



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

FAREM-Carazo

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

Tema:

Proyecto de emprendimiento para optar al título de administración de empresas.

Subtema: Proyecto de emprendimiento para la producción y comercialización de Chileros con vegetales mixto “Sabores de mi tierra”, ubicado en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2020.

Carrera: Administración de empresas

Autores:	N° carne
Bra. Brenes Pérez Luz Marina	16207559
Bra. Gutiérrez Rosales Mery Sadamar	16091014
Bra. Sánchez Zeledón María Lourdes	16090992

Tutor:

Msc. Adelaida del Socorro Sanabria Herrera

Msc. Raúl Alberto Medrano Chávez

Jinotepe, Diciembre de 2020

Carta aval



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

2020: "Año de la educación con calidad y pertinencia"

09 de diciembre del año 2020

D.Sc. César Augusto Arévalo Cuadra
Director
Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas
Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

Estimado Doctor.

Por este medio entregamos formalmente informe de proyecto de graduación, bajo el Tema: Proyecto de emprendimiento en la IV región del país, presentado por los (as) bachilleres:

Nº	Apellidos y Nombres	Carné
1	Brenes Pérez Luz Marina	16207559
2	Gutiérrez Rosales Mery Sadamar	16091014
3	Sánchez Zeledón María Lourdes	16090992

Siendo el subtema: Proyecto de emprendimiento para la producción y comercialización de Chileros con vegetales mixto "Sabores de mi tierra", ubicado en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2020.


El cual ha cumplido con los requisitos científico-técnicos y metodológicos establecidos de acuerdo a la normativa de modalidad de graduación, proyecto de graduación (Arto. 86 Estructura del Proyecto de Emprendimiento). Este trabajo contribuye a desarrollar habilidades y obtener conocimientos relacionados al perfil de la carrera y sobre todo se ajusta a las exigencias del entorno socioeconómico 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 optar al título de Licenciatura en Administración de empresas.

Sin más que agregar, 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 del Socorro Sanabria Herrera
Tutor de proyecto de Graduación


MSc. Raúl Alberto Medrano Chávez
Tutor de proyecto 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.faremcarazo.unan.edu.ni

I. Dedicatoria

El presente trabajo de proyecto de graduación lo dedicamos principalmente a Dios por habernos dado sabiduría, inteligencia y entendimiento, para poder llevar a cabo este trabajo ya que él fue nuestra seguridad y pilar en momentos Difíciles.

A nuestros padres:

- Esperanza del Socorro Pérez Zúñiga
- Manuel de Jesús Brenes Palacios
- Mery de los Ángeles rosales pavón
- Cesar Antonio Gutiérrez Murillo
- Leda del Carmen Zeledón Guevara
- Junior Ariel Calero Calero

Por su apoyo incondicional, su confianza depositada en nosotros, ya que gracias a su esfuerzo incondicional logramos culminar una meta más en la vida.

A todos nuestros maestros que nos han impartido de sus conocimientos, para ponerlos en prácticas en un futuro y ser un excelente profesional, porque han sido una inspiración para cada una de nosotras.

II. Agradecimiento

Agradecemos infinitamente a Dios por iluminar siempre nuestros pensamientos y darnos la sabiduría y perseverancia. A nuestros padres por su apoyo absoluto en estos 5 años de la carrera.

A la Facultad regional multidisciplinaria de carazo (**UNAM-Managua**) por darnos la oportunidad de prepararnos profesionalmente, y adquirir habilidades y destrezas para un mejor desarrollo social y laboral dentro de una Nicaragua que demanda profesionales realmente competitivos, emprendedores y creativos.

Muy especialmente agradecemos a los tutores Raúl Medrano y Adelaida Sanabria que siempre estuvieron dispuestos a aclararnos cualquier duda, corregir nuestros errores y que con su motivación nos impulsaron a realizar un excelente trabajo y con el mismo entusiasmo nos ayudaron hasta el final y por supuesto a nuestros profesores esos que se ponen de pie frente a sus alumnos y dar catedra; explican, responden preguntas, nos asesoran en los trabajos y disfrutan enseñar sepan profesores que no ha sido en vano.

Al Ministerio de economía familiar, comunitaria, cooperativa y asociativa **MEFCCA** por impulsar a los pequeños emprendimientos y fortaleciendo su estructura para poder establecerse en distintas formas de participación en la economía familiar del país.

A nuestro gobierno de reconciliación y unidad nacional comandado por el presidente Daniel Ortega y la vice presidenta Rosario Murillo, el cual ha hecho énfasis de impulsar al emprendimiento joven a través de las diferentes plataformas.

III. Resumen ejecutivo

El presente proyecto de emprendimiento consiste en la producción y comercialización de Chileros con vegetales mixto “Sabores de mi tierra”, ubicado en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2020.

En las generalidades del proyecto se utilizó la herramienta del DesignThinking llevando a cabo la realización de las 5 etapas que este comprende, dando como la idea seleccionada chileros con vegetales mixtos (mango, chayote, pepino, papa, zanahoria, chilote, cebolla, mimbro, brócoli, coliflor, ajo, chile), tomando en cuenta las costumbre y tradiciones de la población nicaragüense.

Posteriormente, se realizó el estudio de mercado en la población de Jinotepe, utilizando métodos y técnicas como: la encuesta, entre otros; obteniendo resultados positivos en la características del producto siendo aceptado por la población y tomando en cuentas las opiniones que esta arrojó de la personas encuestadas, teniendo en cuenta que el producto está dirigido a las personas de ambos sexo de las edades de 18 en adelante.

Por consiguiente, se realizó el proceso de plan de producción para especificar el producto que se pretende comercializar, describiendo el proceso de producción que conlleva dicha elaboración y determinar la capacidad instalada que se tendrá para satisfacer al mercado.

En el plan de organización se desarrolla aspectos legales necesarios para constituir la microempresa, y a la misma vez se definió la misión, visión y estructura organizacional, entre otros. Esto nos ayudara a que todo marche debidamente estructurado con las distintas leyes.

La última parte de este proyecto es el plan financiero nos ayudara a saber las necesidades de inversión y financiamiento a corto y largo plazo, donde permitirá conocer la viabilidad económica del proyecto a través del cálculo del valor actual neto y la tasa de retorno interno de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión.

Índice

1. Generalidades del proyecto	1
1.1 Solución	2
1.1.1 Método del embudo o funnel de la Innovación.	4
1.1.2 Desing Thinking.	5
1.2. Diseño o modelo en 3D	26
1.3. Oportunidad en el mercado	29
1.4. Propuesta de valor (modelo canvas)	30
1.4.1 La novedad de mi proyecto desde la base de la propiedad intelectual.....	33
1.5. Ciclo del proyecto	36
1.6. Visibilidad del proyecto (banner, poster y brochure)	39
1.7. Resultados esperados	40
2. Estudio de mercado	42
2.1 Investigación de mercado	42
2.2 Análisis de la demanda	42
2.2.1 Cálculo de la demanda potencial.....	43
2.3 Análisis de la oferta	44
2.3.1 Cálculo de oferta	47
2.3.2 Cálculo de la demanda insatisfecha	47
2.4 Análisis de precio.....	48
2.4.1 Comparación de precio del mercado	48
2.4.2 Estructura de precio.....	50
2.4.3 Precio unitario	52
2.5 Estrategia competitiva de mercado	52
2.5.1 Estrategia de producto.....	54

2.5.2 Estrategia de precio	59
2.5.3 Estrategia de distribución	61
2.5.4 Estrategia de promoción y publicidad	64
2.5.5 Presupuesto de la estrategia.....	69
2.6 Proyección de venta	71
3. Plan de producción	76
3.1 El proceso de producción.....	76
3.2 Proveedores y condiciones de compra de los equipos	82
3.3 Capital fijo y vida útil	94
3.4 Capacidad planificada.....	98
3.5 Ubicación y distribución física de la empresa	99
3.6 Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad	102
3.7 Mano de obra, su costo y disponibilidad	105
3.8 Gastos generales de producción.....	106
4. Plan de organización y gestión	107
4.1 Marco legal (Forma jurídica).....	107
4.2 Estructura de la organización.....	114
4.3 Ficha de Cargo	119
4.4 Actividades y gastos preliminares	124
4.5 Equipos de oficina	125
4.6 Gastos administrativos	129
6. Plan Financiero.....	130
5.1 Inversión y fuente de financiamiento.....	130
5.1.1 Activos fijos.....	132
5.1.2 Activos intangibles	132

5.1.3	Capital de trabajo.....	133
5.1.4	Inversión total.....	134
5.1.4	Estructura del financiamiento.....	134
5.2	Ingresos, egresos y costos.....	135
5.2.1	Punto de equilibrio.....	136
5.2.2	Presupuesto de ingreso.....	139
5.2.3	Presupuesto de egresos.....	140
5.2.4	Presupuesto de costos.....	146
5.2.5	Estructura de costo.....	147
5.3.1	Flujo de fondo.....	151
5.3.2	Valor actual neto (VAN).....	153
5.3.3	Tasa interna de retorno (TIR).....	154
6.	Bibliografía.....	155
7.	Anexo.....	159

Tabla de ilustraciones

Gráficos

Gráfico 1 Flujo de solución	2
Gráfico 2 Método de embudo.....	4
Gráfico 3 Fases de desing thinking.....	5
Gráfico 4 Criterios de evaluación del producto.....	6
Gráfico 5 Fases del prototipo	16
Gráfico 6 Resultado del testeo. Pregunta #1.....	22
Gráfico 7 Resultado del testeo. Pregunta #2.....	22
Gráfico 8 Resultado del testeo. Pregunta #3.....	23
Gráfico 9 Resultado del testeo. Pregunta #4.....	24
Gráfico 10 Resultado del testeo. Pregunta #5	24
Gráfico 11 Resultado del testeo. Pregunta #6	25
Gráfico 12 Resultado del testeo. Pregunta #7	26
Gráfico 13 consumo	42
Gráfico 14 Proyección de venta 2020.....	75
Gráfico 15 Proyección de venta anual	75
Gráfico 16 Punto de equilibrio	137

Imagen

Imagen 1 Corte de los vegetales.....	18
Imagen 2 Prototipo del producto	19
Imagen 3 Imagen del testeo.....	20
Imagen 4 Degustaciones a la población de Jinotepe	21
Imagen 5 Etiqueta del producto.....	26
Imagen 6 Ingredientes del producto.	27
Imagen 7 Frasco de vidrio sabores de mi tierra.....	28
Imagen 8 Propuesta de etiqueta.....	28
Imagen 9 Sondeo	44
Imagen 10 Estrategias 4ps	53
Imagen 11 Diseño del envase	55
Imagen 16 Materia prima	103

Tablas

Tabla 1 Evaluación de las ideas.....	7
Tabla 2 Propiedades de cada una de los vegetales	9
Tabla 3 Contenido del prototipo.....	17
Tabla 4 Materia prima del producto.	18
Tabla 5 Proceso de elaboración.....	19
Tabla 6 resultado del teste. Pregunta #1	22
Tabla 7Resultado del teste. Pregunta #2.....	22
Tabla 8 Resultado del teste. Pregunta #3.....	23
Tabla 9 Resultado del teste. Pregunta #4.....	23
Tabla 10 Resultado del teste. Pregunta #5.....	24
Tabla 11Resultado del teste. Pregunta #6.....	25
Tabla 12Resultado del teste. Pregunta #7.....	25
Tabla 13 Oportunidad y demanda	29
Tabla 14 Modelo canvas.....	32
Tabla 15 Demanda de la población	43
Tabla 16 Competidores del producto	45
Tabla 17 Características de los productos de los competidores	46
Tabla 18 Oferta Indirecta.....	47
Tabla 19 Cálculo de la demanda insatisfecha.....	47
Tabla 20 Precio de la competencia.....	48
Tabla 21 Comparación de precios con los competidores	49
Tabla 22: Estructura de costo del producto	50
Tabla 23: Calculo del precio unitario	52
Tabla 24 Estrategia de producto	56
Tabla 25 Estrategia de precio	60
Tabla 26 Estrategia de plaza/distribución.....	63
Tabla 27 Estrategia de publicidad	64
Tabla 28 Presupuesto de las 4P	70
Tabla 29 Plan de cantidad de producción.....	72

Tabla 30 Proyección de ventas unidades físicas.....	73
Tabla 31 Proyección de venta por unidades monetarias.....	74
Tabla 32 Proceso de producción: Cortado y picado de los vegetales.....	77
Tabla 33 Flujograma del proceso de producción.....	80
Tabla 34 Descripción del flujograma del proceso productivo.....	81
Tabla 35 Proveedores de equipos y maquinarias.....	82
Tabla 36 Ficha de maquinaria #1	84
Tabla 37 Ficha de maquinaria #2	85
Tabla 38 Ficha de maquina #3.....	86
Tabla 39 Ficha de maquinaria #4	87
Tabla 40 Ficha de maquinaria #5	88
Tabla 41Ficha de maquinaria #6	89
Tabla 42 Ficha de maquinaria #7	90
Tabla 43 Ficha de maquinaria #8	91
Tabla 44 Ficha de maquinaria #9	92
Tabla 45 Ficha de maquinaria #10	93
Tabla 46 Costos totales de maquinaria y herramientas	94
Tabla 47 Depreciación de maquinaria mantenedora	94
Tabla 48 Depreciación de maquinaria pesa digital.....	94
Tabla 49 Depreciación de maquinaria cortadora.....	95
Tabla 50 Depreciación de maquinaria fumigadora.....	95
Tabla 51 Depreciación de maquinaria cocina.....	96
Tabla 52 Depreciación de maquinaria mesa.....	96
Tabla 53 Depreciación de maquinaria bandeja.....	96
Tabla 54 Depreciación de maquinaria cuchillos.....	97
Tabla 55 Depreciación de maquinaria y equipos.....	97
Tabla 56 Depreciación de maquinaria cuchara.....	97
Tabla 57 Capacidad instalada proyectada	98
Tabla 58 Capacidad de producción	99
Tabla 59 Proveedores de materia prima	103
Tabla 60 Unidad de medida, cantidad y precio de la materia prima	104

Tabla 61 Cálculo de la mano de obra directa	106
Tabla 62 Cálculo de mano de obra indirecta	106
Tabla 63 Gastos generales de producción	106
Tabla 64 División de cargos	117
Tabla 65 Nómina de pago.....	118
Tabla 66 Ficha de cargo del administrador	119
Tabla 67 Ficha de cargo del supervisor de producción	120
Tabla 68 Ficha de cargo del operario 1	121
Tabla 69 Ficha de cargo del operario 2	122
Tabla 70 Equipos de oficina.....	125
Tabla 71 Depreciaciones del equipo de oficina.....	127
Tabla 72 Gastos de administración.....	129
Tabla 73 Plan de inversión	130
Tabla 74 Activos Fijos.....	132
Tabla 75 Activos intangibles	133
Tabla 76 Capital de trabajo.....	133
Tabla 77 Inversión total.....	134
Tabla 78 Egresos, ingresos y costos	135
Tabla 79 Tabla del punto de equilibrio.....	137
Tabla 80 Ingresos ventas físicas 2021	139
Tabla 81 Ventas en valores año 2021	140
Tabla 82 Otros ingresos de unidades físicas.....	140
Tabla 83 Egresos del primer año 2021 (Materiales Directos).....	141
Tabla 84 Egresos de mano de obra directa	142
Tabla 85 Egresos de costos indirectos de fabricación	142
Tabla 86 Egresos de gastos de venta	143
Tabla 87 Egresos de gastos de administración	145
Tabla 88 Presupuesto de costo.....	146
Tabla 89 Estructura de costos 2021	147
Tabla 90 Estructura de costos anual	150
Tabla 91 Flujo de fondos	152

Tabla 92 Flujo neto de efectivo	153
Tabla 93 Operabilización de las variables	162
Tabla 94 Criterios del universo cualitativo	166
Tabla 95 Criterios del universo cuantitativo	167

Ilustraciones

Ilustración 1 Fases del ciclo del proyecto	37
Ilustración 2 Poster sobre chileros con vegetales mixto “Sabores de mi tierra”	40
Ilustración 3 Estrategia macro	53
Ilustración 4 Etiqueta "Sabores de mi tierra"	57
Ilustración 5 Marca y logo	57
Ilustración 6 Código de barra del producto	57
Ilustración 7 Código de barra	58
Ilustración 8 Características del embalaje	59
Ilustración 9 Canal directo	61
Ilustración 10 Canal indirecto	61
Ilustración 11 Diseño de página web en Facebook	66
Ilustración 12 Cara externa del Brochure	67
Ilustración 13 Cara interna del Brochure	67
Ilustración 14 Banner sobre chileros con vegetales mixto “Sabores de mi tierra”	68
Ilustración 15 Mapa municipal de Jinotepe: Mercado nuevo	100
Ilustración 16 Distribución de la planta modelo 2D	101
Ilustración 17 Distribución de la planta modelo 3D	101
Ilustración 18 Organigrama organizativo	117

Anexos

Anexo 1 Fotos de participación en la feria expo-ciencia departamental 2020 impulsado por la UNAN-Managua y la facultad multidisciplinaria de carazo junto con apoyo del MEFCA	159
Anexo 2 Diseño metodológico	160
Anexo 3 Cuestionario	169
Anexo 4 Cronograma de actividades	177

1. Generalidades del proyecto

Nicaragua es un país fundamentalmente agrícola, donde se cultivan diversos productos entre ellos las hortalizas, que generan las principales fuentes de ingreso de muchas familias. A la misma vez el país cuenta también con suelos fértiles aptos para la agricultura de diferentes productos, que van desde café, cacao, granos básicos, cereales, caña de azúcar, frutas y legumbres.

Según el Banco Central de Nicaragua, describe que las actividades agrícolas registraron un crecimiento de 3.3 por ciento, debido a la contribución de las mayores labores culturales y producción en los cultivos de café, arroz, banano, soya, tabaco, vegetales, raíces, tubérculos y frutas, principalmente. El cultivo de otros productos agrícolas aumentó, principalmente por la mayor producción de banano, soya, vegetales, raíces, tubérculos, frutales, y la mayor demanda externa de otros productos agrícolas. Rivera (2018)

En Nicaragua la producción de hortalizas se ha convertido en una de las principales fuentes económicas que no se han aprovechado tecnológicamente en comparación con los otros países de la región Centroamericana, siendo pocas las empresas que se dedican al procesamiento de hortalizas. En los últimos años el cultivo de hortalizas se ha ido promoviendo logrando que el país alcance un mayor auge en la explotación de sus recursos.

En Nicaragua las hortalizas más importantes son: apio, ajo, brócoli, cebolla, cilantro, lechuga, pepino, chile, rábano, remolacha, repollo, tomate, zanahoria, entre otros. Las cuales aportan muchos beneficios desde el punto de vista nutricional y en la prevención de enfermedades. También son importantes porque contienen un alto porcentaje de vitaminas, fibras y minerales; que regulan procesos metabólicos del tránsito intestinal. Por lo tanto, todos los vegetales tienen un alto porcentaje de agua, y destacan también por su contenido de hidratos de carbono, minerales y vitaminas. González (2017).

Por lo tanto, el proyecto de emprendimiento que se presenta considera los escenarios ante la pandemia del covid 19, que a partir del año 2020 todas las empresas se enfrentan a nuevos

retos tanto del punto de vista financiero, así como el de comunicar de forma clara y precisa las medidas que tomara a los empleados.

Ante esta situación, según la consultora Deloitte considera que el COVID-19 podría afectar a la economía mundial de tres maneras principales: afectando directamente a la producción, creando trastornos en la cadena de suministro y en el mercado, y por su impacto financiero en las empresas y los mercados financieros. Es por esto, que ante esta situación se pretende poner en marcha un producto innovador y así poder contrarrestar las afectaciones de la pandemia en el presente y futuro del proyecto.

1.1 Solución

Gráfico 1 Flujo de solución



Fuente: Equipo investigador

Según Zamora (2017): “En Nicaragua, las frutas y vegetales son abundantes la mayor parte del año. Aprovecharlas y darles valor agregado mediante procesos de manufactura sencillos pero que garantizan su inocuidad.”

Hoy en día nos enfrentamos al Covid 19, este provoca distintas enfermedades desde un resfriado hasta un síndrome respiratorio grave (una forma grave de neumonía).

Donde según la organización mundial de la salud (OMS) ha declarado la situación de pandemia. Es por ende que nuestro equipo de trabajo hemos elegido realizar un producto innovador que contenga un alto contenido de vitaminas y que a la misma vez permita que los ingredientes no pierdan sus nutrientes por el alto contenido de líquidos que estas poseen, en donde el vinagre es complemento que ayuda a que las verduras pierdan cualquier tipo de bacterias o virus, el cual este producto también contiene lo que es el ajo un descongestionante y es un antibiótico natural muy efectivo a la hora de tratar los problemas pulmonares.

Por lo tanto, se presentan a los vegetales como principales proveedores de vitaminas, minerales, fibras y otros elementos necesarios para la dieta del ser humano teniendo en cuenta que Nicaragua es un país con alto crecimiento en la agricultura teniendo una mayor producción en la región norte incluyendo Matagalpa, Sébaco, Jinotega, entre otros.

También los vegetales son recomendados por el alto contenido de fibra dietética necesaria para el funcionamiento gastrointestinal, valor alimenticio, sabor agradable y propiedades aromáticas, son los principales proveedores de las vitaminas necesarias para el funcionamiento del organismo, mantienen el equilibrio ácido básico y contienen sustancias especiales que eliminan o detienen el desarrollo de microorganismos patógenos. Los vegetales que se utilizan tradicionalmente como: el pimentón, la cebolla, el ají, la vainilla, la zanahoria, la coliflor, el pepino, el calabacín, entre otros.

Existen diversas formas de aprovechar las hortalizas en Nicaragua, generando un valor agregado a la producción, disminuyendo las pérdidas de cosecha cuando están a flote de temporadas creando un producto que prolongue la vida útil de las verduras y hortalizas garantizando la calidad de esta manera captar la atención del mercado.

Por lo tanto, el presente proyecto surge debido a la necesidad que tienen muchas familias nicaragüenses de adquirir un producto tradicional y por su alto grado de consumo en nuestro país, ya que hoy en día la tecnología nos da la oportunidad de ofrecer un producto.

1.1.1 Método del embudo o funnel de la Innovación.

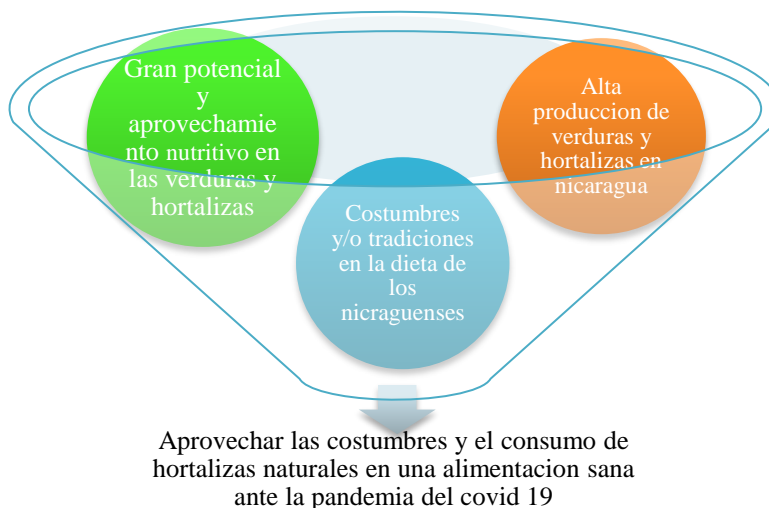
Según Campos (2011): “Es el proceso que va desde la identificación de oportunidades para innovar, hasta el lanzamiento al mercado de aquellos productos o servicios, que han ido superando todos los filtros, que hayamos establecido para avanzar a lo largo de las diferentes fases”. Se utiliza la metáfora del embudo, ya que por su lado más ancho introducimos muchas ideas, de las cuales tan sólo unas pocas lograrán salir por el extremo más estrecho y terminar recorriendo el camino que separa a una idea de una realidad.

Un embudo podría contener las siguientes fases:

- *Identificación de oportunidad.
- *Pre-desarrollo.
- *Test.
- *Generación de ideas.
- *Desarrollo.
- *Lanzamiento

Por lo tanto, este embudo refleja cómo al principio entra en el proceso un número amplio de ideas que después van pasando por distintos filtros que sirven para descartar las menos válidas y madurar a las mejores. En cada etapa o momento del embudo, mientras más se avanza hacia la derecha, más progresan los proyectos hasta que después de superar todos los filtros, se convierten en una innovación real con impacto.

Gráfico 2 Método de embudo



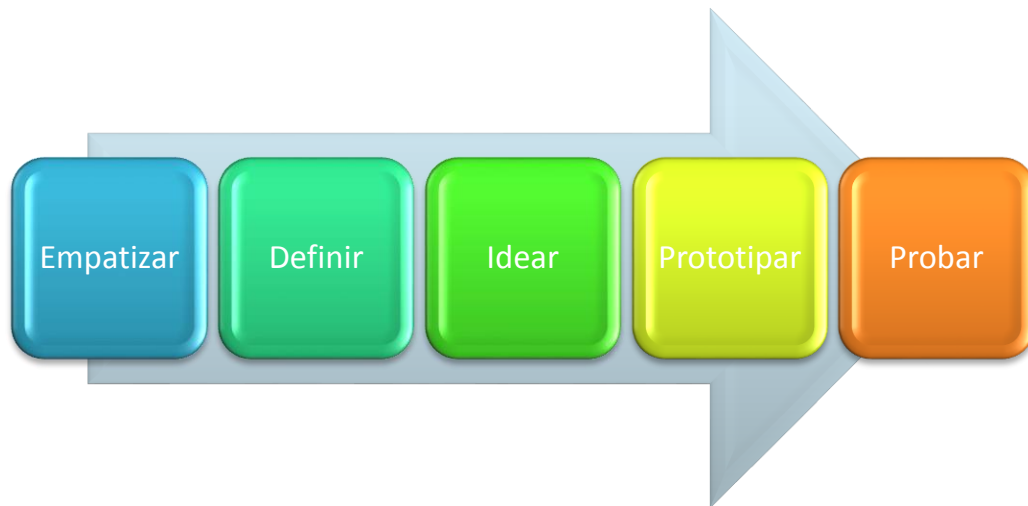
Fuente: Equipo investigador.

Se pretende ofrecer un producto innovador que sea fuente de vitaminas para las personas que no han contraído el covid-19, que contengan múltiples vitaminas entre ellas están vitamina A, B y C, el cual se extraigan de las diversas verduras y hortalizas que nuestro producto ofrece; como a la vez el vinagre que es de gran utilidad, ya que se está adquiriendo como un desinfectante para las verduras esto ayuda al cuerpo a mantenerse de manera fuerte y ser inmune a cualquier enfermedad como esta pandemia vivida hoy.

1.1.2 Desing Thinking.

Según Pomar (2017) El Desing thinking o pensamiento creativo: “Es una metodología que permite abordar la resolución de problemas desde una nueva perspectiva poniendo al cliente/usuario en el centro de la ecuación”.

Gráfico 3 Fases de desing thinking



Fuente: Equipo investigador.

Empatizar: Esta primera fase tiene como objeto conocer el contexto y entender las necesidades y motivaciones del usuario o cliente. En el cual, se realizó un sondeo de 10 preguntas para conocer el nivel de aceptación del producto.

Según (Alvarez & Gonzalez, 2017) Afirma que en Nicaragua su actividad económica es fundamentalmente agrícola. La mayor parte de la población vive del cultivo de la tierra y se destacan los cultivos de café, caña de azúcar, cacao, banano, algodón, ajonjolí, maíz y otros granos básicos para el consumo nacional, tales como: frijoles, arroz, además de legumbres, frutas en variedad y vegetales.

El país cuenta también con suelos fértiles aptos para la agricultura de diferentes productos, que van desde café, cacao, granos básicos, cereales, caña de azúcar, frutas y legumbres.

Por lo tanto, es indispensable en las costumbres de los nicaragüenses tener un producto que complemente sus comidas, ya sea en las comidas tradicionales del país.

Definir: Para definir el proyecto se debe de tomar en cuenta los siguientes criterios, en el cual se tomará la mejor opción dependiendo de:

Gráfico 4 Criterios de evaluación del producto.



Fuente: Equipo investigador.

Idear

A continuación, se presentan cuatro alternativas de presentación del producto, en el cual se seleccionará la que cumpla los puntos antes mencionados:

- a. Batido a base de vegetales nutritivo y alto contenido en vitaminas.
- b. Licuado de verduras y vegetales rico en vitaminas y energético.
- c. Encurtidos de vegetales complemento alimenticio.
- d. Chilero con vegetales mixto en vinagre alto contenido en nutrientes y complementico en las tradiciones nicaragüenses.
- e. Pasta a base de vegetales alimenticio y saludable.

La matriz de evaluación de las ideas es una herramienta que se utiliza para identificar la mejor idea, respecto a la oportunidad que se presenta, se evalúa cuatro diferentes criterios en donde encontramos el nivel de innovación, mercado potencial, conocimiento técnico y requerimiento de capital de todas las ideas propuestas y se le califica de 1 a 5, siendo 1= bajo y 5= alto, la idea que obtenga el puntaje más alto es la seleccionada, pues esta viene a ser la mejor alternativa que cumple con la mayoría de los criterios establecidos.

Tabla 1 Evaluación de las ideas

Ideas/Innovación	Nivel de innovación	Mercado potencial	Conocimiento o técnico	Requerimiento de capital	Total
A	4	3	4	4	15
B	3	4	4	3	14
C	3	4	3	3	13
D	4	4	4	5	17
E	4	4	2	4	14

Fuente: Equipo investigador.

Luego de haber realizado la evaluación de las ideas, se obtuvo con la mayor puntuación el inciso D que es:

Idea seleccionada:

Chilero con vegetales mixto en vinagre: Son ricas en vitamina C, ácido fólico, enzimas y ácido láctico y son ideales para reforzar el sistema inmunológico y a la misma vez ayudan a adelgazar debido a que son muy bajos en calorías. También es un producto tradicional en la dieta de los nicaragüenses, a la misma vez es un aperitivo o complemento en las comidas.

Idea seleccionada ante el Covid 19.

Hasta el presente año 2020, el coronavirus humano más conocido era el SARS-COV, un virus que infecta el tracto respiratorio tanto en su parte superior como inferior. El actual brote de la enfermedad por el nuevo coronavirus o covid-19 (siglas que proceden del inglés coronavirus disease) surgió en la ciudad China de Wuhan.

En donde ante esta pandemia, se pretende obtener un producto innovador que ayuda a contrarrestar esta infección, donde la mayoría de los nicaragüenses han podido confrontar esta enfermedad a través de una alimentación sana.

Donde un patrón alimentario saludable es fundamental para fortalecer las defensas y la respuesta de nuestro organismo ante los agentes que pueden provocar infecciones como el covid-19. Con nuestro producto queremos ayudar a mantener una nutrición saludable y a favorecer el sistema inmune, es decir, la defensa natural de nuestro cuerpo contra el coronavirus, es por ende que nuestro emprendimiento está basado por diversas verduras y hortalizas que son fuentes de vitaminas que nuestro cuerpo absorbe al momento de consumirlas entre ellas tenemos los siguientes beneficios:


Los vegetales y hortaliza son rico en potasio y ayudan a eliminar la retención y exceso de líquido; por esta razón al consumir vegetales y hortaliza prevenimos varias enfermedades; son rica en minerales como hierro, zinc; fosforo, potasio, calcio, magnesio o cobre, micro nutrientes imprescindibles para el buen funcionamiento de organismo.

La vegetales y hortaliza aportan nutrientes a su alimentación que ayudan a protegernos contra enfermedades cardíacas, accidentes cerebrovasculares y algunos tipos de cáncer, además escoger vegetales en lugar de alimentos con muchas calorías, pueden ayudarlo a manejar su peso. También los vegetales son los alimentos que más agua proporcionan al cuerpo, aportando vitaminas y minerales específicos, que ayudan a fortalecer el sistema inmunológico a su alto contenido en fibra y son alimentos que carecen de grasa, lo que se traduce en menos colesterol y triglicéridos en la sangre; es decir en más salud cardiovascular.

El aporte vitamínico de los vegetales y hortaliza tiene efecto muy beneficioso para el organismo. Por ejemplo, la vitamina A y C mantienen fuerte nuestras defensas contra las

infecciones como las provocadas por el coronavirus mientras que la vitamina del grupo B fortalece nuestro sistema nervioso. Las fibras ayudan a regular el tránsito intestinal y posee una su parte los antioxidante reducen considerablemente el envejecimiento y previene la aparición de tumores. (Salvo, 2019).

Tabla 2 Propiedades de cada una de los vegetales

Propiedades y beneficios de consumir Pepino	
	<p>El pepino es una fruta que pertenece a la misma familia que la calabaza y la sandía, es fresco, rico en agua y se ha erigido como un aliado estupendo en las dietas de adelgazamiento.</p> <p>A la misma vez es una auténtica baza nutritiva, entre sus vitaminas destacan las del grupo B, imprescindibles para favorecer el impulso nervioso y la salud celular. Además, contiene ácido fólico, vitamina C, calcio, hierro, magnesio, fósforo, potasio y zinc.</p> <p>El pepino contiene un flavonol, un antioxidante antiinflamatorio, que favorece la conectividad neuronal, cuida de nuestro cerebro, combate el cansancio y el estrés, mejora tu salud digestiva, cuida de nuestro peso y protege el corazón, ya que contiene potasio, mineral que regula la presión arterial. (Penelo, 2018)</p>
Propiedades y beneficios de consumir Papa	
	<p>La papa es una hortaliza muy nutritiva y sabrosa que se puede consumir de muchas maneras. También son una rica fuente de</p>



vitamina B, ácido fólico y minerales como el potasio, el magnesio y el hierro. Las patatas son tubérculos subterráneos, lo que significa que almacenan todas las vitaminas y minerales necesarios para el crecimiento de nuevas plantas de patata en la primavera. Las patatas aportan gran cantidad de ácido fólico y hierro, por lo que son muy buenas para tratar los estados de anemia. El hierro y el ácido fólico también son muy beneficiosos para la salud y la producción de glóbulos rojos del organismo. A la misma vez ayuda a prevenir el estreñimiento y las hemorroide, ayuda a tratar la hipertensión y mejorar la circulación, etc. (Hernandez, 2017)

Propiedades y beneficios de consumir Chile



Este alimento picante pertenece a la familia de la *Solanaceae* y es el fruto comestible de la planta.

Su ingrediente activo es la capsaicina, la cual le da esa característica picante. Además, se compone de agua, carbohidratos, fibra, proteína, vitaminas A, B1, B2, B6, azufre, calcio, hierro, magnesio, potasio, sodio, magnesio, y yodo.

Entre sus múltiples beneficios destacan: alivia el dolor de forma natural, ayuda a perder peso, combate la gripe, previenen el cáncer y enfermedades cardiovasculares,

entre otras. (Lopez, 2017)

Propiedades y beneficios de consumir Zanahoria



La zanahoria es una hortaliza con alto contenido de agua, por ende, supone un buen aporte de fibra. En especial, en vitamina A y carotenoides. Ahora bien, también son una fuente de minerales como: el potasio, el fósforo, el magnesio, el yodo y el calcio; y, por otra parte, vitamina B3 (niacina), vitaminas E y K y folatos.

Se ha comprobado que, al comerla, la zanahoria aumenta la producción de saliva y, también, de los jugos gástricos que intervienen en el proceso de la digestión. A su vez, ayuda a prevenir la acidez estomacal, la formación de úlceras así como mantener en buen estado la flora intestinal. (Papa, 2020)

Propiedades y beneficios de consumir Mimbro

Es un árbol frutal tropical relacionado con el árbol carambola, aunque son muy diferentes en apariencia, la forma de fructificación, el sabor y usos.

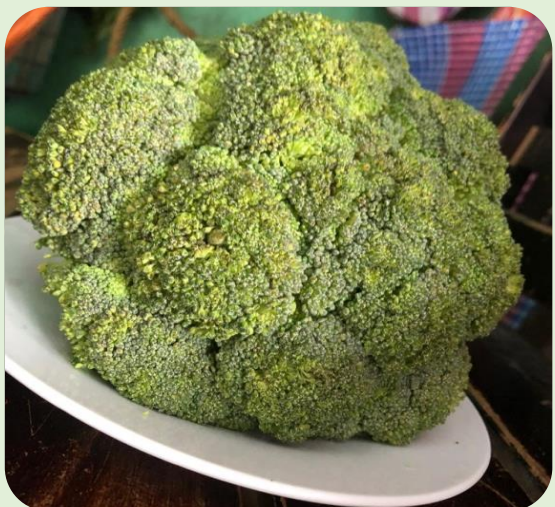
El fruto es elipsoide o casi cilíndrico, 4 – 10 cm de largo, de color verde a verde-amarillento y crece directamente del tronco.



La pulpa es verde, jugosa y muy ácida, con aproximadamente 6-7 semillas.

Por lo tanto, la mayoría de veces este fruto es utilizado en mermeladas, encurtidos, chileros, etc. (Montes, 2018)

Propiedades y beneficios de consumir Brocoli



El brócoli puede considerarse una hortaliza muy nutritiva, ya que, aporta a la dieta una gran cantidad de fibra, minerales y vitaminas, principalmente Vitamina C y folatos.

Entre sus minerales encontramos; fósforo, hierro y potasio. También aporta azufre, el cual es responsable del olor característico. Es una excelente fuente de vitamina K, C, B1, B6, A, E, Cromo, ácido fólico, Manganeso, potasio y cobre. Además es rico en omega-3, proteína vegetal, calcio, zinc, hierro y selenio.

Debido a su composición, el brócoli posee numerosos beneficios para la salud como: ayuda a prevenir el cáncer, protege el sistema cardiovascular, protege la salud ocular, previene la diabetes tipo II, protege

el sistema digestivo, protege la salud de los huesos, entre otros.(Latorre, 2020)

Propiedades y beneficios de consumir Coliflor



La coliflor tiene un sabor agradable, deliciosamente fresco y muy crujiente. Uno de sus mejores aspectos nutritivos es el alto valor diario de vitamina C que ofrece en una sola porción – un impresionante 77%. La coliflor también es una buena fuente de vitamina K, proteína, tiamina, riboflavina, niacina, magnesio y fósforo, y es una muy buena fuente de fibra, vitamina B6, ácido fólico, ácido pantoténico, 303 miligramos de potasio, y manganeso.

La coliflor contiene numerosos fitonutrientes, como indol-3-carbinol y el sulforafano que podrían ayudar a prevenir el cáncer de próstata, ovarios, y cervical.(Mercola, 2017)

Propiedades y beneficios de consumir Chayote

El chayote contiene grandes cantidades de antioxidantes, vitaminas y proteínas. Entre otras cosas, encontramos grandes cantidades de zinc, vitaminas B2 y hierro. Por lo tanto es un alimento con pocas calorías y una excelente fuente de fibra, por lo cual es ideal para perder peso.



Su alto nivel de agua lo hace ideal para combatir el estreñimiento.

Al carecer de grasas saturadas, el chayote ayuda a nivelar y controlar el colesterol del cuerpo.

Su alto contenido en vitamina B2 y hierro estimulan la producción de glóbulos rojos para prevenir o combatir la anemia.

Y regula la presión arterial al ser buena fuente de potasio.

Por otro lado, es beneficioso para evitar la retención de líquidos, al tiempo que contiene antioxidantes que combaten el envejecimiento celular.

(Salinas, 2019)

Propiedades y beneficios de consumir Chilote



Es la variedad más tierna y sabrosa por su sabor dulzón. Muy rico en hidratos de carbono (60 a 70 % de almidón y azúcares) y un 8 % de materia grasas. Los minerales que están presente son: magnesio, fósforo, hierro y potasio.

Dentro de sus beneficios se encuentran que ayuda a regular la hipertensión arterial, brinda energía debido a que el 70% de su peso es almidón, aporta fuerza y vitalidad al cuerpo. (Vera, 2012)

Propiedades y beneficios de consumir Mango (verde) Mango liso Rivense



El mango aporta excelentes propiedades nutricionales, es rico en minerales como el magnesio, fósforo, calcio y potasio. Además de las vitaminas E, C y la provitamina A.

Gracias a su contenido en fibra, es capaz de prevenir o mejorar el estreñimiento, a reducir el colesterol, a regular el azúcar en sangre y es una fruta saciante, por lo que resulta beneficioso en caso de diabetes y exceso de peso en cantidades moderadas, es antioxidante y anticancerígeno.


También es una fruta perfecta durante las dietas para perder peso ya que es saciante, de efecto laxante suave, rico en nutrientes, pobre en grasas y diurético.(Perez, 2018).

Propiedades y beneficios de consumir Cebolla Amarilla dulce



Es un alimento muy antiguo, y entre sus capas esconde numerosas propiedades nutritivas y medicinales, es rica en minerales y oligoelementos (calcio, magnesio, cloro, cobalto, cobre, hierro, fósforo, yodo, níquel, potasio, silicio, cinc, azufre y bromo); y también en vitaminas (A, B, C y E).

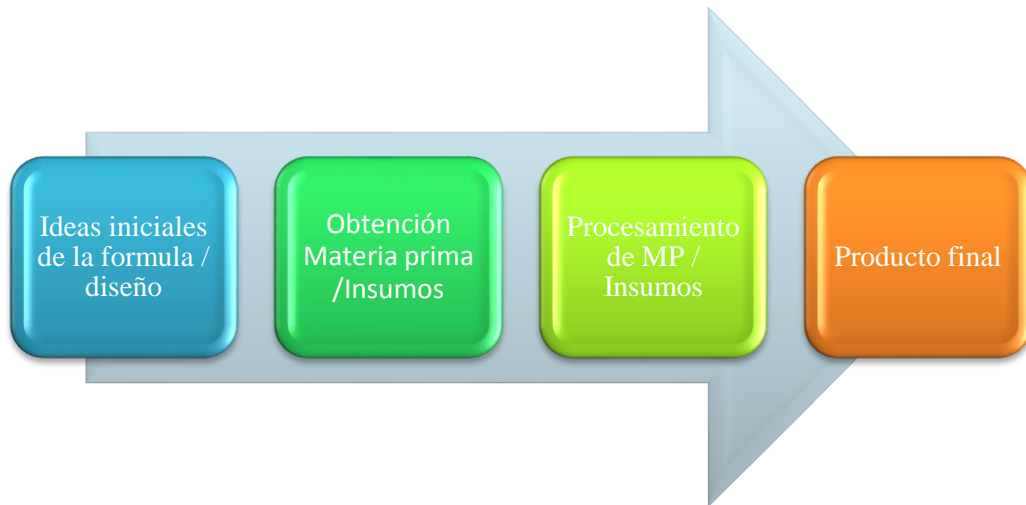
Las cebollas son una fuente de fibra, lo que contribuye a la ingesta de fibras solubles. El tipo de fibra presente en las cebollas puede

	<p>reducir la probabilidad de desarrollar enfermedades cardiovasculares, como presión arterial alta, accidentes cerebrovasculares, insuficiencias cardíacas e infartos. Además, ayuda a reducir el colesterol. (Penelo, 2018)</p>
<p>Propiedades y beneficios de consumir Ajo</p>	
	<p>El ajo contiene cantidades significativas de algunos micronutrientes como el manganeso, la vitamina A, la vitamina B6, la vitamina C y el selenio, y es bajo en calorías. Es rico en polifenoles y otras sustancias antioxidantes.</p> <p>El ajo es mucho más que un condimento, es un espantaenfermedades cargado de propiedades nutritivas y beneficios para la salud y su consumo habitual puede ayudar a hacer mejor la digestión, a absorber mejor los nutrientes de los alimentos, y también optimiza las funciones del páncreas y del hígado. Penelo(2019)</p>

Fuente: Equipo investigador.

Prototipo

Gráfico 5 Fases del prototipo



Fuente: Equipo investigador.

Idea iniciales de la formula/Diseño

En este paso se desarrollaron diversas pruebas en la elaboración de chileros, con respecto a los cortes, selección de la hortaliza, sabor tiempo de cocción o fermentación (a través del sol), color, sabor, textura, diseño de corte presentación entre otros esto con el objetivo de poder obtener el producto final para y/o poder validar la aceptación de los clientes presentándolo a través de una muestra y valoración de datos a través de pregunta sobre la percepción del producto.

Se realizaron el prototipo de chilero con una porción de 450gramos. Esta presentación tendrá el siguiente contenido:

Tabla 3 Contenido del prototipo.

Tamaño	Producto	Contenido
450g	Chilero con vegetales mixto	Mango 1 onza Mimbro 1 onza Pepino 1 onza Cebolla 4 onza Zanahoria 1 onza Chilote 1 onza Chile jalapeño 1 onza Ajo 1 onza Sal 14.gm Chayote 1 onza Brócoli 2 onza Papa 1 onza Vinagre 150ml Coliflor 2 Onza

Fuente: Equipo investigador.

Para la elaboración del contenido del producto se desarrollará mediante la estrategia de pesar la cantidad de cada verdura de igual manera el contenido líquido para obtener un adecuado control de calidad, cantidad y sabor de los chileros.

Imagen 1 Corte de los vegetales



Fuente: Equipo investigador.

Obtención de materia prima/insumo

Para poder realizar y llevar al mercado con una buena aceptación el producto tenemos que tener en cuenta el insumo o materia prima para la elaboración de este producto los cuales son:

Tabla 4 Materia prima del producto.

Materia prima		
Chile	Envase	Mango
Etiqueta	Zanahoria	Vinagre
Cebolla	Pepino	Sal
Mimbro	Ajo	Chayote
Chilote	Papa	

Fuente: Equipo investigador.

La materia prima e insumo se obtendrán en diferentes mercados del país.

Procesamiento de materia prima/insumo

La materia prima pasa por proceso de selección en el cual hay que tener en cuenta que estas hortalizas estén en buen estado, libre de plaga para la elaboración de los cortes desinfectado entre otros. El proceso de la elaboración del producto es sencillo el cual se representa de la siguiente manera.

Tabla 5 Proceso de elaboración.

Proceso	Descripción	Tiempo
Recepción de materia prima	Se desarrolla la compra y clasificación de las hortaliza (buen estado, libre de plaga, en punto)	30min.
Lavado de insumo/Materia prima	Posterior a seleccionar las mejores hortalizas se realiza la desinfectación de esta a través del lavado para la preparación del mismo.	30min.
Corte/picado	Seleccionar el corte adecuado de cada hortaliza según su estructura para una mejor presentación y comodidad del cliente.	1hr
Salazón (vinagre)	Se realiza mediante salmuera (mezcla de agua y sal) esto con el fin de fermentar las hortaliza agregándole sabor y ayudando a la prevención del crecimiento bacteriano.	15min
Envasado	El momento de mezclar toda la materia prima, se necesita un envase que verificara que todas las hortalizas sean cubiertas por el vinagre.	30min.
Tiempo de maduración	Listo el producto llevara una fermentación puesto al sol con duración de 4 días	4dias

Fuente: Equipo investigador.

Producto final

Realizando varias pruebas teniendo en cuenta las características como: sabor, olor, textura color se finalizó las pruebas teniendo como resultado el prototipo final.

Imagen 2 Prototipo del producto



Fuente: Equipo investigador.

Testear/ Probar

En este proceso se dio a conocer nuestra formula en presentación, forma y sabor dando origen a la degustación de nuestro producto chilero de vegetales mixto “**sabores de mi tierra**” donde ofrecimos una porción de este suplemento alimenticio para poder captar que tan aceptado es nuestro producto desde el punto de vista de sabor y sus cualidades de este producto que lo caracteriza para obtener información de que tanto le gusta al cliente potencial.

Imagen 3 Imagen del testeo



Fuente: Equipo investigador.

Este punto es importante para poder dar origen a las estrategias mercadológicas que se realiza para poder dar inicio a la introducción de este producto al mercado; teniendo en cuenta la idea emprendedora de este producto. Logrando un aprovechamiento de las verduras y hortalizas que el nicaragüense cosechan en las tierras fértiles. Implementado y logrando poder introducir al mercado los chileros “**sabores de mi tierra**”.

Imagen 4 Degustaciones a la población de Jinotepe



Fuente: Equipo investigador.

Se dio pruebas de este producto a tres familias jinotepinas las cuales degustaron de este producto en su presentación 450g de igual manera se realizaron degustaciones a 15 personas dando su opinión y aceptación positiva sobre nuestro chileros “sabores de mi tierra”, las cuales se midieron a través de un sondeo realizado a pobladores de Jinotepe obteniendo los siguientes resultados.

Tabla 6 resultado del teste. Pregunta #1

¿Qué le parece el sabor de los chileros con vegetales mixto?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Excelente	13	92.90	92.90	92.90
	Bueno	1	7.10	7.10	100.00
	Total	14	100.00	100.00	

Fuente: Equipo investigador.

Gráfico 6 Resultado del testeo. Pregunta #1



Fuente: Equipo investigador.

Tabla 7 Resultado del testeo. Pregunta #2

Específicamente concreta gustativa ¿Qué le parece el sabor?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sabroso	14	100.00	100.00	100.00

Fuente: Equipo investigador.

Gráfico 7 Resultado del testeo. Pregunta #2



Fuente: Equipo investigador.

Tabla 8 Resultado del testeo. Pregunta #3

¿Qué le parece el olor del producto?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Me gusta	14	100.00	100.00	100.00

Fuente: Equipo investigador.

Gráfico 8 Resultado del testeo. Pregunta #3



Fuente: Equipo investigador.

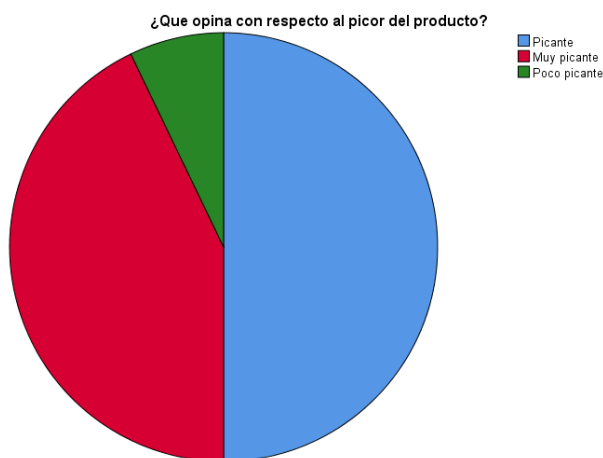
Tabla 9 Resultado del testeo. Pregunta #4

¿Que opina con respecto al picor del producto?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje

				válido	acumulado
Válido	Picante	7	50.00	50.00	50.00
	Muy picante	6	42.90	42.90	92.90
	Poco picante	1	7.10	7.10	100.00
	Total	14	100.00	100.00	

Fuente: Equipo investigador.

Gráfico 9 Resultado del testeo. Pregunta #4



Fuente: Equipo investigador.

Tabla 10 Resultado del testeo. Pregunta #5

¿Qué le parece la combinación y sabor con respecto a los diferentes vegetales?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Me gusta	5	35.70	35.70	35.70
	Me encanta	9	64.30	64.30	100.00
	Total	14	100.00	100.00	

Fuente: Equipo investigador.

Gráfico 10 Resultado del testeo. Pregunta #5



Fuente: Equipo investigador.

Tabla 11 Resultado del testeo. Pregunta #6

¿Qué opina del color del producto?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Me gusta	14	100.0	100.0	100.0

Fuente: Equipo investigador.

Gráfico 11 Resultado del testeo. Pregunta #6



Fuente: Equipo investigador.

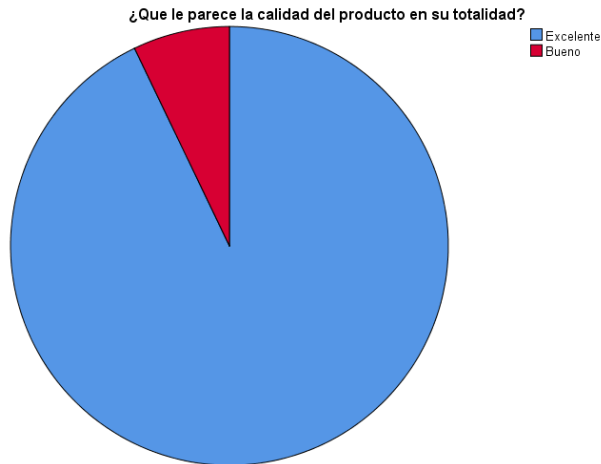
Tabla 12 Resultado del testeo. Pregunta #7

¿Qué le parece la calidad del producto en su totalidad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Válido	Excelente	13	92.9	92.9	92.9
	Bueno	1	7.1	7.1	100.0
	Total	14	100.0	100.0	

Fuente: Equipo investigador.

Gráfico 12 Resultado del testeo. Pregunta #7



Fuente: Equipo investigador.

1.2. Diseño o modelo en 3D

Etiqueta del producto.

Imagen 5 Etiqueta del producto.



Fuente: Equipo investigador.

Según Valles (2019) especifica: “Los colores son parte importante de la percepción de los consumidores y determinan si un producto parece atractivo o no”. Por lo tanto, para el diseño de la etiqueta se utilizaron los siguientes colores:

Rojo: Es un color muy intenso a nivel emocional. Este color eleva la frecuencia respiratoria y la presión arterial. Es uno de los más intensos del espectro. También estimula el apetito.

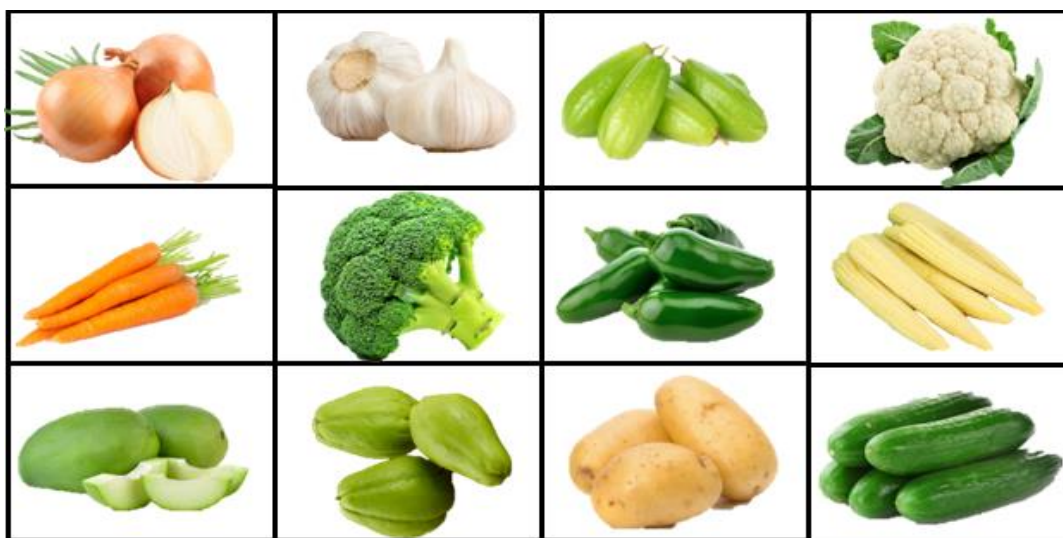
Verde: Es el color mayoritario de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura; y también lo asociamos a lo sano.

Naranja: Es un color cálido y lo asociamos a “algo sano” (como un cítrico). Estimula la actividad mental y el apetito.

Ingredientes del producto

El producto está elaborado a base de vegetales y hortalizas, como lo son: zanahoria, coliflor, pepino, brócoli, ajo, chayote, cebolla, mimbro, mango, chilote, papa y chile; los cuales brindan una gran cantidad de propiedades y beneficios a nuestro cuerpo. Este producto al llegar a la etapa final, se pretende que su peso neto sea de 450 gr y contenga cantidad equilibrada por cada uno de los ingredientes.

Imagen 6 Ingredientes del producto.



Fuente: Equipo investigador.

Presentación del producto.

El producto se presentará en frasco de vidrio con un contenido de 450 gr, a medida que las personas conozcan y consuman este producto se pretenderá brindar una mejor gama de presentaciones.

Imagen 7 Frasco de vidrio sabores de mi tierra



Fuente: Equipo investigador.

Imagen 8 Propuesta de etiqueta

<p>Ingredientes:</p> <p>Zanahoria, coliflor, pepino, brócoli, ajo, chayote, cebolla, mimbro, mango, chilote, papa y chile.</p> <p>Producto centroamericano elaborado por:</p> <p>Industria La Caraceña, S.A.</p> <p>Managua, Nicaragua.</p> <p>Lote: 02/07/20</p> <p>Exp: 02/08/21</p> 	<p><i>Chilotes con vegetales mixtos</i></p> <p><i>Sabores</i></p> <p><i>De</i></p> <p><i>Mi tierra</i></p>  <p>PSA NET 60g</p>	<p>DATOS NUTRICIONALES:</p> <p>Tamaño de porción:</p> <p>Calorias 14,50 Calorias de grasa 0</p> <p style="text-align: right;">% Valores diarios</p> <table border="1"> <tr><td>Total de grasa</td><td></td></tr> <tr><td>Grasa saturada</td><td></td></tr> <tr><td>Grasa poli insaturada</td><td></td></tr> <tr><td>Grasa trans</td><td></td></tr> <tr><td>Sodio</td><td></td></tr> <tr><td>Total de carbohidratos</td><td></td></tr> <tr><td>Fibra dietética</td><td></td></tr> <tr><td>Proteínas</td><td></td></tr> <tr><td>Vitamina A</td><td></td></tr> <tr><td>Vitamina C</td><td></td></tr> <tr><td>Calcio</td><td></td></tr> <tr><td>Hierro</td><td></td></tr> <tr><td>Vitamina B1</td><td></td></tr> <tr><td>Vitamina B2</td><td></td></tr> <tr><td>Vitamina B3</td><td></td></tr> </table>	Total de grasa		Grasa saturada		Grasa poli insaturada		Grasa trans		Sodio		Total de carbohidratos		Fibra dietética		Proteínas		Vitamina A		Vitamina C		Calcio		Hierro		Vitamina B1		Vitamina B2		Vitamina B3	
Total de grasa																																
Grasa saturada																																
Grasa poli insaturada																																
Grasa trans																																
Sodio																																
Total de carbohidratos																																
Fibra dietética																																
Proteínas																																
Vitamina A																																
Vitamina C																																
Calcio																																
Hierro																																
Vitamina B1																																
Vitamina B2																																
Vitamina B3																																

Fuente: Equipo investigador.

1.3. Oportunidad en el mercado

Según (Kotler, 2000) la oportunidad de mercado: “Es una zona de necesidad e interés del comprador en la cual hay una alta probabilidad de que una empresa la satisfaga rentablemente. El éxito depende de varios factores”.

En la encuesta realizada en el municipio de Jinotepe nos permitió conocer que hay un sin número de personas que consumen a diario lo que es chilero dado a esto , nuestro producto fue determinado como un producto con estilo y diferente sabor por los distintos vegetales agregados, el cual este sería beneficioso para las personas por su alto contenido de vitaminas que las hortalizas y verduras poseen, de igual manera estaría supliendo su necesidad de darle un toque especial a su comida, para nosotros es una gran oportunidad porque logramos concretar la serie de posibilidad para emprender nuestro proyecto.

Tabla 13 Oportunidad y demanda

Municipio	N° de habitantes	Consumo aparente
Jinotepe	53,533	90%

Fuente: Equipo investigador.

A través de la pregunta: ¿Consumen usted chilero? Determinamos el porcentaje de las personas que consumen chilero y los resultados fueron un 90% que, si consumen, el cual esto es de gran aprovechamiento para concretar nuestro proyecto trazado.

El 51% de las personas encuestadas opinaron que consumen chilero para satisfacer su necesidad de consumir chileros con vegetales mixtos en su comida. Los factores de compra son un factor importante que se debe de estudiar de manera continua, ya que si se tiene información de lo que los clientes demandan se podrá satisfacer de manera eficaz su necesidad.

En donde, el 100% de las personas jinotepinas consideran que el producto es muy bueno y están dispuesto a consumirlo, por ser un producto de buena calidad y sabor que este posee, ya que se diferencia de los demás chileros que están establecidos en los distintos puntos del mercado de Jinotepe.

1.4. Propuesta de valor (modelo canvas)




Según Lopez (2018) define: “Es una promesa de valor por entregar. Es la principal razón por la que un prospecto va a comprar contigo y no con la competencia”.

La gente no compra productos o servicios, no compra características o beneficios, la gente compra “Transformación”...

Elementos de una propuesta de valor (Lopez, 2018):

- Claridad – Debe ser fácil de entender
- Indica los resultados específicos que el prospecto obtendrá.
- Explica por qué es mejor y diferente.
- Puede leerse en menos de 5 segundos.

Tabla 14 Modelo canvas

<p>Socios claves</p>  <p>Productores agrícolas para obtener materia prima de alta calidad.</p> <p>Proveedores de envase de frasco de vidrio.</p>	<p>Actividades claves</p> <p>Persona encargada de la venta del producto en la web</p> <p>Control de calidad</p> <p>Recursos claves</p> <p>Personal capacitado</p> <p>Materia prima de calidad</p> <p>Recurso humano (atención personalizada al cliente)</p>	<p>Propuesta de valor</p>  <p>Ofrecer al público objetivo personas en general un chilero con vegetales mixto que sirva como complemento o apetitivo en la dieta de los jinotepinos, y rico en vitaminas; y a la misma vez brindar un producto con distintos estilos en los cortes de los vegetales.</p>	<p>Relación con los clientes</p> <p>Asesoramiento y atención personalizada al cliente.</p> <p>Canales de distribución</p> <p>*Venta directa (mercado de Jinotepe)</p> <p>*Redes sociales</p> <p>*Páginas web</p>	<p>Segmento de clientes</p>  <p>Personas de sexo femenino y masculino que consumen chileros entre las edades de 18 hasta los 44 años.</p>
<p>Estructura de costo</p> <p>Costos fijos: pagos de impuesto</p> <p>Materia prima y envase</p> <p>Pago del personal</p>		<p>Fuente de ingreso</p> <p>Venta directa y al contado del producto.</p> <p>Venta por la web.</p>		

Fuente: Equipo investigador.

En la tabla, se describen los principales elementos del modelo de negocio Canvas (*canvas model*), el cual cuenta con los 9 bloques con las características del negocio, donde: en el segmento de cliente se describe ¿Quiénes son los clientes?; en la propuesta de valor es lo que nos diferencia de las demás empresas, por qué el cliente va a comprar nuestro producto no a la competencia; en el canal de distribución se toman en cuenta cómo se va a distribuir o ¿Cómo podrán comprar el producto?; en la relación con los clientes se toma en cuenta si los clientes requieren un trato personalizado y exclusivo; en las fuentes de ingreso tiene que permitir que la empresa sea rentable, pero siempre pensando que tiene que ser acorde con lo que pide el consumidor; en los recursos clave se toma en cuenta una serie de recursos físicos e intelectuales, humanos y financieros que se van a necesitar; en las actividades claves se trata de todo lo necesario para llevar a cabo la propuesta de valor; en los socios claves saber cuáles van a ser las alianzas estratégicas para poder conseguir más recursos y por último las estructuras de costos está conformada principalmente por los costos relacionados con los recursos clave, las actividades clave y los socios clave.

Por lo tanto, este modelo es una herramienta que permitirá tener una visión global del negocio e innovar para adaptarse a los cambios del mercado. Además, proporciona un lenguaje común para describir, visualizar y también adaptar el modelo de negocio en un solo cuadro.

1.4.1 La novedad de mi proyecto desde la base de la propiedad intelectual

Según (Braganza, 2017) define la propiedad intelectual como: “Es la disciplina jurídica que protege las creaciones originales literarias, artísticas o científicas, expresadas por cualquier medio o soporte, tangible o intangible, actualmente conocido o que se invente en el futuro”.

A la misma vez según (Orue, 2005) describe que la propiedad intelectual: “Tiene por objeto la protección de los bienes inmateriales, que podemos definir como prestaciones producto de la creación o el esfuerzo humano, que se materializan en determinados bienes que encierran extraordinario valor informativo, de gran relevancia en el mercado moderno”.

Según el ministerio de fomento, industria y comercio (MIFIC) establece que la propiedad intelectual cuenta con 4 modalidades, las cuales son:

- Signos distintivos
- Derechos de autor
- Patentes y nuevas tecnologías
- Obtención de variedades vegetales

En Nicaragua existe una ley que protege los derechos de legalidad de propiedad intelectual (ley n° 380) ley de marcas y otros signos distintivos N° 380, Aprobada el 14 de febrero del 2001, tiene por objeto establecer las disposiciones que regulan la protección de las marcas y otros signos distintivos.

Para poder desarrollar el proyecto se debe seguir los pasos adecuadamente del registro de la propiedad intelectual para que pueda dar validez jurídica para proteger logo, marca y la idea establecida del producto. Esto ayudara a no establecer alguna actividad no adecuada que vaya en contra del registro.

Procedimiento de registro de la marca

En el capítulo III de la ley de marcas y otros signos distintivos (Ley 380), se define en el arto 9 la solicitud de registro.

La solicitud de registro de una marca se presentara ante el registro y comprenderá lo siguiente(Ley N°380, 2001):

1. Un petitorio que incluirá:
 - 1.1. Nombre y dirección del solicitante;
 - 1.2. Lugar de constitución y domicilio del solicitante, cuando fuese una persona jurídica;
 - 1.3. Nombre del representante legal, cuando fuera el caso;
 - 1.4. Nombre y dirección del apoderado en el país, cuando se hubiera designado; la designación será necesaria si el solicitante no tuviera domicilio ni establecimiento en el país;

- 1.5. La marca cuyo registro se solicita, si fuese denominativa sin grafía, forma ni colores especiales;
 - 1.6. Una lista de los productos o servicios para los cuales se desea registrar la marca, agrupados por clases conforme a la Clasificación Internacional de Productos y servicios, con indicación del número de cada clase; y,
 - 1.7. La firma del solicitante o de su apoderado
2. Una reproducción de la marca en cuatro ejemplares cuando ella tuviera una grafía, forma o color especiales, o fuese una marca figurativa, mixta o tridimensional con o sin color.
 3. El poder o el documento que acredite la representación, según fuera el caso.
 4. Los documentos o autorizaciones requeridos en los casos previstos en los Artículos 7 y 8 de la presente Ley, cuando fuese pertinente;
 5. El nombre de un Estado de que sea nacional el solicitante, si es nacional de algún Estado, el nombre de un Estado en que el solicitante tenga su residencia, si la tuviere, y el nombre de un Estado en que el solicitante tenga un establecimiento industrial o comercial real y efectivo, si lo tuviere.
 6. El comprobante de pago de la tasa establecida

El costo o valor que se tiene que sufragar para alcanzar o realizar el registro son los siguientes:

- El nombre del producto tendrá un costo de \$20
- Para validar el logo tendrá un valor de \$ 25

Registro de patente

El solicitante de una patente podrá ser una persona natural o jurídica. Si el solicitante no fuese el inventor, deberá indicar como adquirió el derecho a la patente.

Solicitud de patente: La solicitud de patente de invención se presentará al registro de la propiedad intelectual e incluirá:

- a) Petición de concesión de patente con los datos del solicitante y del inventor, y nombre de la invención.
- b) Descripción de la invención.
- c) Una o más reivindicaciones.
- d) Dibujos que correspondieran.
- e) Resumen técnico
- f) Comprobante de pago de la tasa de solicitud
- g) Lugar para oír notificaciones
- h) Firma del solicitante
- i) El poder o el documento que acredite la representación según fuere el caso
- j) Cuando fuese el caso, una constancia de depósito del material biológico, emitido por la institución depositaria.

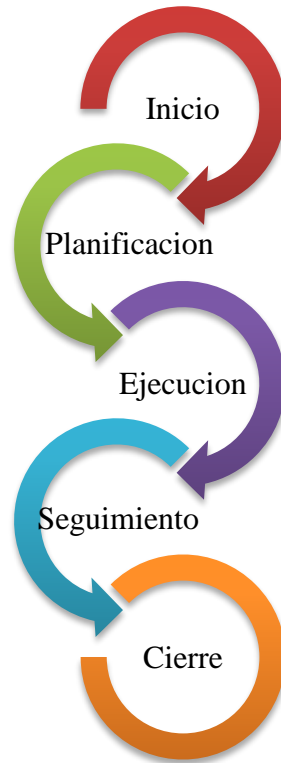
Cada uno de estos procedimientos permitirán que el producto se pueda registrar de la manera adecuada, a través del cumplimiento de cada uno de los requisitos para que el producto se pueda diferenciar con respecto a la competencia y así tener todo el respaldo legal en la utilización de la marca y evitar el plagio de patentes y del producto en sí.

1.5. Ciclo del proyecto

Según (Molina, 2016) define el ciclo del proyecto como: “Es el conjunto de fases en que son divididos los proyectos para facilitar su gestión”.

El ciclo de vida de todo proyecto se estructura en torno a cinco fases:

Ilustración 1 Fases del ciclo del proyecto



Fuente: Equipo investigador.

Un proyecto al igual que la fabricación de cualquier producto pasa por un ciclo de vida o fase de desarrollo e implantación.

Inicio

En la fase de inicio es crucial en el ciclo de vida del proyecto, ya que en este es el momento de definir el alcance y proceder a la selección del equipo. Solo un ámbito claramente definido y un equipo especializado, se puede garantizar el éxito. Es además el momento de compartir la visión en el cual para dar inicio a nuestro proyecto tenemos en claro una necesidad y una solución a un problema para dar inicio a la creación y proyección de nuestro producto.

Planeación.

Esta es a menudo la fase más difícil para un proyecto ya que tiene que hacer un importante esfuerzo de abstracción para calcular la necesidad, recursos y equipo que habrán de

preservarse para lograr la consecución a tiempo y dentro de los parámetros previstos, así mismo es necesario planificar actividades para el desarrollo del proyecto; en esta etapa se desarrollaran las ideas captadas a través de la necesidad de la población llevando a cabo la idea del producto de lo que se necesita en este caso el aprovechamiento de las verduras apoyado de las costumbres de los nicaragüenses a la hora de su alimentación.

Ejecución.

En base a la planeación habrá que completar las características deseadas y programadas del producto con el desarrollo de este es importante velar por una buena calidad y creación de este contenido para generar un mayor control sobre el proceso y los plazos de este; se trata en definitiva de monitorear el desarrollo de la creación del producto apoyándonos de herramientas como sondeo, entrevista estudio de mercado entre otros. En esta etapa se deben gestionar riesgos, cambios del producto, los gastos requeridos de este, el tiempo de su creación las actualizaciones y modificaciones.

Seguimiento y control.

En esta fase se comprenden los procesos necesarios para realizar el seguimiento, revisión y monitoreo del progreso del proyecto se concibe con el fin de detectar fallas, dificultades en la elaboración del producto se desarrollan nuevas estrategias y modificaciones.

Cierre

Esta fase comprende todo proceso orientado a completar formalmente el proyecto y las obligaciones, una vez terminado este producto se establece formalmente que el proyecto ha concluido. En este proceso se desarrollan las últimas decisiones y retoque al producto listo para salir al mercado meta y lograr satisfacer el deseo de los clientes

Nuestro proyecto se encuentra en la etapa de planificación en esta fase se pretende establecer la idea del producto, sus características y propuesta de valor que se le pretende introducir al producto, en esta etapa se define quienes serán nuestros clientes metas para poder definir en sí lo que se quiere del producto.

Se desarrolló al inicio la idea de un producto con solución a una problemática para el desarrollo de este se desarrolló la idea de un producto que contara con 12 vegetales los cuales se cultivan en Nicaragua.



Se pretende en la elaboración de la planeación del producto, lograr satisfacer a los clientes de Jinotepe los cuales esta dirijo el producto, este con el fin de abarcar las costumbre y tradiciones alimenticias de los pobladores nicaragüense desarrollando como lo es un rico chilero dándole un sabor único con los vegetales y hortalizas teniendo un enfoque innovador en la elaboración del sabor creación de logo y etiqueta e innovación en el envase.

1.6. Visibilidad del proyecto (banner, poster y brochure)

La visibilidad del proyecto es un ingrediente vital en el exitoso de cada proyecto. Por lo tanto, se llevó a cabo el diseño de banner, poster y brochure, para que el producto sea conocido y así poder llegar a la mente del consumidor. A continuación, se presentan los medios publicitarios:

Ilustración 2 Poster sobre chileros con vegetales mixto “Sabores de mi tierra”



El poster sobre el producto innovador viene a darle a conocer a las personas la gran variedad de vegetales que ofrece el producto, además es importancia brindar la información de cómo nos pueden contratar en las redes sociales y de esta manera el cliente conozca todo acerca del producto.

1.7. Resultados esperados

Actualmente es muy importante tener en cuenta los resultados del proyecto que hemos logrado para poder medir los resultados que aspiramos llegar para poder entender el impacto o efecto que nuestro producto puede generar en la percepción de los clientes. Los cuales los resultados esperados se expresarán en logros terminados en función de calidad y periodo de tiempo del proyecto, las cuales se presentan a continuación:

- Se realizó el diseño y desarrollo del producto, posterior a experimentar varios formula y procedimiento de corte y estética del contenido de este producto, se obtuvo el resultado de una sola fórmula para los chileros de vegetales mixto “sabores de mi tierra “con buena aceptación al paladar del cliente según las

degustaciones realizadas mediante un apoyo de sondeo para medir la calidad del sabor.

- Se esperan obtener de nuestro proyecto de innovación, es poder aprovechar las costumbres tradicionales de la población, a través de un producto innovador que proporcione todos los requisitos requeridos para el consumo de un producto a base de vegetales y hortalizas naturales.
- Se desarrolló un sondeo y estudio de mercado para lograr la aprobación y aceptación del producto teniendo buenos resultados y opiniones del producto por los clientes según el resultado de encuesta aplicada a la población de Jinotepe.
- Se obtuvo el resultado de diseño completo del producto para el lanzamiento en el mercado con características diferente a la de la competencia como logo, diseño.
- Se logró la experiencia y conocimiento sobre el ámbito legal para la realización de un producto y marca nueva que saldrá al mercado.
- Se obtuvo el conocimiento general de la realización de un proyecto con enfoque en innovación aprendiendo todos los requerimientos que se necesitan para su desarrollo de un producto desde su creación hasta su finalidad.
- Se pretende que nuestro producto sea competente ante la competencia y que las personas lo puedan consumir como un complemento o aperitivo en sus comidas.

2. Estudio de mercado

Para Kotler, Bloom y Hayes, el estudio de mercado “Consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización”.

Los estudios de mercado tienen una función primordial en el mundo de las ventas, son los que te permiten apuntar bien antes de disparar. (Huerta, 2016).

2.1 Investigación de mercado

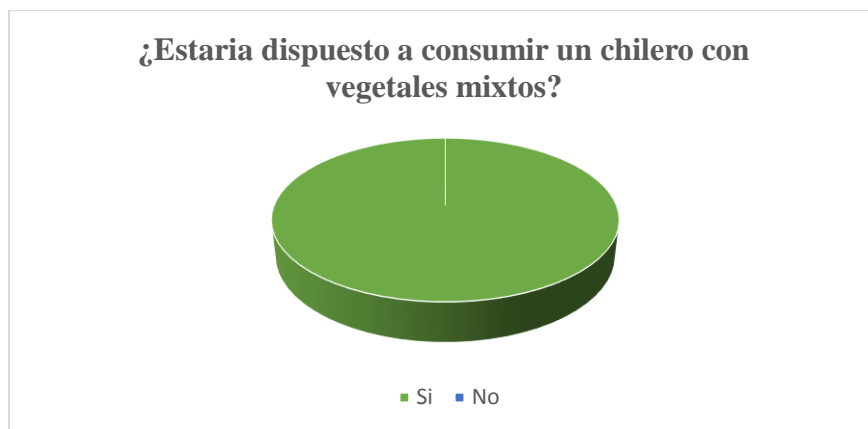
La investigación de mercados es la herramienta necesaria para la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información, con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la mercadotecnia. De esta manera, se permite generar un diagnóstico acerca de los recursos, oportunidades, fortalezas, capacidades, debilidades y amenazas en un futuro de la empresa.

2.2 Análisis de la demanda

Las personas de la ciudad de Jinotepe cuentan con una cultura culinaria llena de diversas comidas, las cuales son idóneas para acompañarse con estos deliciosos y sabrosos chileros, el cual les permitirá deleitarse con un rico sabor que proporcionan los chileros con vegetales “Sabores de mi tierra”

Por lo tanto, el chilero “Sabores de mi tierra” va dirigido al segmento adulto de ambos sexos entre las edades de 18 años en adelante, con un nivel socio económico medio y alto que cuente con poder adquisitivo para adquirir el producto y que le guste utilizar los chileros como un complemento o aperitivo dentro de todo tipo de comidas, el cual este producto proporciona múltiples beneficios que ayudan al funcionamiento de la digestión entre otros. La distribución, se realizará en el mercado nuevo de Jinotepe y Supermercados. Ubicados en municipio de Jinotepe, departamento de Carazo.

Gráfico 13 consumo



Fuente: Equipo investigador

En la siguiente gráfica, podemos observar que la demanda del producto es aceptable por la población, ya que las personas jinotepinas consideran que el producto es muy bueno, el cual están dispuesto a consumirlo por ser un producto de buena calidad y sabor que este posee, ya que se diferencia de los demás chileros que están establecidos en los distintos puntos del mercado de Jinotepe. A la misma vez nos da la oportunidad de poder entrar al mercado competitivo, donde la población es de 53,533, lo que equivaldría un 100%.

2.2.1 Cálculo de la demanda potencial

Como se puede observar en el punto anterior el mercado debe mostrar interés por el producto en particular para ser considerado por este como potencial, a través de la aplicación de la encuesta se determinó una muestra representativa del mercado, como resultado del análisis se obtiene qué:

A través del instrumento aplicado a la muestra se asume que el 62 % de la población total acepta el producto de chileros con vegetales mixto “Sabores de mi tierra”, en donde la demanda real se obtiene aplicando a “N” el porcentaje de aceptación del segmento, en donde la sumatoria de los totales será nuestra demanda real, ya que es uno de estos aspectos indispensables para poder llegar a la demanda insatisfecha.

Tabla 15 Demanda de la población

Segmento	Demanda		
Población del departamento de Jinotepe, Carazo.	Demanda potencial	100%	53,533
	Discriminante	38%	20,342.54
	Demanda real	62%	33,190.46

Fuente: Equipo investigador

Por lo tanto, si asociamos los datos obtenidos anteriormente podemos decir que el 100% de las personas encuestadas al preguntarles si estarían dispuestos a consumir chileros con vegetales mixto, declararon que si están dispuestos y que además sería un producto que proporcione un buen sabor a las comidas. Pero el 62% de las personas prefieren que su contenido sea de vegetales mixto, por lo cual es considerado como nuestro mercado real.

2.3 Análisis de la oferta

La oferta es la situación que se estime como evolutiva cuantifica el volumen de la demanda del producto ofrecido en el mercado; para esto es necesario tener en cuenta el comportamiento de los clientes en el mercado y el estudio de la competencia.

Imagen 9 Sondeo

Se realizado por el equipo investigador para las dos tablas referencia



Fuente: Equipo investigador

En el sondeo realizado podemos observar de cerca la calidad de los productos y marcas de competencia para chileros de vegetales mixto “sabores de mi tierra”, los cuales se presentan para determinar la oferta y poder mostrar la competencia ante descrita en el gráfico de preferencia de marca.

En la siguiente tabla se muestran los diferentes competidores de chileros mixto sabores de mi tierra en la cual se describe su dirección y cada uno de los competidores fuerte en Jinotepe. Resultado del sondeo realizado por el equipo investigador

Tabla 16 Competidores del producto

Nombre del negocio	Ubicación
La colonia	Supermercado, ubicado en frente al parque central de Jinotepe
Finca santa clara	Cruz de Guadalupe, 500mts sur, Jinotepe.
Mercado libre	Mercado municipal de Jinotepe

Ecónomax	Distribución de su producto en los diferentes supermercados de Jinotepe.
-----------------	--

Fuente: Equipo investigador

En la siguiente tabla, se muestran las características de los productos competentes los cuales se realiza una evaluación de criterios comparativos con el producto innovador teniendo en cuenta los resultados de la gráfica anterior.

Tabla 17 Características de los productos de los competidores

Nombre del competidor	Ubicación	Criterios de comparación				
		Calidad	Presentación	Marca	Variedad	Precio
Finca santa clara	Jinotepe	Excelente	Si	Si	No	Medio
La colonia	Jinotepe	Buena	Si	Si	Si	Alto
Ecónomax	Jinotepe colonia	Buena	Si	No	No	Alto
Mercado libre	Jinotepe	No muy buena	No	No	Si	Bajo
Mamá Gollita	Jinotepe colonia	Buena	No	Si	No	Alto
“Sabores de mi tierra”	Jinotepe	Excelente	Si	No	Si	Bajo

Fuente: Equipo investigador

Según lo recopilados durante el estudio de mercado por el equipo investigador la marca que prefieren es la del mercado libre con un porcentaje de 80.0 en Jinotepe del universo total por el precio y variedad de la cantidad que les permite a los clientes más accesibilidad del producto. En esta se expresa que la marca más fuerte es la del mercado libre posterior a las de la colonia y por último ecónomax. Determinando así que nuestra mayor competencia es el producto del mercado libre.

En la información recopilada en el estudio de mercado se obtiene que los clientes toman la decisión de comprar un producto por la calidad y posteriormente seguido la precio y el sabor, el cual nos da referencia de las características de nuestra competencia.

2.3.1 Cálculo de oferta

Para el cálculo de la oferta indirecta tenemos que la competencia en marca es la del mercado libre la cual es un producto más accesible para las personas en general, esto fue del 80% para el municipio de Jinotepe equivalente a las 42,826.4 personas de la población en estudio.

Tabla 18 Oferta Indirecta

Competidor líder	% de competencia	universo Dp	OI
Mercado libre	80%	53,533	42826.4

Fuente: Equipo investigador

Este estudio realizado confirmo que el 80% de las personas jinotepinas consumen el chilero establecido en el mercado libre por ser un punto de acceso directo para todas las personas en general como a su vez se distingue de los otros por su precio.

2.3.2 Cálculo de la demanda insatisfecha

Se llama demanda insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte; por lo tanto, es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y en todo caso si accedió él y si está satisfecho con él.

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se obtendrá la resta entre la demanda real menos la oferta indirecta ya realizada en los puntos anteriores, con este obtendremos el total de la demanda insatisfecha.

Tabla 19 Cálculo de la demanda insatisfecha

N (población)	Demanda real	oferta indirecta	Demanda insatisfecha
53,533	33,190.46	42,826.4	28,907.82

Fuente: Equipo investigador

Al concluir con la realización del cálculo de la demanda insatisfecha podemos observar que es de 28,907.82 personas que están en desacuerdo o insatisfecha, este resultado fue extraído por las distintas informaciones que se obtuvo de la encuesta que se realizó en el municipio de Jinotepe.

2.4 Análisis de precio

Según (Irpino, 2008) define que el análisis de precios es: “Un estudio analítico que permite definir un nuevo precio unitario de una partida a través de la individuación de sus componentes elementares”.

2.4.1 Comparación de precio del mercado

Análisis de competencia

Según la encuesta realizada podemos observar en el diagrama de pastel nos muestra que el precio más alto que los consumidores pagan por un chilero es de 56 córdobas por cada chilero, con un porcentaje del 78% sobre la población y aunque es un precio no muy alto para la población según sus ingresos económicos, los clientes pagan por él, por obtener la satisfacción y la buena calidad y gusto que posee de acuerdo a lo prometido para su buena degustación en sus comidas.

- Competencia Indirecta

Líder: Mercado libre

Jinotepe= C\$85 Mínimo

Tabla 20 Precio de la competencia

Precio dispuesto a pagar por producto	Precio promedio de mercado según encuesta
C\$60 a c\$160	C\$ 110

Fuente: Equipo investigador.

El análisis de comparación de precios se determina con un mercado que ofrece muchas opciones a los consumidores, el cual esto fue realizado y pudimos concretarlo en la siguiente tabla.

Tabla 21 Comparación de precios con los competidores

Nombre de los competidores	Producto	Precio	Porcentaje
Finca santa clara	450gram	80-150	15%
La colonia	450gram	75-130	10%
Ecónomax	400gram	50-80	5%
Mercado libre	250gram	10- 50	25%
Mamá Gollita	450gram	80-120	10%
Chileros sabores de mi tierra	450gram	60-110	35%

Fuente: Equipo investigador

Es por ende la tabla muestra los diversos competidores de chileros y el precio de estos, conforme a la encuesta realizada pudimos concretar que la población jinotepina está dispuesta a pagar el precio de 110 Córdoba, el cual para ellos es un producto de buena calidad; Pero por ser un producto con diferencia a los demás competidores y de acuerdo al ingreso de las personas implementaríamos el precio del producto será de 61,46 córdobas para una mejor adquisición.

De acuerdo a esta tabla realizada se observa que el producto chileros sabores de mi tierra es aceptado por las personas jinotepinas por tener una idea innovadora.

Las personas jinotepinas consumían un alto nivel de chileros del mercado libre, pero al llevar a este municipio nuestra idea de consumir un chilero con vegetales mixtos fue de manera aceptada ya que les gusto el diferente contenido que este posee además implementarían en su comida diaria las distintas vitaminas que las hortalizas contienen.

2.4.2 Estructura de precio

Es importante contar con una estructura de costo para el éxito de cualquier negocio, teniendo como referencia las estrategias y operación de la misma. Establecer esta estructura tiene un propósito fundamental y es de establecer los fundamentos para la generación de información relevante para la toma de decisiones de un negocio.

Para poder determinar el precio por unidad del producto chileros sabores de mi tierra, se realizó una estructura de costo de producción, donde muestra los diversos gastos y costes que se generaran al realizar el producto tal como lo es la materia prima, gastos operativos y los C.I.F.

Tabla 22: Estructura de costo del producto

Estructura del costo del producto y precio de venta						
En miles de córdoba						
		Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Precio Unitario	Total
A) Costos de Producción	Materia Prima	Cebolla	lb	90	10.00	900.00
		Zanahoria	lb	80	10.00	800.00
		Brócoli	und	40	25.00	1,000.00
		Coliflor	und	40	60.00	2,400.00
		Pepino	und	30	5.00	150.00
		Ajo	und	30	5.00	150.00
		Papa	lb	40	10.00	400.00
		Chayote	und	40	5.00	200.00
		Chilote	doc	20	10.00	200.00
		Mango	und	20	3.00	60.00
		Chile	lb	80	30.00	2,400.00
		Mimbros	lb	30	5.00	150.00
Vinagre	lt	240	10.00	2,400.00		

	Sal	lb	50	4.00	200.00	
				Sub-Total	11,410.00	
Mano De Obra	Recepción de materia prima	Hora	0.30	64	640.00	
	Inspección de materia prima	Hora	0.30	64	640.00	
	Desinsectación de materia prima	Hora	0.30	64	640.00	
	Almacenamiento en área de bodega	Hora	0.30	64	640.00	
	Lavado y desinfectado de la materia prima	Hora	0.30	64	640.00	
	Pelado de verdura	Hora	1.00	64	1280.00	
	Corte de verdura	Hora	1.00	64	1280.00	
	Llevar las verduras a los contenedores	Hora	0.15	64	320.00	
	Salazón (vinagre)	Hora	0.15	64	320.00	
	Desinsectación de los recipientes del producto	Hora	1.00	64	1280.00	
	Envasado	Hora	0.30	64	640.00	
	Etiquetado y empacado	Hora	0.30	64	640.00	
	Almacenamiento en la bodega de producto final	Hora	0.30	64	640.00	
					Sub-Total	9,600.00
Costos Indirectos de Fabricación	Envase	Und	1200	15	2400.00	
	Etiqueta	Und	1200	2.00	18000.00	
	Cinta de mantequilla	Yardas	500	2.00	1000.00	
	Cuchara plástica	Paquete	48	7.00	336.00	
	Depreciación mesas	año	1	350	350	
	Depreciación recipientes	año	1	800	800	
	Depreciación instrumento de corte	año	1	5071.06	5071.06	
	Costo de consumo de agua potable	Día	55	1.67	91.85	
	Costo de consumo de E. eléctrica	Día	55	11.74	645.7	
	Total CIF				Sub-Total	28,694.61
	Costo Total de Producción				C\$49,704.61	

	Costo Unitario				C\$41.42
	Margen de Ganancia			40%	C\$18.58
				C\$61.46	C\$ 61.46
	Precio de producto (Costo unitario + margen de ganancia)				

Fuente: Equipo investigador

2.4.3 Precio unitario

La estrategia que utilizara la microempresa es de diferenciación de precio consiste en ofertar en el mercado un producto similar al de otra empresa pero que tiene ciertas características que hacen que el cliente lo perciba como único y, por ello, esté dispuesto a pagar un precio superior. Es por ello que chilero de vegetales mixto “Sabores de mi tierra” es una combinación de las diferentes hortalizas cultivadas en Nicaragua, similar al de la competencia, pero ofrece ciertas características que lo hacen ser un bien único dentro del mercado es por ello que las personas que adquieran el producto lograrán percibirlo como un producto único y estarán dispuestos a pagar su precio.

Tabla 23: Calculo del precio unitario

Costo Total del Producto	Margen de ganancia	Utilidad	Precio de venta
C\$43.90	40%	C\$17.56	C\$61.46

Fuente: Equipo investigador

2.5 Estrategia competitiva de mercado

Estrategia de desarrollo del producto.

Se refiere a productos originales, mejoras de los estos y marcas nuevas que la compañía desarrolla a través de su propia actividad de investigación y desarrollo. La estrategia reúnen las diferentes acciones que se realizan a la hora de diseñar y producir un bien o servicio teniendo en cuenta principalmente las necesidades del consumidor.

La estrategia que el equipo va a aplicar es la de desarrollo del producto el cual realizaremos un producto diferenciándolo a los existente del mercado dándole un valor

agregado de 12 vegetales. Realizando este producto daremos un fuerte aprovechamiento al alto índice de cultivación de vegetales y hortaliza que se realiza en Nicaragua.

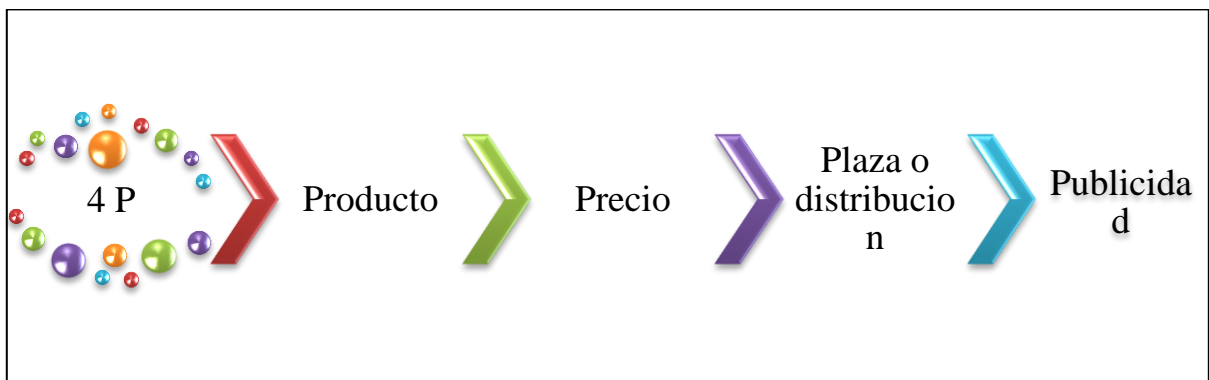
Ilustración 3 Estrategia macro



Fuente: Equipo investigador

Implementando esta estrategia (global) en nuestro producto chilero con vegetales mixto modificaremos nuevas características o atributos en los chileros rejuveneciendo el productos, restableciendo la competitividad funcional o tecnológica, Desarrollo de nuevos productos de calidad, para un segmento amplio

Imagen 10 Estrategias 4ps



Fuente: Equipo investigador

Según (García, 2016) define que las estrategias es “el arte de dirigir las operaciones”. Manera de actuar ante determinada situación y el presupuesto es la expresión cuantitativa de los objetivos y metas que ha de alcanzar una empresa en un periodo determinado aplicando las estrategias correspondientes o más adecuadas

A la misma vez (Tarradellas, 2015) define que una estrategia competitiva es el plan de la empresa que, orientado al largo plazo, le ayuda a explotar sus fortalezas, desarrollar nuevas capacidades y aprovechar oportunidades para, sorteando los riesgos y amenazas existentes, crear una ventaja competitiva sostenible que la ayude a posicionarse en el mercado.

Las estrategias competitivas del mercado son muy importantes dentro del ámbito de negocio, por lo tanto, se han diseñado una serie de estrategias para cada una de las 4P del marketing: producto, precio, distribución y promoción.

Estas cuatro variables tienen la capacidad de explicar óptimamente cómo funciona el marketing de una forma integral y completa.

2.5.1 Estrategia de producto

En mercadotecnia, un producto es una opción elegible, viable y repetible que la oferta pone a disposición de la demanda, para satisfacer una necesidad o atender un deseo a través de su uso o consumo.

Según (Molina, 2017) describe que las estrategias de producto son: “las diferentes acciones realizadas desde el marketing con el fin de diseñar y producir un bien o servicio considerando principalmente las necesidades y preferencias del consumidor”.

Diseño del producto

“Sabores de mi tierra” es un producto nicaragüense, dedicado a la producción de chileros con vegetales mixtos, en donde se busca abarcar gran parte de la población jinotepina, con un producto que contenga 12 vegetales como: chile, cebolla, mimbro, ajo, chilote, mango, coliflor, brócoli, chayote, papa, zanahoria y pepino, los cuales son la materia prima principal, con el objetivo de brindar un producto innovador y con una amplia gama de vegetales.

Imagen 11 Diseño del envase



Fuente: Equipo investigador

Por lo tanto, los colores seleccionados para formar parte del diseño de producto, se refleja:
Rojo: Es un color muy intenso a nivel emocional, en donde este color eleva la frecuencia respiratoria y la presión arterial. Es uno de los más intensos del espectro. También estimula el apetito.

Verde: Es el color mayoritario de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura; y también lo asociamos a lo sano.

Naranja: Es un color cálido y lo asociamos a “algo sano” (como un cítrico). Estimula la actividad mental y el apetito.

Por lo tanto, la estrategia que se utilizó fue: La estrategia de desarrollo del producto

Según (Richards, 2010) es una forma importante para que los negocios permanezcan un paso adelante de la competencia y continúen atrayendo a las cambiantes necesidades de los consumidores existentes. Además, puede abrir nuevos canales de marketing y ayudar a aumentar el mercado de acciones. En donde esta estrategia permite mejorar el producto, añadir nuevas características al producto, entre otras.

A partir de la cita antes mencionada se implementará la estrategia de desarrollo del producto:

Tabla 24 Estrategia de producto

Producto	Estrategia	Desarrollo del producto		
	Objetivo	Innovar con un producto que cumpla con las expectativas de los pobladores jinotepinos de ambos sexos entre las edades de 18 años en adelante, con respecto a: contenido, envase, etiqueta, logrando que la población se interesen en el producto, captando su atención de manera inmediata.		
	Acción	Elaboración de un chilero con vegetales mixto a base de vinagre y especias, con ingredientes seleccionados por la población y con diferentes cortes de los vegetales.	Se ofrecerá un envase de frasco de vidrio, con el fin de conservar e mantener sus propiedades y sabor: a la misma vez tener una mejor presentación al momento de su adquisición.	Diseño de una etiqueta que contenga el logo, marca, redes sociales para una mejor interacción entre el cliente y negocio, así como las indicaciones y contenido nutricional.
	Recurso	-Zanahoria -Papa -Coliflor -Chile jalapeño	-Chayote -Brocoli -Pepino -Ajo	-Chilote -Mimbro -Mango -Cebolla
			-Envase	-Etiqueta
	Responsable	Producción (Lic. Mery Gutiérrez)		
	Costo	Estos costos, se refleja en el presupuesto de estrategias. Tabla #14 .		

Fuente: Equipo investigador

Ilustración 4 Etiqueta "Sabores de mi tierra"



Fuente: Equipo investigador

En la parte frontal de la etiqueta se muestra el logo y la marca de los chileros con vegetales mixto, donde también se observa el peso neto en gramos del producto y los diferentes colores de la etiqueta, lo cual es principal persuadir al consumidor.

Ilustración 5 Marca y logo



Fuente: Equipo investigador

El nombre de la marca se seleccionó mediante la encuesta, donde se presentó varias opciones; pero siendo el nombre con mayor demanda "Sabores de mi tierra", donde además se integró en el logo los diferentes ingredientes del producto.

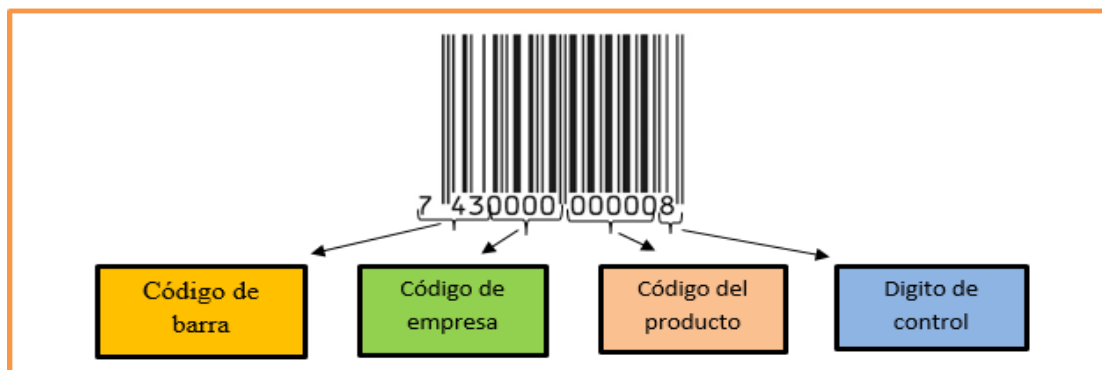
Ilustración 6 Código de barra del producto

El código de barra es muy importante para nuestro producto, ya que está incluido un prefijo que identifica al país del que viene el paquete (producto). Este prefijo corresponde a los

primeros dígitos de cada código, y viene asignado por GS1, por lo que el prefijo está estandarizado.

Código de barra

Ilustración 7 Código de barra



Fuente: Equipo investigador

En donde, los productos que se elaboran en Nicaragua le corresponde el prefijo 743, lo cual el código de barra cuenta de 13 dígitos; los primeros 3 dígitos indican código del país, los 4 siguientes indican el código de la empresa, los 5 posteriormente indican código del producto y el último punto indica el digito de control. El cual según el Instituto Nicaragüense de Codificación (INC), indica que los requisitos para obtener el código de barras son los siguientes:

1. Obtener la hoja de solicitud en el INC.
2. Entregarla llena y firmada por el representante legal de la empresa.
3. Presentar copia del número RUC de la empresa (si lo tiene).
4. Cancelar US\$500 o su equivalente en córdobas si va a codificar más de 15 productos. (Las pequeñas industrias que codifiquen menos, deberán cancelar US\$25 por cada uno).
5. Al cancelar puede hacerlo con cheque, siempre que este se emita a nombre del Instituto Nicaragüense de Codificación y/o EAN Nicaragua”.

6. Llevar el listado de todos los productos de su empresa.

Embalaje

Ilustración 8 Características del embalaje



Fuente: Equipo investigador

Para poder distribuir el producto a travez de cada uno de los canales, se tomara en cuenta una caja de carton con divisiones que son protegidas con carton, para poder asegurar las condiciones del producto. De esta manera, en la caja caben 12 unidades de chileros “Sabores de mi tierra”. Dicha caja tendra las medidas de alto 30cmx 80cmx 60cm.

2.5.2 Estrategia de precio

La estrategia de precios es la técnica y el conjunto de actividades enfocadas en determinar los precios que asignar a los productos y servicios de un negocio. (Sánchez, 2020)

Las estrategias de precios más comunes se basan en la fijación de precios a diferentes niveles: menores, mayores o iguales a los precios de mercado dependiendo de la intención inicial y la imagen que quiera trasladar.

Según (Sanchez, 2014). “Una estrategia de precios de penetración significa fijar el precio de un producto o servicio lo más bajo posible para facilitar ventas rápidas. Es más probable tener éxito en mercados grandes, en crecimiento y es usado a menudo en introducciones de nuevos productos. Un precio de penetración generalmente es escogido cuando el objetivo de la persona de marketing es alcanzar una alta participación de mercado”.

A continuación se desarrolla la estrategia de precios de penetración:

Tabla 25 Estrategia de precio

Precio	Estrategia	Estrategia de precios de penetracion	
Objetivo	Determinar un precio al alcance de los clientes potenciales, en base a su percepción del producto, fijando precio competitivo y atractivo para la captación de los clientes, que tienen una posición económicamente estable y de esta manera poder contrarrestar en precio a la competencia		
Acción	Establecimiento del costo que incurre elaborar un chilero con vegetales mixto, para la determinación del margen de ganacia y el precio de venta.	Fijación de un costo de C\$ 43.90 en la elaboracion del producto, los cuales se obtendra un 40% de margen de ganacia. El chilero tendrá un precio de ventaal público de C\$ 61.46 y el precio para los intermediarios es de C\$ 55.00 en los puntos de ventas seleccionados.	Realizar ferias en fechas especiales del año para promocionar y ofrecer el producto a un costo bajo por sobre el precio. Tambien Realizar 2 x1 en fin de año,ya que es la temporada alta de compras, y al comprar un producto el cliente pude llevar el segundo a mitad de precio. Realizar descuento por clientes frecuente y fidelización de este
Recurso	-----		
Responsable	Ventas (Lic. Luz Brenes)		
Costo	El costo unitario del producto, se refleja en la estructura de costo y venta. Tabla #8.		

Fuente: Equipo investigador

2.5.3 Estrategia de distribución

La plaza o distribución consiste en la selección de lugares o puntos de ventas en donde se venderán u ofrecerán el producto. Para la comercialización de los chileros de vegetales mixto “Sabores de mi tierra” se utilizará el canal de distribución directo e indirecto.

Diseño de canal de distribución

Ilustración 9 Canal directo

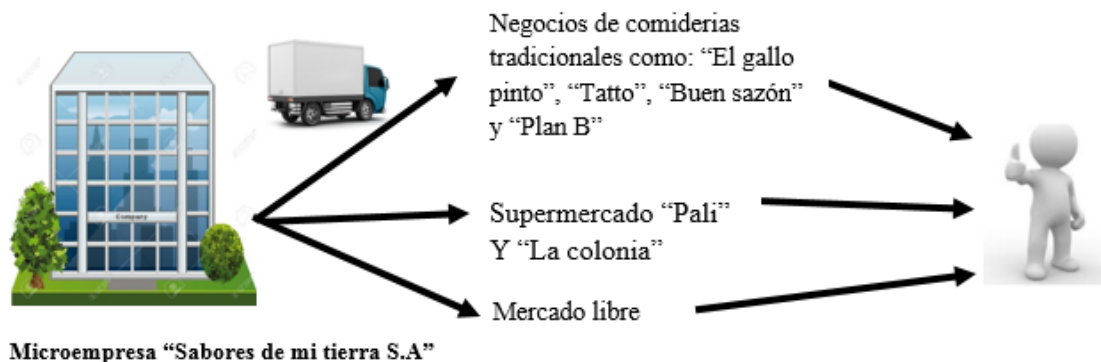


Microempresa “Sabores de mi tierra S.A.”

Fuente: Equipo investigador

En la estrategia de distribución directa consiste en que las ventas se dan entre fabricante – consumidor final para evitar el aumento en el precio del producto, gastos de transporte; dado que es una micro empresa que está iniciando en el mercado y no se cuenta con los recursos suficientes.

Ilustración 10 Canal indirecto



Microempresa “Sabores de mi tierra S.A.”

Fuente: Equipo investigador

El canal de distribución indirecto se caracteriza, porque el negocio de chileros con vegetales mixto “Sabores de mi tierra” utilizara intermediarios para hacer llegar sus productos al consumidor final.

La estrategia de distribución utilizada es la siguiente: Estrategia de distribución selectiva

En la distribución selectiva se seleccionan los mejores puntos de venta, para el producto en cada zona, ya que el fabricante incide directamente sobre el consumidor final, de modo especial, a través de la publicidad, para conseguir que éste muestre una clara preferencia por el producto. Los consumidores arrastran al distribuidor demandándole el producto preferido.

Esta estrategia permite diferenciarse al situar el producto en sitios seleccionados. Por ello, si se quiere dar imagen de producto selecto y exclusivo a un producto será más sencillo estando presente en los mejores supermercados, comiderias y mercado libre.

Tabla 26 Estrategia de plaza/distribución

Plaza/Distribución	Estrategia	Estrategia de distribución selectiva	
	Objetivo	Incrementar la visibilidad con respecto al producto innovador chileros con vegetales mixto, llegando a tener un mayor número de clientes potenciales, construyendo rápido y eficientemente confianza y credibilidad al apoyarnos en intermediarios que son considerados claves.	
	Acción	Establecimiento de alianzas estratégicas con negocios de comiderias tradicionales como: “El gallo pinto”, “Tatto”, “Buen sazón”, “Plan B” y Supermercados “La Colonia”, “Pali” y mercado libre.	Se brindará servicio delivery, en el municipio de Jinotepe donde los pobladores podrán realizar su pedido a través de páginas en Facebook, WhatsApp e Instagram, con el fin de dar un valor agregado al chilero con vegetales mixto. El precio del producto será estándar (el mismo que se establecerá en los puntos de venta).
	Recurso	-Gastos de transporte (gasolina, depreciación de vehículo y mantenimiento) -Producto terminado	-Gastos de transporte. -Producto terminado -Herramienta de trabajo (computadora) -Mantenimiento de página web, asesoría y wifi.
	Responsable	Ventas (Lic. Luz Brenes)	Ventas (Lic. Luz Brenes)
	Costo	Estos costos, se detallan en el presupuesto de estrategias. Tabla #14 .	

Fuente: Equipo investigador

2.5.4 Estrategia de promoción y publicidad

Según (Rodríguez, 2017) Las estrategias de promoción son uno de los recursos de marketing más importantes. Con ellas podrás dar a conocer tus productos, crear la necesidad de ellos en el mercado, incluso conseguir un buen posicionamiento de tu marca. Por ello, es muy importante que tener en claro qué estrategias de promoción existen y cuál va mejor para el negocio, pues es una acción clave para alcanzar el éxito y aumentar las ventas del mismo, mediante atraer la atención de los clientes y mejorar su imagen de marca.

Por lo tanto, en el negocio de chileros con vegetales mixto se optó por la estrategia de diseñar un plan publicitario, lo cual se presenta a continuación:

Tabla 27 Estrategia de publicidad

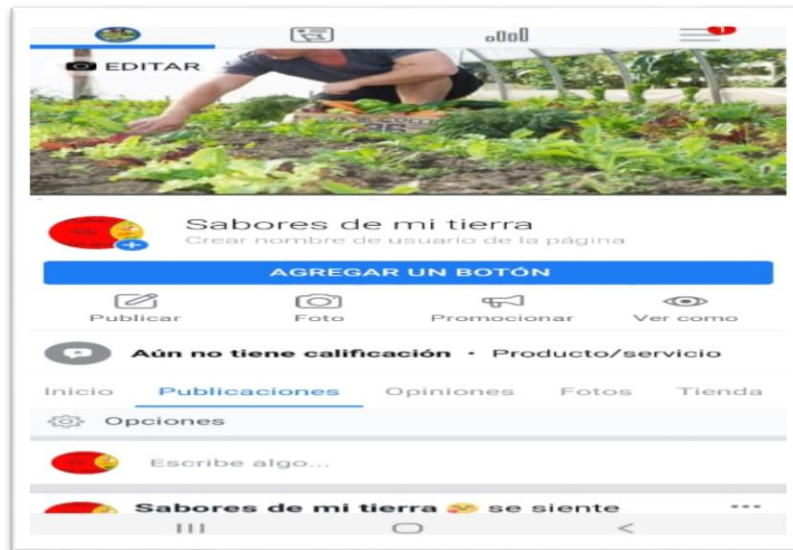
Publicidad		Estrategia Diseñar un plan publicitario para el producto “Sabores de mi tierra”.				
d	Objetivo	Facilitar información a la población de jinotepe, para que conozcan el producto “Sabores de mi tierra”, persuadiendo de manera eficiente a los clientes potenciales, a través de diferentes medios publicitarios.				
	Acción	Diseño de página web en Facebook, WhatsApp e Instagram, con el fin de facilitar un contacto directo entre el cliente y el negocio, de	Elaboración de brochure que contengan información acerca del producto, los	Diseño de banners, donde se muestre el producto, marca, logo y paginas web. Esta publicidad estará ubicada en las	Diseño de poster, donde refleje la información y contacto en el cual nos podrá contactar y	Realizar spot radial en los puestos de comunicación de Jinotepe para dar a conocer el producto y también se

	modo que puedan expresar sugerencias, dudas o algún reclamo, así mismo se estará brindando información nueva relacionada con el producto, estas paginas web estarán abiertas para el público en general.	cuales serán repartidos en las principales calles del municipio de Jinotepe. Se repartiran 25 brochure con medidas de 8x11.	comiderias,mercado libre y supermercados, donde se distribuirá el producto. Se diseñaran 4 banners con medidas de 1x2 Mts y se publicaran cada trimestre.	nuestra ubicación en la ciudad de Jinotepe, esto con el fin de atraer a nuestros clientes potenciales. Se repartirán 50 poster.	utilizara los medios de televisión que brinda un espacio a los pequeños emprendimientos y de esta manera atraer la atención del cliente. Duración del spot radial 1.00 min
Recurso	-Wifi -Computadora -Selección de material requerido como: Fotografías, logotipo o cualquier información que se puede incluir	-Computadora -Programas de diseño (Publisher) -Imágenes -Información necesaria	-Imágenes (Producto, logo) -Nombre de la marca y páginas web -Programa de diseño (Ilustrador)	-Imágenes (Producto, logo) -Nombre de la marca y páginas web -Programa de diseño.	-Información necesaria del producto. - Imágenes (Producto, logo)
Responsable	Ventas (Lic. Luz Brenes)	Ventas (Lic. Luz Brenes)	Ventas (Lic. Luz Brenes)	Ventas (Lic. Luz Brenes)	Ventas (Lic. Luz Brenes)
Costo	Estos costos, se detallan en el presupuesto de estrategias. Tabla # 14 .				

Fuente: Equipo investigador

✚ Diseño de página web

Ilustración 11 Diseño de página web en Facebook



Fuente: Equipo investigador

Esta página web, se diseñó con el fin de facilitar un contacto directo entre el cliente y el negocio, de modo que puedan expresar sugerencias, dudas o algún reclamo, así mismo se estará brindando información nueva relacionada con el producto, estas paginas web estarán abiertas para el público en general.

 **Brochure**

Ilustración 12 Cara externa del Brochure



Ilustración 13 Cara interna del Brochure



Fuente: Equipo investigador

Se elaboro un brochure que contengan información acerca del producto, en el cual se incluye la etiqueta, numero de whatsapp y las cualidades del mismo. El brochure tendra las medidas de 8x11.

Banners

Ilustración 14 Banner sobre chileros con vegetales mixto “Sabores de mi tierra”



Fuente: Equipo investigador

En el diseño del banners, se muestre el producto, marca, logo, etc. Tambien informacion de como nos pueden encontrar en las diferentes redes sociales. Cada banners tendra la medidas de 1x2 Mts.

Estrategias empleadas ante la pandemia del Covid 19

En este tiempo de pandemia mantener una buena relación con los clientes es vital para la vida de nuestro emprendimiento, utilizando el marketing digital como principal estrategia, conectando dos realidades fundamentales el internet y el cliente, y de esta manera la estrategia se convierta en nuestro principal aliado en tiempos de cuarentena. A continuación, las estrategias:

- Realizar y reinventar anuncios display en las diferentes páginas del producto, y a la misma vez brindar un breve enlace de cuidado ante el Covid 19.

- Tener un espacio publicitario dentro de nuestras páginas o sección, donde se fomente el cuidado y protección adecuada ante la pandemia.
- Brindar en el local de venta directa una debida protección de atención a los clientes, cumpliendo con el protocolo de seguridad e higiene.
- Implementar el pago a través de billeteras móviles, tarjetas de crédito o débito o mediante transferencias bancarias, ya sea compras presenciales en el local o vía online para prevenir el Covid 19.
- En las compras de más de una unidad del producto ofrecer regalías como alcohol, guantes, mascarillas, entre otras, que permita que la salud del cliente es muy importante para nosotros.
- Envío gratuito hasta la puerta de las casas de los clientes sin ningún costo, para así contrarrestar la situación ante la pandemia.

2.5.5 Presupuesto de la estrategia

Según (Garcia, 2016) define que: “El presupuesto estratégico identifica que nuevas operaciones, capacidades, productos, mercados y alianzas debe desarrollar la organización para materializar la visión y la estrategia”.

A continuación, en la siguiente tabla, se presenta el presupuesto anual de las 4P:

Tabla 28 Presupuesto de las 4P

Presupuesto de las estrategias						
Estrategias	Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total (mensual)	Costo total (anual)
Producto	Contenido(Materia prima)	-	-	-	C\$11,410.00	C\$ 159,740.00
	Etiqueta	1,200.00	—	C\$2.00	C\$2,400.00	C\$ 28,800.00
	Envase	1,200.00	—	C\$15.00	C\$18,000.00	C\$ 216,000.00
Precio						
Plaza/ Distribución	Gastos de transporte.	-	-	-	C\$ 1,500.00	C\$ 18,000.00
	Herramienta de trabajo (computadora)	-	-	-	C\$ 500.00	C\$ 6,000.00
	Página web Mantenimiento, asesoría y wifi.	-	-	-	C\$ 1,200.00	C\$ 14,400.00
Publicidad	Brochure	25	Medidas: 8x11	C\$ 15	C\$ 375.00	C\$ 1,500.00
	Banners	4	Medidas: 1x2 Mts	C\$ 600.00	C\$ 2,400.00	C\$ 9,600.00
	Poster publicitarios	50	Medidas: 4x6	C\$ 8	C\$ 400.00	C\$ 1,600.00
	Spot publicitario radial	1	Duración: 1.00 min.	-	C\$3,000.00	C\$ 12,000.00
Total					C\$41,185.00	C\$467,640.00

Fuente: Cálculo realizado por equipo investigado

2.6 Proyección de venta

Según (Suttle, 2002) define: “Una proyección de ventas es la cantidad de ingresos que una empresa espera ganar en algún momento en el futuro. Es una predicción que es sinónimo de una previsión de ventas. Ambas ayudan a determinar la salud de una empresa y si las tendencias de ventas están al alza o a la baja”. Las microempresas utilizan varias inversiones para determinar las proyecciones de ventas. La iniciativa por lo general comienza en el departamento de ventas. Hay ciertas ventajas inherentes cuando se calcula y utilizan las proyecciones de ventas.

Chileros con vegetales mixto “Sabores de mi tierra” presenta su proyección de ventas esperadas para los tres primeros años de operaciones.

Tabla 29 Plan de cantidad de producción

Plan de cantidad de producción por un mes (Miles de córdobas)					
Días	Unidades producidas	Costo de producción unitario	Precio de venta unitario	Total de los costos de unidades producidas	Total precio de venta
Lunes	60	C\$ 43.90	C\$ 61.46	C\$ 2,634.00	C\$ 3,687.60
Martes	60	43.90	61.46	2,634.00	3,687.60
Miércoles	60	43.90	61.46	2,634.00	3,687.60
Jueves	60	43.90	61.46	2,634.00	3,687.60
Viernes	60	43.90	61.46	2,634.00	3,687.60
Sábado					
Domingo					
Total por semana	300	C\$43.90	C\$61.46	C\$ 13,170.00	C\$ 18,438.00
Total por mes	1200	C\$ 43.90	C\$ 61.46	C\$ 52,680.00	C\$ 73,752.00

Fuente: Cálculo realizado por el equipo investigador

Esta tabla nos muestra los días labores, para la elaboración de chileros con vegetales mixto “Sabores de mi tierra”, donde se presenta los siguientes criterios: las unidades que se van a producir, el costo unitario, el precio de venta, el costo total de unidades producidas y el precio total de venta; en el cual se obtuvo que en mes se van a producir 1200 unidades y tendrá un precio total de venta de C\$73,752.00.

Tabla 30 Proyección de ventas unidades físicas

Chileros con vegetales mixto "Sabores de mi tierra"													
Proyección de venta en unidades físicas (por cada mes en miles de córdobas)													Total de producción por año
Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Unidades producidas por mes	1,200.00	1,200.00	1,800.00	1,800.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,800.00	1,800.00	16,800.00
Total de venta	1,200.00	1,200.00	1,800.00	1,800.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,800.00	1,800.00	16,800.00

Fuente: Cálculo realizado por el equipo investigador

Esta tabla nos muestra las unidades que se van a producir por cada uno de los meses, donde los meses con mayor demanda son marzo, abril, noviembre y diciembre, ya que en esta temporada aumenta el consumo del producto y por lo tanto se pretende que en estos meses aumente la producción y así satisfacer la demanda.

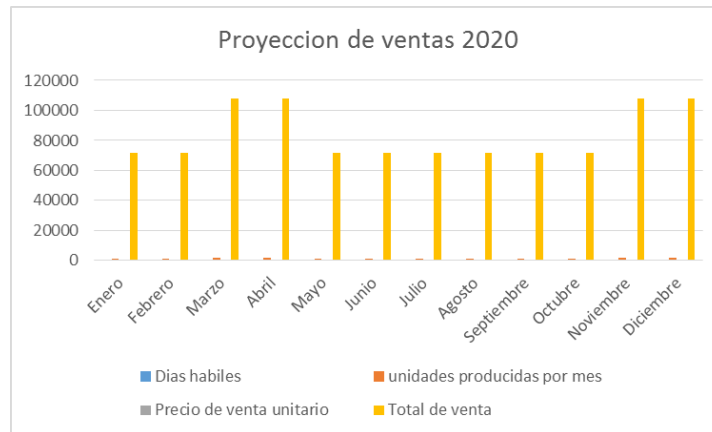
Tabla 31 Proyección de venta por unidades monetarias

Chileros con vegetales mixto "Sabores de mi tierra"													
Proyección de venta en unidades monetarias (por cada mes, en miles de córdobas)													Total de producción por año
Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Días hábiles	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
Unidades producidas por mes	1,200	1,200	1,800	1,800	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,800	1,800	16,800
Precio de venta unitario	C\$61.46	61.46	61.46	61.46	61.46	61.46	61.46	61.46	61.46	61.46	61.46	61.46	C\$ 61.46
Total de venta	73,752.00	73,752.00	110,628.00	110,628.00	73,752.00	73,752.00	73,752.00	73,752.00	73,752.00	73,752.00	110,628.00	110,628.00	1,032,528.00

Fuente: Calculo realizado por el equipo investigador

La tabla que anteriormente se presenta proyección de venta en unidades monetarias, en el cual al final del año se tendrá 16,800 unidades producidas con un precio total de venta de C\$1, 032,528.00

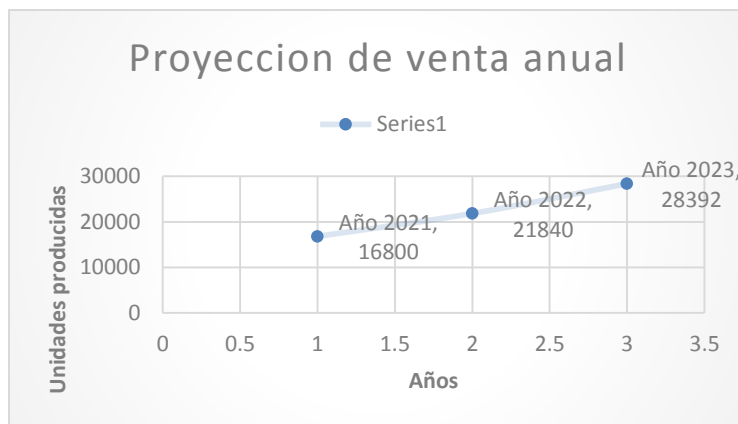
Gráfico 14 Proyección de venta 2020



Fuente: Cálculo realizado por equipo de investigador.

En el siguiente gráfico presentado anteriormente se podrá observar la proyección de venta del producto chileros con vegetales mixto “Sabores de mi tierra”, el cual en el primer año se pronostica una estimación de ingresos por ventas anual de C\$ 1, 032,528.00 siendo estos resultados satisfactorios para el negocio, donde a través de las estrategias que se lleven a cabo se espera obtener en un determinado periodo mayor participación del mercado, para obtener resultados positivos en el plan de ventas.

Gráfico 15 Proyección de venta anual



Fuente: Equipo investigador

Por lo tanto, en las proyecciones de venta anual se espera obtener un crecimiento del negocio, donde al aumentar las unidades de producción, nuestro total de venta también aumentará y se podrá obtener un mayor margen de ganancia.

3. Plan de producción

La empresa es un sistema y como tal posee componentes que funcionan en forma interrelacionada, bajo ciertas restricciones para alcanzar un objetivo común los componentes de este sistema son el sistema en el que se desarrolla; es decir los conjuntos homogéneos de actividades que persiguen su propio objetivo.

Esta es una herramienta clave donde se definen los aspectos técnicos y organizativos para la elaboración del producto desde su inicio hasta el final; recogidos en el plan estratégico del proyecto andante y en conjunto con los objetivos de esta misma empresa.

3.1 El proceso de producción

Según (Raffino, 2020) describe: “Se conoce como proceso de producción o proceso productivo, o también como cadena productiva, al conjunto diverso de operaciones planificadas para transformar ciertos insumos o factores en bienes o servicios determinados, mediante la aplicación de un proceso tecnológico que suele implicar determinado tipo de saberes y maquinarias especializados”. Por lo tanto, el objetivo fundamental de este proceso es la satisfacción de cierto tipo de demanda de la sociedad.

Descripción del proceso productivo

A continuación, se describe cada una de las etapas que intervienen en la elaboración de los chileros mixtos “Sabores de mi tierra”:

*** Recepción de materia prima**

Se desarrolla la compra de las verduras a los proveedores correspondientes a través de los acuerdos establecidos.

*** Inspección de la materia prima**

Con la materia prima recién llegada se realiza una revisión de esta para poderla clasificar para posteriormente usarla para la elaboración del producto en este caso se toman

característica de la verdura como la calidad, que este en buen estado que este sana libre de plaga y en punto.

* **Desinfección de materia prima**

Antes de que la materia prima/insumo pase a la bodega por motivos de higiene y seguridad como precaución al covid19; esta pasara por el proceso de desinsectación, el cual consiste en un lavado de claro para posterior pasar a bodega.

* **Almacenamiento en área de bodega**

Ya desinfectada la verdura y el insumo se realizará la clasificación de verduras que se refrigerarán y las que se mantendrán a temperatura ambiente; posterior contabilizando las que serán usada para producción.





* **Lavado y desinsectación del insumo/ materia prima**





















Posterior a seleccionar las mejores hortalizas se realiza la desinsectación de esta atreves del lavado tomando las precauciones necesarias y las medidas de higiene contra el covid19 para la preparación del mismo producto

* **Cortado/picado de la verdura**

Este punto es importante; se detalla el corte establecido de cada de cada verdura, con su receptivo tamaño esto varía dependiendo del tipo de corte y verdura procediendo a clasificarla y colocarla en las bandejas (contenedores). A continuación, se detalla los cortes para cada verdura:

Tabla 32 Proceso de producción: Cortado y picado de los vegetales

VERDURA	CORTE	VERDURA	CORTE
Pepino	Rondele	Papa	Paisane
			

Chile 	Rondele 	Brócoli 	Trozos 
Zanahoria 	Ferine 	Coliflor 	trozos 
Mimbro 	Rondele 	Chayote 	Bastone 
Chilote 	Bastone 	Mango verde 	Bastone 
Cebolla 	Cubos pequeño 	Ajo 	Cubos medio 

Fuente: Equipo investigador

*** Llevar las verduras a los contenedores**

Teniendo listo las vegetales con su corte correspondiente y su desinfección adecuada serán colocadas en sartenes con agua para su reposo para posterior ser agregado al vinagre y envasado.

*** Salazón(vinagre)**

Se realiza mediante salmuera (mezcla de agua y sal) esto con el fin de fermentar las hortalizas agregándole sabor y ayudando a la prevención del crecimiento bacteriano.

* **Desinfección de los recipientes del producto.**

Teniendo el número de recipiente a utilizar estos serán pasados a desinfección para poder proceder a agregar la mezcla de vegetales y vinagre.

* **Envasado**

El momento de mezclar toda la materia prima, en este se medirán las cantidades de cada una de las vegetales para una proporción adecuada se necesita un envase que verifique que todas las verduras sean cubiertas por el vinagre

* **Tiempo de maduración**

Listo el producto llevara una fermentación puesto al sol con duración de 4 días esto con el propósito de que la verdura pueda encurtirse en la mezcla del vinagre y la sal, y pueda adquirir el toque de la especie.

* **Etiquetado y empacado**

Posterior a tener finalizado el producto con respecto al contenido se realizará el colocado de la etiqueta y asegurará el producto para poderlo llevar a bodega como producto final.

* **Almacenamiento en bodega del producto.**

Es este punto se colocará el producto en un espacio y ambiente adecuado listo para la distribución de este producto a su consumidor final.




















Flujo grama del proceso productivo

El diagrama de flujo (flujograma) es una herramienta utilizada para representar la secuencia e interacción de las actividades del proceso a través de símbolos gráficos. Los símbolos proporcionan una mejor visualización del funcionamiento del proceso, ayudando en su

entendimiento y haciendo la descripción del proceso más visual e intuitivo. En la gestión de procesos, la herramienta tiene como objetivo garantizar la calidad y aumentar la productividad de los trabajadores. Esto sucede pues la documentación del flujo de las actividades hace posible realizar mejoras y aclara mejor el propio flujo de trabajo (Martin, 1989).

El flujo grama analítico es un diagrama que aborda un proceso de modo más detallado que el diagrama común, ya que en él se encuentran incluidas e ilustradas las seis actividades fundamentales (operación, inspección, espera, transporte, almacenamiento, inicio/final).

Tabla 33 Flujograma del proceso de producción

FLUJOGRAMA ANALITICO							
Producción							
Diagrama:1			Resumen				
Producto Chilero con vegetales Mixto			Actividad	Símbolo			
			Operación				
			Inspección				
			Espera				
			Transporte				
			Almacenamiento				
			Inicio/Final				
Descripción	Actividad					Tiempo	
							
Inicio							00:00
Recepción de materia prima							00:30
Inspección de materia prima							00:30
Desinsectación de materia prima							00:30
Almacenamiento en área de bodega							00:30
Lavado y desinfectado del insumo/Materia							00:30

prima							
Pelado de verdura		●					01:00
Corte de verdura		●					01:00
Llevar las verdura a los contenedores					●		00:15
Salazón(vinagre)		●					00:15
Desinsectación de los recipiente del producto		●					00:30
Envasado		●					00:30
Tiempo de maduración				●			4 Dias
Etiquetado y empackado		●					00:30
Almacenamiento en la bodega de producto final						●	00:30
Final(consumidor)	●						00:00
Total	2	8	2	1	1	2	7:30

Fuente: Equipo investigador

Tabla 34 Descripción del flujograma del proceso productivo

N°	DESCRIPCION	TIEMPO	OBSERVACION
1	Inicio	00:00	
2	Recepción de materia prima	00:30	
3	Inspección de materia prima	00:30	
4	Desinsectación de materia prima	00:30	Como medida ante la pandemia del Covid se realizara la desinsectación a los verduras con cloro
5	Almacenamiento en área de bodega	00:30	
6	Lavado y desinfectado del insumo/Materia prima	00:30	Como medida de higiene se realizara la desinsectación profunda en las verdura
7	Pelado de verdura	01:00	
8	Corte de verdura	01:00	
9	Llevar las verdura a los contenedores	0015	
10	Salazón(vinagre)	00:15	
11	Desinsectación de los recipiente del producto	01:00	Como medida de higiene se realizara la desinsectación de los recipientes

12	Envasado	00:30	
13	Tiempo de maduración	4 Días	Se debe mencionar que los vegetales no estarán cosido por lo que pasara un proceso de tiempo expuesto al sol esto con el fin de que no pierdan sus vitaminas.
14	Etiquetado y empacado	00:30	
15	Almacenamiento en la bodega de producto final	00:30	
16	Final(consumidor)	00:00	

Fuente: Equipo investigador

El proceso de producción de los chileros sabores de mi tierra tarda 7:30 y 4 días con su proceso de cocción y maduración del producto con un total de 60 chileros producidos por día.

En 7:30 horas se realizan 60 chileros, cada chilero dilatará 7.5 minutos más 4 días los cuales por cada operario realizara 30 chileros en las horas laborales.

3.2 Proveedores y condiciones de compra de los equipos

La inversión o financiamiento en los equipos y maquinaria de producción es fundamental para el aprovechamiento de los recursos y mayor rendimiento del negocio; esto se traduce a calidad del producto y mayor ganancia, en general las maquinarias facilitaran la creación y procedimiento del producto.

En este punto se tomarán decisiones acerca de nuestros proveedores y maquinaria en los que se tendrá en cuenta precio, calidad de la maquinaria, disponibilidad y accesibilidad y los beneficios y contratos que estos nos puedan brindar a continuación se muestra los proveedores de los equipos y maquinaria de producción.

Tabla 35 Proveedores de equipos y maquinarias

Proveedores de equipos y maquinarias			
N°	Nombre	Dirección	Logo
1	Mundo hogar	Centro comercial Managua, sección C módulo 72, N/A. Managua, Nicaragua.	
2	Imisa Nicaragua	Colonia Centro América De la Dist. El tope 1 cuadra al sur.	

Fuente: Equipo investigador

En “Sabores de mi tierra S.A” con taremos con las siguientes maquinarias y herramientas: Mantenedora, pesa, bomba fumigadora, Maquina industrial cortadora de verdura, cocina, mesa de acero inoxidable, cucharas, cuchillos, bandejas con mesa, panas grandes de plástico, cacerolas grandes de acero; con el objetivo de facilitar el proceso de producción y que estas nos brinden un mejor trabajo para la realización del producto en calidad.

A continuación, se mostrarán las fichas de descripción de las maquinarias de producción; esto con el fin de tener una mejor administración de estas y que pueda ser un documento de conocimiento y orientación para los empleados de la empresa, ya que esta describirá brevemente cuál es su función y datos de la maquinaria.

Tabla 36 Ficha de maquinaria #1

FICHA TECNICA DE MAQUINARIA CHILEROS CON VEGETALES MIXTO "SABORES DE MI TIERRA"					
SABORES DE MI TIERRA S.A					
Realizado por:	Mery Gutiérrez	Fecha:	Septiembre 2020		
Maquinaria	Congelador Horizontal	Ubicación	Área de bodega		
Fabricante	-----	Sección	-----		
Modelo	BD-100	Código de maquinaria	SDT100		
Marca	Whirlpool				
Características generales					
Peso: -----	Altura: 89 cms	Ancho: 165 cms	Profundidad: 73cm	Fecha de compra: ---s	
Proveedor: Mundo hogar					
Precio: 11,800.00					
Características: <ul style="list-style-type: none"> * Mantenedor de tipo horizontal * 22 pies cúbicos * Termostato ajustable * 1 puerta * Consumo de energía 460w/año 					
Función: Su función principal es mantener en buen estado las verduras y vegetales que son sensibles a temperaturas caliente esto con el objetivo de que estas sean de calidad a la hora de procesarlas para el llegar al producto fina.					
Fecha de mantenimiento					

Fuente: Equipo investigador

Tabla 37 Ficha de maquinaria #2

FICHA TECNICA DE MAQUINARIA CHILEROS CON VEGETALES MIXTO "SABORES DE MI TIERRA"					
SABORES DE MI TIERRA S.A					
Realizado por:	Mery Gutiérrez	Fecha:	Septiembre 2020		
Maquinaria	Pesa digital	Ubicación	Área de producción		
Fabricante	-----	Sección	-----		
Modelo	260548	Código de maquinaria	SDT101		
Marca	BAXTRAN				
Peso:-----	Altura: 11 cms	Ancho:33 cms	Profundidad:-----	Fecha de compra: ---	
Características generales					
Proveedor: Imisa Nicaragua					
Precio: 1500.00					
Característica:					
<ul style="list-style-type: none"> * Capacidad: 30Kg * Peso mínimo 1Gr. * Unidades(Gramos, Kilo; Libra) * Bandeja de acero inoxidable * Estructura plástica * Incluye pila:4v 					
Función:					
<p>Balanza de mesas multiuso, ideal para pesar todo tipo de producto ya sea sólido, envasado, o empacado y da precio con forme se establece precio.</p> <p>Su función principal es dar medidas y porciones exactas de los contenidos para la elaboración de los chileros y que estos lleven cantidades exacta de cada vegetal.</p>					
Fecha de mantenimiento					

Fuente: Equipo investigador

Tabla 38 Ficha de maquina #3

FICHA TECNICA DE MAQUINARIA CHILEROS CON VEGETALES MIXTO "SABORES DE MI TIERRA"					
SABORES DE MI TIERRA S.A					
Realizado por:	Mery Gutiérrez	Fecha:	Septiembre 2020		
Maquinaria	Cortadora de vegetales industrial	Ubicación	Área de producción		
Fabricante	-----	Sección	-----		
Modelo	NIO 17025	Código de maquinaria	SDT102		
Marca	-----				
Características generales					
Dimensión: 1170*560*1260mm	Potencia: 3 hp	Voltaje: 220 v	Capacidad: 300-1000kg	Fecha de compra: ---	
Proveedor: Imisa Nicaragua					
Precio: 16,500.00					
Característica:					
<ul style="list-style-type: none"> * Capacidad :300-1000Kg * Tipo de corte: juliana, cubos pequeños, cubos grandes, bastones, rebanada. * Aplican: verdura de hoja, cebolla, ajo, apio, espinaca, cool, lechuga, zanahoria, berenjena, pepino, brotes de bambú. * Contiene cuchillas de acero inoxidable. 					
Función:					
<p>Su función es cortar la verdura y vegetales que contendrá el chilero en las formas preciso y presentable facilitando trabajo y tiempo en el proceso.</p>					
Fecha de mantenimiento					

Fuente: Equipo investigador

Tabla 39 Ficha de maquinaria #4

FICHA TECNICA DE MAQUINARIA CHILEROS CON VEGETALES MIXTO "SABORES DE MI TIERRA"					
SABORES DE MI TIERRA S.A					
Realizado por:	Mery Gutiérrez	Fecha:	Septiembre 2020		
Maquinaria	Bomba fumigadora manual	Ubicación	Área de producción y bodega		
Fabricante	STAMPROF	Sección	-----		
Modelo	8LTSXF-8A	Código de maquinaria	SDT104		
Marca	GLOBAL				
Características generales					
Capacidad: 8 litros	Altura: 11 cms	Ancho: 33 cms	Profundidad: -----	Fecha de compra: ---	
Proveedor: Imisa Nicaragua					
Precio: 200.00					
Característica:					
<ul style="list-style-type: none"> * Capacidad: 8 litros * Ajustable para arreglar presión * Válvula regulable * Incluye boquilla * Estructura plástica 					
Función:					
Desinfectar las áreas requerida del local como medida de higiene ante la pandemia del covid 19					
Fecha de mantenimiento					

Fuente: Equipo investigador

Tabla 40 Ficha de maquinaria #5

FICHA TECNICA DE MAQUINARIA CHILEROS CON VEGETALES MIXTO "SABORES DE MI TIERRA"					
SABORES DE MI TIERRA S.A					
Realizado por:	Mery Gutiérrez	Fecha:	Septiembre 2020		
Maquinaria	Cocina industrial	Ubicación	Área de producción		
Fabricante		Sección	-----		
Modelo	23- Q	Código de	SDT105		
Marca	Imisa Nicaragua	maquinaria			
Características generales					
Capacidad: quemadores	2	Altura:	140 cm	Ancho:	40 cm
		Profundidad:	-----	Fecha de compra:	---
Proveedor: Imisa Nicaragua					
Precio: 14,000.00					
Características:					
<ul style="list-style-type: none"> * Capacidad: 2quemadores * Todo en acero inoxidable * Quemador hierro fundido * Incluye boquilla * Para ollas hasta 10 lt por parrilla 					
Función:					
Se realizara esterilización de los envases y utensilios de la producción					
Fecha de mantenimiento					

Fuente: Equipo investigador

Tabla 41 Ficha de maquinaria #6

FICHA TECNICA DE MAQUINARIA CHILEROS CON VEGETALES MIXTO "SABORES DE MI TIERRA"			
SABORES DE MI TIERRA S.A			
			
Realizado por:	Mery Gutiérrez	Fecha:	Septiembre 2020
Maquinaria	Mesa de acero inoxidable	Ubicación	Área de producción
Fabricante		Sección	-----
Modelo	IDM620	Código de	SDT106
Marca	Imisa Nicaragua	maquinaria	
Características generales			
Capacidad:	Altura: 850 mm	Ancho: 600mm	Profundidad: 600mm Fecha de compra: ---
Proveedor: Imisa Nicaragua			
Precio: 7,000.00			
Características:			
<ul style="list-style-type: none"> * Con peto * Con doble estante * Completa en acero inoxidable 			
Función:			
<p>En esta servirá de apoyo al realizar cortes, los estantes inferiores contendrán la bandeja con la materia prima, y serán utilizadas en diversas acciones que se realizaran en el proceso de los chileros.</p>			
Fecha de mantenimiento			

Fuente: Equipo investigador

Tabla 42 Ficha de maquinaria #7

FICHA TECNICA DE MAQUINARIA CHILEROS CON VEGETALES MIXTO "SABORES DE MI TIERRA"					
SABORES DE MI TIERRA S.A					
Realizado por:	Mery Gutiérrez	Fecha:	Septiembre 2020		
Maquinaria	Bandejas de aluminio	Ubicación	Área de producción		
Fabricante		Sección	Mesa		
Modelo	Bandeja 12	Código de maquinaria	SDT107		
Marca	Pepebar				
Cantidad: 12					
Características generales					
Capacidad:	Altura: 140 cm	Ancho: 435 mm	Profundidad: 800m m	Fecha de compra:	---
Proveedor: Imisa Nicaragua					
Precio: 150.00					
Característica:					
* Bandejas de aluminio honda					
Función:					
Contendrá los diferentes cortes de verduras y vegetales mientras son desinfectados para posteriormente envasarlos.					
Fecha de mantenimiento					

Fuente: Equipo investigador

Tabla 43 Ficha de maquinaria #8

FICHA TECNICA DE MAQUINARIA CHILEROS CON VEGETALES MIXTO "SABORES DE MI TIERRA"					
SABORES DE MI TIERRA S.A					
Realizado por:	Mery Gutiérrez	Fecha:	Septiembre 2020		
Maquinaria	Cuchillos	Ubicación	Área de producción		
Fabricante	Gema	Sección	-----		
Modelo	01120	Código de maquinaria	SDT108		
Marca	3 Claveles				
Características generales					
Capacidad:	Altura: 9 cm	Ancho: 3cm	Profundidad: -	Fecha de compra:	

Cantidad: 3					
Proveedor: Mundo hogar					
Precio: 50					
Características:					
<ul style="list-style-type: none"> * Dureza 54 Rockwell * Mango sobre moldeado polipropileno negro * Acabado pulido mate * Hoja medida 					
Función:					
Realizar coretes Pelado de verduras y vegetales					
Fecha de mantenimiento					

Fuente: Equipo investigador

Tabla 44 Ficha de maquinaria #9

FICHA TECNICA DE MAQUINARIA CHILEROS CON VEGETALES MIXTO "SABORES DE MI TIERRA"					
SABORES DE MI TIERRA S.A					
Realizado por:	Mery Gutiérrez	Fecha:	Septiembre 2020		
Maquinaria	Cuchara de medición	Ubicación	Área de producción		
Fabricante	Gema	Sección	-----		
Modelo	320yp	Código de maquinaria	SDT109		
Marca	3 Claveles				
Características generales					
Capacidad:	Altura:	Ancho:	Profundidad:	Fecha de compra:	

Cantidad: 3 juegos					
Proveedor: Mundo hogar					
Precio: 100					
Características:					
<ul style="list-style-type: none"> * Cantidad 5 * Acero inoxidable * Longitud de mando 10 cm 					
Función:					
Medir los ingredientes como la sal y la cantidad de agua.					
Fecha de mantenimiento					

Fuente: Equipo investigador

Tabla 45 Ficha de maquinaria #10

FICHA TECNICA DE MAQUINARIA CHILEROS CON VEGETALES MIXTO "SABORES DE MI TIERRA"				
SABORES DE MI TIERRA S.A				
Realizado por:	Mery Gutiérrez	Fecha:	Septiembre 2020	
Maquinaria	Olla profunda	Ubicación	Área de producción	
Fabricante		Sección	Cocina	
Modelo	DL	Código de	SDT1010	
Marca	Lacor	maquinaria		
Características generales				
Capacidad: 98 litros	Altura: 55cm	Ancho: 60 cm	Profundidad: ---	
Fecha de compra: ---				
Cantidad: 2				
Proveedor: Mundo hogar				
Precio: 400.00				
Características:				
<ul style="list-style-type: none"> * Cuerpo de la olla en acero inoxidable alta calidad 21% * Asas remachadas * Fondo difusor * Tapa inoxidable * Rápida absorción y almacenamiento de calor uniforme y duradero * Apta para todo tipo de fuego(vitro ,eléctrico, gas, inducción) 				
Función:				
Su función principal es realizar la desinsectación de los envases a través del método de cocción				
Fecha de mantenimiento				

Fuente: Equipo investigador

Tabla 46 Costos totales de maquinaria y herramientas

Costos totales de la maquinaria y herramientas	
Maquinaria	C\$ 42,300.00
Herramienta y utensilios	C\$ 11,750.00
Total	C\$ 54,050.00

Fuente: Equipo investigador

3.3 Capital fijo y vida útil

La vida útil es la duración o periodo estimado que un objeto pueda tener, cumpliendo correctamente con la función por el cual ha sido creado “Algo útil es algo que produce beneficio o que tiene capacidad de servir algo”.

Desde el punto de vista fiscal la depreciación no son más que reconocimientos fiscales de la pérdida de valor que sufren los activos en el transcurso de tiempo; En base legal a la ley de concentración tributaria (ley 822). Aplicado al número de años de vida útil de dichos activos antes descritos se depreciarán de la siguiente manera:

Tabla 47 Depreciación de maquinaria mantenedora

Sabores de mi tierra				
Depreciación de maquinaria y herramientas (Miles de córdobas)				
Contenedor				
Capacidad	22 pie cúbico			
Costo	C\$ 11,800.00			
Costo	Año	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
C\$ 11,800.00	1	C\$ 2,360.00	C\$ 2,360.00	C\$ 9,440.00
11,800.00	2	2,360.00	4,720.00	7,080.00
11,800.00	3	2,360.00	7,080.00	4,720.00
11,800.00	4	2,360.00	9,440.00	2,360.00
11,800.00	5	2,360.00	11,800.00	0.00

Fuente: Equipo investigador

Tabla 48 Depreciación de maquinaria pesa digital

Sabores de mi tierra	
Depreciación de maquinaria y herramientas	
Pesa digital	
Capacidad	30kilogramos

Costo	C\$ 1,500.00			
Costo	Año	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
C\$ 1,500.00	1	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 1,200.00
1,500.00	2	300.00	600.00	900.00
1,500.00	3	300.00	900.00	600.00
1,500.00	4	300.00	1,200.00	300.00
1,500.00	5	300.00	1,500.00	0.00

Fuente: Equipo investigador

Tabla 49 Depreciación de maquinaria cortadora

Sabores de mi tierra				
Depreciación de maquinaria y herramientas (Miles de córdobas)				
Cortadora vegetal industrial				
Capacidad	650kilogramos			
Costo	C\$ 16,500.00			
Costo	Año	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
C\$ 16,500.00	1	C\$ 3,300.00	C\$ 3,300.00	C\$ 13,200.00
16,500.00	2	3,300.00	6,600.00	9,900.00
16,500.00	3	3,300.00	9,900.00	6,600.00
16,500.00	4	3,300.00	13,200.00	3,300.00
16,500.00	5	3,300.00	16,500.00	0.00

Fuente: Equipo investigador

Tabla 50 Depreciación de maquinaria fumigadora

Sabores de mi tierra				
Depreciación de maquinaria y herramientas				
Fumigadora manual				
Capacidad	8litros			
Costo	C\$ 200.00			
Costo	Año	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
C\$ 200.00	1	C\$ 40.00	C\$ 40.00	C\$ 160.00
200.00	2	40.00	80.00	120.00
200.00	3	40.00	120.00	80.00
200.00	4	40.00	160.00	40.00

200.00	5	40.00	200.00	0.00
--------	---	-------	--------	------

Fuente: Equipo investigador

Tabla 51 Depreciación de maquinaria cocina

Sabores de mi tierra				
Depreciación de maquinaria y herramientas (Miles de córdobas)				
Cocina industrial				
Capacidad	2quemadores			
Costo	C\$ 14,000.00			
Costo	Año	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
C\$ 14,000.00	1	C\$ 2,800.00	C\$ 2,800.00	C\$ 11,200.00
14,000.00	2	2,800.00	5,600.00	8,400.00
14,000.00	3	2,800.00	8,400.00	5,600.00
14,000.00	4	2,800.00	11,200.00	2,800.00
14,000.00	5	2,800.00	14,000.00	0.00

Fuente: Equipo investigador

Tabla 52 Depreciación de maquinaria mesa

Sabores de mi tierra				
Depreciación de maquinaria y herramientas (Miles de córdobas)				
Mesa con dos estante				
Capacidad				
Costo	C\$ 7,000.00			
Costo	Año	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
C\$ 7,000.00	1	C\$ 1,400.00	C\$ 1,400.00	C\$ 5,600.00
7,000.00	2	1,400.00	2,800.00	4,200.00
7,000.00	3	1,400.00	4,200.00	2,800.00
7,000.00	4	1,400.00	5,600.00	1,400.00
7,000.00	5	1,400.00	7,000.00	0.00

Fuente: Equipo investigador

Tabla 53 Depreciación de maquinaria bandeja

Sabores de mi tierra	
Depreciación de herramienta	
Bandeja de acero inoxidable	
Costo	C\$ 150.00

Costo	Año	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
C\$ 1,800.00	1	C\$ 360.00	C\$ 360.00	C\$ 1,440.00
1,800.00	2	360.00	720.00	1,080.00
1,800.00	3	360.00	1,080.00	720.00
1,800.00	4	360.00	1,440.00	360.00
1,800.00	5	360.00	1,800.00	0.00

Fuente: Equipo investigador

Tabla 54 Depreciación de maquinaria cuchillos

Sabores de mi tierra				
Depreciación de herramienta				
Cuchillos				
Cuchillo	3			
Costo	C\$ 50.00			
Costo	Año	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
C\$ 150.00	1	C\$ 30.00	C\$ 30.00	C\$ 120.00
150.00	2	30.00	60.00	90.00
150.00	3	30.00	90.00	60.00
150.00	4	30.00	120.00	30.00
150.00	5	30.00	150.00	0.00

Fuente: Equipo investigador

Tabla 55 Depreciación de maquinaria y equipos

Depreciación de maquinaria y equipo				
(Miles de córdobas)				
Costo				
Costo	Año	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
C\$ 54,050.00	1	C\$ 10,810.00	C\$ 10,810.00	C\$ 43,240.00
54,050.00	2	10,810.00	21,620.00	32,430.00
54,050.00	3	10,810.00	32,430.00	21,620.00
54,050.00	4	10,810.00	43,240.00	10,810.00
54,050.00	5	10,810.00	54,050.00	0.00

Fuente: Equipo investigador

Tabla 56 Depreciación de maquinaria cuchara

Sabores de mi tierra				
Depreciación de herramienta				
Juego de cucharas				
Juego de cuchara	3			
Costo	C\$ 100.00			
Costo	Año	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en Libros
C\$ 300.00	1	C\$ 60.00	C\$ 60.00	C\$ 240.00
300.00	2	60.00	120.00	180.00
300.00	3	60.00	180.00	120.00
300.00	4	60.00	240.00	60.00
300.00	5	60.00	300.00	0.00

Fuente: Equipo investigador

3.4 Capacidad planificada

La capacidad planificada de “Sabores de mi tierra”, se trata de poder saber que, si el sistema de producción instalado puede producir lo demandado en el mercado, con lo antes dicho con la excelente calidad de materia prima y maquinaria adquirida, podemos llegar a procesar y distribuir lo necesario para satisfacer la necesidad de los consumidores con un alto nivel calidad de los productos terminado.

La capacidad planificada estará en comprensión de los siguientes aspectos: • Maquinaria y herramientas requeridas para el trabajo. • Maquinarias (Cortadora de vegetales y hortalizas). • Talento humano.

En donde, esta se calculó considerando la capacidad de los principales activos a utilizar, los cuales por su capacidad permiten generar 200 unidades diarias y considerando la jornada laboral de 8 horas diarias se efectuó el cálculo que se muestra en la tabla, siguiente.

Tabla 57 Capacidad instalada proyectada

Capacidad de producción en unidades				
Capacidad de producción	Capacidad de producción	Capacidad de producción	Capacidad de producción	Capacidad de producción

por hora	diaria	semanal	mensual	anual
25 unidades	25*8= 200 unidades	200*5= 1000unidades	1000*4= 4000 unidades	4000*12= 48000 unidades

Fuente: Equipo investigador

Con esta tabla, presentada anteriormente se describe una jornada laboral de 8 horas la capacidad efectiva del sistema es de 200 unidades diarias, al procesar 1000 unidades semanalmente, de los cuales se obtiene 4,000 unidades de chileros mixtos “Sabores de mi tierra”. Lo cual nos arroja que en el primer año se generaran 48,000 unidades.

Tabla 58 Capacidad de producción

Capacidad de producción						
Descripción	Unidad /medida	%	Capacidad Producción diaria	Capacidad Producción Semanal	Capacidad Producción Mensual	Capacidad producción año
Chileros mixtos “Sabores de mi tierra”	Cortes		200	1,000	4,000	48,000
	Capacidad instalada	60%	120	600	2,400	28,800
	Demanda Insatisfecha	20%	60	300	1,200	14,400

Fuente: Equipo investigador

Para la capacidad de producción de chileros mixtos “sabores de mi tierra”, se tendrá en cuenta como la demanda a producir la cantidad de 14,400 unidades de chileros durante el primer mes de operaciones y posteriormente aumentando según la demanda.

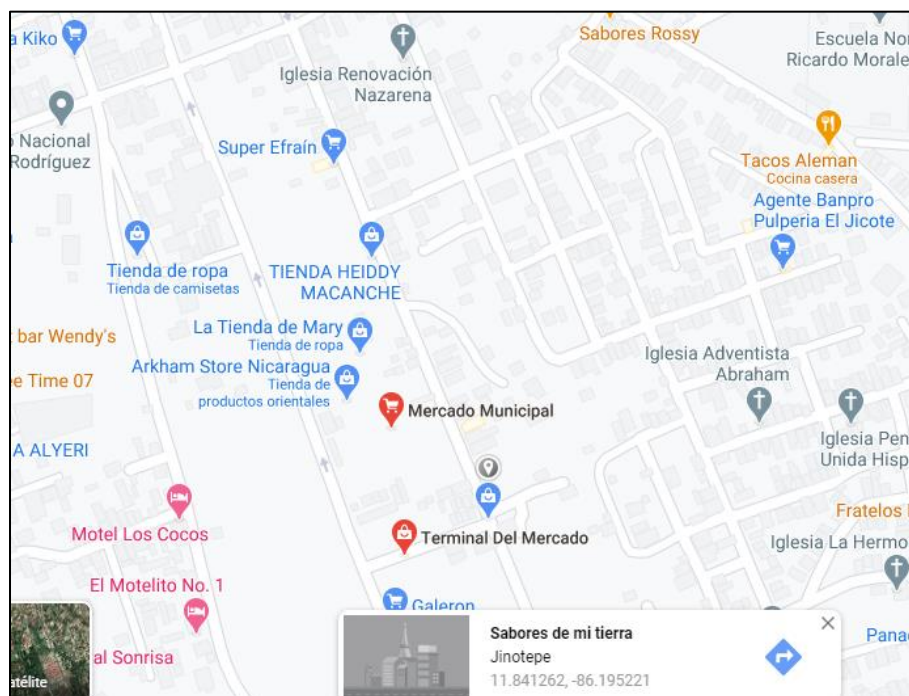
3.5 Ubicación y distribución física de la empresa

La localización geográfica de la empresa en una determinada localidad, municipio, zona o región es una decisión de tipo estratégico. Dicha decisión dependerá de ciertos factores que pueden favorecer o perjudicar la actividad económica presente y futura de la empresa.

Por lo tanto, la ubicación de la empresa “Sabores de mi tierra” estará ubicado en el costado este del mercado municipal nuevo de Jinotepe. La localidad cuenta con agua potable, energía eléctrica fija y excelente comunicación.

A continuación, se puede observar el punto de ubicación de la empresa:

Ilustración 15 Mapa municipal de Jinotepe: Mercado nuevo



Fuente: Equipo investigador

- Distribución física

Según (Díaz, 2014) describe que la distribución de planta física: “Consiste en determinar el espacio, de los diversos elementos que integran el proceso productivo. Tanto los espacios necesarios para él. Esta ordenación incluye movimiento del material, almacenamiento, trabajos indirectos y todas las otras actividades o servicios, como el equipo de trabajo y el personal de taller”.

En la distribución física de la empresa “Sabores de mi tierra” contara con una planta, en la cual se encontrará dividido en 6 áreas como: almacenamiento de materia prima, proceso de producción, servicios higiénicos, área administrativa, etiquetado-ensado y

almacenamiento de productos terminados, para luego que el producto sea distribuido y comercializado a cada uno de los puntos seleccionados.

A continuación, se presenta la distribución de la planta:

Ilustración 16 Distribución de la planta modelo 2D



Fuente: Equipo investigador

En el modelo 3D, se puede tener una imagen más clara de la parte interior de la microempresa, donde cada una de las áreas cuenta con las herramientas necesarias para poder realizar las actividades.

Ilustración 17 Distribución de la planta modelo 3D



Fuente: Equipo investigador

3.6 Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad

Se denomina materia prima a la materia extraída de la naturaleza y que se transforma para elaborar materiales que se transformarán en bienes de consumo (Bartesaghi, 2011).

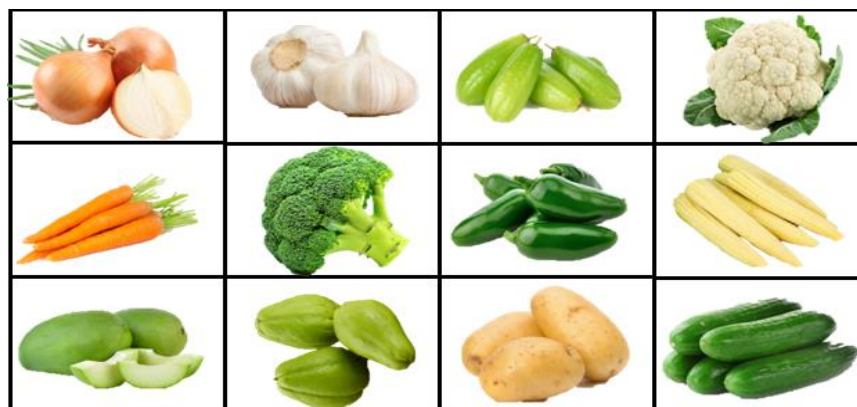
También se define como materia prima a todos los elementos que se incluyen en la fabricación de un bien o producto. La materia prima son los elementos que se transforman e incorporan en el producto final. Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la creación del producto final (Bartesaghi, 2011).

La materia prima se utiliza en las empresas industriales que son las encargadas en la fabricación de productos. Las empresas comerciales son las encargadas de comercializar los productos que las empresas industriales fabrican. La materia prima debe ser perfectamente identificable y medible, para poder determinar tanto el costo final de producto como su composición (Boza, 2017).

En la fábrica “Sabores de mi tierra”, la materia prima (chile, pepino, cebolla, zanahoria, chayote, ajo, brócoli, coliflor, mimbro, mango, pepino, papa) es el factor fundamental para su producción. La obtención de la materia prima se hace comprándola a productores

locales, luego es almacenada en bodega y muy bien cuidada para evitar daños por agentes internos y externos como plagas, roedores, lluvia, etc.

Imagen 12 Materia prima



Fuente: Equipo investigador

Para que la materia prima entre al proceso de producción debe estar en óptimas condiciones para obtener un producto final con calidad y evitar daños a las personas que consuman estos productos.

La materia prima que se utiliza en la fábrica “Sabores de mi tierra” es adquirida en toda el área del pacifico y se compra a los diversos productores que ofrecen vegetales a buen precio y en buen estado. Otro mecanismo utilizado para la obtención de la materia prima, es brindar a cada proveedor un listado de todos los requisitos que deben poseer los vegetales desde que son cortados hasta cuando son transportados y llevados a la fábrica.

Tabla 59 Proveedores de materia prima

Proveedores	Materia prima	Dirección	Contacto
Cooperativa eco vegetales	Chilote, chayote, cebolla, pepino, zanahoria ,ajo, papa, mango		José María Gonzales Sánchez
Huerta “San Antoneña”	Chile jalapeño, mimbro, chayote, chilote.	El arenal Masatepe. Frente a cooperativa Pikin Guerrero.	José Hernández

PROVINCO S.A	Envase	KM. 2.5 carretera norte Managua Nicaragua.	
“SALNICA”	Vinagre, sal	Kilómetro 29 carretera a Masaya- Tipitapa , Nicaragua	

Fuente: Equipo investigador

Existe una gran diversidad de materia prima que se clasifican según su origen

- * Origen orgánico
- * Origen Inorgánico o mineral
- * Origen químico

En “Sabores de mi tierra” el tipo de materia que se utilizara es de origen orgánica ya que el producto que se realizara son chileros, pero también se utilizará vinagre el cual se utilizara para la preservación del estos vegetales y mineral ya que realizamos uso de la sal para darle un toque especial a los chileros.

A continuación, se muestra en la siguiente tabla las características de la materia prima en su unidad de medida, cantidad precio y su total.

Tabla 60 Unidad de medida, cantidad y precio de la materia prima

	Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Precio Unitario	Total
Materia Prima	Cebolla	LB	90	10.00	C\$900.00
	Zanahoria	LB	80	10.00	C\$800.00
	Brócoli	UND	40	25.00	C\$1,000.00
	Coliflor	UND	40	60.00	C\$2,400.00
	Pepino	UND	30	5.00	C\$150.00
	Ajo	UND	30	5.00	C\$150.00
	Papa	LB	40	10.00	C\$400.00

	Chayote	UND	40	5.00	C\$200.00
	Chilote	Doc	20	10.00	C\$200.00
	Mango	UND	20	3.00	C\$60.00
	Chile	LB	80	30.00	C\$2,400.00
	Mimbro	LB	30	5.00	C\$150.00
	Vinagre	LT	240	10.00	C\$2,400.00
	Sal	LB	50	4.00	C\$200.00
				Sub- Total	C\$11,410

Fuente: Equipo investigador

3.7 Mano de obra, su costo y disponibilidad

Según (Raffino M. , 2020) describe que la mano de obra: “Es tanto al esfuerzo físico y mental llevado a cabo por un trabajador para fabricar, reparar, o mantener un bien, como a la remuneración económica que dicho trabajo implica, o sea, el precio de los servicios de trabajo”.

En donde para la empresa se entiende por mano de obra el coste total que representa el montante de trabajadores que tenga la empresa incluyendo los salarios y todo tipo de impuestos que van ligados a cada trabajador. La mano de obra es un elemento muy importante, por lo tanto, su correcta administración y control determinará de forma significativa el costo final del producto o servicio, ya que radica en que es el factor de producción por excelencia, debido a que es el que desarrolla una serie de actividades y tareas, y ayudado por instrumentos, infraestructura, entre otros, produce bienes y servicios de una manera satisfactoria.

“Sabores de mi tierra “laborara de lunes a viernes de 8 de la mañana a 5 de la tarde, para hacer el proceso completo en la planta se necesita 4 personas, que 2 de ellas son operarios; donde 1 persona: Se encarga de las maquinarias de más cuidado (Cortadora, contenedor y cocina), 1 persona: Se encarga de desinfectar la materia prima, pelado de algunos vegetales, etiquetado y envasado del producto, 1 administrador y 1 supervisor del área de producción.

Es suficiente con este personal con una planta de este tamaño lo cumplen bien, el encargado tiene la tarea del aseo y mantenimiento de dichas maquinarias.

Tabla 61 Cálculo de la mano de obra directa

Mano de obra directa	Número de personas en el cargo	Días	Horas	Salario por hora	Salario por día	Salario mensual por colaborador	Salario anual
Supervisor	1	20	8	37.5	300	C\$6,000.00	C\$72,000.00
Operarios	2	20	8	30	240	C\$4,800.00	C\$57,600.00

Fuente: Equipo investigador

Tabla 62 Cálculo de mano de obra indirecta

Mano de obra Indirecta	Número de personas en el cargo	Días	Horas	Salario por hora	Salario por día	Salario mensual por colaborador	Salario anual
Administrador	1	20	8	43.75	350	C\$7,000.00	C\$84,000.00

Fuente: Equipo investigador

3.8 Gastos generales de producción

Según (Silva, 2018) define: “Los gastos generales de producción, conocidos también como gastos generales de fabricación o gastos generales de fábrica, se utilizan para describir algunos de los costos indirectos asociados a la fabricación de productos de una empresa”.

Los gastos generales de producción de una empresa están relacionados con su proceso de fabricación, pero no son imputables de forma directa a los productos. Cualquier gasto que no sea el costo directo de mano de obra ni el costo directo de los materiales es considerado una forma de gasto general.

En la tabla se muestran los gastos generales de la empresa más relevantes, detallados de forma anual.

Tabla 63 Gastos generales de producción

Gastos de producción

Descripción	Cantidad	P. unitario	Porcentaje	Monto
Agua		C\$ 800.00	40%	C\$ 320.00
Luz		C\$ 1,000.00	40%	C\$ 400.00
Renta del local		C\$ 3,500.00	40%	C\$ 1,400.00
Mantenimiento de maquinaria		C\$ 1,500.00	100%	C\$ 1,500.00
TOTAL				C\$ 3,620.00

Fuente: Equipo investigador

4. Plan de organización y gestión

Según(Rabinowitz, 2010) describe: “Un plan de organización y gestión es un diseño sobre la mejor forma de manejar la organización durante sus actividades cotidianas y a largo plazo. Incluye los métodos convencionales de hacer diversas cosas- administrar el dinero, lidiar con las tareas actuales de la organización, abordar la forma en que las personas de la organización realizan su trabajo- y el marco general, filosófico e intelectual, en el que estos métodos operan”.

En donde este punto se describe el estudio organizacional, en el cual se busca determinar la capacidad operativa de la Organización con el fin de conocer y evaluar fortalezas y debilidades, y definir la Estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. Es decir, para determinar la Estructura Organizacional acorde con los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y la futura operación.

4.1 Marco legal (Forma jurídica)

Sabores de mi tierra. S.A, es una empresa dedicada a la elaboración de chileros con vegetales mixtos, basado en el aprovechamiento del alto nivel de cultivos de verduras y hortalizas que se obtiene en Nicaragua, según la ley de promoción fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (ley 645, MIPYME), se determinó conforme a lo

establecido en la ley como " Micro empresa ", el cual estará constituida por 4 trabajadores así estableciendo una estructura organizacional adecuada a la empresa.

Teniendo en cuenta lo establecido se concretará a inscribir a la micro empresa en calidad de persona natural, ante las instituciones pertinentes, las cuales serán: dirección general de ingreso (Ley 339), registro mercantil (Ley 698, art 1), alcaldía de Jinotepe, ministerio de la salud (MINSA) e instituto de seguridad social (Ley 539), entre otras.

- **Ley de promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (Ley 645, MIPYME)**

Esta ley ayuda a que las empresas acceder a los distintos beneficios que esta ofrece como generador de empleo y la instalación de programas de apoyos a las políticas de desarrollo de las empresas, como a su vez la implementación de un proceso educativo y formalización empresarial y asociativo mediante la reducción de costos monetarios de transacción y la facilitación de procedimientos administrativos ágiles.; utilizando mano de obra y materia prima nacional, generando efectos multiplicadores.

El marco legal en la empresa "sabores de mi tierra", se tendrá que inscribir en la alcaldía para poseer su debida matricula y a la vez estar actualmente acorde con la ley esto tendrá un costo total **C\$ 303.00**.

- **Ley de concentración tributaria**

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 constituyentes, residentes o no residentes, lo mismo cualquier incremento de patrimonio no justificado y las rentas que no estuviesen expresamente exentas o exoneradas por la ley. En donde, la empresa pagara un 30% sobre el impuesto de renta.

Para la siguiente ley 822 se requiere realizar trámites que nuestra microempresa "Sabores de mi tierra" debe de poseer para estar debidamente legal los cuales son:

1. Obtener su número de registro único de contribuyente (RUC) ante la dirección general de ingreso (DGI)
2. Inscribir en la ley sectorial que responda según la naturaleza de su empresa.
3. Original y fotocopia de cedula de identidad del representante legal.
4. Recibo de servicio público: agua, luz, teléfono, o contrato de arrendamiento del negocio.

De acuerdo al código tributario la micro empresa para poseer su número de registro único de contribuyente (RUC) se pagará en la dirección general de ingreso el cual tendrá un costo de total de **C\$ 280.00**.

- **Ley de seguro social**

“Sabores de mi tierra” conforme al código laboral requiere registrar a sus colaboradores para que gocen de la seguridad social el cual deberemos acudir a la sucursal más cercana para realizar los debidos trámites para estos tenemos como requisitos a llenar los siguientes:

1. Inscripción como pequeño negocio MIPYME.
2. Llenado de registro patronal
3. Presentar documento de identidad de los colaboradores
4. Llenado de ficha de inscripción del asegurado
5. Firma del empleador o dueño del negocio

- **Ley de marca**

Para nuestra micro empresa la marca es el símbolo que identifica el producto en el mercado y lo hacemos diferente al resto de los demás para ello realizamos los pasos debidamente adecuados que la presente ley requiere.

1. Visitar las oficinas de dirección general de registro y propiedad intelectual
2. Llenado de formulario con la información del negocio
3. Presentar el documento gráfico de la marca (gráfica, forma o colores especiales, marca figurativa, mixta o tridimensional.
4. Publicación en la gaceta de diario oficial.

5. Examen de forma: verifica que esta no tenga duplicidad y que todos sus detalles sean acordes a la descripción.
6. Periodo de oposición plazo menor de 2 meses con fundamentos y pruebas.
7. Examen de fondo es una verificación que se realiza con el auxilio del sistema informático y base de datos de marca concedidas o en tramite
8. Resolución: hace constar la titularidad y vigencia de la marca registrada la cual deberá ser publicado en el diario oficial de la gaceta.
9. Emisión de certificado

Para poder obtener la marca de acuerdo a lo establecido por la ley se tendrá que pagar por cada paso a realizar, los símbolos o identificación del producto el cual esto tendrá un costo total de **C\$ 3,216.00**

Licencia Sanitaria

Si tu negocio es del sector de alimentos, bebidas, farmacéutico o de elaboración de esencias y cosméticos, visita la unidad de salud (Centro de salud - MINSA) más cercana de acuerdo a la ubicación geográfica de tu emprendimiento.

Presenta la solicitud y se te entregará un Formulario de Solicitud de Tramite de Licencia Sanitaria y se programará la inspección del local.

Se procede a realizar la inspección sanitaria, el tiempo aproximado desde que realizo la solicitud, hasta la fecha que se realizará la inspección es de 20 días máximo.

Posterior a la inspección el interesado entrega los siguientes requisitos:

Matricula de la Alcaldía.

- Certificación de Inspección de Bomberos
- Constancia de Fumigación.
- Certificados de Salud (Art 5.2 NTON de la Norma de Manipulación de Alimentos).
- Fotocopia de la cédula, si es persona natural o cédula RUC en caso de ser jurídico.

- Resolución Administrativa emitida por la Policía Nacional. (Los establecimientos que no tengan expendio de bebidas alcohólicas, omitir este requisito).

- Ficha de Inspección Sanitaria.

- Pago de arancel.

Se reciben y revisan los requisitos en el Centro de Salud correspondiente, si la documentación está completa y conforme, se le regresa al usuario para que este se dirija al Sistema Local de Atención Integral en Salud (SILAIS) de su Localidad.

El SILAIS correspondiente recepcionará y revisa los documentos, se entrega constancia de trámite de la Licencia Sanitaria.

Si la revisión de la documentación es satisfactoria se emite la Licencia Sanitaria, la cual debe estar firmada y sellada por las autoridades competentes.

Se debe tener en cuenta que: Si en la inspección no cumple con la regulación sanitaria, se llega a una negociación con el interesado, para establecer los plazos de cumplimiento de las recomendaciones emitidas por el MINSA.

Conforme los plazos establecidos posteriormente se realizan inspección para verificar el cumplimiento y continuar el procedimiento de trámite de licencia sanitaria.

Si el establecimiento cambia de ubicación deberá solicitarse una nueva Licencia Sanitaria.

Se debe colocar la Licencia Sanitaria en un lugar visible en el establecimiento, para que sea de conocimiento de la población.

Vigencia: La Licencia Sanitaria tendrá una vigencia de dos años, renovándola treinta días antes de su fecha de vencimiento.

Los costos estimados en pago de la licencia sanitaria son de C\$500.00.

Registro Sanitario

Para el registro sanitario se debe presentar lo siguiente:

- Licencia Sanitaria vigente.
- Bosquejo de la etiqueta del producto.
- Ficha técnica del producto.
- En el caso de que el producto sea sólido, 3 muestras de 500 gramos cada uno
- En el caso de que sea líquido 3 muestras de 1 litro cada uno
- Pago de arancel, C\$500.00 córdobas del Registro Sanitario.

Los resultados de los análisis estarán disponibles en máximo de 20 días, esto se te notifica mediante correo electrónico indicando la fecha para retirar el certificado de libre venta.

- **Buenas practica**

Para la micro empresa se deberá acudir a la unidad de salud más cercana (MINSA), para solicitar la licencia sanitaria o del establecimiento los cuales son:

1. El interesado presentar la solicitud ante la autoridad sanitaria del centro de salud correspondiente a la ubicación geográfica.
2. Posteriormente se llenará el formulario para la solicitud de del trámite de licencia sanitaria.
3. La fecha aproximada para realizar la inspección es 20 días máximo.

Después de tramitar todos estos pasos se requieren los siguientes requisitos:

1. Matricula de alcaldía
2. Constancia de fumigación
3. Certificado de salud
4. Fotografía de la cedula
5. Fichas de inspección sanitaria.

- **Ley patente**

Para la presentación de la solicitud de una patente el solicitante debe suministrar, al menos la documentación e información.

Documento técnico: Es el documento donde se describe detalladamente la invención, según los términos ordenados por la ley la siguiente estructura:

Descripción: Explicación clara y completa de la invención según el artículo 13.

Reivindicación: Son condiciones que definen la materia que desea proteger.

Dibujos: Son las figuras o dibujos técnicos necesarios para la comprensión, evaluación o ejecución de la invención.

Resumen: Es una síntesis de la descripción técnica que le permita al lector de los documentos de patente, conectar.

Constancia: De pago de las tasas de presentación de la solicitud.

La documentación que justifique el derecho a obtener la patente. En caso de que el solicitante no sea el inventor, debe mostrar el documento de cesión de derecho.

El poder que le otorga el solicitante al representante legal local.

Ante la inscripción de patente se obtendrá por la documentación y otras solicitudes se tendrán un costo **C\$ 240.00**.

- **Código laboral**

Art 17: Además de las obligaciones contenidas en otros artículos de este código, los empleadores están obligados a:

a) Pagar el salario por el trabajo realizado en el modo y tiempo convenidos con el trabajo.

k) Respetar la jornada de trabajo, conceder los descansos establecidos y fijar el calendario laboral en un lugar visible del centro de trabajo.

Obligaciones de los trabajadores

Art 18: Los trabajadores tienen las siguientes obligaciones

- a) Realizar el trabajo en el modo y tiempo convenidos por el empleador
- b) Cumplir con las jornadas, horarios de trabajo con las órdenes e instrucciones de trabajo del empleador.
- c) Procurar el incremento de la producción y de la productividad, en su caso

- **DGI**

También por otra parte la empresa será registrada como persona natural, en donde los requisitos serán (DGI, 2016):

- Requisitos Cédula RUC Persona Natural – Cuota Fija
 1. Original y fotocopia de cédula de identidad o cédula de residencia y pasaporte en caso de extranjeros
 2. Copia del recibo básico de agua, luz, teléfono o contrato de arrendamiento (en caso de alquiler)
 3. Presentación de libros contables, debidamente inscritos en el registro mercantil.
 4. Inscripción de libros contables en la administración de rentas.
 5. Trámite personal

De los documentos señalados se deben presentar original y copia para ser debido cotejo.

Las personas que deleguen en un tercero deberán otorgarle poder notariado. Para extranjeros el requisito de la cédula de identidad se sustituye por el de cédula de residencia y pasaporte vigente.

Según en el marco legal la microempresa “sabores de mi tierra” tendrá que pagar por todas sus inscripciones dirigidas por cada una de la ley el cual tendrá un costo total de **C\$ 1,233.00.**

4.2 Estructura de la organización

- **Misión**

Somos una empresa encargada a la elaboración, Producción y comercialización de chileros con vegetales mixtos con la selección de verduras y hortalizas de calidad garantizada, y promoviendo un ambiente agradable y sostenible para como empresa a la población jinotepina con un precio competitivo al mercado.

- **Vision**

Ser una empresa líder y lograr una ventaja competitiva en el municipio de Jinotepe y sus alrededores a través de un equipo de trabajo bien organizado para ofrecer un producto de calidad que llene las expectativas, con precio razonables al alcance de nuestros clientes.

- **Valores**

Los principales valores de la empresa serán:

- ✚ Responsabilidad

Es la calidad de responder sobre las acciones, hacerse cargo de todo lo que se elige hacer y las obligaciones que corresponde en el ámbito del trabajo; este valor es importante en la empresa ya que fomentara mejor producción en los recursos humanos al crear un ambiente laboral donde se beneficien todas las partes, los empleados serán más productivos en el día a día.

- ✚ Honestidad

Este va de mano con la responsabilidad, hace que la persona actúe siempre con base a la verdad y a la auténtica justicia creando confianza en el medio laboral creando en el personal un ambiente de desempeño propio, usos adecuado de los recursos económicos de la empresa y mantiene un entorno laboral adecuado haciendo buen uso del tiempo de trabajo.

- ✚ Solidaridad

Este valor es muy importante en una empresa ya que se en carca en un concepto más amplio en el cual se detallan acciones tanto de la empresa como a sus colaboradores, este es

un acto mediante el cual una persona realiza acciones en beneficio de otros sin recibir nada a cambio

Puntualidad.

Es la conducta humana que se verá en los trabajadores el cual esto hace que lleguen en el horario exacto y con la puntualidad correspondiente.

Respeto mutuo

Es aquel que se basa en el sentimiento mutuo de la reciprocidad donde se respeta al otro y se recibe de vuelta el mismo respeto creando un ambiente agradable en el personal de la empresa facilitando las horas laborales para estos.

Trabajo en equipo

Complementan las habilidades y los talentos de cada trabajador el cual se potencializa las fortalezas del negocio. Creando un ambiente adecuado y justo entre los colaboradores para un mejor desempeño en las horas laborales realizando un mejor trabajo reflejándolo en la calidad del producto y la empresa.

Estos valores permitirán reflejar los objetivos de la empresa y las motivaciones de su personal creando una identidad corporativa que promueva su integración, compromiso, una mayor productividad y un ambiente laboral positivo.

Organigrama

Las formas como se divide el trabajo en las microempresas tienen diferentes formas, como el organigrama lineal, funcional, por proyecto, por matrices y oclocracia, de acuerdo al número de trabajadores que tendrá nuestra empresa se detalla en el siguiente.

Organigrama funcional

De acuerdo a las funciones de los trabajadores el organigrama funcional establece la jerarquía suele usarse en la gestión del conocimiento dentro de sus bondades más

destacables está permitirles a las diferentes áreas de la compañía que se comuniquen. Además, evita a la desconexión con el funcionamiento general de la empresa.

La estructura organizativa de la empresa contará con el siguiente organigrama, donde se podrá observar el orden jerárquico el cargo de cada uno de los colaboradores.

Ilustración 18 Organigrama organizativo



Fuente: Equipo investigador

Tabla 64 División de cargos

Nombre del cargo	Número de personas en el cargo
Administrador	1
Supervisor de producción	1
Operario 1	1
Operario 2	1
Total	4

Fuente: Equipo investigador

Tabla 65 Nómina de pago

N°	Nombres y Apellidos	Cargo	Salario Base	Deducciones	Salario Neto	INSS Patronal	Prestaciones Sociales			Firma
				INSS Laboral			Vacaciones	Treceavo Mes	Indemnización	
Administración										
1	Luz Marina Brenes Pérez	Admón.	C\$ 7,000.00	C\$ 490.00	C\$ 6,510.00	C\$ 1,505.00	C\$ 583.33	C\$ 583.33	C\$ 583.33	
Sub Total Administración			C\$ 7,000.00	C\$ 490.00	C\$ 6,510.00	C\$ 1,505.00	C\$ 583.33	C\$ 583.33	C\$ 583.33	
Ventas										
				-	-	-	-	-	-	
Sub Total Ventas			C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	
Producción										
2	Mery Sadamar Gutiérrez	Supervisor de producción	6,000.00	420.00	5,580.00	1,290.00	500.00	500.00	500.00	
3	Lourdes Sánchez Zeledón	Operario 1	4,800.00	336.00	4,464.00	1,032.00	400.00	400.00	400.00	
4	Luis Antonio Narváez González	Operario 2	4,800.00	336.00	4,464.00	1,032.00	400.00	400.00	400.00	
Sub Total Gastos de Venta			C\$ 15,600.00	C\$ 1,092.00	C\$ 14,508.00	C\$ 3,354.00	C\$ 1,300.00	C\$ 1,300.00	C\$ 1,300.00	
Total			C\$ 22,600.00	C\$ 1,582.00	C\$ 21,018.00	C\$ 4,859.00	C\$ 1,883.33	C\$ 1,883.33	C\$ 1,883.33	

Fuente: Equipo investigador

4.3 Ficha de Cargo

Tabla 66 Ficha de cargo del administrador

Sabores de mi tierra S.A.	
Ficha de cargo	
Nombre del cargo:	Administración de Empresa
Área de desempeño:	Área administrativa
Dependencia de:	Socios
Objetivo general del cargo	
Garantizar el buen funcionamiento de la empresa, de los recursos humano, materiales, financieros y tecnológicos con los que cuenta la organización desempeñando un buen trabajo en las diferentes haría y velar por el cumplimiento de los objetivo de la empresa.	
Funciones del cargo	
<ul style="list-style-type: none">• Administrar los recursos materiales, financieros y tecnológicos de la empresa.• Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.• Verificar y dirigir a los recursos humanos, velar por el buen desempeño de estos en el área correspondiente.• Mantener una buena comunicación con los clientes, recibir las quejas y sugerencia de estos mediante el área de atención al cliente.• Desarrollar planes de venta.• Verificar todas las actividades que se realicen del día a día para un mejor desarrollo de los colaboradores en el trabajo.• Realizar y supervisar todas las transacciones de compra y salida de insumos y producto de la empresa.• Al final de la jornada laboral constatar que los trabajadores hayan realizado sus labores.	
Requisitos del cargo	
Preparación profesional	
Profesional graduado en la carrera administración de empresa	
Conocimientos y/o habilidades	

- Liderazgo Empresarial
- Trabajo bajo presión
- Habilidades para comprender, motivar y desarrollar al personal
- Conocimientos en programas office (Excel, Word, Power point).
- Conocimientos en el área de marketing
- Conocimientos financieros y contables.

Experiencia laboral

- Haber laborado(experiencia) en el ámbito empresarial 2 años como mínimo
- Edad 24 a 40 años.

Fuente: Equipo investigador

Tabla 67 Ficha de cargo del supervisor de producción

Sabores de mi tierra S.A	
Ficha de cargo	
Nombre del cargo:	Supervisor de producción.
Área de desempeño:	Producción
Dependencia de:	Administrador
Objetivo general del cargo	
Encargado de supervisar que se cumplan con los objetivos de producción, asegurar que los procesos sean los adecuado y verificar que de cómo resultado producción de calidad en la cantidad y tiempo requerido por la empresa.	
Funciones del cargo	
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer objetivos de producción, comunicarlos a los empleados. • Organizar el flujo de trabajo mediante la organización mediante la asignación de responsabilidades y la preparación de las responsabilidades. • Supervisar y formar a los empleados. • Garantizar el uso seguro de los equipos y programar tareas de mantenimientos periódicas • Comprobar la producción según sus especificaciones. • Enviar información sobre el rendimiento y el progreso. • Identificar problemas en la eficiencia y sugerir mejoras. 	

<ul style="list-style-type: none"> • Formar a los empleados en cómo seguir el uso de las maquinarias de la empresa y los recursos de estas • Aplicar las normas de la empresa y las directrices de seguridad en forma estricta. • Garantizar insumo de calidad.
Requisitos del cargo
Preparación profesional
Título de educación secundaria se valorara como una ventaja la posición de una titulación técnica de ingeniería o materia similar.
Conocimientos y/o habilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo Empresarial • Trabajo bajo presión • Habilidades para comprender, motivar y desarrollar al personal • Conocimientos en programas office (Excel, Word, Powerpoint). • Habilidades para resolución de problema
Experiencia laboral
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia como supervisor de producción o puesto similar • Experiencia en el uso de maquinaria y herramienta de fabricación. • Experiencia 2 años minino • Edad 24 a 40 años

Fuente: Equipo investigador

Tabla 68 Ficha de cargo del operario 1

Sabores de mi tierra S.A
Ficha de cargo
Nombre del cargo: operario1
Área de desempeño: Producción
Dependencia de: Administrador
Objetivo general del cargo
Participar directamente en el proceso de producción, manejar las maquinarias y herramientas específicas y necesarias para lograr la trasformación de los chileros realizar

cortes, etiquetado, preparación del vinagre entre otros, seguir paso a paso las especificaciones de producción, verificar paso a paso las especificaciones del producto, verificar que el proceso de calidad en la producción sea el correcto.

Funciones del cargo

- Decepcionar las materias primas y depositarla en las bodegas
- Realizar la calcificación de esta para la producción del día
- Realizar la desinsectación de las verduras
- Realizar el pelado y lavado
- Realizar los cortes en la máquina
- Decoración del envase
- Colocar el producto en el embalaje
- Llevar producto terminado a la bodega.

Requisitos del cargo

Preparación profesional

Título de educación secundaria

Conocimientos y/o habilidades

- Trabajo bajo presión.
- Conocimientos de calidad en vegetales
- Capacidad de atención al detalle, preocupación por el orden y calidad, compromiso, responsabilidad, iniciativa y trabajo en equipo.

Experiencia laboral

- Mínima 2 años en sectores similares.

Fuente: Equipo investigador

Tabla 69 Ficha de cargo del operario 2

Sabores de mi tierra S.A	
Ficha de cargo	
Nombre del cargo:	operario2
Área de desempeño:	Producción
Dependencia de:	Administrador
Objetivo general del cargo	

Participar directamente en el proceso de producción, manejar las maquinarias y herramientas específicas y necesarias para lograr la transformación de los chileros realizar cortes, etiquetado, preparación del vinagre entre otros, seguir paso a paso las especificaciones de producción, verificar paso a paso las especificaciones del producto, verificar que el proceso de calidad en la producción sea el correcto.

Funciones del cargo

- Realizar saneamiento de los envases
- Llevar las verduras en cortes a las bandejas
- Secar los envases y prepararlos para el llenado de estos
- Realizar la composición del vinagre
- Realizar el llenado de los envases
- Encargarse del cuidado de la cocción de los vegetales a través del encurtimiento por el sol
- Etiquetado

Requisitos del cargo

Preparación profesional

Título de educación secundaria

Conocimientos y/o habilidades

- Trabajo bajo presión.
- Conocimientos de calidad en vegetales
- Capacidad de atención al detalle, preocupación por el orden y calidad, compromiso, responsabilidad, iniciativa y trabajo en equipo.

Experiencia laboral

- Mínima 2 años en sectores similares.

Fuente: Equipo investigador

4.4 Actividades y gastos preliminares

A continuación, se detalla las actividades a realizar para la formalización de la micro empresa “Sabores de mi tierra” y así mismo se ase contar el valor monetario de estas actividades y permiso requerido en esta.

Institución correspondiente	Actividades	Costo (Miles de córdobas)
Dirección General de Ingreso DGI.	Datos y requisitos del representante legal de la sociedad mercantil(fotocopia)	C\$10.00
	3 fotocopia de poder con sus respectivo timbre	60.00
	Fotocopia de recibo: Agua, luz	10.00
	Gestionar numero Ruc	20.00
Alcaldía municipal de Jinotepe	Original y copia de numero ruc	10.00
	Original y copia de cedula de identidad	510.00
	Formulario de apertura de matricula	10.00
	Matricula del negocio	100.00
	Fotocopia de constancia de trámite de licencia sanitaria	15.00
Ministerio de fomento industria y comercio MIFIC	Tasa básica pago al solicitar el registro de la marca	3,216.00
	Patente	
	Tasa en patente inversión	240.00
	Patente por modelo de actualidad.	100.00
MINSA	Licencia sanitaria	500.00
SILAIS	Registro sanitario	500.00
	Análisis de laboratorio	1,500.00
Instituto Nicaragüense de seguridad social INSS	Inscripción como pequeño negocio MIPYME	200.00
	Llenado de registro patronal	50.00
TOTAL		C\$7,051.00

Fuente: Equipo investigador

4.5 Equipos de oficina

El mobiliario y equipo de oficina, son elementos clave para que el espacio de trabajo sea perfectamente funcional “cuente con todo lo necesario”; los muebles cumplen dos importantes funciones: ayudan a los colaboradores a realizar sus tareas profesionales y, por otro lado, refleja los valores e imagen de la presentación.

En tanto que, el equipo de oficina, lo conforman todos aquellos dispositivos o activo necesario para llevar a cabo las operaciones de la empresa. Las características de los mobiliarios y el equipo de oficina influyen en el entorno laboral y en la productividad.


Tabla 70 Equipos de oficina

Mobiliario y equipo de oficina (Miles de córdobas)		
Mobiliario	Unidad	Costo
Escritorio	1	C\$ 2,000.00
Sillas	5	2,250.00
Archivador	1	1,500.00
Equipo de oficina		
Computadora	1	7,000.00
Impresora	1	1,000.00
Total	9	C\$ 13,750.00

Fuente: Equipo investigador

Se debe tener qué en donde sea que tengamos nuestra oficina, requerimos un espacio para trabajar. Un escritorio y una silla son los elementos principales, pero, existen otros que no son menos importantes; estos se eligen de acuerdo con las necesidades y funciones de los usuarios que lo ocuparan tomando en cuenta su utilidad para no tener ni más ni menos de los que requerimos esencial mente.

Escritorio	
Cantidad	1
Costo	C\$2,000.00
Proveedor	Daisy Gómez
Dirección	Managua semáforo tenderi 1, ½ cuadra al sur



Descripción		
Marca	Madera	
Medida	55 x 145 x 74 cm	


Fuente: Equipo investigador

Sillas		
Cantidad	5	
Costo	C\$450.00	
Proveedor	Variedades Katy	
Dirección	Managua, Banpro ciudad jardín 4 cuadras al lago	
Descripción		
Marca	Plástico/metálica (Alvarado)	
Medida	Alto de asiento 46 cms Ancho de asiento 46 cms	

Fuente: Equipo investigador

Archivador		
Cantidad	1	
Costo	C\$1,500.00	
Proveedor	Variedades Katy	
Dirección	Managua, Banpro ciudad jardín 4 cuadras al lago	
Descripción		
Marca	metálica (Malibu)	
Medida	350cm de fondo x 300cm de ancho x 400cm de alto	

Fuente: Equipo investigador

Computadora		
Cantidad	1	
Costo	C\$7,000.00	

Proveedor	Innova venta	
Dirección	Managua, Calle principal hacia vía libertad 3 andenes al este	
Descripción		
Marca	Hp 20 color negra	
Medida	19.5 Pulg., 4gb RAM	

Fuente: Equipo investigador

Impresora		
Cantidad	1	
Costo	C\$1,000.00	
Proveedor	Innova venta	
Dirección	Managua, Calle principal hacia vía libertad 3 andenes al este	
Descripción		
Marca	Hp	
Medida	Multifuncional	

Fuente: Equipo investigador

En “Sabores de mi tierra S.A” se realizará adquisiciones de mobiliario y equipo de oficina los cuales son 5 sillas, un archivador, un escritorio, una computadora, una impresora los cuales se describen y se detallan en los cuadros anteriores cabe destacar que estos son de segunda para poder disminuir el precio, determinando un costo total de 13,750 córdobas. A continuación, se realiza la depreciación de mobiliario y equipo de oficina.

Tabla 71 Depreciaciones del equipo de oficina

Escritorio (Miles de córdobas)			
Año	Cuota de depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libro
0		0	2,000.00
1	400	400	1600
2	400	800	1200

3	400	1200	800
4	400	1600	400
5	400	2000	0

Fuente: Equipo investigador

Sillas (5) (Miles de córdobas)			
Año	Cuota de depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libro
0		0	2250
1	450	450	1800
2	450	900	1350
3	450	1350	900
4	450	1800	450
5	450	2250	0

Fuente: Equipo investigador

Archivador (Miles de córdobas)			
Año	Cuota de depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libro
0		0	1500
1	300	300	1200
2	300	600	900
3	300	900	600
4	300	1200	300
5	300	1500	0

Fuente: Equipo investigador

Computadora (Miles de córdobas)			
Año	Cuota de depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libro
0		0	7000
1	3500	3500	3500

2	3500	7000	0
---	------	------	---

Fuente: Equipo investigador

Impresora (Miles de córdobas)			
Año	Cuota de depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libro
0		0	1000
1	500	500	500
2	500	1000	0

Fuente: Equipo investigador

DEPRECIACION DE MOBILIARIO Y EQUIPO			
Año	Cuota de depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libro
0	0	0	13750
1	5150	5150	8600
2	5150	10300	3450
3	1150	11450	2300
4	1150	12600	1150
5	1150	13750	0

Fuente: Equipo investigador

4.6 Gastos administrativos

A continuación, se describen los gastos administrativos de la empresa “Sabores de mi tierra”

Tabla 72 Gastos de administración

Descripción	P. unitario	Porcentaje	Monto
Agua	C\$ 800.00	40%	C\$ 240.00
Luz	C\$ 1,000.00	40%	C\$ 300.00
Internet	C\$ 700.00	50%	C\$ 350.00

Teléfono	C\$	400.00	50%	C\$	200.00
Renta del local	C\$	3,500.00	30%	C\$	1,050.00
Engrapadora	C\$	50.00	100%	C\$	50.00
Papelería	C\$	140.00	50%	C\$	70.00
Lapiceros, entre otros.	C\$	8.00	100%	C\$	8.00
TOTAL				C\$	2,268.00

Fuente: Equipo investigador

6. Plan Financiero

Es la parte fundamental de la planificación de un determinado negocio, en este plan se debe adquirir la información necesaria de forma de tallada y cuantificada de todos los objetivo que tenga a desarrollar la empresa donde tiene que encontrarse todas las aéreas que funcionen dentro del negocio; se trata de una herramienta que se utiliza al momento de hacer un análisis de la viabilidad económica y financiera que sea a corto, largo y mediano plazo sobre el proyecto (Briseño, 2004).

5.1 Inversión y fuente de financiamiento

Según (Perez M. , 2020) describe que: “Las inversiones son colocaciones de capital en ciertas actividades que pueden ser comerciales o civiles, con la finalidad de alcanzar un rendimiento económico. Cualquier persona que cuente con cierto dinero puede invertir y buscar con esto, obtener ganancias mayores a largo plazo. La financiación será satisfactoria si se cumplen los siguientes elementos: rentabilidad, tiempo y riesgo. La rentabilidad refleja el valor que se espera recibir, a razón del monto del capital y del tipo de negocio. Este indicador se mide en función de tasas de interés, el cual busca el mayor valor posible.

Por lo tanto, el monto total de Inversión para poner en marcha en la microempresa “Sabores de mi tierra, S.A.” es de C\$ 326,499.00, de los cuales el 100% será asumido por los socios por partes equitativas que es equivalente a C\$108,833.00.

Tabla 73 Plan de inversión

"Sabores de mi tierra"	
Plan de Inversión	
Descripción	Total
Inversión Fija	
Terrenos y edificios	
Mobiliario y equipo de oficina	5,750.00
Maquinaria	49,300.00
Equipo de transporte	
Equipo de computo	8,000.00
Sub total Inversión Fija	C\$ 63,050.00
Inversión Diferida	
Gastos Organización	1,690.00
Gastos de instalación	17,200.00
Investigación y desarrollo	2,100.00
Gastos en patentes y licencias	3,556.00
Publicidad al inicio de las operaciones	6,175.00
Sub total Inversión Diferida	C\$ 30,721.00
Capital de Trabajo	
Compra de materia prima directa	34,230.00
Compra de materia prima indirecta	65,208.00
Herramientas, utensilios y enseres	20,570.00
Pago de tributos	4,575.00
Sueldos y Salarios (3 meses)	67,800.00
Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses)	14,577.00
Gastos Administrativo	6,704.00
Gastos de Venta	11,204.00
Gastos de producción	7,860.00
Sub total Capital de Trabajo	C\$232,728.00
Inversión Total	C\$326,499.00
Total Inversión	C\$ 326,499.00
Fondo Propio	
Estructura del Financiamiento	

Fuente: Calculo realizado por el equipo investigador

El cual, el total de su inversión lleva incluido el total de sus activos y su capital de trabajo, también es conformado por sus gastos pre operativo para la formación de la empresa.

5.1.1 Activos fijos

Según (Olmos, 2010) son aquellos que se mantienen durante más de un año se utilizan para llevar a cabo la actividad de la empresa. Los terrenos, edificio, equipo, muebles y maquinaria son ejemplo de activos fijo. También se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de servicio que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido.

La microempresa “Sabores de mi tierra” contará con los siguientes activos fijos:

Tabla 74 Activos Fijos

Activos fijos (Miles de córdobas)	
Terrenos y edificios	
Mobiliario y equipo de oficina	5,750.00
Maquinaria	49,300.00
Equipo de transporte	
Equipo de computo	8,000.00
Sub total Inversión Fija	C\$ 63,050.00

Fuente: Equipo investigador

En donde, estos activos corresponden a bienes y derechos que no son convertidos en efectivo por una empresa en el año, y permanecen en ella durante más de un ejercicio.

5.1.2 Activos intangibles

De acuerdo con (Sandrea, 2006) se refiere a los activos intangible llamados por algunos “activos invisibles”; distintos de los activos intelectuales como una de las artes más compleja y difíciles de la contabilidad ya que son aquellos que poseen valor sin tener dimensiones físicas y están localizadas en las personas (empleados, clientes, proveedores) o

bien se obtienen a partir de proceso. Tiene un valor de uso para la empresa y forman parte del patrimonio de la misma.

Tabla 75 Activos intangibles

Activos intangibles (Miles de córdobas)	
Gastos Organización	1,690.00
Gastos de instalación	17,200.00
Investigación y desarrollo	2,100.00
Gastos en patentes y licencias	3,556.00
Publicidad al inicio de las operaciones	6,175.00
Total de activos intangibles	C\$ 30,721.00

Fuente: Equipo investigador

5.1.3 Capital de trabajo

Para (Sandrea, 2006) en su libros de finanzas en Admón. volumen uno el capital de trabajo es la representación de inversión de una empresa en efectivo, en valores negociables en cuentas por cobrar, en inventario menos los pasivos a corto plazo.

Por lo tanto, el capital de trabajo es el importe del activo circulante esta interpretación es cuantitativa puesto que representa el importe total de los recursos usados en las operaciones normales de la empresa.

La microempresa “Sabores de mi tierra S.A” en su capital de trabajo se tomaron en cuenta cada uno de los siguientes aspectos:

Tabla 76 Capital de trabajo

Capital de Trabajo	
Compra de materia prima directa	34,230.00
Compra de materia prima indirecta	65,208.00
Herramientas, utensilios y enseres	20,570.00
Pago de tributos	4,575.00

Sueldos y Salarios (3 meses)	67,800.00
Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses)	14,577.00
Gastos Administrativo	6,704.00
Gastos de Venta	11,204.00
Gastos de producción	7,860.00
Sub total Capital de Trabajo	C\$ 232,728.00

Fuente: Equipo investigador

5.1.4 Inversión total

La inversión total son todos los gastos que se efectúan para la adquisición de determinado factores o medios productivos, las cuales permiten implementar una unidad de producción por ejemplo los precios para los edificios, obras sibles e instalaciones (A., 2002).

Tabla 77 Inversión total

Inversión total	
Inversión fija	C\$ 63,050.00
Inversión diferida	C\$ 30,721.00
Capital de trabajo	C\$ 232,728.00
Total	C\$ 326,499.00

Fuente: Equipo investigador

Para obtener el total de la inversión de la microempresa se sumó cada una de los totales de la inversión fija, inversión diferida y el capital de trabajo. Obteniendo como resultado una inversión total de C\$326,499.00.

5.1.4 Estructura del financiamiento

Según (Olmos, 2010) la estructura financiera se conforma por las inversiones y las fuentes de financiamiento se puede decir que la estructura financiera es la obtención de los recursos

o medio de pagos que se destinan a la adquisición de los bienes, de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines.

5.2 Ingresos, egresos y costos

Según (Gitman, 2007), los ingresos representan recursos que recibe el negocio por la venta de un servicio o producto en efectivo o a crédito. Los ingresos se consideran como tales en el momento en que se presta el servicio o se vende el producto; el ingreso puede tomar la forma de sueldos, salarios, renta, dividendos, utilidades entre otros dependiendo del factor de producción que lo reciba.

Tabla 78 Egresos, ingresos y costos

"Sabores de mi tierra"				
Flujo de Caja Proyectado				
Concepto	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Total
Saldo Inicial	C\$ 232,728.00	C\$ 326,591.83	C\$ 515,039.19	C\$ 1074,359.03
Ingresos	C\$ 1,032,449.83	C\$ 1,342,184.78	C\$ 1,744,840.22	C\$ 4,119,474.84
Otros ingresos	C\$ 8,400.00	C\$ 10,920.00	C\$ 14,196.00	C\$33,516.00
Disponibilidad	C\$ 1,273,577.83	C\$ 1,679,696.62	C\$ 2,274,075.41	C\$ 5,227,349.86
Egresos				
Materiales directos	C\$ 159,740.00	C\$ 226,974.57	C\$ 322,508.16	C\$ 709,222.73
Mano de obra directa	C\$ 115,200.00	C\$ 118,229.76	C\$ 182,008.80	C\$ 415,438.56
Costos indirectos de fabricación	C\$ 447,544.00	C\$ 582,609.79	C\$ 785,619.82	C\$ 1815,773.62
Gastos de ventas	C\$ 133,601.00	C\$ 141,757.20	C\$ 150,735.21	C\$ 426,093.41
Gastos de administración	C\$ 90,901.00	C\$ 95,086.10	C\$ 99,723.70	C\$ 285,710.80
Total Egresos	C\$ 946,986.00	C\$ 1164,657.42	C\$ 1540,595.70	C\$ 3652,239.12
Disponibilidad Efectiva	-	-	-	-
Caja Mínima Requerida			-	

	-	-		-
Excedente o Déficit sobre la caja mínima	-	-	-	-
Disponibilidad Neta Final	C\$ 326,591.83	C\$ 515,039.19	C\$ 733,479.71	C\$ 1575,110.74

Fuente: Equipo investigador

5.2.1 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es un concepto de finanzas que hace referencia al nivel de venta donde los costos fijos variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa en su punto de equilibrio tiene un beneficio que es igual a cero (no gana dinero, pero tampoco pierde) es aquel nivel de venta que una empresa o negocio debe alcanzar para lograr cubrir sus costos de producción, costo de venta y demás costos de tipo administrativo (Briseño, 2004)

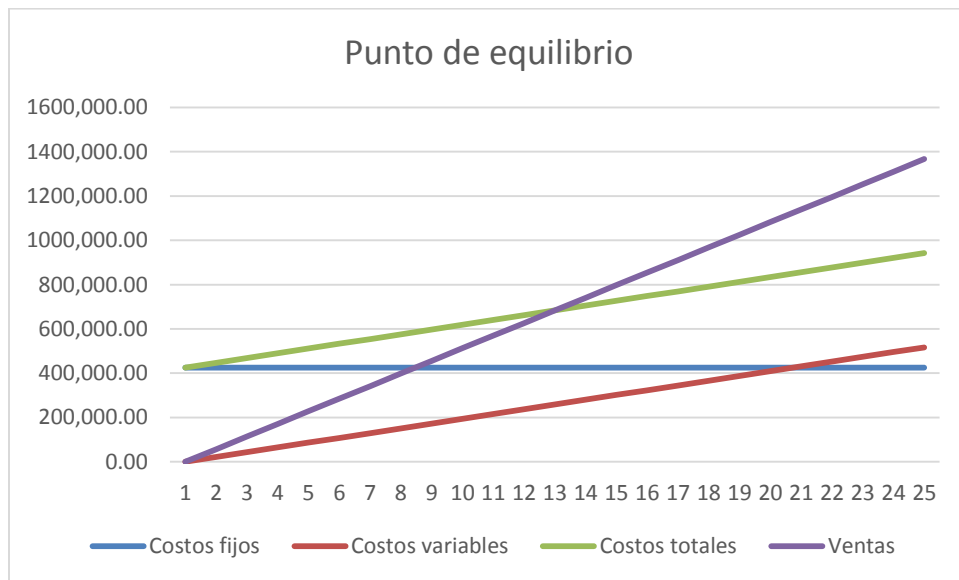
En donde, para determinar el punto de equilibrio de la microempresa “Sabores de mi tierra” se aplicó la siguiente fórmula:

Punto de Equilibrio				
=	$\frac{\text{Total de costos fijos}}{\text{Precio de venta unitario} - \text{Costo variable unitario}}$		PE =	$\frac{425,042.33}{38.22} = 11120$
Costos Fijos	72,220.17		PE = 11,120	Unidades / mes
Costo variable Unitario	23.23			
PV	61.46		PE = 683,388.2016	Moneda / Córdobas

Comprobación	Estado de resultado
Ventas totales	C\$ 683,388.2016
Costos de venta	<u>258345.8683</u>
Utilidad bruta	C\$ 425,042.33
Costos fijos totales	425,042.33
P.E	C\$ 0.00

Gráfica del punto de equilibrio:

Grafico 16 Punto de equilibrio



Fuente: Equipo investigador

Tabla 79 Tabla del punto de equilibrio

Periodo	Costos fijos	Costos variables	Costos totales	Ventas
0	425,042.33	-	425,042.33	-

1	425,042.33	21,528.82	446,571.16	56,949.02
2	425,042.33	43,057.64	468,099.98	113,898.03
3	425,042.33	64,586.47	489,628.80	170,847.05
4	425,042.33	86,115.29	511,157.62	227,796.07
5	425,042.33	107,644.11	532,686.45	284,745.08
6	425,042.33	129,172.93	554,215.27	341,694.10
7	425,042.33	150,701.76	575,744.09	398,643.12
8	425,042.33	172,230.58	597,272.91	455,592.13
9	425,042.33	193,759.40	618,801.73	512,541.15
10	425,042.33	215,288.22	640,330.56	569,490.17
11	425,042.33	236,817.05	661,859.38	626,439.18
12	425,042.33	258,345.87	683,388.20	683,388.20
13	425,042.33	279,874.69	704,917.02	740,337.22
14	425,042.33	301,403.51	726,445.85	797,286.24
15	425,042.33	322,932.34	747,974.67	854,235.25
16	425,042.33	344,461.16	769,503.49	911,184.27
17	425,042.33	365,989.98	791,032.31	968,133.29
18	425,042.33	387,518.80	812,561.14	1025,082.30
19	425,042.33	409,047.62	834,089.96	1082,031.32
20	425,042.33	430,576.45	855,618.78	1138,980.34
21	425,042.33	452,105.27	877,147.60	1195,929.35
22	425,042.33	473,634.09	898,676.43	1252,878.37
23	425,042.33	495,162.91	920,205.25	1309,827.39
24	425,042.33	516,691.74	941,734.07	1366,776.40

Fuente: Calculo realizado por equipo investigador

5.2.2 Presupuesto de ingreso

Es la cantidad de dinero asignado para el mantenimiento y crecimiento de una empresa; es esencial para la gerencia, siendo resultado de las previsiones del negocio de los ingresos por venta, gastos generales y de capital; es esencial establecer el presupuesto de ingreso para determinar si se posee suficiente medio financiero para realizar las operaciones, hacer crecer el negocio y última instancia obtener ganancia (Briseño, 2004)

El presupuesto de ingreso contiene un detalle de las expectativas de venta de la microempresa para el periodo tanto en unidades como en dinero. A continuación se describen los ingresos:

Tabla 80 Ingresos ventas físicas 2021

Cédula N° 1 Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas													
Año 2020													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Chileros con vegetales mixtos	1200	1200	1800	1800	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1800	1800	16800
Total	1200	1200	1800	1800	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1800	1800	16800

Fuente: Equipo investigador

Estas cantidades reflejan las unidades de chileros con vegetales mixtos que vamos a producir cada mes, en donde en algunos meses aumenta la demanda, siendo los meses con mayor demanda marzo, abril, noviembre y diciembre con un 50% de aumento con el resto de los meses.

Tabla 81 Ventas en valores año 2021

Cédula N° 2 Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias														
Descripción	P. de Vta.	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Producto 1	C\$ 61.46	C\$ 73,746.42	C\$ 73,746.42	C\$ 110,619.63	C\$ 110,619.63	C\$ 73,746.42	C\$ 73,746.42	C\$ 73,746.42	C\$ 73,746.42	C\$ 73,746.42	C\$ 73,746.42	C\$ 110,619.63	C\$ 110,619.63	C\$ 1032,449.83
Total		C\$ 73,746.42	C\$ 73,746.42	C\$ 110,619.63	C\$ 110,619.63	C\$ 73,746.42	C\$ 73,746.42	C\$ 73,746.42	C\$ 73,746.42	C\$ 73,746.42	C\$ 73,746.42	C\$ 110,619.63	C\$ 110,619.63	C\$ 1032,449.83

Fuente: Equipo investigador

Por lo tanto, nuestros ingresos del primer año de operaciones será de C\$1, 032,449.83.

Tabla 82 Otros ingresos de unidades físicas

"Sabores de tierra"														
Cédula N° 18 Proyecciones de Otros Ingresos														
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total	
Abono orgánico (Desechos)	600.00	600.00	900.00	900.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	900.00	900.00	8,400.00	
TOTAL	C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 900.00	C\$ 900.00	C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 900.00	C\$ 900.00	C\$ 8,400.00	

5.2.3 Presupuesto de egresos

Es la estimación de entrada y salida de recursos monetarios para un determinado periodo es posible calcular y plasmar en un registro, cuánto dinero se requiere para desarrollar una acción o materializar un proyecto.

Los presupuestos de egresos están integrados fundamentalmente por los siguientes rubros:

Tabla 83 Egresos del primer año 2021 (Materiales Directos)

Cédula N° 9 Proyecciones de Materiales Directos enviados a producción (Unidades Monetarias)														
Descripción	C/U	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Cebolla	C\$ 10.00	C\$ 900.00	C\$ 900.00	C\$ 1,350.00	C\$ 1,350.00	C\$ 900.00	C\$ 900.00	C\$ 900.00	C\$ 900.00	C\$ 900.00	C\$ 900.00	C\$ 1,350.00	C\$ 1,350.00	C\$ 12,600.00
Zanahoria	C\$ 10.00	C\$ 800.00	C\$ 800.00	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00	C\$ 800.00	C\$ 800.00	C\$ 800.00	C\$ 800.00	C\$ 800.00	C\$ 800.00	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00	C\$ 11,200.00
Brócoli	C\$ 25.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 14,000.00
Coliflor	C\$ 60.00	C\$ 2,400.00	C\$ 2,400.00	C\$ 3,600.00	C\$ 3,600.00	C\$ 2,400.00	C\$ 2,400.00	C\$ 2,400.00	C\$ 2,400.00	C\$ 2,400.00	C\$ 2,400.00	C\$ 3,600.00	C\$ 3,600.00	C\$ 33,600.00
Pepino	C\$ 5.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 225.00	C\$ 225.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 225.00	C\$ 225.00	C\$ 2,100.00
Ajo	C\$ 5.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 225.00	C\$ 225.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 225.00	C\$ 225.00	C\$ 2,100.00
Papa	C\$ 10.00	C\$ 400.00	C\$ 400.00	C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 400.00	C\$ 400.00	C\$ 400.00	C\$ 400.00	C\$ 400.00	C\$ 400.00	C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 5,600.00
Chayote	C\$ 5.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 2,800.00
Chilote	C\$ 10.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 2,800.00
Mango	C\$ 3.00	C\$ 60.00	C\$ 60.00	C\$ 90.00	C\$ 90.00	C\$ 60.00	C\$ 60.00	C\$ 60.00	C\$ 60.00	C\$ 60.00	C\$ 60.00	C\$ 90.00	C\$ 90.00	C\$ 840.00
Chile	C\$ 30.00	C\$ 2,400.00	C\$ 2,400.00	C\$ 3,600.00	C\$ 3,600.00	C\$ 2,400.00	C\$ 2,400.00	C\$ 2,400.00	C\$ 2,400.00	C\$ 2,400.00	C\$ 2,400.00	C\$ 3,600.00	C\$ 3,600.00	C\$ 33,600.00

Mimbro	C\$ 5.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 225.00	C\$ 225.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 225.00	C\$ 225.00	C\$ 2,100.00
Vinagre	C\$ 10.00	C\$ 2,400.00	C\$ 2,400.00	C\$ 3,600.00	C\$ 3,600.00	C\$ 2,400.00	C\$ 2,400.00	C\$ 2,400.00	C\$ 2,400.00	C\$ 2,400.00	C\$ 2,400.00	C\$ 3,600.00	C\$ 3,600.00	C\$ 33,600.00
Sal	C\$ 4.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 2,800.00
Total		C\$ 11,410.00	C\$ 11,410.00	C\$ 17,115.00	C\$ 17,115.00	C\$ 11,410.00	C\$ 11,410.00	C\$ 11,410.00	C\$ 11,410.00	C\$ 11,410.00	C\$ 11,410.00	C\$ 17,115.00	C\$ 17,115.00	C\$ 159,740.00

Fuente: Equipo investigador

Tabla 84 Egresos de mano de obra directa

Cédula N° 11 Proyecciones de Mano de Obra Directa													
DESCRIPCIÓN	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Operario 1	C\$ 4,800.00	C\$ 4,800.00	C\$ 4,800.00	C\$ 4,800.00	C\$ 4,800.00	C\$ 4,800.00	C\$ 4,800.00	C\$ 4,800.00	C\$ 4,800.00	C\$ 4,800.00	C\$ 4,800.00	C\$ 4,800.00	C\$ 57,600.00
Operario 2	C\$ 4,800.00	C\$ 4,800.00	C\$ 4,800.00	C\$ 4,800.00	C\$ 4,800.00	C\$ 4,800.00	C\$ 4,800.00	C\$ 4,800.00	C\$ 4,800.00	C\$ 4,800.00	C\$ 4,800.00	C\$ 4,800.00	C\$ 57,600.00
Total	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 115,200.00

Fuente: Equipo investigador

Tabla 85 Egresos de costos indirectos de fabricación

Cédula N° 12 Proyecciones de Costos Indirectos de Fabricación													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Costos Fijos													
Mantenimiento de maquinaria	-	-	-	-	-	1,500.00	-	-	-	-	-	1,500.00	3,000.00

Renta de local	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	16,800.00
Servicios básicos	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	8,640.00
Prestaciones sociales	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	28,800.00
Depreciaciones	821.67	821.67	821.67	821.67	821.67	821.67	821.67	821.67	821.67	821.67	821.67	821.67	821.67	9,860.00
Amortizaciones	426.68	426.68	426.68	426.68	426.68	426.68	426.68	426.68	426.68	426.68	426.68	426.68	426.68	5,120.17
Sub total Costos Fijos	C\$ 5,768.35	C\$ 5,768.35	C\$ 5,768.35	C\$ 5,768.35	C\$ 5,768.35	C\$ 7,268.35	C\$ 5,768.35	C\$ 5,768.35	C\$ 5,768.35	C\$ 5,768.35	C\$ 5,768.35	C\$ 5,768.35	C\$ 7,268.35	C\$ 72,220.17
Costos Variables														
Materiales indirectos	21,736.00	21,736.00	32,604.00	32,604.00	21,736.00	21,736.00	21,736.00	21,736.00	21,736.00	21,736.00	32,604.00	32,604.00	304,304.00	
Mano de obra indirecta	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	72,000.00	
Empaques	1,000.00	1,000.00	1,500.00	1,500.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,500.00	1,500.00	14,000.00	
													-	
													-	
Sub total Costos Variables	C\$ 28,736.00	C\$ 28,736.00	C\$ 40,104.00	C\$ 40,104.00	C\$ 28,736.00	C\$ 28,736.00	C\$ 28,736.00	C\$ 28,736.00	C\$ 28,736.00	C\$ 28,736.00	C\$ 40,104.00	C\$ 40,104.00	C\$ 390,304.00	
Total Costos	C\$ 34,504.35	C\$ 34,504.35	C\$ 45,872.35	C\$ 45,872.35	C\$ 34,504.35	C\$ 36,004.35	C\$ 34,504.35	C\$ 34,504.35	C\$ 34,504.35	C\$ 34,504.35	C\$ 45,872.35	C\$ 47,372.35	C\$ 462,524.17	

Fuente: Equipo investigador

Tabla 86 Egresos de gastos de venta

Cédula N° 16 Proyecciones de Gastos de Ventas													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total

Publicidad y propaganda	-	-	6,175.00	-	-	6,175.00	-	-	6,175.00	-	-	6,175.00	24,700.00
Promociones y descuentos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Envolturas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Servicios básicos	1,090.00	1,090.00	1,090.00	1,090.00	1,090.00	1,090.00	1,090.00	1,090.00	1,090.00	1,090.00	1,090.00	1,090.00	13,080.00
Salarios	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	42,000.00
Vacaciones	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	3,500.00
Treceavo mes	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	3,500.00
Indemnización	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	3,500.00
Inss Patronal	752.50	752.50	752.50	752.50	752.50	752.50	752.50	752.50	752.50	752.50	752.50	752.50	9,030.00
Papelería y útiles de oficina	128.00	78.00	78.00	78.00	78.00	78.00	128.00	78.00	78.00	78.00	78.00	78.00	1,036.00
Material de aseo y limpieza	825.00	-	-	610.00	-	-	610.00	-	-	610.00	-	-	2,655.00
Mantenimiento de mobiliario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Combustible	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	18,000.00
Depreciaciones	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	4,000.00
Amortizaciones	213.34	213.34	213.34	213.34	213.34	213.34	213.34	213.34	213.34	213.34	213.34	213.34	2,560.08
Cuota fija	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	12,600.00
													-
Total	C\$ 10,267.17	C\$ 9,392.17	C\$ 15,567.17	C\$ 10,002.17	C\$ 9,392.17	C\$ 15,567.17	C\$ 10,052.17	C\$ 9,392.17	C\$ 15,567.17	C\$ 10,002.17	C\$ 9,392.17	C\$ 15,567.17	C\$ 140,161.08

Fuente: Equipo investigador

En los egresos de gastos de venta se obtiene un total de C\$140, 161.08 menos las depreciaciones y amortizaciones del primer año de operaciones se obtiene un total de egresos de C\$ 133,601.00.

Tabla 87 Egresos de gastos de administración

Cédula N° 17 Proyecciones de Gastos de Administración													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Servicios básicos	1,090.00	1,090.00	1,090.00	1,090.00	1,090.00	1,090.00	1,090.00	1,090.00	1,090.00	1,090.00	1,090.00	1,090.00	13,080.00
Salarios	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	42,000.00
Vacaciones	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	3,500.00
Treceavo mes	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	3,500.00
Indemnización	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	291.67	3,500.00
Inss Patronal	752.50	752.50	752.50	752.50	752.50	752.50	752.50	752.50	752.50	752.50	752.50	752.50	9,030.00
Papelería y útiles de oficina	128.00	78.00	78.00	78.00	78.00	78.00	128.00	78.00	78.00	78.00	78.00	78.00	1,036.00
Material de aseo y limpieza	825.00	-	-	610.00	-	-	610.00	-	-	610.00	-	-	2,655.00
Mantenimiento de mobiliario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Combustible	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciaciones	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	333.33	4,000.00
Amortizaciones	213.34	213.34	213.34	213.34	213.34	213.34	213.34	213.34	213.34	213.34	213.34	213.34	2,560.08
Cuota fija	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	12,600.00

													0
													-
Total	C\$ 8,767.17	C\$ 7,892.17	C\$ 7,892.17	C\$ 8,502.17	C\$ 7,892.17	C\$ 7,892.17	C\$ 8,552.17	C\$ 7,892.17	C\$ 7,892.17	C\$ 8,502.17	C\$ 7,892.17	C\$ 7,892.17	C\$ 97,461.08

Fuente: Equipo investigador

5.2.4 Presupuesto de costos

Este presupuesto se divide entre el volumen de producción presupuestado para obtener el costo unitario presupuestado y después aplicado a la producción terminada, a la producción en proceso y a la producción vendida en otras palabras este presupuesto permite acumular el costo de producción para después evaluar el inventario y el costo de venta (Morales, 2014).

Tabla 88 Presupuesto de costo

Cédula N° 13 Proyecciones de Costos de Producción Mensual													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Materia Prima Directa	C\$ 11,410.00	C\$ 11,410.00	C\$ 17,115.00	C\$ 17,115.00	C\$ 11,410.00	C\$ 11,410.00	C\$ 11,410.00	C\$ 11,410.00	C\$ 11,410.00	C\$ 11,410.00	C\$ 17,115.00	C\$ 17,115.00	C\$ 159,740.00
Mano de Obra Directa	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 115,200.00
CIF	C\$ 34,504.35	C\$ 34,504.35	C\$ 45,872.35	C\$ 45,872.35	C\$ 34,504.35	C\$ 36,004.35	C\$ 34,504.35	C\$ 34,504.35	C\$ 34,504.35	C\$ 34,504.35	C\$ 45,872.35	C\$ 47,372.35	C\$ 462,524.17
Total	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$

	55,514.3	55,514.3	72,587.3	72,587.35	55,514.35	57,014.3	55,514.35	55,514.3	55,514.3	55,514.3	72,587.3	74,087.3	737,464.
	5	5	5			5		5	5	5	5	5	17

Fuente: Cálculo realizado por el equipo investigador

Obteniendo en este presupuesto la cantidad de C\$737,464.77, en el que se incluyen la materia prima directa, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

5.2.5 Estructura de costo

Se refiere a la proporción de cada factor o servicio productivo representa el costo total o de cada unidad. Desde el punto de vista de la teoría de la producción se estudia la participación de los costos fijos y los costos variables en los costos totales

Es el proceso orientado a organizar de manera práctica la gestión de costo, basados en las prioridades estratégicas y operativas de la organización (A., 2002).

Tabla 89 Estructura de costos 2021

Estructura de Costos Año 2021													
Producto: Chileros con vegetales mixtos													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Costo Total Anual
Materia Prima Directa													
Cebolla	900.00	900.00	1,350.00	1,350.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	1,350.00	1,350.00	12,600.00

Zanahoria	800.00	800.00	1,200.00	1,200.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	1,200.00	1,200.00	11,200.00
Brócoli	1,000.00	1,000.00	1,500.00	1,500.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,500.00	1,500.00	14,000.00
Coliflor	2,400.00	2,400.00	3,600.00	3,600.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	3,600.00	3,600.00	33,600.00
Pepino	150.00	150.00	225.00	225.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	225.00	225.00	2,100.00
Ajo	150.00	150.00	225.00	225.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	225.00	225.00	2,100.00
Papa	400.00	400.00	600.00	600.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	600.00	600.00	5,600.00
Chayote	200.00	200.00	300.00	300.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	300.00	300.00	2,800.00
Chilote	200.00	200.00	300.00	300.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	300.00	300.00	2,800.00
Mango	60.00	60.00	90.00	90.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	90.00	90.00	840.00
Chile	2,400.00	2,400.00	3,600.00	3,600.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	3,600.00	3,600.00	33,600.00
Mimbro	150.00	150.00	225.00	225.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	225.00	225.00	2,100.00
Vinagre	2,400.00	2,400.00	3,600.00	3,600.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	3,600.00	3,600.00	33,600.00
Sal	200.00	200.00	300.00	300.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	300.00	300.00	2,800.00
Sub total	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$

Materia Prima Directa	11,410.00	11,410.00	17,115.00	17,115.00	11,410.00	11,410.00	11,410.00	11,410.00	11,410.00	11,410.00	17,115.00	17,115.00	159,740.00
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Materia Prima Indirecta													
Mano de Obra Directa													
Operario 1	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	57,600.00
Operario 2	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	57,600.00
Sub total MOD Directa	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 115,200.00
Costos Indirectos de Fabricación													
Costos Fijos	5,768.35	5,768.35	5,768.35	5,768.35	5,768.35	7,268.35	5,768.35	5,768.35	5,768.35	5,768.35	5,768.35	7,268.35	72,220.17
Costos Variables	28,736.00	28,736.00	40,104.00	40,104.00	28,736.00	28,736.00	28,736.00	28,736.00	28,736.00	28,736.00	40,104.00	40,104.00	390,304.00
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sub total CIF	C\$ 34,504.35	C\$ 34,504.35	C\$ 45,872.35	C\$ 45,872.35	C\$ 34,504.35	C\$ 36,004.35	C\$ 34,504.35	C\$ 34,504.35	C\$ 34,504.35	C\$ 34,504.35	C\$ 45,872.35	C\$ 47,372.35	C\$ 462,524.17
		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	7
Costo Total Mensual	C\$ 55,514.35	C\$ 55,514.35	C\$ 72,587.35	C\$ 72,587.35	C\$ 55,514.35	C\$ 57,014.35	C\$ 55,514.35	C\$ 55,514.35	C\$ 55,514.35	C\$ 55,514.35	C\$ 72,587.35	C\$ 74,087.35	C\$ 737,464.17
		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	7

Fuente: Calculo realizado por equipo investigador

Tabla 90 Estructura de costos anual

"Sabores de mi tierra"							
Estructura de Costos Anual							
Producto: Chileros con vegetales mixtos							
Descripción	Año 1		Año 2		Año 3		Costo Total
Materia Prima Directa							
Cebolla	C\$	12,600.00	C\$	17,903.34	C\$	25,438.86	C\$ 55,942.20
Zanahoria	C\$	11,200.00	C\$	15,914.08	C\$	22,612.32	C\$ 49,726.40
Brócoli	C\$	14,000.00	C\$	19,892.60	C\$	28,265.40	C\$ 62,158.00
Coliflor	C\$	33,600.00	C\$	47,742.24	C\$	67,836.95	C\$ 149,179.19
Pepino	C\$	2,100.00	C\$	2,983.89	C\$	4,239.81	C\$ 9,323.70
Ajo	C\$	2,100.00	C\$	2,983.89	C\$	4,239.81	C\$ 9,323.70
Papa	C\$	5,600.00	C\$	7,957.04	C\$	11,306.16	C\$ 24,863.20
Chayote	C\$	2,800.00	C\$	3,978.52	C\$	5,653.08	C\$ 12,431.60
Chilote	C\$	2,800.00	C\$	3,978.52	C\$	5,653.08	C\$ 12,431.60
Mango	C\$	840.00	C\$	1,193.56	C\$	1,695.92	C\$ 3,729.48
Chile	C\$	33,600.00	C\$	47,742.24	C\$	67,836.95	C\$ 149,179.19
Mimbro	C\$	2,100.00	C\$	2,983.89	C\$	4,239.81	C\$ 9,323.70
Vinagre	C\$	33,600.00	C\$	47,742.24	C\$	67,836.95	C\$ 149,179.19
Sal	C\$	2,800.00	C\$	3,978.52	C\$	5,653.08	C\$ 12,431.60

Sub total Materia Prima Directa	C\$ 159,740.00	C\$ 226,974.57	C\$ 322,508.16	C\$ 709,222.73
Mano de Obra Directa				
Operario 1	C\$ 57,600.00	C\$ 59,114.88	C\$ 121,339.20	C\$ 238,054.08
Operario 2	57,600.00	C\$ 59,114.88	C\$ 60,669.60	177,384.48
Sub total MOD Directa	C\$ 115,200.00	C\$ 118,229.76	C\$ 182,008.80	C\$ 415,438.56
Costos Indirectos de Fabricación				
Costos Fijos	C\$ 72,220.17	C\$ 76,008.81	C\$ 93,661.27	C\$ 241,890.24
Costos Variables	390,304.00	C\$ 521,581.15	C\$ 706,938.72	1618,823.87
Sub total CIF	C\$ 462,524.17	C\$ 597,589.96	C\$ 800,599.99	C\$ 1860,714.12
Costo Total Anual	C\$ 737,464.17	C\$ 942,794.29	C\$ 1305,116.96	C\$ 2985,375.41

Fuente: Equipo investigador

5.3.1 Flujo de fondo

El flujo de fondo es la capacidad de dinero en efectivo y en crédito fluyendo dentro y fuera de un negocio. Un flujo de fondo positivo es más dinero entrando que saliendo y un flujo negativo es menor enterando que el necesario para cubrir los gastos del negocio. Esta prestación sistemática de entrada y salida de dinero del proyecto en un periodo se construye el flujo de fondo con el propósito de obtener índices de rentabilidad como VAN y TIR y otros indicadores que ayuden a tomar la decisión de inversión (A., 2002).

En donde para conocer el flujo de fondos se aumentaron las ventas en un 30% y se aplicó la tasa de inflación que equivale un 4%, la tasa de deslizamiento de la moneda 3% y el índice de precios al consumidor 2.3%, obteniendo un total del 9.3% para aquellos gastos y costos que son afectados en los próximos años. A la misma vez se le aplicó el 2.63% al salario mínimo que aumenta durante el transcurso

Tabla 91 Flujo de fondos

Flujo de Fondos				
Descripción	Años			
	0	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Ingresos por Ventas		C\$ 1032,449.83	C\$ 1342,184.78	C\$ 1744,840.22
Costos de Producción		C\$ 737,464.17	C\$ 942,794.29	C\$ 1305,116.96
Utilidad bruta		C\$ 294,985.67	C\$ 399,390.50	C\$ 439,723.26
Gastos Administrativos		C\$ 97,461.08	C\$ 101,646.19	C\$ 106,283.78
Gastos de Venta		C\$ 140,161.08	C\$ 148,317.29	C\$ 157,295.29
Utilidad antes de Impuesto		C\$ 57,363.50	C\$ 149,427.03	C\$ 176,144.18
Depreciación		C\$ 17,860.00	C\$ 17,860.00	C\$ 17,860.00
Amortización		C\$ 10,240.33	C\$ 10,240.33	C\$ 10,240.33
Inversión Fija	C\$ 63,050.00			
Inversión Diferida	C\$ 30,721.00			
Capital de Trabajo	-C\$ 326,499.00			

Flujo Neto de Efectivo	-C\$ 232,728.00	C\$ 85,463.83	C\$ 177,527.36	C\$ 204,244.52
-------------------------------	------------------------	----------------------	-----------------------	-----------------------

Fuente: Equipo investigador

5.3.2 Valor actual neto (VAN)

Según el autor (Morales, 2014) el VAN de la deseabilidad de un proyecto en términos absolutos, calcula la cantidad total en que aumentado el capital como consecuencia de proyecto. También se define como indicador que compara el valor actual de los flujos netos de entrada de efectivo con el valor del costo inicial de un proyecto de desembolso capital. Este valor es el indicador que mide la rentabilidad de un proyecto de inversión aplicado como la diferencia entre las salidas y entrada de dinero que ocurre durante la vida del proyecto a una tasa de interés fija

Por lo tanto, para poder calcular la tasa del valor actual neto en la microempresa “Sabores de mi tierra”, es necesario conocer la tasa de descuento del banco, lo cual equivale a un 19% y el flujo de efectivo para los 3 años de operaciones.

Tabla 92 Flujo neto de efectivo

Descripción	Años			
	0	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Inversión Inicial	-C\$ 232,728.00	C\$ 85,463.83	C\$ 177,527.36	C\$ 204,244.52
Flujo Neto de Efectivo				

Fuente: Equipo investigador

Tasa de descuento al 19%	
VAN	C\$ 85,655.85

En donde para obtener el valor actual neto se toma en cuenta la tasa de descuento, la suma de los 3 años de operaciones y la inversión inicial.

5.3.3 Tasa interna de retorno (TIR)

Según (Sandrea, 2006) es la tasa de interés obtenido en el saldo de inversión no recuperado de un proyecto tal que al concluir el proyecto el saldo recuperado sea igual a cero. De allí que la tasa interna de retorno de un proyecto es aquella tasa de descuento que hace que la suma de los flujos de efectivo descontado (ingresos y egresos) sea igual a la inversión inicial

Es un indicador de rentabilidad, a mayor, TIR mayor rentabilidad del proyecto, comparamos la TIR con el tipo de interés sin riesgo (generalmente el tipo de la deuda pública) en caso de ser superior la TIR se acepta el proyecto en caso contrario se rechaza pues evidentemente es mejor invertir en el activo sin riesgo.

Por lo tanto, en la microempresa “Sabores de mi tierra” a través del análisis financiero hemos analizado la rentabilidad financiera del proyecto, de acuerdo a los resultados obtenidos la inversión es rentable, obteniendo los siguientes resultados.

TIR	38.04%
------------	---------------

TIR del proyecto 38.04% > TD 19%

Conociendo que el proyecto si es rentable, ya que TIR es mayor que la tasa de descuento. En donde es altamente atractivo y viable para los inversionistas.

6. Bibliografía

- A., C. M. (2002). *Respuesta para los financiero*. Mexico: Pearson Educasion.
- Aching. (2006). *toma de decisiones empresariales 2*. Mexico: Mc Gray.
- Alvarez, W., & Gonzalez, D. (07 de Junio de 2017). *Consumo de hortalizas en nicaragua*.
Obtenido de <https://www.laprensa.com.ni/2017/06/07/economia/2242175-crecera-consumo-de-hortalizas-en-nicaragua>
- Bartesaghi. (2011). *producto y proceso*. Montevideo: UDELAR.
- Boza, N. N. (2017). *Materia prima en los paices*. mexico: ilustracines.
- Braganza, B. (10 de Noviembre de 2017). *¿Qué es la propiedad intelectual?* Obtenido de <http://www.institutoautor.org/es-ES/SitePages/corp-ayudaP2.aspx?i=150>
- Briseño. (2004). *Forma y fuente de financiamientoa corto y largo plazo* . Mexico: Editorial libre.
- Campos, J. (21 de Febrero de 2011). *El embudo de la innovación*. Recuperado el 01 de Abril de 2020, de <http://thejazzmusician-xavier.blogspot.com/2011/02/el-embudo-de-la-innovacion.html>
- DGI. (11 de Noviembre de 2016). *Requisitos Cédula RUC Persona Natural en Nicaragua*.
Obtenido de <https://construir.esnicaragua.com/requisitos-cedula-ruc-persona-natural-en-nicaragua/>
- Diaz, A. (7 de Junio de 2014). *Distribución de planta física*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/angiiziithadiaz12/distribucin-de-planta-fisica#:~:text=DISTRIBUCI%C3%93N%20DE%20PLANTA%20FISICA%20Con siste,los%20espacios%20necesarios%20para%20el.&text=Se%20aplica%20a%20to dos%20aquellos,ya%20est%C3%A9%20prefijado%20o%20no.>
- Gitman. (2007). *Administracion financiera*. Mexico: PRETENTICE HALL.

- Gonzalez, J. (05 de Julio de 2017). *IMPORTANCIA DE LAS VERDURAS Y HORTALIZAS*. Recuperado el 01 de Abril de 2020, de <https://www.portalfarma.com/Ciudadanos/saludpublica/consejosdesalud/Paginas/1402verdurashortalizas.aspx>
- Hernandez, M. (20 de Junio de 2017). *PROPIEDADES Y BENEFICIOS DE LA PAPA*. Recuperado el 10 de Abril de 2020, de <https://www.papachile.cl/propiedades-y-beneficios-de-la-papa/>
- Huerta, I. (26 de Enero de 2016). *El estudio de mercado en las empresas*. Obtenido de <http://www.nube.villanett.com/2016/01/26/estudio-de-mercado-en-las-empresas/#>:
- INATEC. (2018). *Cultivos de hortalizas*. Managua, Nicaragua.
- Kotler, P. (31 de Agosto de 2000). *¿Qué es una oportunidad de marketing?* Obtenido de <https://mercado.com.ar/management-marketing/que-es-una-oportunidad-de-marketing-2/>
- Latorre, D. (06 de Febrero de 2020). *Los 10 principales beneficios del brócoli para la salud*. Recuperado el 10 de Abril de 2020, de <https://www.miarevista.es/salud/articulo/los-10-principales-beneficios-del-brocoli-para-la-salud-291461659861>
- Ley N°380. (14 de Febrero de 2001). *Ley de marcas y otros signos distintivos*. Diario Oficial de la Republica de Nicaragua. Managua, Nicaragua: La Gaceta. Obtenido de <https://www.mific.gob.ni/Portals/0/Documentos/RPI/Marcas/Ley%20380.pdf?ver=2019-08-14-104948-127>
- Lopez, A. (23 de Noviembre de 2017). *Razones por las que deberías incluir el chile jalapeño en tu dieta*. Recuperado el 10 de Abril de 2020, de <https://okdiario.com/salud/79981-2810638>
- Lopez, P. (02 de Noviembre de 2018). *Qué es la Propuesta de Valor*. Recuperado el 20 de Mayo de 2020, de <https://aprendamosmarketing.com/la-propuesta-de-valor/>

- Martin, F. R. (1989). *Fundamentos, tecnicas procedimiento de organizacion y metodo*. Paraguay : Litocolor.
- Mercola, J. (09 de Enero de 2017). *Beneficios de la Coliflor*. Recuperado el 10 de Abril de 2020, de <https://alimentossaludables.mercola.com/coliflor.html>
- Molina, A. (25 de Octubre de 2016). *El ciclo de vida del proyecto*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/10/el-ciclo-de-vida-del-proyecto/>
- Montes, L. (14 de Abril de 2018). *MIMBRO*. Recuperado el 10 de Abril de 2020, de <https://www.triplemonte.com/mimbro/>
- Morales. (2014). *PLANEACION FINANCIERA*. Mexico: Editorial Patria.
- Olmos. (2010). *Oportunidad de financiamiento para la pequeña y mediana empresa*. Mexico: Ediciones fiscales.
- Orue, J. (12 de Febrero de 2005). *Situación de la Propiedad Intelectual y su Relación con la Actividad Agropecuaria en Centro America*. Obtenido de <https://www.lamjol.info/index.php/DERECHO/article/view/997/820>
- Oviedo, C. (s.f.). *Registros Sanitarios en Nicaragua*. Obtenido de https://alvaradoyasociadoslegal.com/spanish-blog/spanish-blog/registros-sanitarios-en-nicaragua/?back=spanish_blog#:~:text=Datos%20del%20Titular%3A%20Nombre%2C%20n%C3%BAmero,titular%20de%20la%20empresa%20solicitante.
- Papa, Y. (26 de Febrero de 2020). *Propiedades y beneficios de la zanahoria*. Recuperado el 10 de Abril de 2020, de <https://mejorconsalud.com/propiedades-beneficios-la-zanahoria/>
- Penelo, L. (23 de Julio de 2018). *Pepino: propiedades, beneficios y valor nutricional*. Recuperado el 10 de Abril de 2020, de <https://www.lavanguardia.com/comer/materia->

prima/20180723/45974483142/pepino-alimento-valor-nutricional-beneficios-propiedades.html

Penelo, L. (16 de Julio de 2018). *propiedades, beneficios y valor nutricional de la cebolla*. Recuperado el 10 de Abril de 2020, de <https://www.lavanguardia.com/comer/materia-prima/20180716/45869914237/cebolla-alimentos-propiedades-beneficios-valor-nutricional.html>

Penelo, L. (08 de Septiembre de 2019). *Ajo: propiedades, beneficios y valor nutricional*. Recuperado el 10 de Abril de 2020, de <https://www.lavanguardia.com/comer/materia-prima/20180705/45652499122/ajo-propiedades-beneficios.html>

Perez, I. (24 de Abril de 2018). *Propiedades y beneficios del mango*. Recuperado el 10 de Abril de 2020, de <https://huertodelsol.com/5-propiedades-nutricionales-del-mango>

Perez, M. (27 de Agosto de 2020). *Inversión*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/inversion/>

Pomar, P. (16 de Septiembre de 2017). *¿Qué es el Design Thinking?* Recuperado el 01 de Abril de 2020, de <https://thinkernautas.com/que-es-el-design-thinking>

Rabinowitz, P. (12 de Enero de 2010). *Desarrollar un plan de gestión*. Obtenido de <https://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/liderazgo/administracion-efectiva/plan-de-gestion/principal>

Raffino, M. (31 de Agosto de 2020). *"Mano de Obra"*. Obtenido de <https://concepto.de/mano-de-obra/>

Raffino, M. (23 de Julio de 2020). *Concepto de proceso de producción*. Obtenido de <https://concepto.de/proceso-de-produccion/>

Rivera, J. (2018). *Informe anual 2018*. Managua, Nicaragua: Banco Central de Nicaragua. Recuperado el 01 de Abril de 2020, de

https://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/anual/informe_anual/Informe%20Anual%202018.pdf

Salinas, J. (25 de Febrero de 2019). *El poder de... El chayote*. Recuperado el 10 de Abril de 2020, de <https://elpoderdelconsumidor.org/2019/02/el-poder-de-el-chayote/>

Salvo, K. (14 de Diciembre de 2019). *clinica alemana*. Obtenido de clinica alemana: <https://www.clinica alemana.com>

Sandrea, B. y. (2006). *Estrategia de desarrollo para el financiamiento*. Mexico: ESIC editorial.

Silva, K. (12 de Agosto de 2018). *¿Qué son considerados gastos generales de producción?* Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/qu-son-considerados-gastos-generales-de-produccion-11444.html>

Valles, C. (03 de Mayo de 2019). *Estos son los colores que puede incluir en la etiqueta de su producto*. Recuperado el 10 de Mayo de 2020, de <https://www.etiquetasetiprint.com/noticias/teoria-del-color-para-etiquetas>

Vera, A. (03 de Abril de 2012). *Beneficios y propiedades nutricionales del Maíz*. Recuperado el 10 de Abril de 2020, de <https://www.venelogia.com/archivos/6403/>

Zamora, C. (06 de Septiembre de 2017). *Al Chile, picardía y sabor para disfrutar en Nicaragua*. Recuperado el 01 de Abril de 2020, de <https://www.tn8.tv/empresas/430240-chile-picardia-sabor-disfrutar-nicaragua/>

7. Anexo

Anexo 1 Fotos de participación en la feria expo-ciencia departamental 2020 impulsado por la UNAN-Managua y la facultad multidisciplinaria de carazo junto con apoyo del MEFCA



Anexo 2 Diseño metodológico

Planteamiento del problema de investigación

Nicaragua es un país fundamentalmente agrícola, donde se cultivan diversos productos entre ellos las hortalizas, que generan las principales fuentes de ingreso de muchas familias. A la misma vez el país cuenta también con suelos fértiles aptos para la agricultura de

diferentes productos, que van desde café, cacao, granos básicos, cereales, caña de azúcar, frutas y legumbres.

En Nicaragua la producción de hortalizas se ha convertido en una de las principales fuentes económicas que no se han aprovechado tecnológicamente en comparación con los otros países de la región Centroamericana, siendo pocas las empresas que se dedican al procesamiento de hortalizas. En los últimos años el cultivo de hortalizas se ha ido promoviendo logrando que el país alcance un mayor auge en la explotación de sus recursos.

Por lo tanto la oportunidad del trabajo es aprovechar la sobre producción de verduras y hortalizas que se cultivan en Nicaragua, proporcionando a las personas los beneficios y vitamina que estos poseen.

Objetivo de la investigación de mercado

- **General**

Obtener información que nos ayude para enfrentar las condiciones de mercado, tomando decisiones y anticipar la evaluación del mismo, de acuerdo a la percepción que tienen las personas hacia los chileros con vegetales mixtos.

- **Específicos**

1. Información externa acerca de competidores, proveedores y condiciones especiales del mercado.
2. Determinar el grado del éxito o fracaso que pueda tener el producto al ser nueva innovación en el mercado.
3. Poder identificar las perspectivas del cliente acerca del producto en su sabor e innovación.

Métodos y técnicas

Son forma de recolectar datos o información necesaria para realizar una investigación de mercado; entre estas las principales técnicas de investigación son:

- ❖ Sondeo

Para realizar el estudio de mercado del producto chileros con vegetales mixto; el primer paso es realizar un sondeo, para conocer la opinión pública. Estas mediciones se realizan por medio de muestreos que, usualmente están diseñados para representar las opiniones de una población llevando a cabo una serie de preguntas y, luego, extrapolar generalidades en proporción o dentro de un intervalo de confianza.

Luego de haber aplicado el sondeo se obtendrá información sobre las respuestas de los clientes potenciales, en cuanto a sus preferencias, costumbres y hábitos de consumo.

❖ Encuesta

También se utilizó encuestas que son la herramienta más común para llevar a cabo estudios de mercado. En el cual, se plantea una serie de preguntas para conocer la respuesta de los clientes potenciales, en cuanto a sus preferencias, costumbres y hábitos. Con ello se persigue una variedad de fines, especialmente el de saber la opinión de la población, sin necesidad de abordarla en su totalidad. Se toma en cuenta, para este proceso, una muestra con un número de personas manejable. Para ello, se selecciona una porción representativa de la población.

Tipo de estudio

El tipo de estudio realizado es exploratorio, ya que es utilizada para estudiar un problema que no está claramente definido, por lo que se lleva a cabo para comprenderlo mejor, pero sin proporcionar resultados concluyentes. Con el fin de obtener un mayor conocimiento sobre los tipos de chileros que las personas jinotepinas suelen consumir y así profundizar sobre la oportunidad de elaborar y comercializar chileros con vegetales mixto que hacen una diferenciación dentro de los productos comercializados en el mercado.

Tabla 93 Operabilización de las variables

Operabilización de las variables

Número	Variable independiente	Variable dependiente	Indicador	Preguntas
1	Demografía	Sexo	Masculino	¿Cuál es su Sexo?
			Femenino	
		Edad	18 años-25 años	¿Cuál es su edad?
			26 años- 35 años	
			35 años- 44 años	
			45 años- 54 años	
			55 años a mas	
		Ingreso	Menos de C\$4,000	¿De cuánto es su ingreso mensual?
			C\$4,000-C\$8,000	
			C\$8,100-C\$12,000	
			C\$12,100 a mas	
		Número de miembros familiares	De 1 a 2 miembros	¿Cuántas personas forman su núcleo familiar?
			De 3 a 5 miembros	
			De 6 a más	
Ocupación	Estudiante	¿Cuál es su ocupación actualmente?		
	Profesional			
	Trabajador			
	Desempleado			
2	Demanda	Hábitos de consumo	No	¿Consumen usted chileros?
			Si	
			Diario	¿Con que frecuencia consume chilero?
			Semanal	
			Quincenal	
			Mensual	
		Preferencias de consumo	Naturales	¿Qué tipo de vinagre le gusta más en los chileros?
			Químicos	
			Ambos	
		Percepción a la innovación	Si	¿Estaría dispuesto a consumir un chilero con vegetales mixto?
			No	

			Si	¿Compraría usted un chilero con ingredientes nuevo como el mango, el ajo, el mimbro?
			No	
			Tal vez	
		Propiedades del producto	Vegetal mixto	¿Cómo prefiere el contenido con respecto a los vegetales del producto?
			Encebollado con zanahoria	
			Pepino con jalapeño	
			Otros	
		Percepción del consumidor	Picante	¿Cómo prefiere el picor del chilero?
			No picante	
			Poco picante	
			Fermiere	¿Cómo prefiere el tipo de corte de los vegetales en el chilero?
			Rondele	
			Cubos grandes	
			Paisane	
			Cubos medios	
			Bastonetes	
			Cubos pequeños	
			Juliene	
		Lugar de compra	Supermercado	¿En qué lugar compra usted chileros?
			Plaza comercial	
			Mercado libre	
			Abarrotería	
			Pulperías	
3	Oferta	Precio	C\$40 a C\$80	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un chilero con vegetales mixto?
			C\$90 a C\$120	
			C\$130 a mas	

		Presentación	250 gramos	¿En qué presentaciones con respecto a la porción le gustaría adquirir el producto?	
			450 gramos		
			650 gramos		
			850 gramos		
			Vidrio	Plástico	¿Qué tipo de envase prefiere para este producto?
				Bolsa siplox	
				Ambos	
		Competencia	La colonia	¿Qué marca de chileros consume más?	
			Economax		
			Del mercado		
4	Clientes	Gustos y preferencias	Marca	Al momento de su compra ¿Qué razones influye en la decisión?	
			Precio		
			Calidad		
			Envase		
			Sabor		
			Tamaño		
			Color		
		Percepción del cliente	Mi buen picazo	¿Qué nombre le gustaría para el producto de chileros con vegetales mixto?	
			Sabores de mi tierra		
			Chileros jinotepinos		
			El chilerito de mi comida		
			Chileros La caraceña		
		Publicidad	Redes sociales	¿A través de que medio te gustaría encontrar nuestro chilero?	
			Volantes		
Televisión					
Radio					

Fuente: Equipo investigador

Muestra

Universo Cualitativo:

Todas las personas de la ciudad de Jinotepe y que tengan la posibilidad de comprar chileros con vegetales mixto, personas que utilizan este producto como un aperitivo o complemento, dentro de sus costumbres y tradiciones alimenticias, acompañando sus comidas con este delicioso e innovador chilero. Preferible que se encuentren en los rangos de edades entre los 18 años a más.

Todos los clientes reales y potenciales del departamento de Jinotepe, que consumen chileros.

Tabla 94 Criterios del universo cualitativo

Nivel de ingreso	De C\$4,000 a mas
Rango de edad	De 18 a mas
Nivel socio económico	Medio y Alto
Sexo	Femenino-Masculino
Nivel de educación	Secundaria, Académica
Ocupación	Cualquiera

Fuente: Equipo investigador

Universo Cuantitativo:

Clientes potenciales de la población de la Jinotepe que pertenece al departamento de Carazo, cuya población es de: 53,533.

Donde para obtener nuestra PEAO que son los clientes potenciales, se proyectó el universo de estudio de la siguiente manera:

N= 53,533 Para efectos de conocer el universo de estudio poblacional se realizó una proyección de datos censales del Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE),

presenta el anuario estadístico 2017-2018, que la población total de Jinotepe es de 53,533 de habitantes, en el cual 39,224 son de casco urbano y 14,309 del casco rural; y 25,949 son hombres y 27,584 mujeres.

Tabla 95 Criterios del universo cuantitativo

Población 2018	Urbano	Rural	Hombres	Mujeres
53,533 de habitantes	39,224 habitantes	14,309 habitantes	25,949	27,584

Fuente: Equipo investigador

53,533 UNIVERSO.

Cálculo muestral

Para que los resultados reflejen mayor precisión en el menor tiempo posible y sean menos los costos, se procedió a calcular una muestra representativa del universo de estudio, por lo que se utilizó un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. De acuerdo a estos valores la población a considerar será de 53,533 personas; haciendo uso de la siguiente fórmula para conocer el tamaño de la muestra real y así aplicar el instrumento.

Tamaño de la Muestra:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{N e^2 + Z^2 p q}$$

Dónde:

Z= nivel de confianza deseado en este caso corresponde a 95%.

p= probabilidad que el evento ocurra 50%.

q= probabilidad que el evento no ocurra 50 %.

e = error o diferencia máxima entre la media muestra y la media poblacional el cual se está dispuesto a aceptar con el nivel de confianza que se ha definido.

N= Es el total de la población.

Tamaño de la muestra

Pobladores de la ciudad de Jinotepe, con el fin de conocer el nivel de aceptación del producto.

En el siguiente estudio se trabajará con los siguientes datos:

$$Z= 95\% = 1.96$$

$$p= 0.5$$

$$q= 0.5$$

$$e= 0.5$$

$$N= 53,533 \text{ habitantes}$$

Realización de la muestra:

$$\frac{(1.96)^2 + 0.5 \times 0.5 \times 53,533}{53,533 \times (0.05)^2 + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

n=

$$\frac{3.8416 \times 0.5 \times 0.5 \times 53,533}{53,533 \times (0.0025) + (3.8416) \times 0.5 \times 0.5}$$

n=

$$\frac{3.8416 \times 0.5 \times 0.5 \times 53,533}{133.8325 + 0.9604}$$

n=

$$\frac{51,413.0932}{134.7929}$$

n= 381.42 aproximadamente = **381**



Este es el total de la muestra.

Se utilizara un error del 5%, ya que es el margen de error permitido en una investigación de mercado

Anexo 3 Cuestionario



Facultad Regional

Multidisciplinaria de Carazo

FAREM-Carazo

Somos estudiantes de la **UNAN-MANAGUA, FAREM-CARAZO**; actualmente cursamos el quinto año de la carrera Administración de Empresas, el cual estamos realizando un estudio de mercado que consiste en la elaboración y comercialización de chileros con vegetales mixto en vinagre que cumpla con todos los requerimientos de calidad para introducirlo al mercado nacional.

Por lo tanto, necesitamos de su colaboración brindando la información necesaria para el logro de los objetivos de estudio.

Le agradecemos de ante mano por su tiempo y colaboración al responder la encuesta.

Marque con una X la respuesta correspondiente

1. Aspectos demográficos.

1. ¿Cuál es su Sexo?

Masculino_____

Femenino_____

2. ¿Cuál es su edad?

18 años-25 años_____

26 años- 35 años _____

35 años- 44 años_____

45 años- 54 años_____

55 años a mas_____

3. ¿De cuánto es su ingreso mensual?

Menos de C\$4,000_____

C\$4,000-C\$8,000_____

C\$8,100-C\$12,000_____

C\$12,100 a más_____

4. ¿Cuántas personas forman su núcleo familiar?

De 1 a 2 miembros_____

De 3 a 5 miembros _____

De 6 a más_____

5. ¿Cuál es su ocupación actualmente?

Estudiante_____

Profesional_____

Trabajador_____

Desempleado_____

2. Aspectos de Demanda

6. ¿Consume usted chileros?

Si_____

No_____ (si su respuesta es no, pasar a la pregunta # 9)

7. ¿Con que frecuencia consume chilero?

Diario_____

Semanal_____

Quincenal_____

Mensual_____

8. ¿Qué tipo de vinagre le gusta más en los chileros?

Naturales_____

Químicos_____

Ambos_____

9. ¿Estaría dispuesto a consumir un chilero con vegetales mixto?

Si_____

No_____

10. ¿Compraría usted un chilero con ingredientes nuevo como el mango, el ajo, el mimbro?

Si_____

No_____

Tal vez_____

11. ¿Cómo prefiere el contenido con respecto a los vegetales del producto?

Vegetal mixto_____

Encebollado con zanahoria_____

Pepino con jalapeño_____

Otros_____

12. ¿Cómo prefiere el picor del chilero?

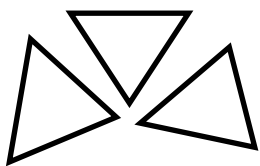
Picante_____

No picante_____

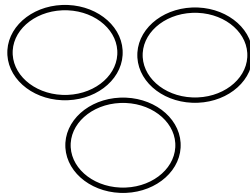
Poco picante_____

13. ¿Cómo prefiere el tipo de corte de los vegetales en el chilero?

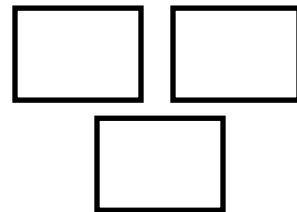
Fermiere_____

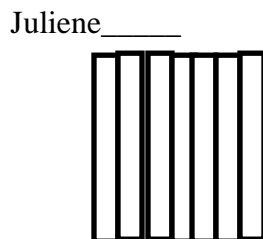
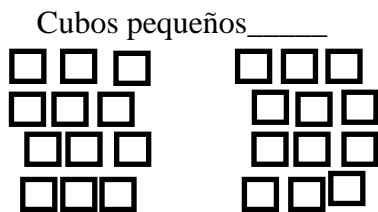
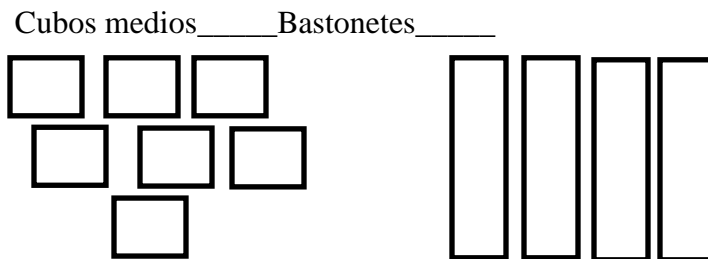
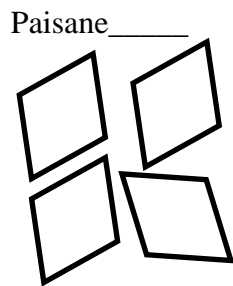


Rondele_____



Cubos grandes_____





Todas las anteriores _____

14. ¿En qué lugar compra usted chileros?

Supermercado _____

Plaza comercial _____

Mercado libre _____

Abarrotería _____

Pulperías _____

3. Aspectos de oferta

15. ¿Qué tipo de envase prefiere para este producto?

Bolsa ziploc _____

Frasco de vidrio _____

Frasco de plástico _____

16. ¿En qué presentaciones con respecto a la porción le gustaría adquirir el producto?

Presentaciones	250 gr	450 gr	850 gr
Bolsa ziploc			
Frasco de vidrio			
Frasco de plástico			

17. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un chilero con vegetales mixto?

Bolsa ziploc

250 gr / C\$50 _____

450 gr / C\$100 _____

850 gr / C\$160 _____

Frasco de vidrio

250 gr / C\$60 _____

450 gr / C\$110 _____

850 gr / C\$170 _____

Frasco de plástico

250 gr / C\$50 _____

450 gr / C\$100 _____

850 gr / C\$160 _____

18. ¿Qué marca de chileros consume más?

La colonia_____

Economax_____

Del mercado_____

4. Aspectos del cliente

19. Al momento de su compra ¿Qué razones influye en la decisión?

Marca_____

Precio_____

Calidad_____

Envase_____

Sabor_____

Tamaño_____

Color_____

20. ¿Qué nombre le gustaría para el producto de chileros con vegetales mixto?

Mi buen picoso_____

Sabores de mi tierra_____

Chileros jinotepinos_____

El chilerito de mi comida_____

Chileros La caraceña_____

21. ¿A través de qué medio te gustaría encontrar nuestro chilero?

Redes sociales_____

Volantes_____

Televisión_____

Radio_____

Anexo 4 Cronograma de actividades



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

	Marzo			Abril				Mayo			Junio		
	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3
Cuerpo del trabajo													
1. Generalidades del proyecto													
1.1. Solución													
1.1.1 Método del embudo o Funnel de la Innovación													
1.1.2 Método Design Thinking													
1.2. Diseño o Modelo en 3D													
1.3. Oportunidad en el Mercado													
1.4. Propuesta de valor (modelo canvas)													
1.4.1 La novedad de mi proyecto desde la base de la Propiedad Intelectual													
1.5. Ciclo del Proyecto													
1.6. Visibilidad del Proyecto (banner, poster y brochure)													
1.7. Resultados esperados													
2. Estudio de Mercado													
2.1 Investigación de mercado													
2.2 Análisis de la demanda													
2.2.1 Calculo de la demanda potencial													
2.3 Análisis de la oferta													
2.3.1 Calculo de oferta													
2.3.2 Calculo de la demanda insatisfecha													
2.4 Análisis de precio													
2.4.1. Comparación de precio del mercado													
2.4.2 Estructura de precio													
2.4.3 Precio Unitario													
2.5 Estrategia competitiva de mercado (4PS)													
2.5.1 Estrategia de producto													
2.5.2 Estrategia de precio													

2.5.3 Estrategia de Distribución													
2.5.4 Estrategia de promoción y publicidad													
2.5.5 Presupuesto de la estrategia													
2.6 Proyección de Venta													
3. Plan de producción	Septiembre			octubre				Noviembre			Diciembre		
3.1 El proceso de producción													
3.2 Proveedores y condiciones de compra de los equipos													
3.3 Capital fijo y vida útil													
3.4 Capacidad planificada													
3.5 Ubicación y distribución física de la empresa													
3.6 Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad													
3.7 Mano de obra, su costo y disponibilidad													
3.8 Gastos generales de producción													
4. Plan de organización y gestión													
4.1 Marco legal (forma jurídica)													
4.2 Estructura de la organización													
4.3 Ficha de cargo													
4.4 Actividades y gastos preliminares													
4.5 Equipos de oficina													
4.6 Gastos administrativos													
5. Plan financiero													
5.1 Inversión y fuente de financiamiento													
5.1.1 Activos fijos													
5.1.2 Activos intangibles													
5.1.3 Capital de trabajo													
5.1.4 Inversión total													
5.1.5 Estructura del financiamiento													
5.2 Ingresos, egresos y costos													
5.2.1. Punto de Equilibrio													
5.2.2 Presupuesto de ingreso													
5.2.3 Presupuesto de egresos													
5.2.4 Presupuesto de costos													
5.2.5 Estructura de costo													
5.3.1 Flujo de fondo													
5.3.2 Valor actual neto (VAN)													
5.3.3 Tasa interna de retorno (TIR)													
6. Bibliografía													

7. Anexos																		
Revisión de proyectos																		
Defensa de proyecto																		

