuestadas siendo; alimentos básicos y productos del hogar, los grupos que cuentan con una frecuencia de compra alta.

En el gráfico N°1 se plasma que alimentos básicos suelen ser adquiridos por las personas de manera diaria y los productos del hogar los adquieren de manera quincenal o mensual.

Para el servicio que se prestara a los hogares Jinotepinos se ha decidido estimar un precio del 10% sobre el valor de las compras realizadas. Dichos precios han sido estimados de acuerdo a los promedios de compra de las encuestas realizadas, en las cuales se plasma que las compras mínimas de los hogares a los cuales ira dirigida el servicio es de C\$ 1.000,00 córdobas.

4.1.2 Comparación del producto con la competencia.

Durante la realización de la investigación para lograr el establecimiento de la pequeña empresa JOTHA EXPRESS se constató que en el municipio de Jinotepe no existe una competencia directa que pueda interferir en lograr poner en marcha el servicio de compra y entrega de víveres (Productos básicos) en los hogares jinotepinos siguiendo un enfoque de innovación y emprendedurismo por parte de los creadores del proyecto

Aunque varios restaurantes y comiderias han implementado el servicio a domicilio para darle mayor calidad a sus negocios, estos no serán considerados una competencia ya que dichos negocios solo realizan el servicio para movilizar sus propios productos sin entrar de ninguna manera al nicho de mercado en el cual se desea incursionar.

Para la realización de nuestro proyecto se tomaran como competencia indirecta las asistentes del hogar, servicios de taxi y los servicios de pagos básicos online, ya que todos los anteriormente mencionados realizan de manera indirecta el servicio de compra y entrega de víveres (Productos básicos), debido al tipo de servicio que ofrecen a los jinotepinos, sin embargo no se toman como una competencia directa ya que no son especializados en la realización de compras a domicilio.

Tabla 2 Competencia indirecta, en el municipio de Jinotepe

Competencia	Descripción del servicio
Asistente del hogar	A ella se le designan todas las actividades del hogar, por lo cual la realización de compras en supermercados es parte de su trabajo
Servicio de Taxi	Se encargan de trasladar a las personas de una zona a otra, sin embargo algunas personas desarrollan cierta confianza con algunos taxistas por lo que posteriormente los contratan para realización de compras.
Servicio de pagos básicos online	Es una plataforma mediante la cual las personas pueden pagar sus facturas de los servicios básicos (agua, luz, teléfono) desde cualquier lugar.

Fuente: Equipo Investigador 2017

Se identificó a través de la observación directa en el municipio de Jinotepe que existen tres tipos de servicio que compiten de manera indirecta con el servicio que se prestara (Ver tabla No. 2), sin embargo solo uno de los descritos se encarga de realizar compras de víveres para el hogar como parte de su trabajo, siendo esta la Asistente del hogar.

En la siguiente tabla se describe la comparación del MIX de marketing en la cual se detalla más claramente los criterios de evaluación y las diferencias entre JOTHA EXPRESS y los demás servicios considerados competencia indirecta pero que de la misma manera no se dejaron pasar por alto para la investigación.

Tabla 3 comparación del MIX de marketing JOTHA EXPRESS vs competencia indirecta

Criterios de evaluación	JOTHA EXPRESS	Asistente del hogar	Servicio de taxi	Servicio de pagos básicos online
Servicio	servicio de compra y entrega de víveres (Productos básicos) en los hogares de la zona central de Jinotepe	Todas las actividades del hogar	Traslado a personas de una zona a otra	Pago de facturas de servicios básicos, mediante una plataforma
Nivel de diferenciación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Rapidez ✓ Confiabilidad ✓ Seguridad ✓ Comparación de precios ✓ Cortesía ✓ Pagos por tarjeta de crédito o en efectivo ✓ Seguimiento del usuario 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Confiabilidad ✓ Seguridad 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Rapidez ✓ Pago en efectivo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Online ✓ Rapidez ✓ Confiabilidad ✓ Pagos solo con tarjeta de crédito
Precio	10% sobre valor de compra	Ninguno	C\$ 50.00	% de pago
Plaza	Zona central, Jinotepe	Ninguno	Ambulantes	Managua

Fuente: Observación directa y análisis directo a la competencia

Lo planteado en la tabla de comparación de marketing JOTHA EXPRESS Vs. Competencia indirecta (Ver tabla N^o3), muestra que cada competidor oferta servicios con diferentes tipos de diferenciación, a pesar de esto todos los servicios anteriormente descritos y analizados poseen desventajas frente a JOTHA EXPRESS ya que ninguno de ellos ofertan un servicio de calidad con el nivel de confianza que una empresa dedicada a la prestación del servicio suele brindar a los clientes.

Gráfico 2 Participación de la competencia en el mercado



Fuente: Equipo Investigador 2017

La participación de la competencia en el mercado determina las preferencias de los usuarios por el servicio brindado por las asistentes del hogar con un 60%, estas trabajadoras brindan confianza y seguridad a los usuarios, el 24% optan por los servicios de taxi por la rapidez y la forma de pago y el 16% utilizan los servicios de pagos online por la rapidez.

Mediante este resultado JOTHA EXPRESS ofertara un servicio que brinde seguridad y confianza de manera rápida y eficiente. Siendo un servicio único e innovador dentro del mercado jinotepino ya que ninguna empresa oferta el servicio de manera directa o indirecta.

4.1.3 Mercado/ Zona comercial.

La ciudad de Jinotepe es la cabecera de un municipio caracterizado por una fuerte producción agrícola en el sector norte, una economía ganadera y de subsistencia en el sector central y una zona costera todavía por desarrollar. La zona de mayor producción agrícola se encuentra en las cercanías al norte del casco urbano, en el llamado “Triángulo de Oro”.

Esta circunstancia ha influido en el desarrollo urbano que en el pasado ha sido orientado hacia el sur, para no interferir con las actividades productivas. Las pasadas crisis del café han debilitado este patrón, pero las actividades agrícolas siguen siendo importantes en la vida económica del municipio.

El casco urbano originario de Jinotepe ha venido creciendo y transformándose al paso de los movimientos migratorios que ha experimentado la ciudad. Desde el núcleo originario la ciudad ha venido extendiéndose a lo largo de la Carretera Panamericana y en dirección tanto sur como norte.

Las actividades comerciales y de servicios son realmente la característica distinguida de la ciudad, que se propone como plaza de servicios y compras para toda la meseta de los pueblos, testimonio de este proceso son los proyectos de varias cadenas comerciales de instalarse en la ciudad como es el caso de Subway en cual abrió las puertas de una de sus sucursales en junio de 2017.

En el casco urbano del municipio de Jinotepe se encuentran tres sucursales de franquicias de supermercados los cuales son: Palí, La Colonia y supermercado Santiago, los que abren sus puertas a la población desde las 8:00 am hasta las 8:00 pm, dichos supermercados ofrecen una alta gama de productos para la población jinotepina, sin embargo según las encuestas realizadas los clientes de los supermercados tardan horas esperando su turno para facturar los productos adquiridos, además, existen algunos pobladores que debido a sus horarios de trabajo no logran realizar sus compras de la manera deseada.

Para la ubicación de las instalaciones se tomaron en cuenta aspectos como el acceso vial, las rutas disponibles de acceso, la disponibilidad de espacios físicos, así mismo la accesibilidad a supermercados del municipio.

De acuerdo a eso la planta de acción estará ubicada en la zona central del municipio de Jinotepe departamento de Carazo, donde se alquilara un local donde fue en mercado municipal quedando aproximadamente a 900 metros del supermercado Pali, de esta manera se tendrá acceso a los supermercados más importantes del municipio, así como a los clientes que ira dirigido el servicio.

4.1.4 Segmentación de mercado (clientes potenciales).

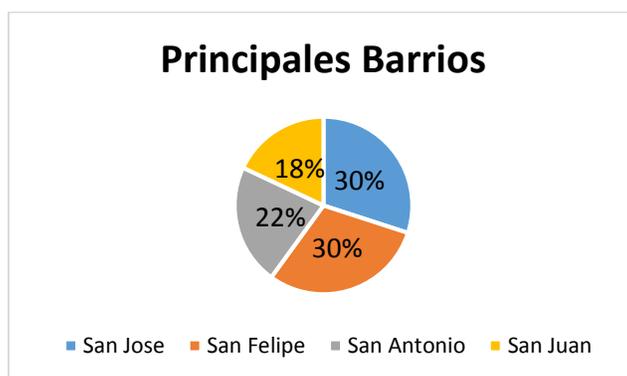
- Clientes de Compra Ocasional: Son aquellos que realizan compras de vez en cuando o por única vez. Para determinar el porqué de esa situación es aconsejable que cada vez que un nuevo cliente realice su primera compra se le solicite algunos datos que permitan contactarlo en el futuro, de esa manera, se podrá investigar (en el caso de que no vuelva a realizar otra compra) el porqué de su alejamiento y el cómo se puede remediar o cambiar ésa situación.
- Clientes de Influencia a Nivel Familiar: Son aquellos que tienen un grado de influencia en su entorno de familiares y amigos.

Para lograr su recomendación, basta con tenerlos satisfechos con el producto o servicio que se les brinda.

- Clientes Insatisfechos: Son aquellos que percibieron el desempeño de la empresa, el producto y/o el servicio por debajo de sus expectativas; por tanto, no quieren repetir esa experiencia desagradable y optan por otro proveedor.

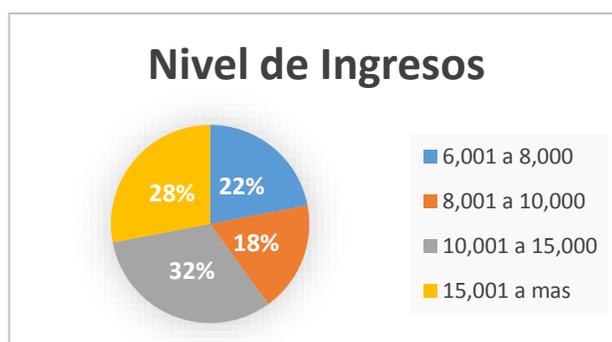
Si se quiere recuperar la confianza de éstos clientes, se necesita hacer una investigación profunda de las causas que generaron su insatisfacción para luego realizar las correcciones que sean necesarias. Por lo general, este tipo de acciones son muy costosas porque tienen que cambiar una percepción que ya se encuentra arraigada en el consciente y subconsciente de este tipo de clientes. (Etzel, Walker, & Staton, 2007)

Gráfico 3 Principales barrios Jinotepe



Fuente: Equipo Investigador

Gráfico 4 Nivel de ingresos



Fuente: Equipo Investigador 2017

Gráfico 5 Horarios de trabajo



Fuente: Equipo Investigador 2017

Tabla 4 Segmentación de la demanda

Criterios de evaluación	Población	Segmentación	Total
Lugar de residencia Barrios	7,872 hogares Casco urbano	2,466 hogares Barrios San Jose, San Juan, San Felipe y San Antonio	2,466 Hogares barrios principales
Condición económica por familia	7,872 hogares Casco urbano	6,650 hogares en condiciones económica superior a los C\$ 15,000	
Disponibilidad para realizar las compras del hogar	7,872 Hogares Casco Urbano	5,000 hogares con horarios de trabajo extensos	

Fuente: VIII Censo poblacional INIDE 2005

JOTHA EXPRESS es una empresa la cual desea que todos los pobladores Jinotepinos puedan disfrutar de los beneficios de contar con un servicio de entrega de compras a domicilio sin embargo, los principales clientes son hogares que habiten en el casco urbano del municipio de Jinotepe en los barrios de San José, San Juan, San Felipe y San Antonio.

“Según datos estadísticos proporcionados por el INIDE referente a Jinotepe y al número de hogares uso domiciliar (Desarrollo, 2006)”, se obtuvo una proyección para el año 2017 de 7,872 hogares habitadas solo para el casco urbano del municipio, sin embargo segmentando los 4 barrios y con un nivel de ingresos superior a los C\$ 15,001.00 la segmentación sería de 2,466 Hogares barrios principales y con nivel de ingreso establecido.

Respecto a la segmentación conductual, el servicio es apto para todas las personas que deseen simplificar su proceso de compras de manera cómoda y segura mediante costos asequibles.

4.1.5 Demanda total.

Thompson en su libro resume de Kotler, Espejo, Fisher y otros; el siguiente concepto de demanda: "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. Thompson (2006)

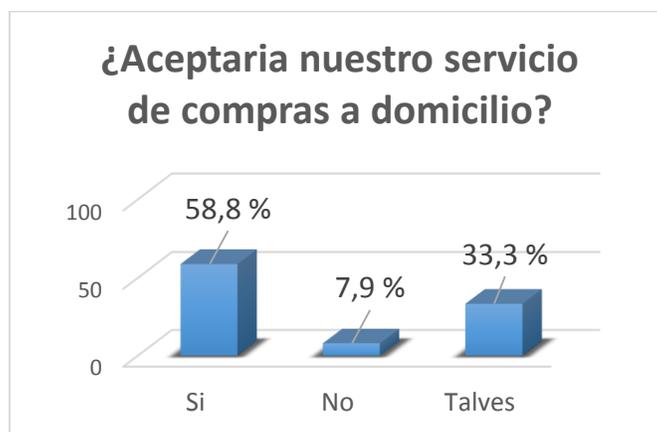
Según indicadores del VIII Censo de Población y IV de Vivienda 2005 y está dividido en tres secciones:

Población: Son las personas nacionales y extranjeras que residen habitualmente dentro del territorio; Unidad estadística de investigación es la vivienda, el hogar y las personas que viven habitualmente en éstos.

Viviendas: Es todo local formado por un cuarto o conjunto de cuartos destinados al alojamiento de uno o más hogares, tales como: casa, quinta, apartamento, cuarto en cuartería, rancho o choza, vivienda improvisada y local usado como vivienda.

Hogares: Está formado por una persona o grupo de personas parientes o no, que viven bajo un mismo techo y que preparan en común sus alimentos (olla común). Dentro de una vivienda pueden existir uno o varios hogares. (Desarrollo, 2006)

Gráfico 6 Aceptación del servicio



Fuente: Equipo Investigador 2017

Según Resultados obtenidos de la encuesta en relación a la aceptación de este nuevo servicio se ha determinado que más del 50% de las personas que fueron encuestadas expresaron que estarían dispuestas a adquirir el servicio que se presenta como innovación, en el grafico número 4 se puede observar que el 58.8% de los encuestados estarían dispuestos a adquirir nuestro servicio, seguido de un 33,3% que ponen en duda su decisión.

Tabla 5 Número de hogares en Jinotepe

Municipio, barrio, comarca y comunidad.	Hogares.
Barrio	6,584

Fuente: IV Censo de vivienda INIDE 2005

Se toma como referencia los 4 barrios históricos del centro del municipio de Jinotepe.

Tabla 6 Estratificación por hogares

Barrio	Hogares
San Antonio	561
San Juan	400
San José	751
San Felipe	754

Fuente: IV Censo de vivienda INIDE 2005

Con esta información se realizó una discriminación más minuciosa, en la cual se escogerán las familias proyectadas al 2017 de los principales barrios de Jinotepe los cuales se pueden observar en la tabla número 6.

El grafico número 5 muestra el porcentaje (58,8%) que se tomaran en cuenta para proceder a la realización del cálculo de la demanda.

Para calcular la demanda real y la demanda insatisfecha, se hará uso de la siguiente fórmula:

Tabla 7 Calculo de la demanda

Demanda total	DT= 2,466 Hogares
Demanda Real	DR= DT x % aceptación del servicio
	DR= 2,466 x 58,8 % (personas que aceptaron el servicio) DR= 1,450 hogares que brindan aceptación al servicio
Demanda Insatisfecha	DI= DR - % competencia (5%)
	DI= 1,450.008 x 5% DI= 72 DI= 1,450.008 – 72
	DI= 1,378 demanda insatisfecha de hogares a la cual se debe cubrir. La demanda a satisfacer será del 5% en una etapa inicial de la empresa
	DI= 1,378 x 5% DI= 68 demanda a satisfacer.

Fuente: Equipo Investigador 2017

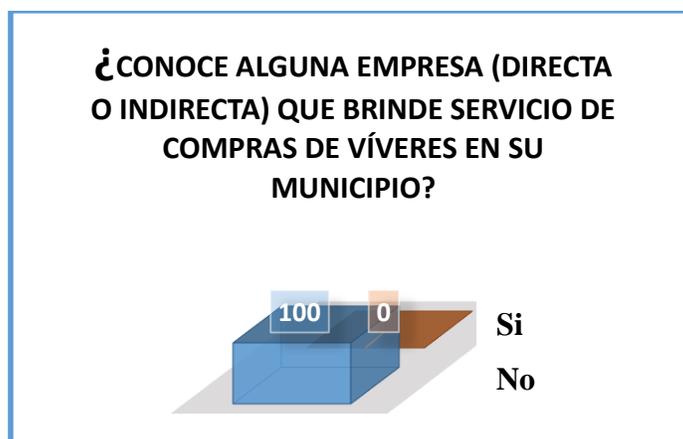
4.1.6 Participación de mercado esperada.

La participación de mercado es definida como la proporción o (porcentaje) de producto vendidos por un negocio dentro de una región dada; la participación de mercado puede ser expresada en términos de unidades vendidas o en nuestro caso en término de servicios brindados.

La participación del mercado que se ha investigado es la siguiente:

JOTHA EXPRESS como nuevo negocio tendrá una naciente participación en el mercado, mientras las estrategias mercadológicas van abriendo caminos comerciales que permitan posicionarse en la mente de los posibles consumidores como una idea innovadora del servicio de entrega de compras a domicilio. Aprovechando la ventaja de falta de competencia y con precio favorable según los indicadores establecidos.

Gráfico 7 Conocimiento del servicio



Fuente: Equipo multidisciplinario

El gráfico número 6 muestra que a pesar de existir competencia indirecta para la empresa JOTHA EXPRESS, ninguno de los encuestados muestra que el servicio ofrecido por la competencia indirecta no presenta ningún conocimiento sobre los mismos, lo cual será utilizado para lograr una mejor penetración, expansión y posicionamiento de mercado.

Estrategia de mercado.

1. Penetración al mercado

Publicidad: (en inglés: advertising) es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo.

se entregaran panfletos con la información de la empresa, de igual manera se hará uso de las redes sociales más importantes apareciendo en Facebook como JOTHA EXPRESS COMPANY, y en Whatsaap con el número telefónico 85226488 o 85013341, por medio de estas redes sociales se estará brindando información sobre horarios de atención, promociones de los supermercados, etc.

Promoción: El tipo de promoción que nosotros ofreceremos en la penetración al mercado será que nuestros clientes solo pagaran por el servicio de compra y nosotros le regalaremos el traslado gratis hasta la puerta de su hogar.

Acciones especiales: Se ofrecerá el servicio de traslado de compras totalmente gratis a las primeras 50 personas que lo soliciten y residan dentro de los perímetros establecidos para la ejecución del servicio. (Para generar confianza hacia la empresa).

2. Desarrollo del servicio

Servicio de pagos varios: Se ofrecerá un nuevo servicio para los clientes actuales, el cual consistirá en el servicio de pagos de colegiaturas, servicios básicos, pagos en alcaldías, etc.

Horas de entrega: Se llegara a un acuerdo con el cliente en el cual ellos determinaran las horas en las cuales quieren que se les haga entrega de sus pedidos.

Comparación de precios: Se realizara la comparación de precios en los diferentes supermercados, en los cuales se hará la compra de los que tienen menor costo pero son de la misma marca y calidad, de esta manera se ahorraran dinero.

Tácticas de la estrategia de desarrollo del servicio

- La empresa se acondicionara en un buen espacio para ofrecer a los clientes un servicio de calidad y buena atención.
- Para agradar satisfactoriamente al cliente se ofrecerá un acuerdo con el cliente en el cual ellos determinaran las horas en las cuales quieren que se les haga entrega de sus pedidos. Se trabajara en los horarios de lunes a sábado de 7am a 9pm y los domingos de 8am a 6pm.
- La secretaria atenderá cortésmente a todos los clientes, además estará capacitada para asesorar eficazmente a los mismos.
- La empresa estará localizada en una zona céntrica, cerca del supermercado pali, la colonia y supermercado Santiago.

3. Desarrollo de mercados

Expansión geográfica: Se pretende expandir el radio de acción de nuestro servicio a toda la cuarta región para luego cubrir poco a poco toda Nicaragua.

4. Diversificación

Nuevos negocios: Servicio de mensajería rápida. (Traslado de paquetes de un departamento a otro)

5. Push pull

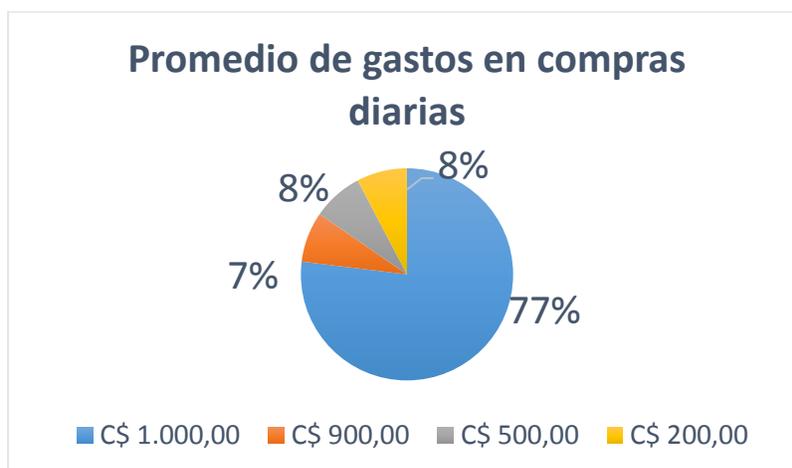
Canales de distribución (intermediarios): Se construirá un perfil adecuado de nuestro servicio de compras delivery en Facebook así se obtendrá seguidores y se creará una mejor visibilidad de nuestro servicio a nuestros clientes.

Ofreceremos nuestros servicios en anuncios por redes sociales, en ferias y mantas en las calles.

4.1.7 Estimación de venta

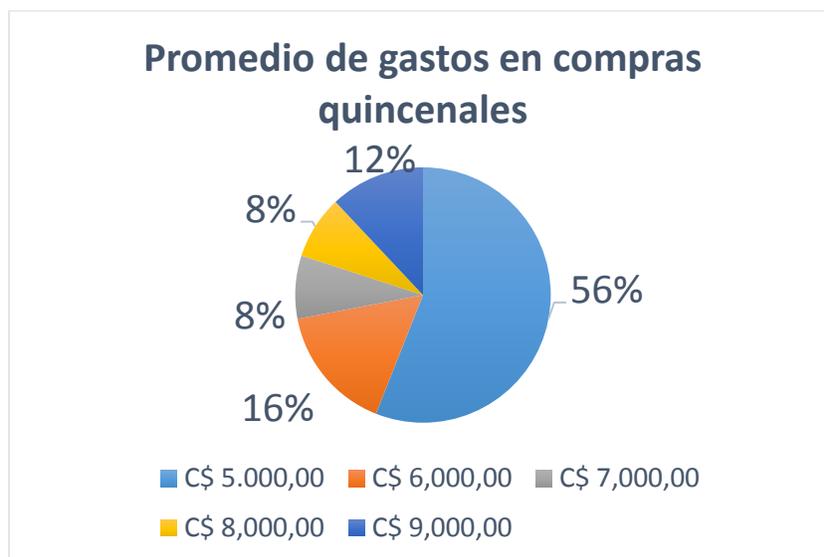
Las estimaciones de venta de JOTHA EXPRESS han sido realizadas de manera minuciosa tomando en cuenta las encuestas realizadas al segmento de mercado al cual estará destinado el servicio.

Gráfico 8 Promedio de gasto en compras diarias



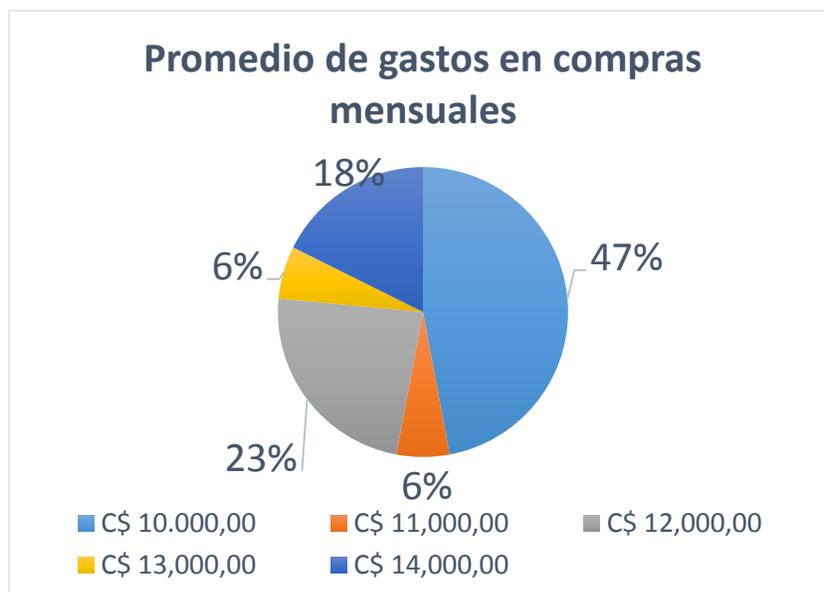
Fuente: Equipo Investigador 2017

Gráfico 9 Promedio de gasto en compras quincenales



Fuente: Equipo Investigador 2017

Gráfico 10 Promedio de gasto en compras mensuales



Fuente: Equipo Investigador 2017

Partiendo de los resultados en las encuestas aplicadas y del nivel de ingresos de las personas a las cuales va dirigido el servicio se decidió elaborar atención del mismo

en aquellos clientes que realicen compras superiores de C\$1.000,00 córdobas, posteriormente se realizó una distribución de atención la cual determina posibles periodos de compra en los cuales los clientes harán uso del servicio.

Paquetes diarios: Para este paquete se tomó en consideración los resultados de las encuestas plasmados en el grafico Numero 7, en el cual se determina que el 77% de las personas encuestadas invierten un aproximado de C\$ 1.000,00 córdobas por compras al dia.

Paquetes quincenales: Tomando como referencia el grafico número 8, se puede observar que las personas encuestadas gastan aproximadamente de C\$ 5.000,00 a C\$ 9.000,00 córdobas quincenales por lo cual las compras realizadas dentro de estos parámetros de costos se les llamara paquetes quincenales.

Paquetes mensuales: según el grafico numero 9 las personas encuestadas realizan compras mensuales desde C\$ 10.000,00 hasta los C\$ 14.000,00 córdobas.

Todos los paquetes serán realizados a un precio del 10% de la compra realizada en los supermercados.

En el grafico numero 1 hablamos de la frecuencia de compra de nuestro servicio, dichas frecuencias obtenidas mediante las encuestas realizadas también han sido tomadas en cuenta para la realización de las proyecciones de ventas. Dicho grafico muestra que la mayoría de las personas encuestadas realizan compras de productos alimenticios frecuentemente (diario), mientras que los productos o artículos del hogar los adquieren quincenal y mensualmente.

Tomando en cuenta todos los resultados anteriores se procedió a la realización de las estimaciones de ventas las cuales se presentan primeramente en unidades físicas y en sus respectivos valores monetarios para posteriormente proyectarse a 5 años con un crecimiento de 1,1 %

Estimaciones de ventas mensuales en unidades

Tabla 8 Estimaciones de ventas mensuales en unidades

EN UNIDADES													
MES		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Paquetes diarios		13	13	13	13								
Paquetes quincenales		25	25	25	31								
5.000,00	10%	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	20
6.000,00	10%	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7.000,00	10%	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
8.000,00	10%	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
9.000,00	10%	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Paquetes mensuales		22	22	22	30								
10.000,00	10%	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	16
11.000,00	10%	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12.000,00	10%	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13.000,00	10%	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14.000,00	10%	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
15.000,00	10%	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
TOTAL		60	60	60	74								

Fuente: Equipo Investigador 2017

Para la estimación de ventas en unidades y en córdobas se determinó que el mes de mayor adquisición de este tipo de servicio es el mes de diciembre. Y anualmente se proyectó un crecimiento del 1,1%

Estimaciones de ventas en córdobas

Tabla 9 Estimaciones de ventas mensuales en córdobas

EN CORDOBAS													
MES		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Paquetes diarios		C\$1.300,00											
Paquetes quincenales		C\$15.100,00	C\$18.100,00										
5.000,00	10%	C\$7.000,00	C\$10.000,00										
6.000,00	10%	C\$2.400,00											
7.000,00	10%	C\$1.400,00											
8.000,00	10%	C\$1.600,00											
9.000,00	10%	C\$2.700,00											
Paquetes mensuales		C\$18.900,00	C\$31.900,00										
10.000,00	10%	C\$8.000,00	C\$16.000,00										
11.000,00	10%	C\$1.100,00											
12.000,00	10%	C\$4.800,00											
13.000,00	10%	C\$1.300,00											
14.000,00	10%	C\$4.200,00											
15.000,00	10%	C\$4.500,00											
TOTAL		C\$40.300,00	C\$51.300,00										

Fuente: Equipo Investigador 2017

En la tabla número 9 se puede observar que JOTHA EXPRESS tendrá un ingreso estimado de **C\$40.300,00** en los meses de enero a noviembre, siendo diciembre el mes con mayores niveles de adquisición del servicio este tendrá un ingreso estimado de **C\$51.300,00**

Proyecciones de ventas en unidades físicas y monetarias a cinco años

Tabla 10 Proyecciones de ventas en unidades físicas y monetarias

Unidades	Años				
	2018	2019	2020	2021	2022
Físicas	734	807	888	977	1074
Monetarias	C\$494.600,00	C\$544.060,00	C\$598.466,00	C\$658.312,60	C\$724.143,86

Fuente: Equipo Investigador 2017

En la tabla N^o10 se puede observar las estimaciones de ventas anuales proyectados hasta el 2022, los indicadores tomados en cuenta para dichas proyecciones han sido crecimiento poblacional (1,1%), así mismo las frecuencias de compra de la población encuestada en la cual se muestra un incremento en el mes de diciembre por ser un mes festivo, del mismo modo se toma en cuenta el promedio de gastos de la población.

Los tres indicadores anteriormente mencionados han sido esenciales para la realización de las estimaciones de venta y de las proyecciones realizadas y plasmados en las tablas anteriores.

Presupuesto de mercadotecnia.

Tabla 11 Presupuesto de mercadotecnia y sus respectivos costos individuales, mensuales y trimestrales

Cantidades	Descripción	Unidades de medida	Costo unitario	Costo total mensual	Costo total trimestre
1000	Brochures	21.59x27.94cm	C\$ 4.50	C\$ 450.00	C\$ 1,350.00
200	Boletín informativo	21.59x27.94cm	C\$ 6.00	C\$ 1,200.00	C\$ 3,600.00
100	Tarjetas de presentación	3.5x2cm	C\$ 2.00	C\$200.00	C\$ 900.00
1	Mantas	Tela de 40 pulgadas	C\$600.00	C\$ 600.00	C\$1,800.00
Total			C\$ 612.50	C\$ 2,450.00	C\$ 7,650

Fuente: Equipo investigador 2017

La lealtad de nuestros clientes se generara mediante un buen servicio donde se le otorgue una atención de servicio al cliente de calidad en conjunto con eficiencia y calidad al momento de prestar el servicio.

Los factores que contribuirán a construir valor a nuestra marca son las estrategias de mercado las cuales tienen el objetivo fundamental de satisfacer, retener y obtener nuevos clientes mediante campañas publicitarias; el presupuesto de mercadotecnia plasmado en la tabla N^o11 presenta lo que se deberá invertir en las estrategias de penetración del mercado las cuales son esenciales para el crecimiento de la empresa.

4.2 Plan de producción

La producción implica la transformación de insumos, a través de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos o servicios requeridos por los consumidores. La planeación de la producción, consiste en la indicación de las unidades que vamos producir en un período, nos dice también cuánta materia prima vamos a utilizar, qué maquinaria y equipos, y cuánta mano de obra se requiere para cumplir el plan de producción.

4.2.1 El proceso de producción

1. Recepción de mensaje o llamada para solicitar el servicio:

Contaremos con un número de teléfono fijo el cual estará a disposición para la recepción de la empresa, además la empresa cuenta con su página en la plataforma de Facebook, en la que se puede encontrar como [JOTHA EXPRESS COMPANY](#) por este medio los clientes y demás personas le darán seguimiento a las ofertas y promociones que la empresa tenga en vigencia.

La recepción del mensaje se puede tomar desde Messenger (Facebook) ya que con esta aplicación podemos recibir llamadas y mensajes de los clientes que soliciten nuestro servicio, así mismo, la empresa también cuenta con la aplicación de WhatsApp teniendo como números de referencia para 85013341 o 85226488 la dinámica de recepción de llamada o mensaje sería la misma que la de Messenger.

2. Confirmación de solicitud del servicio:

Por medio de la recepción de mensaje o llamada el cliente solicitará nuestro servicio.

3. Recibimiento de documentación:

Por motivos de seguridad y afirmación del servicio se estarán solicitando los datos personales del cliente:

- Nombre y apellido completos.
- Número de cedula.
- Número de teléfonos.
- Domicilio.
- Número de tarjeta. (Esto si el cliente realizara el pago del servicio con tarjeta de crédito.)

Nota: si el pago es en efectivo estaremos solicitando una foto de la cedula de identidad por motivos de seguridad de la empresa.

4. Recepción de lista de productos a comprar:

Se reciben la lista de productos a comprar solicitadas por el cliente.

5. Verificación de lista de productos con el cliente:

Se verificara la lista de productos con el cliente y se le preguntara que supermercado le gustaría que realizáramos la compra de sus productos.

6. Realización de compras:

Se procede a realizar las compras de los productos solicitados por el cliente de acuerdo al listado y al supermercado de preferencia del cliente y se solicita la facturación de los productos comprados.

7. Llevar productos a la dirección del cliente:

Conforme a los datos recepcionados del cliente se le llevara las compras hasta su domicilio.

8. Entrega de productos:

Por medio de la lista reaccionada del cliente de los productos a comprar se le hará entrega.

9. Entrega de factura por compras realizadas en el supermercado:

La factura solicitada al terminar el proceso y pago de las compras realizadas en el supermercado, se le entrega al cliente.

10. Facturación del servicio realizado:

El costo de la compras por medio del servicio más el cargo del servicio prestado.

11. Recibo de dinero por pago de servicio prestado:

Recibo del dinero por el servicio prestado y entrega de factura.

Diagrama de flujo por servicio de compras a domicilio JOTHA EXPRESS

PROCESOS							Tiempo
1. Recepción de mensaje o llamada para solicitar el servicio	•						5 minutos
2. Confirmación de solicitud del servicio.						•	5 minutos
3. Recibimiento de documentación que respalde solicitud del servicio y nos proporcione seguridad para llevar a cabo el servicio			•				5 minutos
4. Recepción de lista de productos a comprar					•		5 minutos
5. Verificación de lista de productos con el cliente		•					5 minutos
6. Realización de compras		•					De 20 a 90 minutos
7. Llevar productos a la dirección del cliente		•					De 15 a 30 minutos
8. Entrega de productos de acuerdo al listado proporcionado por el cliente.		•					5 minutos

9. Entrega de factura por compras realizadas en el supermercado							5 minutos
10. Facturación del servicio realizado							3 minutos
11. Recibo dinero por pago de servicio prestado							3 minutos
Tiempo total							De 76 a 161 Minutos

Para la ejecución del servicio se necesitara de los servicios profesionales de 3 personas, los cuales se dividirán los cargos dependiendo de sus conocimientos, habilidades y destrezas presentadas, en el mes de diciembre se contratara a una persona más debido al incremento de personas que desean adquirir el servicio por las festividades del mes.

4.2.2 Proveedores y condiciones de compra de los equipos.

Antes de describir los proveedores de los equipos que se necesitan para llevar a cabo el servicio de entrega de compras a domicilio, es de vital importancia describir a los proveedores que necesitamos para la elaboración del servicio, los cuales son los supermercados en los que se realizaran las compras de los productos.

Los supermercados en los cuales se adquirirán los productos para el servicio de JOTHA EXPRESS han sido seleccionados mediante las encuestas realizadas a la población, la cual determinaron supermercados la colonia, pali y supermercado Santiago como los principales supermercados en los cuales realizan sus compras. Estos supermercados ofrecen a sus clientes no solo una inmersa variedad de productos alimenticios y del hogar, sino que cuenta también con un amplio departamento de ropa, panadería y comida rápida. La colonia se ha expandido geográficamente, asegurando su éxito en el país.

JOTHA EXPRESS realizo acuerdos en los cuatro supermercados anteriormente mencionados, en los cuales se le facilita a la empresa una de las cajas en todo momento para la ejecución de los pagos por compras realizadas, dichos acuerdos se realizaron en las sucursales centrales de los supermercados y tienen una validez de un año.

El equipo de transporte se utilizara para trasladar los víveres desde el supermercados hasta los hogares de los jinotepinos, para esto se optó por la motocicleta Mahindra modelo duro DZ 125 CC, ya que es una motocicleta ahorrativa, semi automática y rápida (90 km/hora) este modelo se encuentra disponible en la casa comercial FALCON y cuenta con dos formas de pago al crédito o al contado, con una garantía de fábrica de 24 meses, un mes de garantía del sistema eléctrico, Juego de herramientas, un casco y 4 mantenimientos gratis.

Los equipos de oficina se han seleccionado de manera cuidadosa ya que esta dará un realce a nuestras oficinas centrales, así mismo, proporcionara un mejor ambiente de trabajo para nuestros colaboradores, se ha elegido un escritorio de melanina, una silla rotatoria y un ventilador de torre, todos estos artículos tienen como proveedor la casa comercial el Verdugo y cuenta con una garantía de 6 meses a 5 años según el artículo.

Los equipos de cómputo igualmente se utilizaran en la oficina, sin embargo estos forman parte en el proceso de nuestro servicio, ya que se le instalara el programa de whatsapp para computadoras y por ese medio se recepcionaran los pedidos, para esto se utilizara la computadora hp notebook la cual cuenta con un Sistema operativo: Windows 10 Home 64, Intel® Celeron® N3060 (1,6 GHz, hasta 2,48 GHz, 2 MB de caché, 2 núcleos), esta computadora se encuentra en la casa comercial el verdugo y cuenta con una garantía de 12 meses y proporcionan una impresora hp como regalía por la compra.

4.2.3 Capital fijo y vida útil.

Tabla 12 Capital fijo JOTHA EXPRESS

Equipo de transporte			
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
1	Motocicleta Mahindra duro DZ	C\$ 43,935.00	C\$ 43,935.00
Subtotal			C\$ 43,935.00
Equipo de oficina			
1	Escritorio	C\$ 4,000.00	C\$ 4,000.00
1	Silla rotatoria	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00
1	Abanico	C\$ 2,700.00	C\$ 2,700.00
Subtotal			C\$ 8,700.00
Equipo de computo			
1	Computadora	C\$ 10,000.00	C\$ 10,000.00
1	Impresora	Regalía	
Subtotal			C\$ 10,000.00

Fuente: Equipo Investigador 2017

Ficha técnica N° 1: Motocicleta Mahindra duro DZ

Equipo: Motocicleta Mahindra duro DZ	
<p>Descripción del equipo:</p> <p>Es un modelo de estructura fuerte y equipada con un sistema de freno delantero de tambor, sistema de freno trasero de tambor, consume entre 170 a 190km x galón la velocidad máxima de 90km/hora con un cilindraje de 125cc, Escape tipo bazuca, Enfriamiento por aire, torque y aceleración instantánea.</p> <p>Costo de funcionamiento:</p> <p>Costo de gasolina Mano de obra requerida: Una persona</p>	 <p><i>Ilustración 1 Mahindra duro DZ</i></p>
<p>Proveedor:</p> <p>Comercial FALON Costo: C\$ 43,935.00 Dirección: Jinotepe, Carazo</p>	<p>Datos técnicos</p> <p>Modelo: Mahindra duro DZ 125 CC Velocidad: 90 Km/ hora Cilindraje: 125 CC Encendido: Eléctrico y mecánico</p>

Ficha técnica N° 2: Escritorio

Equipo: Escritorio	Imagen N° 2: Escritorio
<p>Descripción del equipo:</p> <p>Este mobiliario de oficina es útil para colocar papelería, archivar, etc.</p>	 <p><i>Ilustración 2 Escritorio</i></p>
<p>Proveedor:</p> <p>Casa comercial El verdugo</p> <p>Costo: C\$ 4,000.00</p>	<p>Datos técnicos:</p> <p>Material: Melamina</p> <p>Vida útil: 5 años</p>

Ficha técnica N° 3: Silla rotatoria

Equipo: Silla Rotatoria	Imagen N° 3: Silla rotatoria
<p>Descripción del equipo:</p> <p>Esta silla tiene una función de apoyo lumbar para promover la higiene postural para largas horas de trabajo. Esta silla es regulable en altura a diversas alturas de escritorio o de su preferencia.</p>	 <p><i>Ilustración 3 Silla rotatoria</i></p>
<p>Proveedor:</p> <p>Casa comercial El verdugo</p> <p>Costo: C\$ 2,000.00</p>	<p>Datos técnicos:</p> <p>Vida útil: 5 años</p>

Ficha técnica N° 4: Ventilador de torre

Equipo: Ventilador de torre	Imagen N° 4: Ventilador de torre
<p>Descripción del equipo:</p> <p>Este tipo de mobiliario es necesario para dar comodidad a los trabajadores y al cliente; evitando el bochorno o calor de las instalaciones.</p>	
<p>Proveedor:</p> <p>Casa comercial El verdugo</p> <p>Costo: C\$ 2,700.00</p>	<p>Datos técnicos:</p> <p>Vida útil: 5 años</p>

Ficha técnica N° 5: Computadora Portátil

Equipo: Computadora Hp Notebook	Imagen N° 5: Computadora Hp Notebook
<p>Descripción del equipo:</p> <p>Este tipo de mobiliario es necesario para guardar los archivos digitalizados de cada uno de los movimientos y transacciones del negocio.</p>	 <p><i>Ilustración 5 Computadora HP</i></p>
<p>Proveedor:</p> <p>Proveedor:</p> <p>Casa comercial El verdugo</p> <p>Costo: C\$ 10,000.00</p>	<p>Datos técnicos:</p> <p>Sistema operativo: Windows 10 Home 64</p> <p>Intel® Celeron® N3060 (1,6 GHz, hasta 2,48 GHz, 2 MB de caché, 2 núcleos)</p> <p>Memoria SDRAM DDR3L-1600 de 8 GB (1 x 8 GB)</p> <p>Almacenamiento Unidad interna SATA de 1 TB y 5400 rpm</p> <p>Vida útil: 5 años</p>

Ficha técnica N° 6: Impresora

Equipo: Impresora hp	Imagen N° 6: Impresora hp
<p>Descripción del equipo:</p> <p>Impresión, copia y escaneado de archivos</p>	 <p><i>Ilustración 6 Impresora HP</i></p>
<p>Proveedor:</p> <p>Casa comercial El verdugo</p> <p>Costo: Regalía por comprar computadora hp</p>	<p>Datos técnicos:</p> <p>Color: Velocidad máxima de 18 segundos</p> <p>Ciclo de trabajo (mensual, A4) Hasta 1000 páginas</p> <p>Inyección térmica de tinta HP</p> <p>Controladores de impresora incluidos</p> <p>HP PCL 3 GUI</p> <p>Calidad de impresión (óptima)</p> <p>Vida útil: 3 años</p>

Ficha técnica N° 7: Router

Equipo: Router	Imagen N° 6: Impresora hp
<p>Descripción del equipo:</p> <p>Es un dispositivo que proporciona conectividad a nivel de red o nivel tres en el modelo OSI.</p>	 <p><i>Ilustración 7 Router</i></p>
<p>Proveedor:</p> <p>Claro Nicaragua</p> <p>Costo: Regalía por contratación de servicios</p>	<p>Datos técnicos:</p> <p>Vida útil: 5 años</p>

Vida útil de la maquinaria y mobiliario de oficina

Depreciación del capital fijo

“Según la ley N^o 822 de concertación tributaria, en el art N^o4, inciso 1, N^o3 de maquinarias y equipos, estos serán depreciados por una vida útil de 5 y 3 años. (Nicaragua N. J., 2012)”

Se detalla seguidamente la tabla N^o 13 de depreciación en cuanto refiere a mobiliario y equipo de oficina, los cuales fueron depreciados por una vida útil de 5 y 3 años lo cual se encuentra estipulado en la ley.

Tabla 13 Depreciación de maquinaria y mobiliario de oficina

DEPRECIACIÓN				
MAQUINARIA Y EQUIPO				
Articulo	Costo	Vida útil (años)	Depreciación Anual	Depreciación Semestral
Motocicleta	C\$43.935,00	5	C\$9.187,00	C\$4.593,50
Computadora	C\$ 10.000,00	5	C\$ 2.000,00	C\$333,33
MOBILIARIO DE OFICINA				
Articulo	Costo	Vida útil (años)	Depreciación Anual	Depreciación Semestral
Escritorio	C\$ 4.000,00	3	C\$ 1.333,00	C\$666,5
Silla rotatoria	C\$ 2.000,00	3	C\$ 666,67	C\$333,34
Ventilador de torre	C\$ 2.700,00	3	C\$ 900,00	C\$450,00

Fuente: (Gaceta, 2015)

4.2.4 Capacidad planificada.

Debido a que la adquisición del servicio de compras a domicilio es habitual, se estableció producir el porcentaje de ventas planeadas, siendo la producción en unidades constantes, es decir la misma cantidad a producir para los todos meses, siendo la excepción el mes de diciembre debido a las festividades de fin de año, por lo cual se decidió realizar contratos de un mes para un repartidor más. El sistema de producción a emplear es el regulado ya que es un producto con dependencia en el mercado.

Tabla 14 Toma de tiempos

Toma de tiempos	Pasado a minutos	
T1	5 min	
T2	5 min	
T3	5 min	
T4	5 min	
T5	9 min	
T6	20 a 90 min	
T7	15 a 30 min	
T8	5 min	
T9	6 min	
T10	3 min	
T11	3 min	
Tiempo min: 76 min		76 min
Tiempo Max: 161 min		161
Tiempo promedio:		118,5 min

Fuente: Equipo Investigador 2017

Según Tejero en su libro Logística integral Una jornada de trabajo tiene 8 horas; pero sabemos que las personas no podemos mantener un trabajo totalmente continuo en períodos largos de tiempo (relativos a la jornada). Es decir: de las 8 horas disponibles, no podemos esperar que se producirá todo el tiempo.

Se acumulan pequeños momentos de no producción. A ese tiempo no efectivo en trabajo, le denominaremos “Tiempo no efectivo” o, también lo conocemos como: grado de eficiencia de la mano de obra; normalmente es representado con un porcentaje. Por estudios realizados, se conoce que, con normalidad, en grupos bien dirigidos esta eficiencia alcanza un 85%; es decir las personas hacen trabajo efectivo solo el 85% de su jornada de 8 horas. 80 minutos son, muy normalmente, gastados en cosas como: estirarse un poco, alguna conversación con compañeros, ir al baño, tomar agua, arreglar cosas, baja por cansancio, etc. (Tejero, 2007)

Entonces, para el caso de la tabla 14 donde se toman los tiempos del proceso del servicio:

$$(8 \times 60 / 118.5) \times 0.85 = \text{capacidad de atención máxima}$$

Resultado: 3 servicios por jornada de 8 horas.

La capacidad planificada que puede cubrir JOTHA EXPRESS son un máximo de 3 familias por día.

Tabla 15 Capacidad planificada anual

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Servicios por mes	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Servicios Extra Diciembre												14
Sub Total diciembre												89
Total												914

Fuente: Equipo Investigador 2017

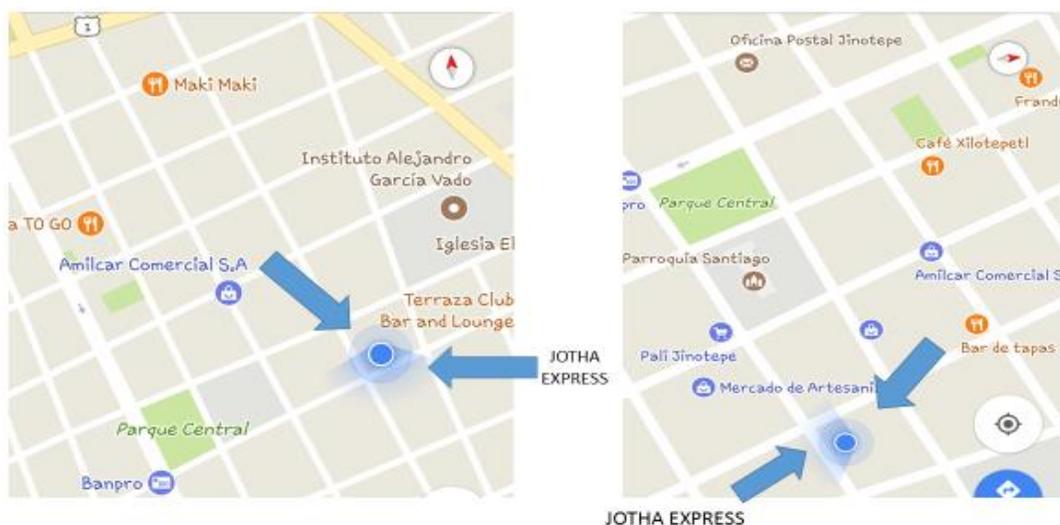
La capacidad de la empresa va de acuerdo a lo que se desea cubrir en el mercado, según los datos obtenidos y presentados en la tabla N° 7 de demanda a satisfacer se plasma que JOTHA EXPRESS cubrirá un 5% de la demanda insatisfecha la cual son 68 hogares, por lo que la capacidad planificada sobrepasa en un 10% las estimaciones de venta y la demanda a cubrir, por lo cual se considera una ventaja para la prestación del servicio

4.2.5 Ubicación y distribución física de la empresa.

La empresa JOTHA EXPRESS está ubicada en el departamento de Carazo en el municipio de Jinotepe del PALI 125mts. Al este, en una zona central del municipio cerca de los supermercados del municipio Pali, supermercado la colonia, Supermercado Santiago.

Croquis de la localización de la empresa:

Ilustración 8 Ubicación de la empresa



En la ilustración número 8 se muestra la macro localización de la oficina de JOTHA EXPRESS, la cual estará ubicada del pali 125 mts al este, siendo una ubicación estratégica para la realización de los servicios



Ilustración 9 Croquis de la empresa

JOTHA EXPRESS estará ubicada en un área de 6x4, entre la ferretería los gemelos y la casa del pollo.



Ilustración 10 Diseño de planta de oficina

En la ilustración número 10 se presenta el diseño lo que será la planta de oficina de JOTHA EXPRESS, donde se prestara el servicio de atención a la población en general.

4.2.6 Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad.

Hill en su libro de contabilidad de costos define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final. Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final. (Hill, 1996)

El servicio brindado por JOTHA EXPRESS no utilizara ningún tipo de materia prima para la ejecución del servicio, por lo que este ítem no será analizado.

4.2.7 Mano de obra, su costo y disponibilidad.

Es el costo del tiempo que los trabajadores han invertido en el proceso productivo en forma manual o mecánica y se utiliza para fabricar los productos. Al igual que la materia prima se divide en: mano de obra directa e indirecta. La directa incluye todo el tiempo del trabajo que directamente se aplica a la fabricación física del producto. La indirecta al tiempo invertido en el proceso productivo pero que no se relaciona directamente con los productos sino que se ayuda.

Para la ejecución del servicio se necesitara de 3 personas, las cuales se dividirán en las tres áreas de la empresa, las cuales son: dirección general administrativa, marketing y ventas, y recepción y distribución de pedidos, sin embargo estos no han sido tomados como mano de obra ya que ellos no fabrican ningún producto.

4.2.8 Gastos generales de producción.

Tabla N°17 Gastos generales de producción

Gastos Generales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	septiembre	octubre	Noviembre	Diciembre
Gasolina	C\$1.000,00	C\$1.050,00	C\$1.100,00	C\$1.150,00	C\$1.200,00	C\$1.250,00	C\$1.300,00	C\$1.350,00	C\$1.400,00	C\$1.450,00	C\$1.500,00	C\$1.550,00
Mantenimiento	C\$100,00											
Teléfono	C\$900,00											

Fuente: Equipo Investigador

Los gastos generales de producción estarán dados por todo lo que se necesita para poder prestar el servicio, los gastos plasmados en la tabla número 17 son los correspondiente al servicio de compras a domicilio los cuales son; gasolina, Mantenimiento de motocicleta y el plan de internet fijo para poder ejecutar el servicio de compras de víveres a domicilio.

4.3 Plan de organización y gestión

4.3.1 Marco legal (forma jurídica).

JOTHA EXPRESS estará constituida como Microempresa que surge de un proyecto emprendedor y será inscrita como COMPAÑIA EN NOMBRE COLECTIVO CON RESPONSABILIDAD LIMITADA en la ciudad de Jinotepe departamento de Carazo. Conforme el artículo 133 y siguientes del código de comercio. Ver Acta Constitutiva en Anexos

Tabla 16 Marco legal JOTHA EXPRESS

Ley	Articulo	Impacto
Código de trabajo Prestaciones: • 13vo mes Aguinaldo • Vacaciones • Indemnizaciones	Art. 93-95 CT Art. 76 CT	El código laboral funciona como guía para establecer salarios adecuados para los colaboradores, este tiene un impacto positivo en la empresa JOTHA EXPRESS. Ya que podemos conocer las sanciones por el incumplimiento, los tiempos y cantidades a pagar en los diferentes periodos del año, así también normaliza la relación de los colaboradores con los jefes de área; además de conjunto de obligaciones y deberes de ambas partes.
Ley de promoción fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (Ley MIPYME)]	Ley 645 Y reglamento	Esta ley tiene un impacto positivo en la empresa ya que se puede acceder diversos beneficios tales como: incentivos fiscales y programas de apoyo. La empresa podrá hacer sus trámites ante el MIFIC de manera más rápida, ahorrando tiempo y dinero
Ley creadora del registro único del contribuyente	Publicada en la Gaceta, Diario Oficial No. 246 del 30 de octubre de 1981	Dicha inscripción es de carácter obligatorio para todas sus operaciones. El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales que realicen alguna actividad económica en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.
Ley de marcas y otros signos distintos	Ley No. 380 Aprobado el 14 de Febrero del 2001	Esta ley tiene como objetivo establecer las disposiciones que regulan la protección de las marcas y otros signos distintos. La marca puede identificar a un producto originario de un país, una región, una localidad o un lugar determinado; cuya calidad, reputación u otra característica sea geográfica, incluidos los factores humanos y naturales. Esta ley favorece al propietario de la

		marca en este caso signo, que lo tiene registrado de tal manera que cualquier otro producto o empresa similar no puede hacer uso de su distintivo.
Ley de concertación tributaria	Reglamento de la Ley 822	El IR creado por el art. 3 de la LCT, es un impuesto directo y personal que grava las rentas del trabajo, las rentas de actividades económicas, las rentas de capital y ganancias y pérdidas de capital de fuente nicaragüense; obtenidas por los contribuyentes, residentes o no residentes, lo mismo que cualquier incremento de patrimonio no justificado y las rentas que no estuviesen expresamente exentas o exoneradas por ley. Se entenderá como incremento de patrimonio no justificado, los ingresos recibidos por el contribuyente que no pueda justificar como rentas o utilidades, ganancias extraordinarias, aportaciones de capital o préstamos, sin el debido soporte del origen o de la capacidad de económica de las personas que provean dichos fondos.

Constitución de la empresa.

JOTHA EXPRESS será registrada como persona natural; esta es una persona humana que ejerce derechos y cumple obligaciones a título personal. Al constituir una empresa como Persona natural, los socios asumen todas obligaciones de la empresa así también asume la responsabilidad y garantiza con todo el patrimonio que posea (los bienes que estén a su nombre), las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa.

Esta microempresa se registra de esta manera principalmente por el beneficio de tener tramites más sencillos y rápidos, ante el registro mercantil del departamento de Carazo, así como en la Alcaldía Municipal de Jinotepe (matricula) y en la Dirección General de Ingresos (DGI), para obtener número RUC, cumpliendo con todos los requisitos de índole legal.

Según la ley de fomento a la micro, pequeña y mediana empresa: una empresa es considerada “microempresa” cuando cuenta con un personal mayor o igual que 1 y

menor o igual a 10; por lo tanto JOTHA EXPRESS es una pequeña empresa ya que inicialmente contará con 3 colaboradores para ejercer las actividades de la empresa.

Procedimientos para constituir y legalizar la empresa.

Se llevarán a cabo los siguientes trámites para la legalización de empresa de forma natural:

a) Registro mercantil.

- Solicitud de inscripción.
- Libros contables (diario y mayor).
- Fotocopia de cédula de identidad.
- Fotocopia de Cédula de Residencia (en caso de extranjeros).

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

- Fotocopia de la solicitud de inscripción entregada en el registro mercantil
- Fotocopia de la minuta cancelada del pago en el registro mercantil
- Fotocopia de cédula de identidad nicaragüense.
- Fotocopia de constancia de disponibilidad de servicio público (agua, luz, teléfono o contrato de arriendo) del domicilio particular y del negocio.
- Fotocopia de poder especial para realizar trámite y cédula de identidad, si el trámite es realizado por un gestor, con C\$ 15.00 de timbres fiscales.
- Libro diario y mayor inscrito en el registro mercantil.

c) Alcaldía

- Copia del Número RUC.
- Copia y original de la cédula de identidad.
- Carta de solicitud de matrícula.
- Carta poder (si actúa en representación del contribuyente) con cédula de identidad.
- Permiso de Policía Nacional, Urbanismo, Medio Ambiente, MINSA según giro del negocio.
- Formulario de solicitud de matrícula (5.00 formulario).
- Matrícula (C\$500.00).

- Constancia de matrícula (C\$5.00).

d) Trámites básicos para inicio de operaciones convenio DGI-MIFIC-INPYME: Persona Natural (cuota fija)

1. Dirección general de ingresos (DGI)

- Carta de solicitud de inscripción.
- Copia de cédula de identidad o cédula de residencia.
- Copia de recibo de servicio básico agua, luz o teléfono (a nombre de la persona y que confirme la dirección actual).
- Llenado de formato de inscripción (administración de renta).
- Tener 18 años de edad como mínimo.
- Order Book.
- Aval de INPYME para beneficiarios de convenio MIFIC-INPYME-DGI.

2. Alcaldía

- Copia del RUC.
 - Copia de Cédula de Identidad o Cédula de residencia.
 - Carta para trámite (si la persona que realiza el trámite no es el dueño del negocio).
- Permiso ambiental y/o policía, dependiendo de la actividad del negocio.

3. Registro único de la micro, pequeña y mediana empresa (RUM)

Presentarse al Centro de Apoyo a la Micro, pequeña y mediana empresa (CAMIPYME) de su departamento o a la Ventanilla Única de Inversiones (VUI), para llenar formulario de inscripción acompañado de los siguientes requisitos:

- Fotocopia Cédula de Identidad
- Fotocopia Carnet RUC
- Fotocopia de Matrícula de la Alcaldía vigente

Una vez concluido el llenado del formulario de inscripción, el funcionario del CAMIPYME o la Ventanilla Única de Inversiones, deberá entregar al propietario o representante de la empresa, una constancia provisional que haga constar que esta ha iniciado el proceso de Registro, mientras se le emita su certificado RUM. El Certificado de Inscripción del

Registro Único de las MIPYME, será entregado en la delegación en la que realice su trámite de Registro.

a) Trámites para afiliarse como patrono al INSS

- El trámite se realiza en el Departamento de afiliación y fiscalización.
- Documentos que debe presentar Persona natural:
 - Formulario de inscripción del empleador
 - (Original y copia) este formulario se entrega en ventanilla
 - Formulario de inscripción del trabajador
 - (Original y copia) este formulario se entrega en ventanilla.
 - Formulario de acceso al SIE (original y copia) este formulario se entrega en ventanilla
 - Constancia de matrícula municipal (original copia)
 - Certificado de inscripción en el RUC régimen general (original y copia) o certificado de inscripción en el RUC régimen cuota fija (original y copia)
 - Cédula de registro único de contribuyente (RUC) (original y copia)
 - Número de atención (original)
 - Documento de identidad (original + copia simple) cédula de identidad (nacional) o cédula de residencia (extranjero).

Empresa por iniciar operaciones.

- Constancia de afiliación como empleador al INSS
- Documento de identidad
- Escritura pública de constitución y estatutos
- Formato de solicitud del trámite de licencia HST

Representante legal:

- Poder especial de representación (copia simple).
- Documento de identidad (copia simple).

c) Registro de marcas- registro de propiedad intelectual

La solicitud de registro de una marca, nombre comercial, emblema o señal de propaganda y cualquier otra solicitud, se presenta ante la Secretaría del Registro de la Propiedad Intelectual, en el formulario correspondiente.

Este formulario debe incluir:

- Nombre y dirección del solicitante
- Lugar de Constitución de domicilio del solicitante.
- Nombre y dirección del Apoderado en el país, cuando se hubiera designado.
- Denominación de la Marca o Nombre Comercial, cuyo registro se solicita, si fuese denominativa sin grafía, forma ni color especial.
- Etiquetas con la reproducción de la marca, emblema señal de Publicidad, cuando tuviera grafía, forma colores especiales, o fuese figurativa, mixta o tridimensional con o sin color.
- Señalar si el interesado reivindica derecho de prioridad.
- Una lista de productos o servicios para los cuales se desea registrar la marca, agrupados por clases conforme a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios. En caso de ser Nombre Comercial o Emblema el giro de actividades de la Empresa o Establecimiento Comercial.
- La firma del solicitante o de su apoderado.

Costos en que se debe incurrir para registrar una marca:

- USD 100 por categoría (para registro de marca)
- C\$ 95 por hoja tamaño carta (para aviso de solicitud)
- C\$ 95 por hoja tamaño carta (para aviso de inscripción)
- USD 50 por categoría
- C\$ 45 por diario (aviso de solicitud publicado)
- C\$ 45 por diario (aviso de inscripción publicado)
- C\$ 30 por timbre fiscal de C\$ 10.00 (para certificado de inscripción de marca)
- USD 20 por certificado
- USD 15 por clase (para búsqueda registral)
- C\$ 3 por timbre fiscal de C\$ 3.00 (para solicitar registro).

4.3.2 Estructura de la organización.

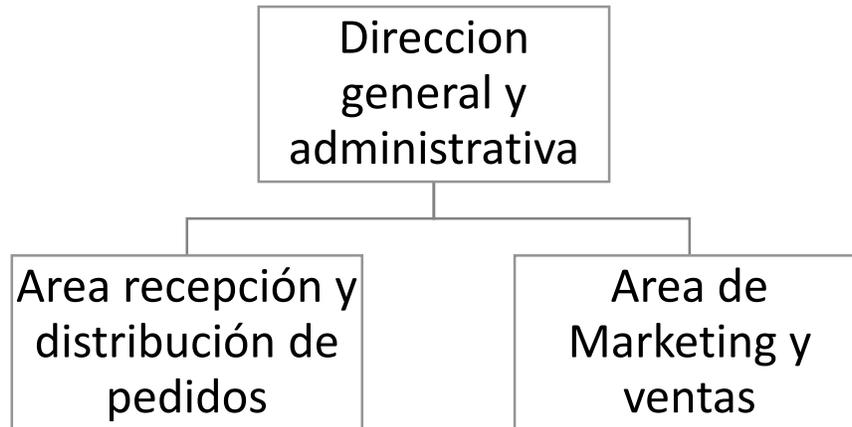
La estructura organizacional de la microempresa JOTHA EXPRESS es diseñada de acuerdo a las necesidades y los recursos de la empresa, aprovechando al máximo la disposición de los 3 colaboradores, logrando así una eficiente coordinación de funciones.

Se puede organizar las actividades y los procesos de la empresa realizando una estructura de carácter formal, ya que esta orienta y determina las funciones de cada puesto y especifica su superior o subordinado más cercano.

Está encabezada jerárquicamente por el gerente, el cual se encarga de la formulación de planes estratégicos, tácticos y operativos, que asignan el rumbo que tomará la empresa al dar inicio las operaciones; a la vez es responsable de realizar las contrataciones pertinentes para la ejecución de las actividades de cada puesto al igual que es responsable de llevar los registros contables pertinentes.

Para el diseño del organigrama se hace uso del principio sustantivo, el cual implica ubicar las unidades o puestos organizacionales a partir de la naturaleza o giro económico de la misma con respecto a su importancia, estará ocupada por el área de recepción y distribución que junto a sus elementos garantizaran la calidad del servicio "JOTHA EXPRESS". Mientras que el área de marketing y ventas garantizara una excelente distribución del producto y posicionamiento del producto en el mercado.

Sintetizando las características de la microempresa se tomó la decisión de implementar un organigrama por puestos; como figura a continuación:



Dirección General administrativa: Es un área considerada la cabeza de la empresa. Establece los objetivos y la dirige hacia ellos. Está relacionada con el resto de áreas funcionales, ya que es quien las controla.

Área de Marketing y ventas: Se encarga de realizar la investigación en el mercado, determinar cuál será el siguiente producto o mantenimiento de producto para llegar a una negociación en el mercado, además, se encarga de mantener vínculos con el departamento de producción para que éste lleve a buen puerto los resultados obtenidos en la investigación. Por otro lado, se encargará de realizar el mercadeo de los productos, posicionar en el mercado y presentar al mismo por medio de la publicidad.

Área de recepción y distribución de pedidos: en esta área se encargan de hacer efectivo el servicio mediante las herramientas y técnicas proporcionadas por la dirección general administrativa, para lograr de esta manera la efectiva distribución de los pedidos realizados.

4.3.3 Experiencia y habilidades básicas del empresario.

	JOTHA EXPRESS	Fecha:7 de enero de 2018
	Manual general	Paginas:

<u>Descripción del puesto.</u> <u>Identificación y Relaciones</u>
<p><u>Identificación</u></p> <p>Nombre del Puesto: Dirección general y administrativa Ubicación: Gerencia Tipo de Contratación: Permanente. Ámbito de Operación: Dentro de la empresa.</p> <p><u>Relaciones de Autoridad</u></p> <p>Subordinado directo: Área de marketing y ventas, área de recepción y distribución Propósito del puesto: Atender las necesidades fundamentales de la empresa.</p> <p>Funciones del puesto:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Control de actividades de la empresa. 2. Asistencia a reuniones. 3. Tomar las medidas necesarias que tengan que ver con la conservación de los activos que tiene invertida la empresa 4. mantenerse informado del curso de los negocios sociales. 5. Evaluar las tendencias y condiciones del mercado específico. 6. Crear descripciones de la labor específica para estas tareas y actividades. 7. Reclutar y seleccionar al personal apropiado para estos trabajos. 8. Brindar las condiciones de motivación (incentivos) para alcanzar un alto desempeño de los colaboradores. <p>Responsabilidades</p> <p>El director general y administrativo de JOTHA EXPRESS se encarga de Controlar las actividades de administración, elabora e interpreta las herramientas y técnicas que permitan garantizar la efectiva distribución y administración de los recursos materiales, humanos y financieros; además maneja la contabilidad de la pequeña empresa de acuerdo los principios básicos contables y las normas de control interno.</p> <p><u>Especificación del puesto:</u> Conocimiento: Medio</p>

Experiencia: 2 años

Iniciativa: constante.

Personalidad

9. Emprendedor

10. Ordenado.

11. Sociable.

12. Responsable.

13. Disciplinado.

	JOTHA EXPRESS	Fecha: 7 de enero de 2018
	Manual general	Paginas:

Descripción del puesto.
Identificación y Relaciones

Identificación

Nombre del Puesto: Recepción y distribución

Ubicación: Área de recepción y distribución

Tipo de Contratación: Permanente.

Ámbito de Operación: Dentro de la empresa.

Relaciones de Autoridad

Subordinado directo: --

Dependencia funcional: Dirección general y administrativa

Propósito del puesto: preparar y supervisar los recursos materiales y humanos, así como los trabajos necesarios para alcanzar los objetivos fijados en los planes del servicio que se brindara

Funciones del puesto:

1. Cumplir con las políticas y normas de la empresa.
2. Programar y gestionar el servicio que se brindara
3. Controlar la prestación del servicio con calidad y eficiencia.
4. Aplicar técnicas de control analítico y sensorial en la prestación del servicio
5. Ejecutar planes de mejora y de procesos.
6. Velar por el correcto funcionamiento de maquinarias y equipos.
7. Cooperar en la implantación y desarrollo del plan de calidad
8. Verificar la existencia de pedidos.
9. Llevar un perfecto control de los pedidos, realización de compras y entrega de los mismos.
10. Emitir informes, analizar resultados, generar reportes de producción que respalden la toma de decisiones.
11. Mantenimiento del estado de los equipos y máquinas.

El encargado del área de recepción y distribución se encarga de Programar, preparar y supervisar los recursos materiales y humanos, así como los trabajos necesarios para alcanzar los objetivos fijados en los planes de producción y calidad del servicio.

Comunicación: Descendente

Especificación del puesto:

Conocimiento: Mucho

Experiencia:

Iniciativa: constante.

Personalidad

12. Emprendedor

13. Ordenado.

14. Sociable.

15. Responsable.

16. Disciplinado.

	JOTHA EXPRESS	Fecha:7 de enero de 2018
	Manual general	Paginas:

Descripción del puesto.
Identificación y Relaciones

Identificación

Nombre del Puesto: Marketing y ventas

Ubicación: Área de Marketing y ventas

Tipo de Contratación: Permanente.

Ámbito de Operación: Dentro de la empresa.

Relaciones de Autoridad

Subordinado directo: --

Dependencia funcional: Dirección general y administrativa

Propósito del puesto: preparar y supervisar los recursos materiales y humanos, así como los trabajos necesarios para alcanzar los objetivos fijados en los planes del servicio que se brindara

Funciones del puesto:

1. Cumplir con las políticas y normas de la empresa.
2. Programar y gestionar el servicio que se brindara
3. Controlar la prestación del servicio con calidad y eficiencia.
4. Aplicar técnicas de control analítico y sensorial en la prestación del servicio
5. Ejecutar planes de mejora y de procesos.
6. Construir indicadores que permitan medir las percepciones sobre el servicio ofrecido

7. Generar una marca fuerte y sólida a través de un servicio eficaz y eficiente las cuales transmitan confianza y credibilidad en nuestros clientes objetivos.
8. Satisfacer a un cliente cada vez más exigente que se ha acostumbrado a querer recibir más valor por un menor precio.

El encargado del área de Marketing y ventas se encarga de Programar, preparar y supervisar los recursos materiales y humanos, así como los trabajos necesarios para alcanzar los objetivos fijados en los planes de producción y calidad del servicio.

Comunicación: Descendente

Especificación del puesto:

Conocimiento: Mucho

Experiencia:

Iniciativa: constante.

Personalidad

9. Emprendedor

10. Ordenado.

11. Sociable.

12. Responsable.

13. Disciplinado.

4.3.4 Actividades y gastos preliminares

Tabla 17 Actividades y gastos preliminares

Actividades y gastos preliminares	
Actividades	Costos
Honorarios Profesionales	C\$3.000,00
Registro mercantil	C\$1.000,00
Constitución como comerciante	C\$650,00
poder general de administración	C\$300,00
Acondicionamiento del local	C\$ 1.400,00
TOTAL	C\$ 6.350,00

Fuente: Equipo Investigador 2017

Los gastos preliminares de JOTHA EXPRESS plasmados en la tabla número 19 están dados por todos los gastos dados para poder constituir la pequeña empresa y poder prestar los servicios dentro del marco legal.

4.3.5 Equipos de oficina.

Tabla 18 Equipo de oficina

Mobiliario y Equipo de Oficina				
Descripción	Unidades	Unidades de medida	Costo Unitario	Costo total
Escritorio	1	Unidad	C\$4.000,00	C\$4.000,00
Silla rotatoria	1	Unidad	C\$2.000,00	C\$2.000,00
Archivador	1	Unidad	C\$2.000,00	C\$2.000,00
Ventilador de torre	1	Unidad	C\$ 2.700,00	C\$ 2.700,00

Fuente: Equipo Investigador 2017

El equipo de oficina es de vital importancia para la prestación del servicio ya que el local de la pequeña empresa debe de estar acondicionado para proporcionar a los trabajadores un buen ambiente de trabajo para que ellos puedan proporcionar un servicio de calidad. Los equipos de oficina plasmados en la tabla número 19 son los necesarios para el inicio y acondicionamiento del local en el cual estarán las oficinas de JOTHA EXPRESS.

4.3.6 Gastos administrativos.

Los gastos administrativos son aquellos que tienen que ver directamente con la administración general del negocio y no con sus actividades operativas. No son Gastos de Ventas, no son Costos de Producción. Contienen los salarios del Gerente General, secretarias, contadores, alquileres de oficinas, papelería de oficinas, suministros y equipo de oficinas, etc. No se incluyen en esta categoría los gastos que tienen que ver propiamente con la operación del giro del negocio ni con el mercadeo. Usualmente se incluyen los gastos de selección y reclutamiento de personal.

Tabla 19 Gastos Administrativos

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Sueldos/ dueños	C\$5.000,00											
Sueldos/ empleados	C\$4.500,00											
Renta del local	C\$3.000,00											
Electricidad	C\$200,00											
Internet, teléfono	C\$900,00											
Agua	C\$90,00											
Depreciación	C\$1173,88											
Pagos al banco	C\$541,05											
Mantenimiento de moto	C\$100,00											
total	C\$15.504,93											

Fuente: Equipo Investigador 2017

En la tabla 20 se pueden observar todos los gastos que van relacionados directamente con la administración general del negocio, los cuales tienen un total por mes de C\$ 15.504,93 córdobas.

4.4 Plan financiero

4.4.1 Inversión y fuente de financiamiento.

4.4.1.1 Activos fijos.

“Según Investopedia Academy Un activo fijo es una propiedad tangible o intangible que una compañía posee y usa para la generación de ingresos y la cual no se espera ser consumida o convertida en divisas durante un periodo de tiempo menor a un año. (Academy, 2017)”.

Tabla 20 Activos fijos

Descripción	Total
Activos fijos	
Activos Tangibles	
Mobiliario y equipo de oficina	C\$20.700,00
Motocicleta	C\$43.935,00
Papelería y útiles de oficina	C\$1.121,00
Sub Total Inversión Tangible	C\$65.756,00
Activos Intangibles	
Gastos de organización	C\$900,00
Gastos de constitución	C\$4.950,00
Publicidad al inicio de operaciones	C\$2.450,00
Gastos preliminares	C\$1.400,00
Sub Total Inversión Intangible	C\$9.700,00
Capital del trabajo	
Sueldos y salarios(3 meses)	C\$28.500,00
Seguro Social (Aporte patronal)(3 meses)	C\$3.330,00
Gastos Administrativos	C\$15.504,93
Gastos de Venta	C\$5.050,00
Sub Total Capital del Trabajo	C\$52.384,93
Inversión Total	C\$127.840,93
Total Inversión	C\$127.840,93
Fondos Propios 95%	C\$121.448,88
Estructura del Financiamiento	C\$16.519,42

Fuente: Equipo Investigador 2017

4.4.1.1.1 Activos tangibles

“Según García en su libro afirma que El inmovilizado material (inmuebles, instalaciones, equipamiento), inmovilizado inmaterial (patentes, leasing, aplicaciones informáticas), inmovilizado financiero (si hay algún tipo de fianza o inversión de otro tipo), los gastos de establecimiento (sólo en el caso de empresas que empiecen su actividad). (García, 2006)”.

Los Activos tangibles de JOTHA EXPRESS equivalen a C\$ 65,756.00

Tabla 21 Activos tangibles

Activos tangibles	Parcial	Total
Mobiliario y Equipo de Oficina		C\$10.700,00
Escritorio	C\$4.000,00	
Silla rotatoria	C\$2.000,00	
Archivador	C\$2.000,00	
Ventilador de torre	C\$2.700,00	
Motocicleta		C\$43.935,00
Papelería y útiles de oficina		C\$1.121,00
Factura comercial	C\$20,00	
Libro de diario	C\$90,00	
Sello de la empresa	C\$500,00	
Resma hojas de block	C\$220,00	
Lapiceros	C\$21,00	
Agenda	C\$200,00	
Engrapadora	C\$50,00	
Resaltadores	C\$20,00	
Maquinaria y equipo de trabajo		C\$10.000,00
Computadoras e impresora	C\$10.000,00	
TOTAL		C\$65.756,00

Fuente: Equipo Investigador 2017

4.4.1.1.2 Activos intangibles.

“Activo Diferido: Es un conjunto de bienes necesarios para el funcionamiento de la empresa que generalmente se pagan por anticipado y cuya principal característica es que son intangibles. Ejemplo de activos diferidos: asistencia técnica, capacitación, gastos pre operativos, gastos de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios, elaboración de estudios de evaluación, etc. (Perez, 2013)”, siendo los gastos pre operativos de JOTHA EXPRESS equivalentes al monto de C\$9.700,00

Tabla 22 Activos intangibles

Activos Intangibles	Parcial	Total
Gastos de organización		C\$900,00
Contrato de telefonía fija e internet	C\$900,00	
Gastos de Constitución		C\$4.950,00
Honorarios Profesionales	C\$3.000,00	
Registro mercantil	C\$1.000,00	
Constitución como comerciante	C\$650,00	
Poder general de administración	C\$300,00	
Promoción Inicial		C\$2.450,00
Publicidad	C\$2.450,00	
Gastos preliminares		C\$1.400,00
Acondicionamiento de Local		
Pintura (galón)	C\$800,00	
Salarios por Decoración y Remodelación	C\$600,00	
TOTAL		C\$9.700,00

Fuente: Equipo Investigador 2017

4.4.1.1.3 Capital de trabajo.

Son recursos financieros que se debe contar para que el proyecto empiece a operar. Es decir, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos, ejemplo: debe comprarse materia prima e insumos, pagar mano de obra directa, pagar servicios como electricidad, agua, teléfono, pagar renta y otros servicios auxiliares. Entonces, el capital de trabajo es un presupuesto inicial para realizar las operaciones cotidianas antes de obtener ingresos, después de esto, estos se transforman en costos. (Perez, 2013)

Para el capital de trabajo de JOTHA EXPRESS es necesario una inversión de C\$52.384,93

Tabla 23 Capital del trabajo

Capital del trabajo	Parcial	Total
Capital del trabajo		C\$52.384,93
Sueldos y salarios	C\$28.500,00	
Seguro Social (Aporte patronal)	C\$3.300,00	
Gastos Administrativos	C\$15.504,93	
Gastos de Venta	C\$5.050,00	
TOTAL		C\$52.384,93

Fuente: Equipo Investigador 2017

4.4.1.1.4 Inversión total.

La suma de los activos tangibles, intangibles y capital de trabajo da como resultado **C\$127.840,93** necesaria para iniciar operaciones. (Ver tabla No 21.)

4.4.1.1.5 Estructura del financiamiento.

“Weston Define la estructura de financiamiento como la forma en la cual se financian los activos de una empresa. (Weston, 1992)”

Tabla 24 Esquema de financiamiento

Monto	C\$16.237,89
Interés	10%
Plazo	3 años
Cuota	Ver tabla

JOTHA EXPRESS
Amortización Financiera

Tabla 25 Esquemas y fuentes de financiamiento

Año	Intereses	Pago a capital	Pago anual	Deuda después de pago
0				C\$ 16.237,89
1	C\$1.375,71	C\$ 5.412,63	C\$ 6.788,34	C\$ 10.825,26
2	C\$ 834,45	C\$ 5.412,63	C\$ 6.247,08	C\$ 5.412,63
3	C\$ 293,18	C\$ 5.412,63	C\$ 5.705,81	-
	C\$ 2.503,34	C\$ 16.237,89	C\$ 18.741,23	

Fuente: Equipo Investigador 2017

La amortización financiera muestra los datos sobre el financiamiento requerido, porcentaje de intereses (10%), pago del capital (C\$ 16.237,89) y pago anual de (C\$ 18.741,23) estos datos se establecen a un plazo de 3 años sin variación en los intereses.

Tabla 26 Amortización mensual del préstamo bancario

Tabla de amortización del préstamo				
Plazos en meses	36	Tasa de Interés 10% anual		Saldo
		Tasa	10%	
N0	Principal	Interés	Cuota	
0	C\$16.237,89	C\$0,00	C\$0,00	C\$16.237,89
1	C\$451,05	C\$135,32	C\$586,37	C\$15.786,84
2	C\$451,05	C\$131,56	C\$582,61	C\$15.335,79
3	C\$451,05	C\$127,80	C\$578,85	C\$14.884,73
4	C\$451,05	C\$124,04	C\$575,09	C\$14.433,68
5	C\$451,05	C\$120,28	C\$571,33	C\$13.982,63
6	C\$451,05	C\$116,52	C\$567,57	C\$13.531,58
7	C\$451,05	C\$112,76	C\$563,82	C\$13.080,52
8	C\$451,05	C\$109,00	C\$560,06	C\$12.629,47
9	C\$451,05	C\$105,25	C\$556,30	C\$12.178,42
10	C\$451,05	C\$101,49	C\$552,54	C\$11.727,37
11	C\$451,05	C\$97,73	C\$548,78	C\$11.276,31
12	C\$451,05	C\$93,97	C\$545,02	C\$10.825,26
13	C\$451,05	C\$90,21	C\$541,26	C\$10.374,21
14	C\$451,05	C\$86,45	C\$537,50	C\$9.923,16

15	C\$451,05	C\$82,69	C\$533,75	C\$9.472,10
16	C\$451,05	C\$78,93	C\$529,99	C\$9.021,05
17	C\$451,05	C\$75,18	C\$526,23	C\$8.570,00
18	C\$451,05	C\$71,42	C\$522,47	C\$8.118,95
19	C\$451,05	C\$67,66	C\$518,71	C\$7.667,89
20	C\$451,05	C\$63,90	C\$514,95	C\$7.216,84
21	C\$451,05	C\$60,14	C\$511,19	C\$6.765,79
22	C\$451,05	C\$56,38	C\$507,43	C\$6.314,74
23	C\$451,05	C\$52,62	C\$503,68	C\$5.863,68
24	C\$451,05	C\$48,86	C\$499,92	C\$5.412,63
25	C\$451,05	C\$45,11	C\$496,16	C\$4.961,58
26	C\$451,05	C\$41,35	C\$492,40	C\$4.510,53
27	C\$451,05	C\$37,59	C\$488,64	C\$4.059,47
28	C\$451,05	C\$33,83	C\$484,88	C\$3.608,42
29	C\$451,05	C\$30,07	C\$481,12	C\$3.157,37
30	C\$451,05	C\$26,31	C\$477,36	C\$2.706,32
31	C\$451,05	C\$22,55	C\$473,61	C\$2.255,26
32	C\$451,05	C\$18,79	C\$469,85	C\$1.804,21
33	C\$451,05	C\$15,04	C\$466,09	C\$1.353,16
34	C\$451,05	C\$11,28	C\$462,33	C\$902,11
35	C\$451,05	C\$7,52	C\$458,57	C\$451,05
36	C\$451,05	C\$3,76	C\$454,81	C\$0,00
	C\$16.237,89	C\$2.503,34	C\$18.741,23	

Fuente: BP

La amortización mensual se establece como un elemento de control para el pago del financiamiento mostrando detalladamente la cantidad de dinero que se pagara mensualmente la variación de la cuota ira disminuyendo debido al pago del capital principal. Se presenta las 36 cuotas (equivalente a los 3 años) hasta la cancelación de la deuda.

El Banco Produzcamos, institución financiera creada en marzo de 2010 por el Gobierno del Presidente Daniel Ortega Saavedra, está al servicio de los micros, pequeñas y medianas productores, contribuyendo así al desarrollo económico y social del país.

El Banco Produzcamos realiza préstamos a tasas de interés especial, sin cobro de comisión alguna y en dependencia del tipo de programa, el plazo, origen de los fondos y actividad a financiar. En el 2011, el Banco Produzcamos administró programas dirigidos a ganadería, agricultura, pequeños negocios, turismo, energía hidroeléctrica, Costa Caribe, juventud y mujer.

Programa de Créditos

El Banco Produzcamos tiene en operación 12 programas de créditos orientados a pequeños y medianos productores con el objeto de atender prioritariamente la caficultura, ganadería, granos básicos, pesca artesanal, agroindustria, diversificación de la producción agropecuaria, forestal, riego, turismo, mediana y pequeña empresa. Los programas tienen condiciones muy favorables para el productor, con intereses entre 9.25% y el 12%, según el plazo y tipo de moneda.

Para el financiamiento se optó por el Banco de la Producción que es un banco destinado a la prestación de servicios a sectores productivos y con bajas tasas de interés para PYMES de Nicaragua.

4.4.2 Ingresos, egresos y costos.

4.4.2.1 Presupuesto de ingreso.

Tabla 27 Presupuesto de ingresos

MES		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Paquetes diarios		C\$1.300,00											
Paquetes quincenales		C\$15.100,00	C\$18.100,00										
5.000,00	10%	C\$7.000,00	C\$10.000,00										
6.000,00	10%	C\$2.400,00											
7.000,00	10%	C\$1.400,00											
8.000,00	10%	C\$1.600,00											
9.000,00	10%	C\$2.700,00											
Paquetes mensuales		C\$23.900,00	C\$31.900,00										
10.000,00	10%	C\$8.000,00	C\$16.000,00										
11.000,00	10%	C\$1.100,00											
12.000,00	10%	C\$4.800,00											
13.000,00	10%	C\$1.300,00											
14.000,00	10%	C\$4.200,00											
15.000,00	10%	C\$4.500,00											
TOTAL		C\$40.300,00	C\$51.300,00										

Fuente: Equipo Investigador 2017

4.4.2.2 Presupuesto de egresos.

Tabla 28 Presupuesto de egresos

Gastos de operaciones	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Gastos de Venta	C\$ 5.050,00	C\$ 10.100,00										
Gastos de Administración	C\$ 15.504,93											
Gastos financieros	C\$ 586,37	C\$ 582,61	C\$ 578,85	C\$ 575,09	C\$ 571,33	C\$ 567,57	C\$ 563,82	C\$ 560,06	C\$ 556,3	C\$ 552,54	C\$ 548,78	C\$ 545,02
Total	C\$21.141,03	C\$21.137,54	C\$21.133,78	C\$21.130,02	C\$21.126,26	C\$21.122,5	C\$21.118,75	C\$21.114,99	C\$21.111,23	C\$21.107,47	C\$21.103,71	C\$26.149,02

Fuente: Equipo Investigador 2017

La tabla de egresos mostrado es la suma de gastos de ventas, gastos financieros y gastos Administrativos sobre el presupuestos de ingresos por ventas dando como resultado el total de ingresos por ventas proyectados a un año calendario.

4.4.2.3 Presupuesto de costos.

Estructura de costos año 2018 JOTHA EXPRESS

Tabla 29 Estructura de costos

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Costo Total Anual
Costos Indirectos de Fabricación													
Costos Fijos	C\$15.504,94	C\$ 186.059,28											
Costos Variables	C\$ 1.100,00	C\$13.200,00											
Sub total CIF	C\$ 16.604,94	C\$ 199.259,28											
Costo Total Mensual	C\$ 16.604,94	C\$ 199.259,28											

Costo Total Anual	C\$199.259,28
N° de unidades	734
Costo Total Unitario	271,47
Margen de Utilidad	90%
Precio de Venta	C\$ 515,79

4.4.2.4 Punto de equilibrio.

Tabla 30 Punto de equilibrio

		Servicio
costos fijos		
gastos de admón.		C\$ 193.296,00
gastos de vta		C\$ 4.300,00
cif fijos		
sub total		C\$ 197.596,00
cotos variables		
Gasolina (Máximo)		C\$ 20,00
Subtotal		C\$ 20,00
Precio de venta		C\$ 500,00
margen de contribución		C\$ 480,00
Punto de equilibrio unidades físicas		397
PE unidades monetarias		C\$ 198.290,91
margen de contribución promedio		C\$ 432,00
Punto de equilibrio		441

Fuente: Equipo Investigador 2017

El punto de equilibrio es de 441 unidades de servicios, es decir, se necesita proporcionar 441 servicios anuales para que los ingresos sean iguales a los costos, por lo tanto, a partir del servicio número 442 se estaría empezando a generar utilidades, mientras que el servicio 440 o de un número menor significaría pérdidas.

4.4.2.5 Flujo de caja.

Tabla 31 Flujo de caja

JOTHA EXPRESS					
Flujo de Caja Proyectado					
Concepto	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Saldo inicial		C\$ 242.890,84	C\$ 245.562,64	C\$ 248.263,83	C\$ 250.994,73
Ingresos	C\$ 494.600,00	C\$ 500.040,60	C\$ 505.541,05	C\$ 511.102,00	C\$ 516.724,12
Disponibilidad	C\$ 494.600,00	C\$ 742.931,44	C\$ 751.103,69	C\$ 759.365,83	C\$ 767.718,85
Egresos					
Gastos de venta	C\$ 65.650,00	C\$ 68.932,50	C\$ 72.379,13	C\$ 75.998,08	C\$ 79.797,99
Gastos de administración	C\$ 186.059,16	C\$ 188.105,81	C\$ 190.174,97	C\$ 192.266,90	C\$ 194.381,84
Costos de producción	C\$ -				
Total de egresos	C\$ 251.709,16	C\$ 264.294,62	C\$ 277.509,35	C\$ 291.384,82	C\$ 305.954,06
Disponibilidad Efectiva	C\$ 242.890,84	C\$ 245.562,64	C\$ 248.263,83	C\$ 250.994,73	C\$ 253.755,67

Fuente: Equipo Investigador 2017

4.4.3 Análisis financiero.

4.4.3.1 Flujo de fondo.

Tabla 32 Flujo de fondos

Descripción	Años					
	0	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Ingresos por Ventas		C\$494.600,00	C\$544.060,00	C\$598.466,00	C\$658.312,60	C\$724.143,86
Costos de Producción		C\$18.350,00	C\$20.185,00	C\$22.203,50	C\$24.423,85	C\$26.866,24
Utilidad bruta		C\$476.250,00	C\$523.875,00	C\$576.262,50	C\$633.888,75	C\$697.277,63
Gastos Administrativos		C\$186.059,27	C\$186.059,27	C\$186.059,27	C\$186.059,27	C\$186.059,27
Gastos de Venta		C\$60.600,00	C\$60.720,00	C\$60.840,00	C\$60.960,00	C\$61.080,00
Utilidad antes de Impuesto		C\$229.590,73	C\$277.095,73	C\$329.363,23	C\$386.869,48	C\$450.138,36
Cuota fija		C\$3.000,00	C\$3.000,00	C\$3.000,00	C\$3.000,00	C\$3.000,00
Depreciación		C\$2.130,50	C\$2.130,50	C\$2.130,50	C\$2.130,50	C\$2.130,50
Amortización		C\$14.049,67	C\$14.049,67	C\$14.049,67	C\$11.150,00	C\$11.150,00
Inversión Fija	C\$-121.448,88					
Inversión Diferida	C\$16.237,89					
Capital de Trabajo	C\$-52.384,93					
Pago al principal		C\$-5.412,60	C\$-5.412,60	C\$-5.412,60		
Flujo Neto de Efectivo	-71.261,11	C\$204.997,96	C\$252.502,96	C\$304.770,46	C\$370.588,98	C\$433.857,86
Descripción	Años					
	0	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Inversión Inicial	C\$-71.261,11					
Flujo Neto de Efectivo		C\$204.997,96	C\$252.502,96	C\$304.770,46	C\$370.588,98	C\$433.857,86

VAN	C\$ 851.762,92
TIR	309%

4.4.3.2 Valor actual neto (VAN).

El Valor Actual Neto se define como la sumatoria de los flujos netos de caja anuales actualizados menos la inversión inicial, con este indicador se pretende evaluar el valor del dinero actual. Se obtuvo una VAN de **C\$ 851.762,92** lo cual indica la rentabilidad del negocio.

4.4.3.3 Tasa interna de retorno (TIR).

La pequeña empresa JOTHA EXPRESS, posee una tasa de retorno del 309% lo que indica que es rentable el negocio.

5. Conclusiones

Mediante el análisis de los datos recolectados del plan de innovación y emprendimiento de Carazo, se diseñó un plan de innovación y emprendimiento durante el periodo comprendido II semestre del año 2017.

Al llevar a cabo este estudio se adquirieron nuevos conocimientos y se desarrollaron habilidades de estudio comprobando que la pequeña empresa JOTHA EXPRESS es económicamente rentable debido a los factores cuantitativos y cualitativos los cual fueron analizados por medio de un estudio determinado.

Realizado el estudio de mercado el cual describe los aspectos vinculados en el desarrollo de la innovación, se obtuvo como resultado que el servicio de compra de víveres a domicilio es aceptado y tendrá una buena demanda por los clientes del municipio de Jinotepe departamento de Carazo.

Estructurado el plan de producción considerando los factores más importantes para el buen funcionamiento de JOTHA EXPRESS, se detalló el proceso de la prestación del servicio, así mismo el proceso de adquisición por parte de los clientes y la localización optima del establecimiento. Se diseñó un plan de organización incluyendo organigrama, aspectos legales, y gastos preliminares y administrativos, etc., para la constitución de JOTHA EXPRESS

Establecido el plan financiero de los costos de producción e inversión y financiamiento se dio a conocer que la pequeña empresa JOTHA EXPRESS, es rentable y viable.

Bibliografía

Academy, I. (29 de noviembre de 2017). *Investopedia Academy*. Obtenido de Fixed Asset:
<http://www.investopedia.com/terms/f/fixedasset.asp>

Desarrollo, I. N. (2006). *Jinotepe en cifras*. Managua: INIDE.

Gaceta, L. (2015). *Ley 822 de concertacion tributaria*. Managua: La Gaceta.

Hill, M. G. (1996). *Contabilidad de costos*. Torres S.A.

Lerma. (2007). *Liderazgo emprendedor*.

Nicaragua, B. C. (2016). *Canasta Básica*. Managua.

Nicaragua, N. J. (2012). *Normas Jurídicas de Nicaragua*. Obtenido de Normas Jurídicas de Nicaragua: <http://www.NormasJurídicasdeNicaragua-Leydeconcertacióntributaria.com>

Normas jurídicas de Nicaragua. (28 de junio de 2012). *Normas jurídicas de Nicaragua*. Obtenido de Normas jurídicas de Nicaragua: [http://www.Normas jurídicas de Nicaragua-Códigodeltrabajo.com](http://www.NormasjurídicasdeNicaragua-Códigodeltrabajo.com)

Tejero, J. A. (2007). *Logística integral: la gestión operativa de la empresa*. Madrid: ESIC.

Media hora 3 horas Más: _____

4. ¿Cuántas horas de trabajo son necesarias para desempeñar su cargo diariamente?

8 horas 12 horas Más: _____

5. ¿Quién se encuentra a cargo de su familia?

Mama Papá Abuelos Otros: _____

6. ¿Cuántas personas habitan en su hogar?

De 3 a 5 personas De 6 a 9 personas 10 a más

7. ¿Cuántas de las personas que habitan en su hogar trabajan?

1 persona 3 personas Más: _____

8. ¿Cuál es el ingreso económico mensual familiar estimado?

De C\$ 4,000 a 6,000 De C\$6,001 a 8,000 8,001 a 10,000
De C\$ 10,001 a 15,000 De C\$ 15,001 a mas

9. ¿Cuántas horas de tiempo libre posee al día?

2 horas 4 horas 6 horas Más: _____

b). Factor conductual

10. ¿Quién realiza las compras de víveres en su hogar?

Papás Abuelos Hermanos
 Familia Domestica Otros: _____

11. ¿Cuánto tiempo duran comúnmente realizando las compras de víveres?

Media hora 1 hora 2 horas
 3 horas Más: _____

12. ¿En su hogar determinan un tiempo específico para realizar las compras de víveres?

Sí No

13. ¿De qué manera realizan las compras en su hogar?

Mensual Quincenal semanal

14. ¿en qué departamento realiza usualmente las compras de víveres de su hogar?

Carazo Managua Otros: _____

15. ¿Qué supermercados frecuenta mayormente para la realización de las compras víveres del hogar?

Pali La colonia Supermercado Santiago
 Otros: _____

16. ¿De qué manera realiza los pagos en los supermercados?

Efectivo Tarjeta de crédito

17. ¿Qué medio de transporte utiliza para movilizarse antes y después de realizar sus compras?

Vehículo propio Taxi microbús
 Moto Taxi ninguno Otros: _____

c) Factores de oferta y de demanda

18. ¿Conoce alguna empresa (directa o indirecta) que brinde servicio de compras de víveres a domicilio en su municipio?

Sí No

NOTA: Si su respuesta es sí, mencione las empresas

19. ¿Cuál sería el grado de aceptación que usted le daría a un servicio de compras a domicilio?

Alto Medio Bajo

20. ¿De qué manera le gustaría que se determinara el precio del servicio?

Precio estándar Precio con respecto al valor de la compra

Otro: _____

21. ¿Qué características debe de poseer nuestro servicio para tener su aceptación?

22. ¿De qué manera le gustaría realizar los pagos por el servicio prestado?

Efectivo Tarjeta de crédito

d) Factores mercadológicos

23. ¿Cuáles son los medios que más utilizan?

Radio Televisión Periódicos
 Redes sociales Otros: _____

24. ¿Cuáles son las fuentes de información más confiables para usted?

Fuentes personales Fuentes comerciales Fuentes públicas
 Otras: _____

GRACIAS POR SU COLABORACION

Gráficos de las encuestas realizadas

Gráfico 1.



Gráfico 2.

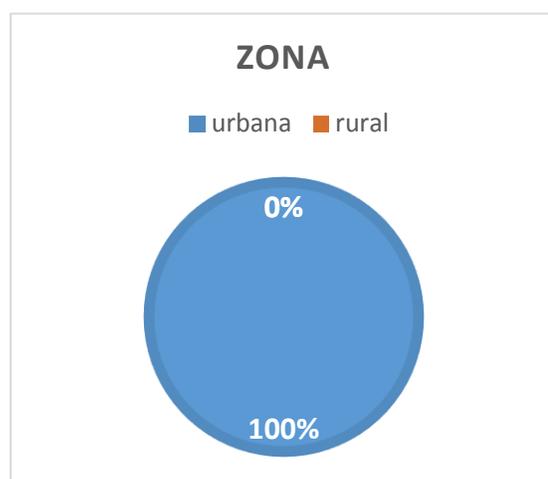


Grafico 3.



Grafico 4.



Grafico 5.



Grafico 6.

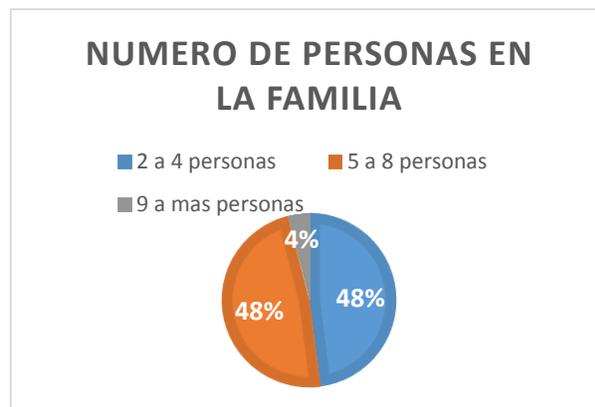


Grafico 7.



Grafico 8.



Grafico 9.

Grafico 10.

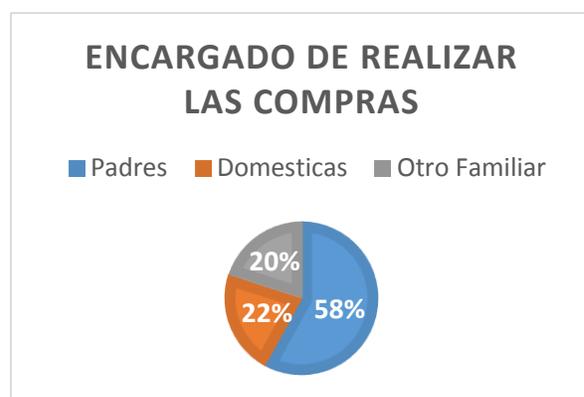


Grafico 11.



Grafico 12.

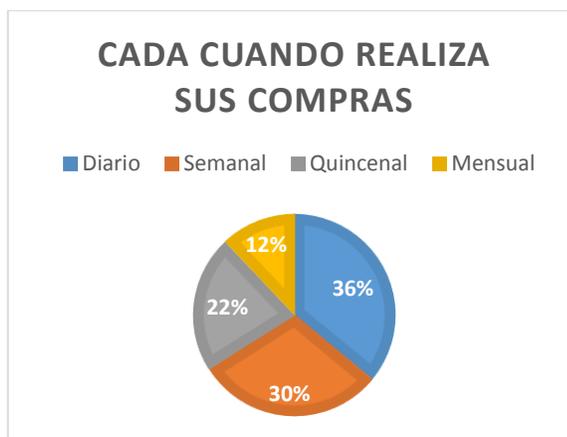


Grafico 13.



Grafico 14.



Grafico 15.



Grafico 16.

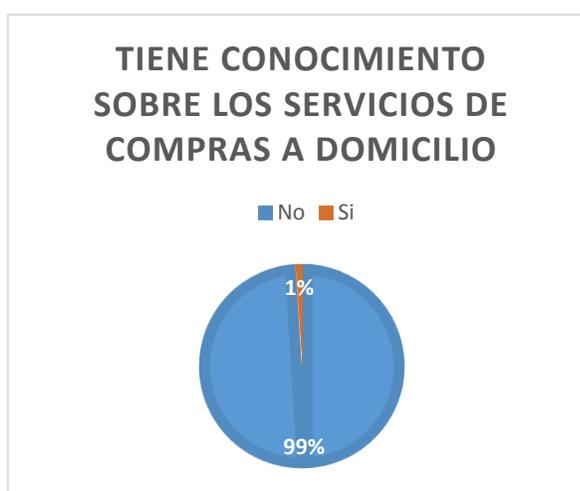


Grafico 17.



Grafico 18.



Grafico 20.

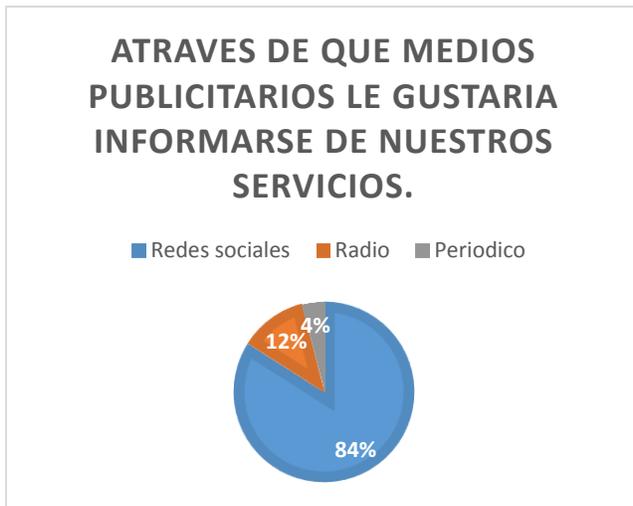
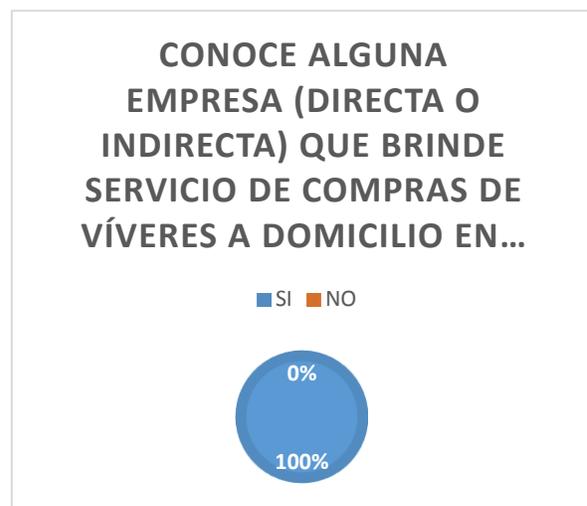


Grafico 21.



Logo tipo:



Boletines:

Tamaño: 21.59x27.94 cm



Boletín Informativo

Misión:

Brindar a nuestros usuarios comodidad y ahorro de tiempo mediante un servicio de compras a domicilio seguro y eficaz.

Visión:

Ser la empresa líder en servicio de compras a domicilio y expandir nuestra empresa a otras áreas geográficas en Nicaragua



JOTHA EXPRESS

JOTHA EXPRESS es una empresa dedicada al servicio de compras a domicilio, donde el cliente envía su lista de compras por medio de las redes sociales más populares (Messenger y WhatsApp) o por vía telefónica, para que la empresa posteriormente realice las compras y las lleve hasta la puerta de su casa a la hora estipulada entre el usuario y la empresa.

Horarios de atención

Lunes a sábado: De 8:00 am a 7:00 pm

Domingos: De 8:00 am a 12:00 md



(505) 2-535-3345



(505) 8-522-6488
(505) 8-501-3341



Pali 500 mts este Jinotepe, Carazo

Brouchure:



Las compras
hasta la
puerta de tu
hogar

Sobre nosotros:

JOTHA EXPRESS es una empresa dedicada al servicio de compras a domicilio, donde el cliente envía su lista de compras por medio de las redes sociales más populares (Messenger y WhatsApp) o por vía telefónica, para que la empresa posteriormente realice las compras y las lleve hasta la puerta de su casa a la hora estipulada entre el usuario y la empresa.

supermercado pali
500mts este
Jinotepe, Carazo

JOTHA EXPRESS
C O M P A N Y

¿que queremos hacer?

Simplificar el proceso de compras para los usuarios mediante una atención totalmente personalizada.

NUESTRA VISION

Ser la empresa líder en servicio de compras a domicilio y expandir nuestra empresa a otras áreas geográficas en Nicaragua

NUESTRA MISION

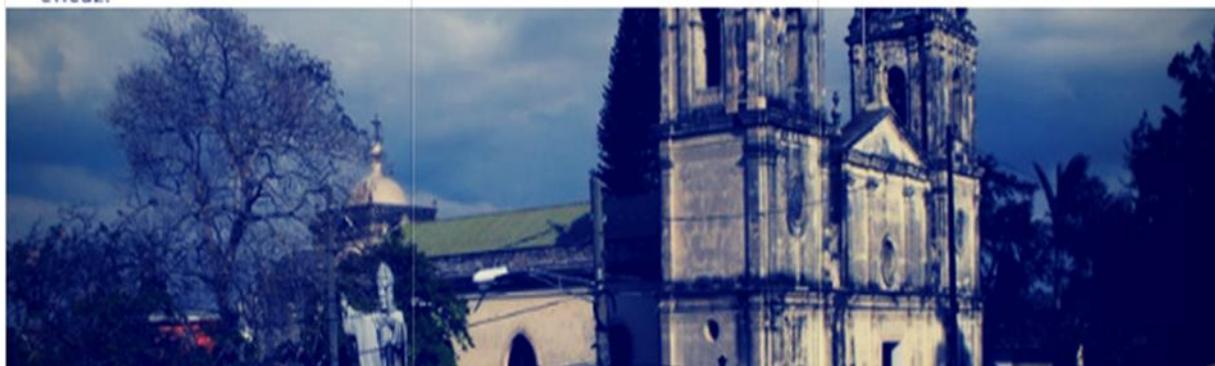
Brindar a nuestros usuarios comodidad y ahorro de tiempo mediante un servicio de compras a domicilio seguro y eficaz.

SUPERMERCADOS DONDE
REALIZAMOS SUS
COMPRAS:

PALI
LA COLONIA
SUPERMERCADO
SANTIAGO

SU
COMODIDAD
ES NUESTRA
MAYOR
SATISFACCIÓN

JOTHA EXPRESS



Tarjetas de presentacion:

4.5 mm

3.5 Pulg

6.5 mm



2 pulg

6.4 mm

7.5 mm

3.5 Pulg

11.1 mm

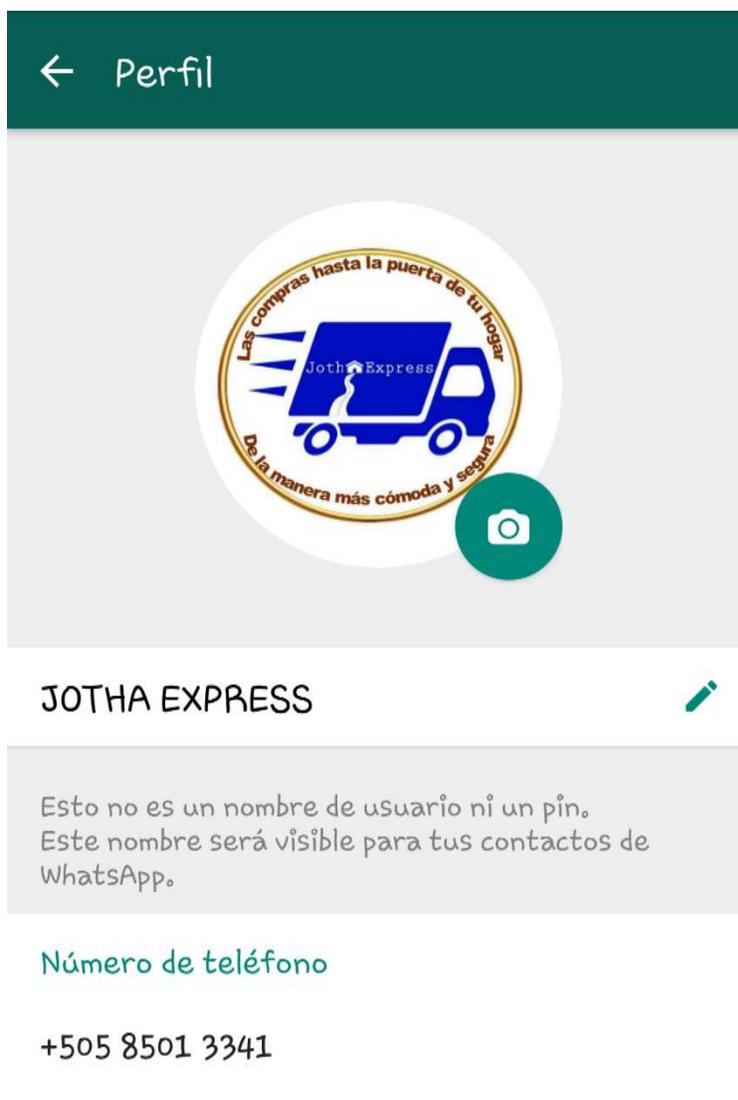


2 Pulg

6.0 mm

Whatsapp:

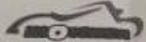
Es un medio que mantiene comunicados a las personas ya que por medio de esto se enviar publicidad es una herramienta de marketing efectiva para incrementar las ventas, whatsapp es un aplicación que se obtiene mediante un número telefónico la aplicación whatsapp permite hacer video llamadas, llamadas y notas de audios y mensajes gratis lo que permite mantener conectadas a muchas personas. Nuestro número telefónico para whatsapp será:



Facebook: Usaremos una cuenta en Facebook para dar a conocer nuestra empresa ya que es una red social con mayor alcance de usuarios, ofrece una viralidad basada en las recomendaciones de los propios usuarios y nos permite dirigirnos a nuestro público concreto gracias a su segmentación avanzada, no exige una inversión elevada para empezar a funcionar y se elige lo que se quiere promocionar. Nuestro perfil de nuestra empresa podrán localizarlo de la siguiente manera:



Proforma de la compra de la motocicleta:

 Mahindra	 MOTORES INTERNACIONALES, S.A.	 LIFAN																
PROFORMA																		
CLIENTE: JOTHA EXPRESS TELEFONOS: 85013341	FECHA: Jueves, 31 de agosto de 2017 E-MAIL:																	
MAHINDRA DURO DZ 125 CC	CARACTERISTICAS																	
	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="font-size: small;">MODELO</td> <td style="text-align: right; font-size: small;">MAHINDRA DURO DZ 125 CC</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="font-size: x-small;"> Sistema de Freno Delantero de Tambor Sistema de Freno Trasero de Tambor Consumo ENTRE 170 Y 190 KM X GALON Velocidad Maxima de 90 km / Hora Cilindraje 125 CC. Escape Tipo Bazuca Enfriamiento por Aire Encendido: Eléctrico y Mecánico </td> </tr> <tr> <td colspan="2"> Colores: <table border="0" style="margin-left: 20px;"> <tr><td>NEGRO</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>ROJO</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>PURPURA</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table> </td> </tr> </table>		MODELO	MAHINDRA DURO DZ 125 CC	Sistema de Freno Delantero de Tambor Sistema de Freno Trasero de Tambor Consumo ENTRE 170 Y 190 KM X GALON Velocidad Maxima de 90 km / Hora Cilindraje 125 CC. Escape Tipo Bazuca Enfriamiento por Aire Encendido: Eléctrico y Mecánico		Colores: <table border="0" style="margin-left: 20px;"> <tr><td>NEGRO</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>ROJO</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>PURPURA</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>		NEGRO	<input type="checkbox"/>	ROJO	<input type="checkbox"/>	PURPURA	<input type="checkbox"/>				
MODELO	MAHINDRA DURO DZ 125 CC																	
Sistema de Freno Delantero de Tambor Sistema de Freno Trasero de Tambor Consumo ENTRE 170 Y 190 KM X GALON Velocidad Maxima de 90 km / Hora Cilindraje 125 CC. Escape Tipo Bazuca Enfriamiento por Aire Encendido: Eléctrico y Mecánico																		
Colores: <table border="0" style="margin-left: 20px;"> <tr><td>NEGRO</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>ROJO</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>PURPURA</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>		NEGRO	<input type="checkbox"/>	ROJO	<input type="checkbox"/>	PURPURA	<input type="checkbox"/>											
NEGRO	<input type="checkbox"/>																	
ROJO	<input type="checkbox"/>																	
PURPURA	<input type="checkbox"/>																	
CONTADO	FINANCIADA																	
<table border="0" style="width: 100%; font-size: x-small;"> <tr><td>PRECIO SIN IVA</td><td style="text-align: right;">\$ 1260</td></tr> <tr><td>DESCUENTO</td><td style="text-align: right;">\$ 100</td></tr> <tr><td>IVA (15%)</td><td style="text-align: right;">\$ 189.13</td></tr> <tr><td colspan="2" style="text-align: right;">TOTAL \$ 1.460,00</td></tr> </table> <p style="font-size: x-small;"> Forma de Pago: DE CONTADO Fecha de Entrega: INMEDIATA Regalias: 4 Mantenimientos gratis MES DE GARANTIA SISTEMA ELECTRICO Juego de Herramientas Manual de Instrucciones Un casco Garantía de Fábrica: Son 24 meses o 20,000 kms de recorrido (el que ocurre primero) </p>	PRECIO SIN IVA	\$ 1260	DESCUENTO	\$ 100	IVA (15%)	\$ 189.13	TOTAL \$ 1.460,00		<table border="0" style="width: 100%; font-size: x-small;"> <tr><td>VALOR MOTOCICLETA</td><td style="text-align: right;">\$1650</td></tr> <tr><td>PRIMA</td><td style="text-align: right;">\$310</td></tr> <tr><td>MONTO A FINANCIAR</td><td style="text-align: right;">\$1240</td></tr> <tr><td>PLAZO (MESES)</td><td style="text-align: right;">CUOTA \$136.46</td></tr> </table> <p style="font-size: x-small;"> Forma de Pago: DE CREDITO Fecha de Entrega: INMEDIATA Regalias: 4 Mantenimientos gratis MES DE GARANTIA SISTEMA ELECTRICO Juego de Herramientas Manual de Instrucciones Un casco Garantía de Fábrica: Son 24 meses o 20,000 kms de recorrido (el que ocurre primero) </p>		VALOR MOTOCICLETA	\$1650	PRIMA	\$310	MONTO A FINANCIAR	\$1240	PLAZO (MESES)	CUOTA \$136.46
PRECIO SIN IVA	\$ 1260																	
DESCUENTO	\$ 100																	
IVA (15%)	\$ 189.13																	
TOTAL \$ 1.460,00																		
VALOR MOTOCICLETA	\$1650																	
PRIMA	\$310																	
MONTO A FINANCIAR	\$1240																	
PLAZO (MESES)	CUOTA \$136.46																	
Proforma Valida Solememente por 30 Dias																		
!!!CONTAMOS CON TALLER ESPECIALIZADO Y TODOS LOS REPUESTOS ORIGINALES!!!																		
ATENDIDO POR: JESLER K. VILCHEZ C. 77171513 63656824																		