



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

**Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo FAREM – Carazo**

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

**Proyecto de Graduación para optar al título de Licenciado en Administración  
Turística y Hotelera**

**Tema:** Proyectos de graduación con enfoque de emprendimiento.

**Subtema:** Proyecto de emprendimiento para la Micro Empresa **C'viche Sabormar**, dedicada a la elaboración y comercialización de ceviches, ubicada en el de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2020

<b>Autores:</b>	<b>No. de Carné</b>
Br. García González Judith Elizabeth	16090662
Br. Mercado Mercado Ana Gabriela	16090794
Br. Portocarrero Alemán Noel Nicolás	11096932

**Tutores:**

MSc. Tania Mai Yen Mojan Gago

MSc. Ner David Arauz Carrillo

Jinotepe, diciembre 2020

## **Dedicatoria**

El presente trabajo lo dedicamos:

A nuestro creador **Dios**, padre celestial, quien nos a permite la vida y salud, el conocimiento y la sabiduría para alcanzar esta meta, por todas las bendiciones, las habilidades y destrezas que hemos adquirido durante los años, con la esperanza que este momento llegara y terminar nuestros estudios.

A nuestra **familia** por ayudarnos económicamente y tener un pensamiento positivo en seguir adelante a no darnos por vencido y por toda la confianza, amor, consejos que obtuvimos de ellos a luchar y ser mejor en la vida.

No dejando por último los resientes acontecimiento ocurridos en noviembre 2020 por los huracanes ETA y IOTA, los afectados en Bilwi puerto Cabeza y todo el centro norte del país, provocadas por los desastres naturales que hoy vivimos en la actualidad y que, a pesar de los desastres ocurrido, hay siempre oportunidades de seguir adelante.

***Br: García Gonzales Judith Elizabeth***

***Br: Mercado Mercado Ana Gabriela***

***Br: Portocarrero Alemán Noel Nicolás***

## **Agradecimiento**

Para la realización del presente proyecto de emprendimiento, agradecemos primeramente a Dios quien nos ha permitido la vida de seguir adelante con nuestros propósitos y terminar nuestros estudios universitarios dándonos la salud, sabiduría, entendimiento y la fuerza para superar los obstáculos que se presentaron durante nuestros estudios y que sin su misericordia no hubiéramos podido culminar nada.

A nuestros Padres: Urania Mercado Hernández, José Aquilino Mercado Flores, Fátima del Rosario Alemán, Ramón Alberto Portocarrero, Cornelia González, pablo García, por darnos su apoyo y confianza; con tanto sacrificio nos han sacado adelante dándonos motivación día a día y a enseñarnos a valorar nuestros esfuerzos en los estudios para poder ir alcanzado nuestras metas y culminar nuestra carrera profesional

A los **docentes**, principalmente a nuestros tutores quienes nos han ayudado a mejorar, siendo una buena fuente de conocimiento e inspiración, que a lo largo de nuestro estudio nos enseñaron sus valiosas experiencias, de esta manera contribuyendo a nuestra formación como futuro profesionales, durante los 5 años de nuestra carrera, preparándonos para los obstáculos que nos ponga la vida y llegar a superarlos de una manera exitosa.

*Br: García Gonzales Judith Elizabeth*

*Br: Mercado Mercado Ana Gabriela*

*Br: Portocarrero Alemán Noel Nicolás*



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

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 Graduación con enfoque de emprendimiento**, presentado por los bachilleres:

Nº	Apellidos y Nombres	Carné
1	Br. García Gonzalez Judith Elizabeth	16090662
2	Br. Mercado Mercado Ana Gabriela	16090794
3	Br. Portocarrero Alemán Noel Nicolás	11096932

**Siendo el subtema:** Proyecto de emprendimiento para la microempresa C´viche Sabormar, dedicada a la elaboración y comercialización de ceviches, ubicada 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 Turística y Hotelera.

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. Tania Mai Yen Mojan Gago**  
**Tutor de proyecto de Graduación**

  
**MSc. Ner David Aráuz Carrillo**  
**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.faremcCarazo.unan.edu.ni

## Resumen

Es muy importante que al realizar una inversión en un determinado emprendimiento hacer los cálculos e investigaciones a fondo para tratar de disminuir los riesgos inherentes en un cualquier proyecto a plantear.

El presente documento con enfoque de emprendimiento tiene como objetivo evaluar las necesidades del mercado, costos económicos y financieros, e implementar una pequeña empresa ubicada en Jinotepe Carazo, dedicada a la elaboración y comercialización de diferentes ceviches, así como también la venta de cervezas siendo estos otros ingresos para la microempresa. Este producto se ofrecerá al público en general principalmente a las personas que quieran disfrutar de un alimento que lucha con muchas enfermedades como cáncer, problemas del corazón entre otras.

El producto que se ofrecerá a la población será diferenciado a la competencia indirecta por los ingredientes frescos, de buena calidad, y el sabor mexicano recargado de muchos ingredientes para satisfacer las necesidades del consumidor.

Para el desarrollo de este proyecto se tomaron diferentes puntos de vista, que parten del diagnóstico en el estudio de mercado e identificar las necesidades que tenga el consumidor, de esta manera que nuestro producto penetre con facilidad.

El estudio técnico logra que el proceso del ceviche sea de calidad con productos frescos realizando presupuestos para la elaboración y de esta manera generar un margen de ganancia; en el estudio financiero realizamos cálculos que conlleven al que el proyecto llegue hacer rentable llevando a cabo los costos y gasto de la micro empresa, en la evaluación financiera se ha considerado una inversión inicial de 263,263 la misma que tendrá una recuperación de capital a los 6 meses de operaciones. La viabilidad del proyecto arrojando un VAN por un valor de **C\$ 1.710.902,18**, córdobas y un TIR de **347,86%**, **Sobre** la base de lo mencionado consideramos que el proyecto es bastante rentable.

# Contenido

<b>1. Introducción</b> .....	1
<b>2. Objetivos del Proyecto</b> .....	2
<b>2.1. Objetivo General</b> .....	2
<b>2.2. Objetivos Específicos</b> .....	2
<b>3. Generalidades Del Proyecto</b> .....	3
<b>3.2. Diseño o modelo en 3D</b> .....	5
<b>3.3. Oportunidad en el Mercado</b> .....	7
<b>3.4. Propuesta de Valor</b> .....	8
<b>3.4.1. La novedad del proyecto desde la base de la Propiedad Intelectual,</b> .....	10
<b>4. Plan de Negocios</b> .....	15
<b>4.1. Plan de mercadotecnia</b> .....	15
<b>4.1.1. Ubicación de la empresa</b> .....	15
<b>4.2. Macro localización</b> .....	15
<b>4.3. Micro localización</b> .....	16
<b>Mercado/ Zona Comercial</b> .....	16
<b>4.1.6. Demanda insatisfecha</b> .....	18
<b>4.1.7. Participación del mercado (oferta y competencia)</b> .....	19
<b>4.1.8. Precio de Venta</b> .....	21
<b>4.1.9. Estimado de ventas</b> .....	22
<b>4.1.10. Estrategias de Mercado y presupuesto (4P)</b> .....	26
<b>4.2. Plan Técnico</b> .....	29
<b>4.2.1. Proceso de Producción/Servicio</b> .....	29
<b>4.2.1. Proceso de Producción/Servicio</b> .....	30
<b>4.2.2. Proveedores y condiciones de compra de los equipos</b> .....	32
<b>4.2.3. Capital Fijo y Vida Útil del Capital Fijo</b> .....	37
<b>4.2.4. Mantenimiento y Reparaciones</b> .....	43
<b>4.2.5. Capacidad planificada y a futuro</b> .....	44
<b>4.2.6. Ubicación y distribución física de la planta</b> .....	45
<b>4.2.7. Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad</b> .....	46
<b>4.2.8. Mano de obra, su costo y disponibilidad</b> .....	57
<b>4.2.9. Gastos generales de producción</b> .....	58
<b>4.3. Plan de organización y gestión</b> .....	60

<b>4.3.1. Marco Legal (Forma Jurídica)</b> .....	60
<b>4.3.3. Actividades y gastos preliminares</b> .....	65
<b>4.3.4. Equipos de oficina</b> .....	66
<b>4.4. Plan Financiero</b> .....	70
<b>4.4.1. Inversión del Proyecto</b> .....	70
<b>4.4.1.1 Activos fijos</b> .....	70
<b>4.4.1.2 Activos intangible</b> .....	70
<b>4.4.2. Balance de apertura</b> .....	72
<b>4.4.3. Ingresos, egresos y costos</b> .....	73
<b>4.4.3.1. Punto de Equilibrio</b> .....	73
<b>4.4.3.2. Presupuesto de ingreso</b> .....	74
<b>4.4.3.3. Presupuesto de egresos</b> .....	77
<b>4.4.3.5. Estructura de costo</b> .....	84
<b>4.4.3.7. Valor actual neto (VAN)</b> .....	90
<b>4.4.3.8. Tasa interna de retorno (TIR)</b> .....	90
<b>4.4.3.9. Período de recuperación de la inversión</b> .....	91
<b>4.4.3.10. Estados Financieros proyectados</b> .....	94
<b>4.4.3.11. Análisis Financiero</b> .....	96
<b>5. Cronograma de trabajo</b> .....	98
<b>6. Bibliografía</b> .....	101
<b>7. Anexos</b> .....	102
<b>Solicitud de Registro Patente</b> .....	106
<b>Glosario:</b> .....	108
Tabla 1 Unidades físicas 1de ceviches de pescado .....	22
Tabla 2 Unidad física de camarón .....	22
Tabla 3 Unidad física pulpo .....	23
Tabla 4 Unidad física concha negra .....	23
Tabla 5 Unidad física mixto .....	24
Tabla 6 Unidad física tostones.....	24
Tabla 7 Unidad física cerveza .....	25
Tabla 8 Unidad monetaria .....	25
Tabla 9 Equipo de oficinas .....	34
Tabla 10 Accesorios de limpieza .....	35
Tabla 11 Mueble y encerres .....	35
Tabla 12 Equipo de cocina .....	36

Tabla 13 Enseres .....	36
Tabla 14 Accesorio de limpieza .....	37
Tabla 15 Costo totales .....	38
Tabla 16 Depreciación de congelador .....	39
Tabla 17 Depreciación de exhibidor .....	40
Tabla 18 Depreciación de cocina .....	40
Tabla 19 Depreciación de la pesa digital .....	41
Tabla 20 Depreciación de laptop .....	41
Tabla 21 Depreciación de impresora .....	42
Tabla 22 Depreciación tv LG 32 .....	42
Tabla 23 Depreciación de equipo de sonido .....	43
Tabla 24 Gasto de mantenimiento .....	45
Tabla 25 Capacidad producida .....	46
Tabla 26 Capacidad producida monetaria .....	47
Tabla 27 Gasto de insumo .....	49
Tabla 28 Gasto de equipo de limpieza .....	49
Tabla 29 Precio unitario pescado .....	51
Tabla 30 Precio unit camaron .....	52
Tabla 31 Precio unitario conchas negra .....	54
Tabla 32 Precio unitario mixto .....	55
Tabla 33 Precio unit tostones con queso .....	56
Tabla 34 Precio unit cerveza .....	57
Tabla 35 Mano d obra .....	59
Tabla 36 Gastos generales .....	60
Tabla 37 Gastos de servicios .....	61
Tabla 38 Gasto de papelería .....	61
Tabla 39 Tamaño de la empresa .....	62
Tabla 40 Tramites de para licencia del negocio .....	63
Tabla 41 Gastos preliminares .....	67
Tabla 42 Equipos de oficinas .....	68
Tabla 43 Gastos administrativo .....	69
Tabla 44 Activos fijos .....	71
Tabla 45 Activos intangible .....	71
Tabla 46 Capital de trabajo .....	72
Tabla 47 Unidades físicas .....	76
Tabla 48 Unidades monetarias .....	77
Tabla 49 Gasto de ventas .....	78
Tabla 50 Gasto de administración .....	80
Tabla 51 Material indirecto .....	81
Tabla 52 Mano de obra directa .....	82
Tabla 53 Costos indirectos .....	83

Tabla 54 Estructura de costo .....	85
Tabla 55 Flujo de caja .....	89
Tabla 56 VAN .....	90.
Tabla 57 TIR .....	92
Tabla 58 Estado de resultado proyectado .....	93
Tabla 59 Balance general .....	95
Tabla 60 Cronograma.....	98

## **1. Introducción**

En el presente documento se realiza un análisis del proceso de investigación de mercado donde se demuestra la necesidad de realizar un estudio de factibilidad, para conocer el grado de aceptación por los habitantes del municipio de Jinotepe y la disponibilidad de compra ante el producto, además se pretende generar empleo y evaluar la rentabilidad del plan de negocios.

La creación de la Microempresa de C'viches Sabormar en el municipio de Jinotepe, tiene como base fundamental el componente innovador, ofreciendo variedad de ceviches y asegurando la higiene y ofrecer un producto de alta calidad, mediante la implementación de estrategias de mercado se busca lograr un producto con excelentes estándares de calidad que nos diferencie de la competencia.

Este proyecto busca crear un servicio a la comunidad pensando en el bienestar y desarrollo del sector, porque contribuye de manera sana y saludable a la buena alimentación de quienes se den la oportunidad de visitar el restaurante

## **2. Objetivos del Proyecto**

### **2.1. Objetivo General**

Proyecto de emprendimiento para la Micro Empresa **C'viche Sabormar**, dedicada a la elaboración y comercialización de ceviches, ubicada en el de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2020

### **2.2. Objetivos Específicos**

1. Identificar los aspectos mercadológicos que permita a la microempresa posicionarse -en el mercado departamental.
2. Determinar el proceso productivo, la aceptación de nuestro producto a ofrecer, por las personas encuestadas en el municipio de Jinotepe.
3. Establecer los aspectos legales, organizacionales y los requerimientos de una certificación para un puesto de ceviches en el municipio de Jinotepe.
4. Presentar los costos y gastos para la puesta en marcha del proyecto que refleje la factibilidad y su rentabilidad.

### **3. Generalidades Del Proyecto**

#### **3.1. Solución**

En este proyecto se analiza las necesidades del mercado, nuestros ceviches es un producto preparado con sabor mexicano y de esta manera lograr que muchas personas deseen consumir por los sabores son un poco más diferentes a los ceviches actuales que ofrecen en diferentes sitios y con esto influir en el crecimiento de la economía de nuestro país.

También con el estudio de mercado, se pudo conocer la necesidad de consumir comida nutritiva y con mejores energías es notorio, por consiguiente, esto es una oportunidad para nuestra empresa.

Nuestro producto genera muchos beneficios para el cuidado de nuestra salud y diferentes sabores, de igual la aceptación de la población nos conlleva a que nuestra idea siga creciendo y buscar alternativas que nos ayuden a cumplir nuestro objetivo con la puesta en práctica de esta oportunidad se esperar vender de acuerdo a los niveles de demanda que muestran los resultados obtenidos en nuestro estudio de mercado

Emprender es un desafío. innovar buscar nuevas ideas, generarlo “diferente y distinto” es algo que lleva tiempo. el reto de todo emprendedor que inicia un proyecto que involucra la relación con los consumidores es darse a conocer, publicitarse, que las personas tengan la curiosidad de saber quiénes son, cuáles son sus productos y diferenciarlo con los otros productos y servicios iguales y similares en el mercado. Esto solo se consigue a través de un signo que destaque y que prevalezca en la mente del consumidor y lo diferencie de sus competidores dando estas propuestas.

## Idea.

Emprender en el negocio gastronómico siempre será una de las mejores inversiones. Una buena idea de negocio es emprender en una cevichería en el municipio de Jinotepe. El ceviche es un plato que mueve pasiones, las cevicherías son una interesante oportunidad de negocio dado que existe una alta demanda entre los pobladores por su alto contenido de nutriente además que es un producto afrodisíaco.

C'viches Sabormar, que se proyectará como una industria del ceviche con varios tipos de ceviche, tales como: Ceviche de Camarones, de pescado, de concha negra, pulpo, etc.

Los sabores mexicanos que es considerado como uno de los mejores ceviches del mundo. No dejando ponerle un poco de nuestro sabor como nicaragüense, bajo un contexto de fonda para cubrir las necesidades de como también de otros productos derivados bajo un esquema de calidad, con productos frescos.

## Segmento o Protagonista Beneficiado

Nuestro segmento de mercado o protagonistas para el consumo de nuestro producto son los hombres, quienes estadísticamente lo reflejan con un porcentaje del 51.25% sin embargo, el porcentaje restante (48.75%), que proviene del sexo femenino ya que no solo los hombres pueden consumir ceviches también las mujeres.

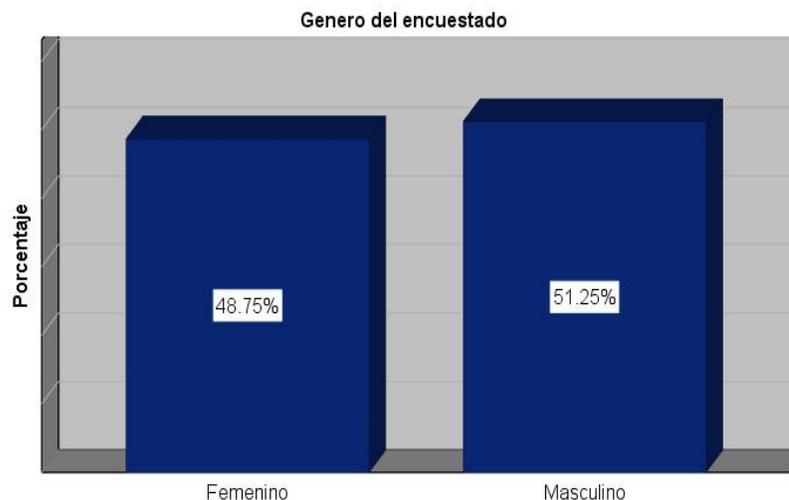


Ilustración 1 encuesta sobre el tipo de sexo

### 3.2. Diseño o modelo en 3D

Esta será una de la representación del ceviche de pescado para una presentación de 12 onza al igual que los demás ceviches camarón, conchas negras, pulpo y el mixto.

Representaremos todos nuestros productos en menú y además en forma física del producto ya terminado y de esta misma manera presentando el eslogan que tendrá el local y el menú del restaurante.

Ilustración 2 Ceviches de Ilustración 4 Ceviches de Ilustración 3 ceviches camarón pescado mixto



Ilustración 5 Logotipo



# C'VICHES SABORMAR



MEJOR LO DE LA VIDA SIEMPRE SE COMPARTE



## C'VICHES TRADICIONAL

CEVICHE DE PESCADO C\$120

CEVICHE DE CAMARÓN C\$160

## CEVICHE EXÓTICO

CEVICHE DE CONCHAS  
NEGRA C\$ 140

CEVICHE DE PULPO C\$ 160

## MIXTO

CEVICHE DE MIXTO C\$ 180  
PESCADO, CAMARONES,  
CONCHAS, PULPO

## EXTRA Y BEBIDA

TOSTONES CON QUESO C\$ 110

CERVEZA NACIONAL C\$35



Ilustración 6 Menu

### **3.3. Oportunidad en el Mercado**

La mercadotecnia actualmente requiere algo más que desarrollar un buen producto, fijarle un precio atractivo y ponerlo al alcance del grupo o clientes meta, para ello, nosotros como emprendedores pretendemos mantener comunicación constante con nuestros clientes mediante estrategias de mercado a fin de penetrar en el mismo, y dar a conocer numerosos beneficios del consumo de ceviches, como lo es satisfacer las necesidades personales en cuanto a la nutrición, salud, mejoras, debido a que el ceviche, posee numerosas y significativas propiedades para el cuidado de la salud, siendo un producto clave para combatir la cáncer, problemas del corazón, entre otros.

Los efectos estimulantes del ceviche son ideales y de gran ayuda a la hora de eliminar enfermedades, es por ello al conocer la viabilidad del proyecto expresamos con certeza que este brindara numerosos beneficios a los cliente REALES Y POTENCIALES y por consiguiente; este proyecto de emprendimiento nos llevara a ser una fuente de crecimiento para la economía de nuestro país.

También mediante la comercialización del producto y la generación de empleos, hoy en día son pocos los emprendedores de negocios que van más allá de simplemente generar ganancias, por tal razón con la creación de este novedoso producto pretendemos ayudar al cuidado de la salud, específicamente la nutrición de nuestros clientes meta. De esta manera aprovechar las necesidades del mercado es de muchas importancias porque a las personas encuestadas opinaron que sería una buena opción de crear un local específico que vendan este tipo de comidas.

En Jinotepe existen variedades de restaurante que ofrecen algunos productos de ceviches que nosotros ofreceremos, pero a las personas que buscan este tipo de comidas, según las personas que se encuestaron no satisfacen sus necesidades por qué no ofrecen variedades de ceviches y no todo el tiempo lo ofertan, los precios son muy elevados y la cantidad es poca al comprar el producto.

### 3.4. Propuesta de Valor

La propuesta de valor del ceviche parte de su preparación puesto que las técnicas de su elaboración vienen siendo elementos principales para diferenciarlo a la competencia indirecta que existe en Jinotepe, específicamente no hay un local que ofrezca este producto, además los beneficios encontrados en los mariscos, fortalece la propuesta de brindarle al cliente un elemento muy importante, para el cuidado y salud del cuerpo elaborado cuidadosamente y principalmente por el bienestar del cliente.

El ceviche es un platillo delicioso y muy nutritivo, sus ingredientes nos proporcionan grandes beneficios para nuestra salud.

El pescado blanco destaca por ser un alimento con una importante fuente de proteínas de buena calidad, vitaminas del complejo B, fósforo, calcio, hierro, yodo y cobre. Todas las verduras utilizadas para preparar el ceviche son ricas en fibra.

La cebolla contiene una buena cantidad de vitamina C, calcio, fósforo, oligoelementos y quercetina.

Todos estos nutrimentos aportan beneficios directos a la salud, ya sea en el sistema inmunológico, digestivo, cardiovascular, entre muchas otras funciones vitales.

Además, tienen propiedades antioxidantes y antiinflamatorias, con lo cual inhiben la oxidación en nuestras células, protegiéndolas de desarrollar enfermedades cardiovasculares y cáncer.

Ante esta pandemia que estamos viviendo por el COVID-19 es muy importante el consumo de este tipo de platillos, ya que por un lado obtenemos beneficios para fortalecer nuestro sistema inmunológico, pero también para prevenir las enfermedades crónicas, las cuales incrementan el riesgo de complicaciones por el Covid-19.

El pescado como principal ingrediente del ceviche permite rescatar una mejor seguridad alimentaria ayudando a las personas que no consumen este producto a tener un mejor valor en su salud alimentaria y el bienestar de la población y de esta misma manera crezca el consumo de este producto es muy importante para la salud. para llevar a cabo este proyecto nos centramos en las necesidades de mercado en Jinotepe nos da la oportunidad de crear el

negocio sería el primer local específico que vendan este tipo de comidas, es por ello que al crear un negocio que vendan este producto es muy aceptable por la población, a causa de la competencia indirecta ofrece estos productos pero no siempre y las personas encuestadas quisieran deleitar un rico ceviche, en un solo local donde puedan escoger que tipo de ceviches quieren que les preparen.

El ceviche es una receta que se origina en los países de Sudamérica, Perú y Ecuador, pero que este platillo tenga país de origen no limita a poseer variaciones en todo el mundo y en nuestro país el ceviche se sirve en los restaurantes, puestos pequeños en la ciudad o en el mercado, es por ello la creación de la venta de ceviche como idea de negocio, que se puede convertir en un motor de crecimiento de mercado turístico y económico es altamente consumido por turistas nacionales y extranjeros en todo el país.

### **Ventajas**

- No hay un negocio específico que ofrezcan solo este tipo de comida en el municipio de Jinotepe
- Las personas encuestadas opinaron que sería una buena idea de crear este negocio
- El ceviche es un platillo muy demandado por muchas personas y hay veces que es difícil de encontrar.
- Ofertaremos variedades de ceviche para satisfacer las necesidades de nuestra población
- La competencia indirecta no ofrece variedades de ceviches y si lo ofertan no está disponible todo el tiempo, o los precios son muy elevados y la cantidad del servicio es poca.

## **Descripción del cliente potencial y beneficiario**

Nuestros mayores consumidores están entre las edades de 18-30, seguidos de los de 31-40 años, lo que significa que nuestro énfasis en publicidades, estrategias y diferentes técnicas a aplicar, estarán orientadas a ese segmento de edades, ya que representa un mayor interés por el consumo del ceviche.

El interés de estas personas nos permite determinar que la necesidad por tener una buena salud es significativa, y esto es por razones de nutrición, búsqueda de soluciones a problemas del corazón, cáncer entre otras enfermedades, a las que el consumo de ceviche ayuda a disminuir considerablemente.

### **3.4.1. La novedad del proyecto desde la base de la Propiedad Intelectual**

Nicaragua es un país centro americano con mucha belleza natural, expresiones culturales y sociales y con un clima agradable para los inversionistas locales como extranjero en el cual desarrollan actividades comerciales en los últimos años se vio un incremento de inversión en distintos sectores económicos y cada vez se ve empresarios con interés de desarrollar la producción y explotación en nuestro país y crear un clima de oferta y demanda bastante activa, pero algo que hay que mencionar que después del segundo trimestre la pandemia de Covid 19 ha paralizado el mundo y Nicaragua no ha sido la excepción las baja en comercio el cierre de fronteras internacionales ocasionado un desaceleramiento en LO nacional pero esto ha hecho que surjan nuevos comercio y emprendimientos con más conciencia a la mejoramiento de higiene en la preparación de los producto y servicio.

Las políticas de fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME) en Nicaragua también apoyan la gestión de restaurantes en el país proveyendo un marco regulatorio que ampara, protege y alinea en temas de desarrollo a dichas empresas. Estas regulaciones facilitan, entre otras cosas, los financiamientos para nuevos proyectos de emprendimiento.

Nicaragua ha unido esfuerzos con el resto de los países centroamericanos para que ciertas normas técnicas rijan a la zona. Dentro de estas está el **Reglamento Técnico Centroamericano Industria de Alimentos y Bebidas Procesados. Buenas Prácticas de Manufactura. Nton 03 069-06/rtca 67.01.33:061**, que regula prácticas generales de higiene de los alimentos en Centroamérica, incluyendo el servicio de alimentación al público y expendios, categoría donde entran los restaurantes. Esta uniformidad de la región facilita la expansión Geográfica de negocios, que no necesitan adaptarse a nuevas normas, sino que deben cumplir desde un principio con los permisos y regulaciones solicitadas.

El Instituto de Turismo (INTUR), mediante el **Reglamento de las Empresas y Actividades Turísticas de Nicaragua**, establece los requisitos generales para la operación de restaurantes. Es por eso que Nicaragua cuenta con sistema legal de propiedad que otorga protección jurídica exclusiva a la actividad empresarial que tengan una finalidad de publicar una actividad comercial, así como también productos y servicios que ofrezcan en el mercado. Proceso de registro del proyecto

Para el registro de nuestro Proyecto, una vez desarrollado iniciara sus operaciones. Además, la actividad y la estructura legal de la empresa se regularán mediante las instancias correspondientes, una vez legalizada y registrada.

Según el Ministerio de fomento, Industria y Comercio (MIFIC, 2019) los procedimientos a seguir para la solicitud de registro de una marca, nombre comercial, emblema o señal de propaganda y cualquier otra solicitud, se presenta ante la secretaría del registro de la propiedad intelectual, en el formulario correspondiente (Ver anexo 2), todo de conformidad con el artículo 9 de la Ley 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos:

Este formulario debe incluir:

- ✚ Nombre y dirección del solicitante
- ✚ Lugar de constitución de domicilio del solicitante, cuando fuese una persona Jurídica.  
nombre del representante legal cuando fuese el caso.
- ✚ Nombre y dirección del apoderado en el país, cuando se hubiera designado.

- ✚ Denominación de la marca o nombre comercial, cuyo registro se solicita, si fuese denominativa sin grafía, forma ni color especial.
- ✚ Etiquetas con la reproducción de la marca, emblema o señal de publicidad, cuando tuviera grafía, forma o colores especiales, o fuese figurativa, mixta o tridimensional con o sin color.
- ✚ Señalar si el interesado reivindica derecho de prioridad.
- ✚ Una lista de productos o servicios para los cuales se desea registrar la marca, agrupados por clases conforme a la clasificación internacional de productos y servicios. En caso de ser nombre comercial o emblema el giro de actividades de la empresa o establecimiento comercial.
- ✚ La firma del solicitante o de su apoderado.
- ✚ Adjunto al formulario correspondiente se debe presentar:

El poder para registro de propiedad intelectual, que acredite la representación, cuando el interesado lo hiciera a través de apoderado

En caso de invocar el artículo 6 quinquies del convenio de París, el interesado debe presentar el certificado de registro de la marca en el país de origen, con la respectiva traducción, según el caso.

En caso de ser marca sonora, acompañar muestra de sonido en soportes de CD o DVD con formato WAV y representación gráfica del sonido.

Comprobante de pago de la tasa establecida.

☆ **Examen de forma:**

Consiste en la revisión de la solicitud de registro de marca, que cumpla con todos los requisitos establecidos en los artículos 10 y 11 de la ley 380, ley de marcas y otros signos distintivos. en caso de observarse alguna omisión o deficiencia, se notificará al solicitante dándole un plazo de dos meses para efectuar la corrección, bajo apercibimiento de considerarse abandonada de pleno derecho la solicitud y archivarse de oficio.

Una vez efectuado el examen de forma satisfactoriamente, el registro de la propiedad intelectual, ordenará se publique la solicitud en la gaceta diario oficial o en el medio de publicación del registro, por una sola vez, a costa del interesado.

☆ **Periodo de oposición:**

Cualquier persona interesada podrá presentar oposición contra el registro de una marca, nombre comercial, emblema o señal de propaganda dentro del plazo de dos meses contados a partir de la publicación de la solicitud. Esta oposición debe contener los fundamentos de hecho y derechos en que se basa, acompañando u ofreciendo las pruebas que fuesen pertinentes.

En caso de haber vencido este periodo de presentación de oposiciones, y no existir oposición a la solicitud, se realiza el examen de fondo.

☆ **Examen de fondo:**

consiste en verificar que la marca no infrinja ninguna de las prohibiciones contenidas en el artículo 7 e incisos a), b), y d) del artículo 8 de la Ley 380 ley de marcas y otros signos distintivos, por existir ya otorgado algún registro concedido o solicitado anteriormente en el país, a favor de otro titular. Esta verificación se realiza con el auxilio del sistema informático y base de datos de marcas concedidas o en trámite de concesión con que cuenta el registro de la propiedad intelectual.

Una vez realizado el examen de fondo el registro de la propiedad intelectual notificará al solicitante o interesado por medio de resolución motivada, la aceptación o negación de la solicitud.

En caso de negación de la marca, por infringir alguna de las prohibiciones, el registro de la propiedad intelectual, notificará al solicitante indicando las razones de la objeción quien tendrá el plazo de dos meses para presentar un escrito de contestación de objeción alegando lo que tuviere a bien en defensa de la solicitud en caso de contestar la objeción dentro del plazo establecido el registro denegará la concesión de la marca mediante resolución fundamentada.

En caso de aceptar la solicitud de registro de marca, nombre comercial, emblema o señal de publicidad, el registro de la propiedad intelectual expedirá un certificado.

☆ **Emisión de certificado:**

En este certificado se hace contar la titularidad y vigencia de la marca registrada, el que se publicará en la gaceta diario oficial o en el medio de publicación oficial del registro de la propiedad intelectual, el certificado debe contener, entre otros, lo siguiente:

El número de registro de la marca, nombre comercial, emblema o señal de publicidad.  
La fecha de la resolución por la cual se concedió el registro.

La fecha de vencimiento del registro de la marca, que se determinará a partir de la fecha de resolución por la cual se concedió el registro de marca. El nombre y la dirección del titular

El lugar de constitución y domicilio del titular, cuando fuese una persona jurídica, así como el nombre del apoderado en el país, cuando lo hubiera.

El número y la fecha de la solicitud de registro de marca, nombre comercial, emblema o señal de publicidad.

La marca registrada cuando fuese denominativa, sin grafía, forma ni colores especiales.

Reproducción de la marca registrada cuando fuese denominativa con grafía, forma, colores especiales, figurativa, mixta, tridimensional, con o sin color.

La lista de los productos y servicios para los cuales se usa o se usara la marca, agrupados por clases conforme a la clasificación internacional de productos y servicios, con indicación del número de cada clase.

La fecha de inscripción de la marca en el registro respectivo y la firma autógrafa del registrador o del registrador suplente en su caso, del secretario, el sello del registro y timbres de Ley.

## 4. Plan de Negocios.

### 4.1. Plan de mercadotecnia

#### 4.1.1. Ubicación de la empresa

La ubicación de la empresa será en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo. Esta posición es excelente, es el municipio que cuenta con la mayor actividad económica y comercial la misma manera con condiciones básicas que contribuyen al crecimiento y desarrollo tales como la energía eléctrica, agua potable entre otros

### 4.2. Macro localización

El proyecto se llevará a cabo en el Municipio de Jinotepe el cual tiene una extensión territorial de 280.52 km<sup>2</sup>. Se encuentra entre las coordenadas 11° 51'20'' de latitud norte y 86° 12'12'' longitud oeste.

el municipio de Carazo cuenta con una población de 52, 165 habitantes y con una densidad poblacional de 185.5 habitantes por km.

*Ilustración 7 Mapa*



### 4.3. Micro localización

Se encontrará localizado del semáforo universitario una cuadra al este detrás del edificio A de la UNAN FAREM-CARAZO carretera a San Marcos, edificio uno de antigua estación UTM X 11.853018- Y86.200958 que corresponde al ponto exacto de la dirección del lugar

Figura 1 Micro localización

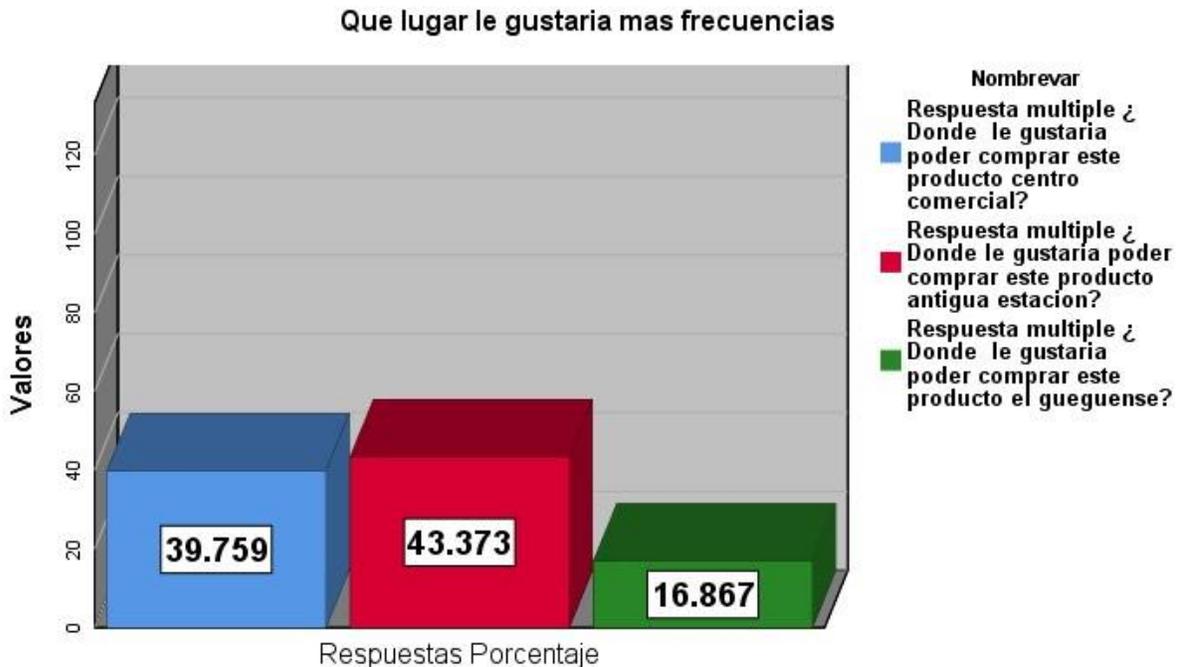


### Mercado/ Zona Comercial

Nuestro mercado está centrado en el departamento de Carazo en el municipio de Jinotepe en donde se pretende abarcar las zonas que mayor demanda habrá del producto, teniendo en cuenta que hay bastantes personas que visitan el municipio, procedente de otras ciudades de otro departamento

El municipio de Jinotepe cuenta con gran oferta de restaurantes, los que son visitados por clientes de todo Carazo y de otros departamentos, así mismo diferentes locales que ofrecen variedades de gastronomías. Según las encuestas aplicada el punto estratégico para la venta de nuestro producto es la antigua estación con un 43.373 %. ya que es un lugar muy concurrido y estratégico de Jinotepe.

Ilustración 8 Que lugar le gusta mas



#### 4.4.2. Principales Clientes

Conocer el producto más a fondo es de mucha importancia para determinar a los clientes y el proceso que se debe llevar con el ceviche y de esta manera que cumplan las necesidades y expectativas de los consumidores del ceviche.

Los tipos de ceviches tienen aceptación relevante, debido que es un producto muy nutritivo y las propiedades que ofrece para la salud son numerosas, es por ello que destacamos que el producto puede ser consumido por personas con diferentes edades, debido que aporta beneficio para el cuerpo.

Nuestro mercado se centraliza en las personas de 18 a 80 años con problemas del corazón, cardiovasculares, cáncer o bien todos los clientes que le guste consumir este producto y mantenerse saludable y nutritivo, tanto en hombres como mujeres de la ciudad de Jinotepe o bien de otros municipios de Carazo. Estadísticamente podemos observar que los clientes

principales son aquellos de edad de 18 – 30 con un porcentaje de 61.25% por lo tanto es notorio que consumir variedades de ceviche en un local específico en Jinotepe es aceptable en gran manera por la población encuestada es un producto que ofrece mucho benéfico a la salud.

Ilustración 9 Edad de los encuestado



De las personas encuestadas podemos observar que el 61.25 % se encuentran en las edades entre 18-30, el 16.25 % corresponde a las edades de 31-40, en cuanto al 15% pertenece a edades de 41-50 años y por último las edades de 61-80 con un 5%. En donde podemos percibir que las encuestas fueron aplicadas la mayor parte en la población joven, misma que se encuentran económicamente activos con capacidad de tomar decisiones de compra.

#### 4.1.6. Demanda insatisfecha

Se presenta cuando el mercado no cubre las necesidades o requerimientos de la demanda, con los productos existentes en el mercado. En este caso, nuestros cálculos están dirigidos en base a la población económicamente activa.

Se conoce que la población económicamente activa de Jinotepe es de 21,071 personas, donde se comprobó que si existe una demanda insatisfecha en el municipio de Jinotepe que justifica la creación de la venta de variedades de ceviches, principalmente en el municipio estudiado el cual se centra la mayor Demanda.

### **Demanda total**

La demanda total permite determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto aún bien o un servicio

Como demanda total del proyecto se tiene la población económicamente activa de la ciudad de Jinotepe Carazo siendo esta la cantidad:

**DT: 21,071.21**

Este dato es tomado del censo poblacional del instituto de información y desarrollo (**INIDE** 2008)

### **Demanda real**

Al calcular la demanda real del producto se estratifican los datos que resultan de la resta de la de la demanda total (población de Jinotepe Carazo) menos discriminante (% de la población que no estuvo en acuerdo de comprar nuestro ceviche de pescado de 12 onza a un precio de 120) obteniendo como resultado el siguiente cálculo **DR=DT** discriminante (%de la población que no compraría el producto)

**DR=21,071.21-790.17 DR=20,280.83**

#### **4.1.7. Participación del mercado (oferta y competencia)**

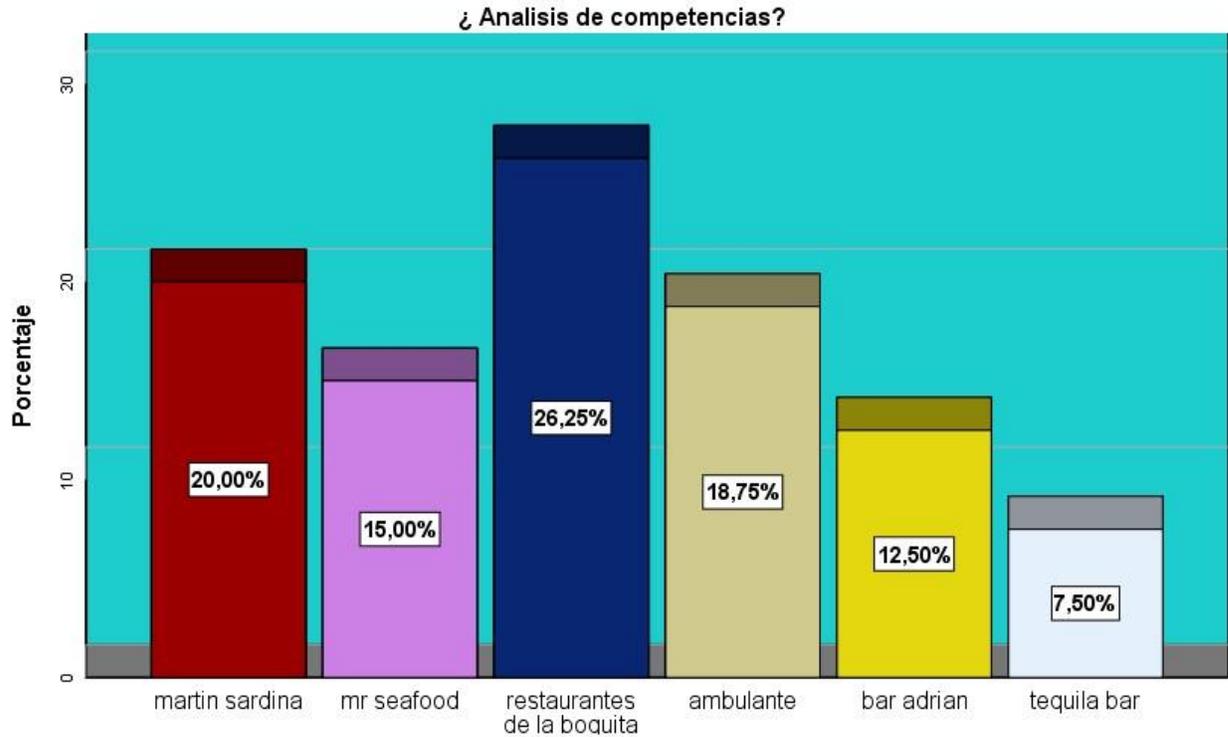
### **Demanda insatisfecha (DI)**

La demanda insatisfecha resulta de la resta de la demanda real del mercado menos el porcentaje que ocupa la competencia en el mercado, de esta manera resulta la siguiente operación

**(DI)=(DR) % de la competencia**

**DI= 20,280.83-5,323.71 DI=14,957.13**

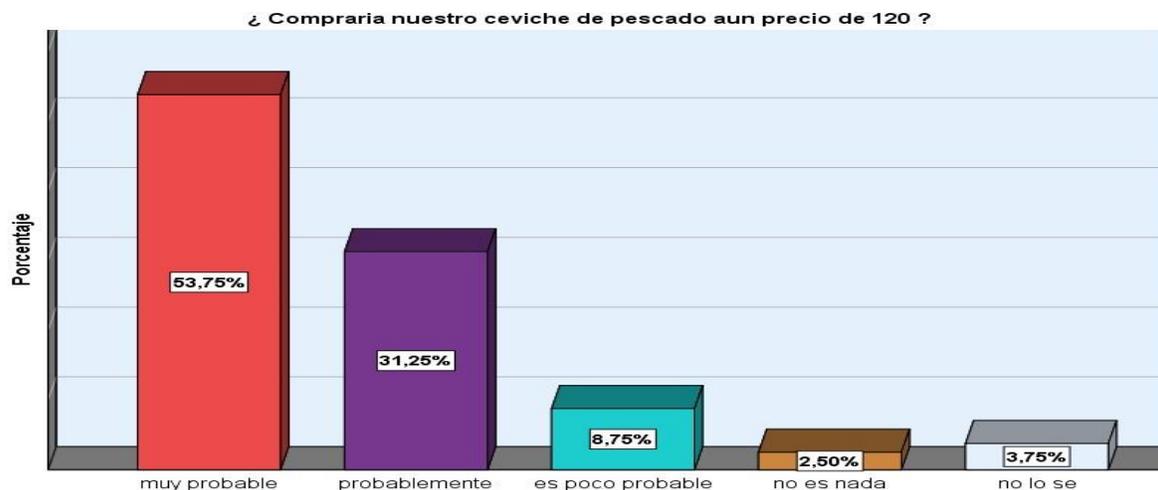
El resultado de este cálculo nos demuestra la cantidad de personas a los que la competencia aun no ofrece sus productos. De esta manera nos da a nuestra microempresa la oportunidad de ingresar a este rubro del mercado



Las principales amenazas son estas empresas, la cual genera un ligero riesgo para **C'viches Sabormar** son competencias, pero se dedican más al área de restaurante no dedicándose a exclusiva a ventas de ceviches más bien lo tiene como un valor agrado.

Nuestros ceviches serán superiores a los demás ya que nuestra preparación es mucho mejor a la de toda la competencia, el sabor es mucho más amplio a la hora de escoger nos daremos la tarea de cada día ser mejor en el mercado porque cada vez existen nuevos estándares y entraran nuevos competidores con otros conceptos a los de C'viches Sabormar.

#### 4.1.8. Precio de Venta



Los incrementos de los precios de los productos conforme si comprarían el ceviche de pescado de 12 onza a un precio de 120 córdobas es muy aceptable, es una oportunidad positiva para la creación de nuestro local de cevichería ofreceremos variedades de ceviches con diferentes precios, para ofrecer el precio de venta de nuestro producto nos hemos basado en la calidad de elaboración cuentan muchos aspectos como ( la higiene , seguridad , frescura de la materia prima etc. ) que nos permiten llegar a este punto porque elegimos cuidadosamente todos los ingredientes que cumplan con las normas de calidad del producto .

El precio de nuestro producto es de 120 córdobas, es un ceviche de pescado y es un producto que lo elaboraremos con productos frescos y con mariscos recién salidos del mar el cual es accesible al bolsillo del consumidor.

#### 4.1.9. Estimado de ventas

Tabla 1 unidades físicas de ceviches de pescado

C'VICHES SABORMAR													
Estimado de ventas en unidades físicas de ceviches de pescado.													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic	Totales
<b>Año 1</b>	520	550	600	620	580	520	570	510	500	480	500	590	6540
<b>Año 2</b>	530	560	610	630	590	530	580	520	510	490	510	600	6660
<b>Año 3</b>	540	570	620	640	600	540	590	530	520	500	520	610	6780

Tabla 2 Unidad física de camarón

C'VICHES SABORMAR													
Estimado de ventas en unidades físicas de ceviches de camarón.													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic	Totales
<b>Año 1</b>	390	400	400	450	420	390	450	380	370	340	270	410	4670
<b>Año 2</b>	397	410	408	452	425	392	451	384	374	341	275	414	4723
<b>Año 3</b>	400	412	410	459	430	400	458	488	379	348	380	420	4984

Tabla 3 Unidad física pulpo

**C'VICHES SABORMAR**

**Estimado de ventas en unidades físicas de ceviches de pulpo.**

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic	Totales
<b>Año 1</b>	260	265	270	280	260	264	280	267	275	274	270	280	3245
<b>Año 2</b>	264	270	274	285	267	270	287	270	279	279	275	285	3305
<b>Año 3</b>	270	275	279	290	280	278	290	280	293	285	281	290	3391

Tabla 4 Unidad física concha negra

**C'VICHES SABORMAR**

**Estimado de ventas en unidades físicas de ceviches de concha negra.**

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic	Totales
<b>Año 1</b>	260	265	270	280	260	264	280	267	275	274	270	280	3245
<b>Año 2</b>	264	270	274	285	267	270	287	270	279	279	275	285	3305
<b>Año 3</b>	270	275	279	290	280	278	290	280	293	285	281	290	3391

Tabla 5 Unidad física mixto

<b>C'VICHES SABORMAR</b>													
<b>Estimado de ventas en unidades físicas de ceviches de mixto.</b>													
<b>Descripción</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Agos</b>	<b>Sept</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Totales</b>
<b>Año 1</b>	260	265	270	280	260	264	280	267	275	274	270	280	3245
<b>Año 2</b>	264	270	274	285	267	270	287	270	279	279	275	285	3305
<b>Año 3</b>	270	275	279	290	280	278	290	280	293	285	281	290	3391

Tabla 6 Unidad física tostones

<b>C'VICHES SABORMAR</b>													
<b>Estimado de ventas en unidades físicas de tostones.</b>													
<b>Descripción</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Agos</b>	<b>Sept</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Totales</b>
<b>Año 1</b>	338	360	350	380	300	300	320	275	275	282	270	350	3800
<b>Año 2</b>	340	365	358	390	311	310	325	280	282	292	280	360	3893
<b>Año 3</b>	350	375	368	400	315	315	330	288	290	300	290	372	3993

Tabla 7 Unidad física cerveza

<b>C'VICHES SABORMAR</b>													
<b>Estimado de ventas en unidades físicas de cervezas</b>													

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic	Totales
<b>Año 1</b>	1248	1250	1235	1260	1250	1200	1300	1270	1220	1210	1200	1280	14923
<b>Año 2</b>	1255	1255	1240	1266	1260	1210	1310	1275	1230	1215	1212	1285	15013
<b>Año 3</b>	1260	1260	1245	1270	1265	1220	1320	1280	1240	1220	1220	1290	15090

### Unidades monetarias

Demanda potencial en unidades monetarias (alimentos y bebidas)

Tabla 8 Unidad monetaria

Concepto	Ventas del año 1	Ventas del año 2	Ventas del año 3
<b>Ceviche de pescado</b>	C\$ 389.400,00	C\$ 389.400,00	C\$ 406.920,00
<b>Ceviche de camarón</b>	C\$ 747.200,00	C\$ 755.680,00	C\$ 797.440,00
<b>Ceviche de pulpo</b>	C\$ 519.200,00	C\$ 528.800,00	C\$ 542.560,00
<b>Ceviche de conchas negras</b>	C\$ 454.300,00	C\$ 462.700,00	C\$ 474.740,00
<b>Ceviches mixtos</b>	C\$ 584.100,00	C\$ 594.980,00	C\$ 610.380,00
<b>Tostones con quesos</b>	C\$ 494.000,00	C\$ 506.090,00	C\$ 519.090,00
<b>Cerveza</b>	C\$ 522.305,00	C\$ 525.455,00	C\$ 528.150,00
<b>Total</b>	<b>C\$ 3.710.505,00</b>	<b>C\$ 3.763.105,00</b>	<b>C\$ 3.879.280,00</b>

#### 4.1.10. Estrategias de Mercado y presupuesto (4P)

#### Producto

Estrategia	Objetivo	Acción	Recursos	Responsable	Costo unitario	Costo total	Periodo
Elaboración de un producto mejorado nutritivo y saludable para la población de jinotepe	Preparar diversos ceviches al inmediato con productos frescos y de mayor calidad para los consumidores de este producto	Crear estrategias de venta como: fan Page en Facebook, Twitter Instagram, Pinterest entre otras, para nuestro producto sea demandado y reconocidos. Y de esta manera Lograr crear una demanda satisfecha con nuestros clientes. . .	Computadora Internet y teléfono	Ventas	—	C\$ 1,299.00 de pago	Mensual

**Precio**

<p>...r un ...e sea ...ite y ...vo a la ...:l ...a ofrecer.</p>	<p>Introducir el producto mejorado al mercado meta con un precio competitivo para lograr una mayor aceptación y posicionamiento de nuestro producto.</p> <p>Establecer precios competitivos y atractivos al consumidor.</p>	<p>Iniciar la elaboración de ceviches en la micro empresa con precios competitivos</p> <p>Establecer un precio que genere utilidad a la empresa dándole mayor reconocimiento.</p>	<p>_____</p> <p>Ventas</p> <p>_____</p> <p>Ventas</p>	<p>_____</p> <p>_____</p>	<p>120</p> <p>_____</p>	<p>1</p> <p>_____</p>
---	---	---	---	---------------------------	-------------------------	-----------------------

**Plaza**

Establecer un sitio donde exista facilidad de acceso, para la instalación de la empresa.	Establecer el lugar apropiado y demandado para la venta de nuestros productos	Establecer alianzas corporativas	_____	Administrador	_____	_____	_____
--	---	----------------------------------	-------	---------------	-------	-------	-------

**Promoción**

Diseño de un plan publicitario y de promociones para dar a conocer el producto.  <b>(Etapas introductorias)</b>	Captar la atención de los clientes a través de los distintos medios de publicidad y promoción.	Participar en ferias con el MEFCA para promocionar nuestro producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadora</li> <li>• Internet</li> </ul>	Ventas	C\$4000	C\$4000	Primer mes
		Crear videos en YouTube, tryavisor con nuestro producto a ofrecer		Ventas			
		Crear anuncios publicitarios en las redes sociales		Ventas			
		Invitaciones a influencer y canales para dar a conocer más nuestros productos					

## **4.2. Plan Técnico**

### **4.2.1. Proceso de Producción/Servicio**

El proceso de producción es un conjunto de actividades orientada a la transformación de recursos o factores productivos en bienes y/o servicios. En este proceso intervienen la información y la tecnología, que interactúan con personas, que tiene como objetivo la satisfacción de la demanda. (Business School).

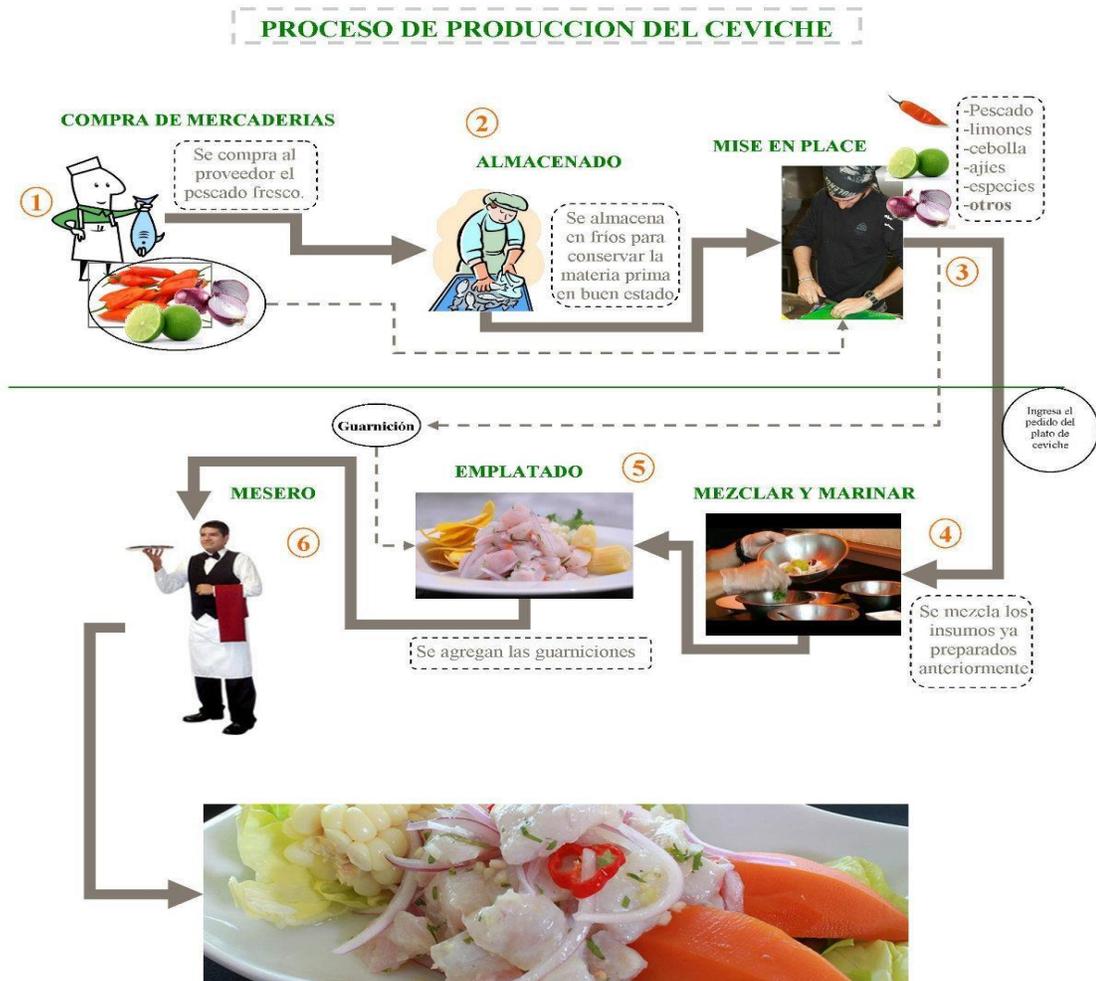
El ceviche elaborado con diferentes vegetales es un producto saludable con increíbles beneficios y aportes a la salud humana su consumo es bastante demandado por muchas personas en busca de tener una vida saludable con los mejores nutrientes que este, mismo ofrece y de igual manera es un producto que ayuda a muchas personas enfermas del corazón, sistema inmunológico, digestivo por todo esto y más es importante el consumo de ceviche.

A continuación, se presentará el proceso de producción de producto el ceviche a partir del proceso de transformación de la materia prima ya que es lo más importante para el proceso del ceviche y se deberá considerar otros factores como equipo, organización para poder obtener la producción esperada.

### 4.2.1. Proceso de Producción/Servicio

**Proceso de producción** En el siguiente diagrama se describe el proceso de producción y venta de los productos.

Ilustración 10 Proceso de producción



## Norma ANSI:

Ilustración 11 Norma ansi

SIMBOLO	REPRESENTA
	Inicio o término. Indica el principio o el fin del flujo, puede ser acción o lugar, además se usa para indicar una unidad administrativa o persona que recibe o proporciona información.
	Actividad. Describe las funciones que desempeñan las personas involucradas en el procedimiento.
	Documento. Representa un documento en general que entre, se utilice, se genere o salga del procedimiento.
	Decisión o alternativa. Indica un punto dentro del flujo en donde se debe tomar una decisión entre dos o más alternativas.
	Archivo. Indica que se guarda un documento en forma temporal o permanente.
	Conector de página. Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente, en la que continúa el diagrama de flujo.
	Conector. Representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte lejana del mismo.

En el **flujograma del Producto-Servicio**, se describen cada uno de los procesos que se realizan desde la llegada del cliente al establecimiento (foodtruck) hasta que recibe a satisfacción el pedido solicitado ya sea para consumo en el lugar o para llevar.

Los procesos descritos son:

-  Decisión de compra del cliente
-  Orden de pedido
-  Pago del pedido
-  Emisión del pedido a Cocina
-  Entrega del pedido al cliente

Si el flujo de clientes al establecimiento es bajo, se estima un período de tiempo de entre 8-10 minutos, para que el cliente realice su decisión de compra conforme el menú del día, efectúa su pago en efectivo y/o tarjeta de crédito, espera por el pedido y finalmente recibe a satisfacción el servicio solicitado servido ó empacado. los procesos se llevan a cabo en un período que puede variar de entre 10-15 minutos o 12-18 minutos.

En el **flujograma de Operaciones** que es propiamente el producto, se describe la operación en cada proceso que involucra a la persona encargada de la elaboración de los alimentos conforme el menú del día y su coordinación durante el proceso es con el cajero-mesero de quién recibe las órdenes de cada cliente y coordinación con el chef del lugar o encargado de los suministros diarios para garantizar el abastecimiento de materia prima, ingredientes y empaques a diario.

Los procesos descritos son:

- ✚ Revisión del menú del día
- ✚ Revisión de equipos, materiales e ingredientes
- ✚ Solicitudes de materiales, ingredientes o empaques de ser necesario
- ✚ Preparación de Alimentos
- ✚ Preparación de servicios y empaque de los mismos conforme ordenes recibida
- ✚ Limpieza área de cocina y del servicio al final del día.

#### 4.2.2. Proveedores y condiciones de compra de los equipos

La maquinaria requerida para la fabricación del producto será adquirida, en varios centros de compras el cual cuenta con ciertas maquinas utilizada en la Cevicheria. La compra de estas máquinas está certificadas y garantizadas por un lapso de tiempo casi igual que el de la vida útil de la máquina, asegurando así la calidad del equipo comprado.

Nombre del proveedor	Insumo y/o suministro	Forma de pago	Tiempo de entrega	Transporte
Acopio del señor Carlos Alberto Chávez	Mariscos	Crédito	I día	Terrestre
Mercado Jorge Matus Téllez y finca patricia	Frutas y Verduras	Contado	I día	Terrestre
Colonia	Salsas y Clamato	Contado	I día	Terrestre
Cervezas	licores	Contado	I día	Terrestre

Distribuidora Jehová Jireth	Maquinaria	Contado	I día	Terrestre
Mercado oriental	Herramientas y utensilios	Contado	I día	Terrestre
Activos tangibles	Congelador, Tv, refrigerador Mesas sillas	Contado	I día	Terrestre

Tabla 9 de equipo de oficinas

Descripción	cant	unidad de medida	p. unit	monto
Teléfono convencional	1	Unidad	C\$ 1.500,00	C\$ 1.500,00
Laptop plateada 15.6', intel core i3, 1tb- 4gb ram	1	Unidad	C\$ 15.000,00	C\$ 15.000,00
Impresora multifuncional epon	1	Unidad	C\$ 4.000,00	C\$ 4.000,00
Televisor lg 32	1	Unidad	C\$ 5.000,00	C\$ 5.000,00
Equipo de sonido stereo mhc - gpx55	1	Unidad	C\$ 7.300,00	C\$ 7.300,00
<b>TOTAL</b>				<b>C\$ 31.300,00</b>

Tabla 10 Accesorios de limpieza

DESCRIPCION	CANT	Unidad de medida	P. UNIT	MONTO
Espejo para baños	2	Unidad	C\$ 200,00	C\$ 400,00
Dispensador de papel higiénico	2	Unidad	C\$ 150,00	C\$ 300,00
Dispensador de papel toalla	2	Unidad	C\$ 100,00	C\$ 200,00
Bolsa plástica	1	Caja	C\$ 41,00	C\$ 41,00
Contenedores de 6x6	1	Caja	C\$ 300,00	C\$ 300,00

Dispensador de jabón líquido	2	Unidad	C\$ 290,00	C\$ 580,00
Pintura	1	Unidad	C\$ 1.200,00	C\$ 1.200,00
Cesto de basura	2	Unidad	C\$ 280,00	C\$ 560,00
Bolsa de basura	26	Unidad	C\$ 7,00	C\$ 182,00
<b>TOTAL</b>				<b>C\$ 3.763,00</b>

Tabla 11 Mueble y encerres

DESCRIPCION	CANT	UNIDAD DE MEDIDA	P. UNIT	MONTO
Mesas plásticas	10	unidad	C\$ 540,00	C\$ 5.400,00
Sillas de plásticas	40	unidad	C\$ 220,00	C\$ 8.800,00
Manteles	20	unidad	C\$ 140,00	C\$ 2.800,00
Separadores	40	unidad	C\$ 70,00	C\$ 2.800,00
Servilletero	10	unidad	C\$ 130,00	C\$ 1.300,00
Ceniceros	10	unidad	C\$ 60,00	C\$ 600,00
<b>Total</b>				<b>C\$ 21.700,00</b>

Tabla 12 Equipo de cocina

DESCRIPCION	CANT	UNIDAD DE MEDIDA	P. UNIT	MONTO
Congelador de 100 libras	1	unidad	C\$ 10.000,00	C\$ 10.000,00
Refrigerador exhibidor	1	unidad	C\$ 14.000,00	C\$ 14.000,00
Licuadaora	1	unidad	C\$ 850,00	C\$ 850,00
Pesa digital	1	unidad	C\$ 3.500,00	C\$ 3.500,00

Cocina industrial de 2 quemadores+ freidora	1	unidad	C\$ 4.500,00	C\$ 4.500,00
Tanque de gas, de 25 lbs.	1	unidad	C\$ 950,00	C\$ 950,00
<b>Total</b>				C\$ 33.800,00

Tabla 13 enseres

DESCRIPCION	CANT	UNIDAD DE MEDIDA	P. UNIT	MONTO
Mesa de apoyo de acero inoxidable	1	unidad	C\$ 4.000,00	C\$ 4.000,00
Kit de cubiertos	5	juegos	C\$ 450,00	C\$ 2.250,00
Taza de vidrio	3	juegos	C\$ 120,00	C\$ 360,00
Kit de cuchillos	1	juegos	C\$ 380,00	C\$ 380,00
Panas de plástica	1	juegos	C\$ 380,00	C\$ 380,00
Platos	20	juegos	C\$ 45,00	C\$ 900,00
Tabla de picar	2	unidad	C\$ 80,00	C\$ 160,00
Copas de para ceviches	20	juegos	C\$ 120,00	C\$ 2.400,00
Cucharones	2	unidad	C\$ 40,00	C\$ 80,00
Rallador de aluminios	2	unidad	C\$ 70,00	C\$ 140,00
Exprimidores	2	unidad	C\$ 140,00	C\$ 280,00
Olla arrocera	1	unidad	C\$ 700,00	C\$ 700,00
Colador de mano	1	unidad	C\$ 90,00	C\$ 90,00
Vasos cervceros 6x6	6	juegos	C\$ 270,00	C\$ 1.620,00
Juego de ollas de 7 piezas	1	juegos	C\$ 1.400,00	C\$ 1.400,00
<b>total</b>				<b>C\$ 15.140,00</b>

Tabla 14 accesorio de limpieza

DESCRIPCION	CANT	UNIDAD DE MEDIDA	P. UNIT	MONTO
Guantes de plástico	2	Caja	C\$ 90,00	C\$ 180,00
Mascarillas	2	Caja	C\$ 140,00	C\$ 280,00
Jabón de lavar traste	3	Unidad	C\$ 30,00	C\$ 90,00
Paste para traste	4	Unidad	C\$ 10,00	C\$ 40,00
Gorro para cabello	1	Caja	C\$ 276,00	C\$ 276,00
Alcohol gel	1	unidad	C\$ 278,00	C\$ 278,00
Paste de aluminio	4	Unidad	C\$ 8,00	C\$ 32,00
Jabón en polvo	1	Unidad	C\$ 340,00	C\$ 340,00
Kit limpieza	1	Unidad	C\$ 380,00	C\$ 380,00
Pinezol	1	Unidad	C\$ 90,00	C\$ 90,00
Asistin	2	Unidad	C\$ 140,00	C\$ 280,00
Cloro	1	Unidad	C\$ 80,00	C\$ 80,00
Toalla de limpieza	10	Unidad	C\$ 10,00	C\$ 100,00
Papel higiénico	5	Unidad	C\$ 80,00	C\$ 400,00
Pastilla para inodoro	22	Unidad	C\$ 20,00	C\$ 440,00
Ambientador	4	Unidad	C\$ 140,00	C\$ 560,00
Cepillo	1	Unidad	C\$ 15,00	C\$ 15,00
<b>Total</b>				<b>C\$ 3.861,00</b>

Tabla 15 Costo totales

Conceptos	Cantidad total
Equipo de oficina	C\$ 31.300,00
Accesorios	C\$ 3.763,00
Mueble y enseres	C\$ 21.700,00
Maquinaria y equipo	C\$ 33.800,00

Utensilios de cocina	C\$ 15.140,00
Equipo de limpieza	C\$ 3.861,00
<b>TOTAL</b>	<b>C\$ 109.564,00</b>

#### 4.2.3. Capital Fijo y Vida Útil del Capital Fijo

Los cálculos realizados para la depreciación de los activos fijos de C'VICHES SABORMAR son a través del método de línea recta cuyos valores porcentuales se basan en el art. 34 de la ley 822, ley de concertación tributaria y equidad fiscal de Nicaragua.

El método de depreciación utilizado es el método de línea recta establecido en el artículo 19 de la ley de concertación tributaria, el cual establece en su reglamento el artículo 63 lo siguiente: Las cuotas anuales a deducir de la renta bruta como reserva de depreciación basada en el método de línea recta costo o precio de adquisición entre la vida útil del bien, serán determinadas así:

- ✚ Mobiliarios y equipos de oficinas: 20%
- ✚ Equipos de comunicación: 20%
- ✚ Equipos de computación: 50%

Tabla 16 depreciación de congelador

VALOR INICIAL	C\$	10.000,00
VALOR DE RESCATE	C\$	7.000,00
VIDA ÚTIL		3

AÑO	MONTO A DEPRECIAR	TASA DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR LIBRO
-----	-------------------	----------------------	--------------	------------------------	-------------

1	C\$ 3.000,00	33%	C\$ 1.000,00	C\$ 1.000,00	C\$ 9.000,00
2	C\$ 3.000,00	33%	C\$ 1.000,00	C\$ 2.000,00	C\$ 8.000,00
3	C\$ 3.000,00	33%	C\$ 1.000,00	C\$ 3.000,00	C\$ 7.000,00

VALOR INICIAL	C\$	15.000,00
VALOR DE RESCATE	C\$	10.000,00
VIDA ÚTIL		3

<b>AÑO</b>	<b>MONTO A DEPRECIAR</b>	<b>TASA DE DEPRECIACIÓN</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR LIBRO</b>
1	C\$ 5.000,00	33%	C\$ 1.666,67	C\$ 1.666,67	C\$ 13.333,33
2	C\$ 5.000,00	33%	C\$ 1.666,67	C\$ 3.333,33	C\$ 11.666,67
3	C\$ 5.000,00	33%	C\$ 1.666,67	C\$ 5.000,00	C\$ 10.000,00

Tabla 17 depreciación de exhibidor

Tabla 18 depreciación de cocina

<b>VALOR INICIAL</b>	C\$ 4.500,00
<b>VALOR DE RESCATE</b>	C\$ 2.500,00
<b>VIDA ÚTIL</b>	3

<b>AÑO</b>	<b>MONTO A DEPRECIAR</b>	<b>TASA DE DEPRECIACIÓN</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR LIBRO</b>
1	C\$ 2.000,00	33%	C\$ 666,67	C\$ 666,67	C\$ 3.833,33
2	C\$ 2.000,00	33%	C\$ 666,67	C\$ 1.333,33	C\$ 3.166,67
3	C\$ 2.000,00	33%	C\$ 666,67	C\$ 2.000,00	C\$ 2.500,00

Tabla 19 depreciación de la pesa digital

<b>VALOR INICIAL</b>	C\$ 15.000,00
----------------------	---------------

VALOR DE RESCATE	C\$ 10.000,00
VIDA ÚTIL	3

AÑO	MONTO A DEPRECIAR	TASA DE DEPRECIACIÓN		DEPRECIACIÓN		DEPRECIACIÓN ACUMULADA		VALOR LIBRO
1	C\$ 1.700,00	33%	C\$	566,67	C\$	566,67	C\$	2.933,33
2	C\$ 1.700,00	33%	C\$	566,67	C\$	1.133,33	C\$	2.366,67
3	C\$ 1.700,00	33%	C\$	566,67	C\$	1.700,00	C\$	1.800,00

Tabla 20 depreciación de laptop

VALOR INICIAL	C\$ 15.000,00
VALOR DE RESCATE	C\$ 10.000,00
VIDA ÚTIL	3

	DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN		ACUMULADA	
1	C\$ 5.000,00	50%	C\$ 2.500,00	C\$ 2.500,00	C\$12.500,00
2	C\$ 5.000,00	50%	C\$ 2.500,00	C\$ 5.000,00	C\$10.000,00
3	C\$ 5.000,00	50%	C\$ 2.500,00	C\$ 7.500,00	C\$ 7.500,00
AÑO	MONTO A	TASA DE	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN	VALOR LIBRO

Tabla 21

depreciación de impresora

VALOR INICIAL		C\$	4.000,00			
VALOR DE RESCATE		C\$	1.500,00			
VIDA ÚTIL			3			
AÑO	MONTO A DEPRECIAR	TASA DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR LIBRO	
1	C\$ 1.500,00	50%	C\$ 750,00	C\$ 750,00	C\$ 3.250,00	
2	C\$ 1.500,00	50%	C\$ 750,00	C\$ 1.500,00	C\$ 2.500,00	
3	C\$ 1.500,00	50%	C\$ 750,00	C\$ 2.250,00	C\$ 1.750,00	

Tabla 22 depreciación tv LG 32

VALOR INICIAL		C\$	5.000,00			
VALOR DE RESCATE		C\$	3.500,00			
VIDA ÚTIL						
AÑO	MONTO A DEPRECIAR	TASA DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR LIBRO	
1	C\$ 1.500,00	50%	C\$ 750,00	C\$ 750,00	C\$ 4.250,00	
2	C\$ 1.500,00	50%	C\$ 750,00	C\$ 1.500,00	C\$ 3.500,00	

3	C\$ 1.500,00	50%	C\$ 750,00	C\$ 2.250,00	C\$ 2.750,00
---	-----------------	-----	------------	-----------------	-----------------

Tabla 23 Depreciación de equipo de sonido

VALOR INICIAL	C\$ 7.500,00
VALOR DE RESCATE	C\$ 5.000,00
VIDA ÚTIL	3

	DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN		ACUMULADA	
1	C\$ 2.500,00	50%	C\$ 1.250,00	C\$ 1.250,00	C\$ 6.250,00
2	C\$ 2.500,00	50%	C\$ 1.250,00	C\$ 2.500,00	C\$ 5.000,00
3	C\$ 2.500,00	50%	C\$ 1.250,00	C\$ 3.750,00	C\$ 3.750,00

AÑO	MONTO A	TASA DE	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN	VALOR LIBRO
-----	---------	---------	--------------	--------------	-------------

#### 4.2.4. Mantenimiento y Reparaciones

A continuación, se detallan el gasto por el mantenimiento de los activos

Tabla 24 Gasto de mantenimiento

<b>GASTOS POR MANTENIMIENTO</b>						
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>	<b>año 1</b>	<b>año 2</b>	<b>año 3</b>	<b>año 4</b>	<b>año 5</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
<b>Computadora</b>	C\$ 15.000,00	C\$15.750,00	C\$16.537,00	\$ 689.54	C\$17.363,00	C\$18.231,00
<b>Impresora</b>	C\$ 4.000,00	C\$ 4.200,00	C\$ 4.410,00	C\$ 4.630,00	C\$ 4.851,00	C\$ 5.093,00
<b>Televisor LG 32</b>	C\$ 5.000,00	C\$ 5.250,00	C\$ 5.512,00	C\$ 5.787,00	C\$ 6.076,00	C\$ 6.384,00
<b>Exhibidor</b>	C\$ 14.000,00	C\$14.700,00	C\$15.435,00	C\$16.206,00	C\$17.016,00	C\$17.866,00
<b>Cocina multifuncional</b>	C\$ 4.500,00	C\$ 4.725,00	C\$ 4.961,00	C\$ 5.209,00	C\$ 5.469,00	C\$ 5.742,00
<b>Mantenedora de 100 libra</b>	C\$ 10.000,00	C\$10.500,00	C\$11.025,00	C\$11.576,00	C\$12.154,00	C\$12.761,00
<b>Total</b>	<b>C\$ 52.500,00</b>	<b>C\$55.125,00</b>	<b>C\$57.880,00</b>	<b>C\$43.408,00</b>	<b>C\$62.929,00</b>	<b>C\$66.077,00</b>

Para el gasto de los mantenimientos proyectados se tomó en cuenta el valor de la inflación anual que según datos emitidos por el BCN se calcula en un 5% las actividades a realizar en los mantenimientos.

Los mantenimientos se harán una vez al año para todos equipos siempre estén funcionando a su 100 de capacidad durante su tiempo en existencia.

#### 4.2.5. Capacidad planificada y a futuro

Para la realización de la capacidad planificada se tomó en cuenta el inicio de operaciones de C'VICHES SABORMAR que será de 11:00am a 8:00pm se tomará un intervalo de producción de 10 minutos en los cuales se elaborarán cada ceviche, por lo que cada hora se estima 4.5 servicios saliendo del área de cocina que multiplicado por las 9 horas que atenderá el establecimiento por día, suman una capacidad a producir de diaria de 126 servicios de comida 78 y bebida 48 cerveza, multiplicándolo por los 6 días de la semana que labora El Predio serian 756 servicios de comida por semana.

Para obtener el cálculo de la producción anual, se multiplica el dato a la semana (756) por las 52 semanas que tiene el año obteniendo un resultado de 39312 unidades a producir, con crecimiento anual de 2%.

Se comenzará con la producción de ceviches de pescado, camarón, pulpo, conchas negras, mixto, tostones con quesos

Tabla 25 Capacidad producida en unidades

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN EN UNIDADES		
Capacidad de producción diaria	Capacidad de producción mensual	Capacidad de producción anual
<b>126</b>	<b>3024</b>	<b>39312</b>

Tabla 26 capacidad producida monetaria

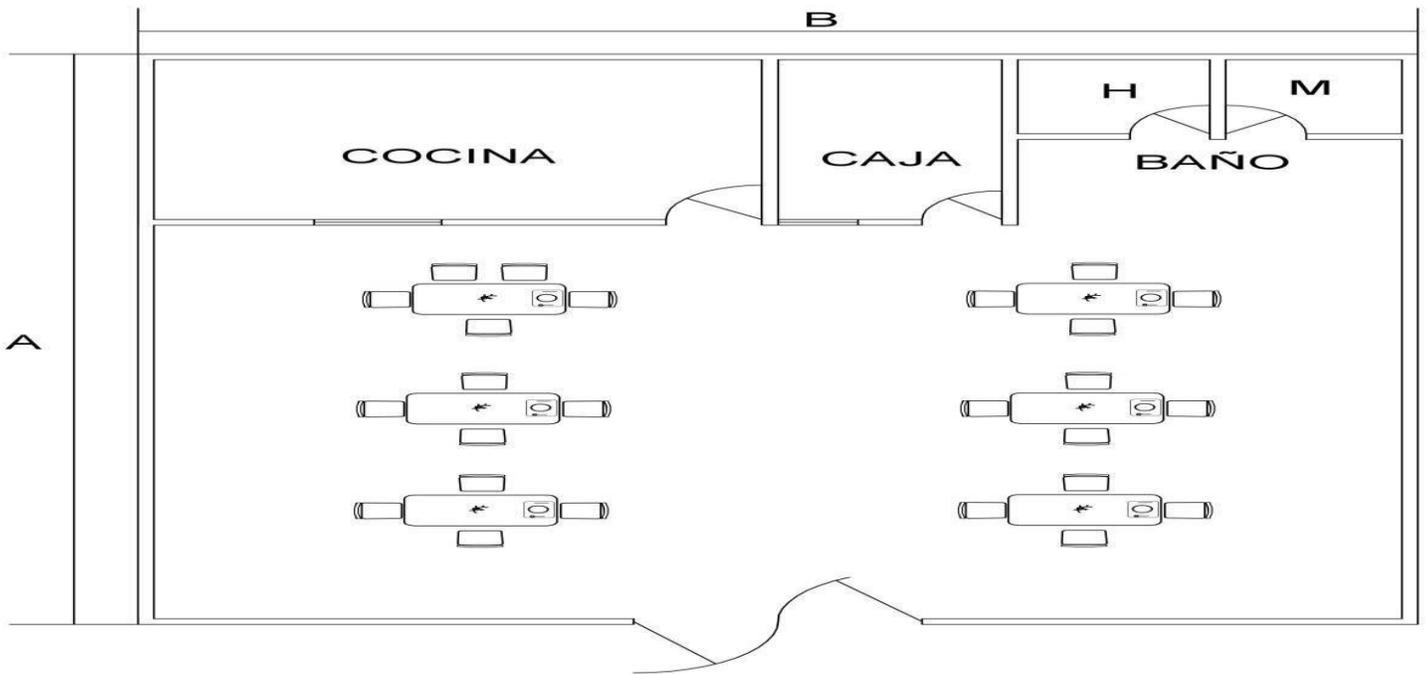
Descripción	Cantidad al día	Precios	Ingreso diario	Ingreso mensual
Ceviche de pescado	20	C\$ 120.00	C\$ 2.400,00	C\$ 57.600,00
Ceviche de camarón	15	C\$ 160.00	C\$ 2.400,00	C\$ 57.600,00
Ceviche pulpo	10	C\$ 160.00	C\$ 1.600,00	C\$ 38.400,00
Ceviche de conchas negra	10	C\$ 140.00	C\$ 1.400,00	C\$ 33.600,00
Ceviches mixtos	10	C\$ 180.00	C\$ 1.800,00	C\$ 43.200,00
Tostones	13	C\$ 110.00	C\$ 1.300,00	C\$ 34.340,00
Cerveza	48	C\$ 35.00	C\$ 1.680,00	C\$ 40.320,00
<b>Total</b>	<b>126</b>		<b>C\$ 12.580,00</b>	<b>C\$305.060,00</b>

#### 4.2.6. Ubicación y distribución física de la planta

La distribución del local está determinada por diferentes aspectos como son: la capacidad instalada que va en relación al número de clientes que pueda atender, la disponibilidad física para el almacenamiento de la materia prima, mobiliario para atención al cliente, instalaciones para uso de los empleados, espacio para la instalación de maquinaria y sanitarios; implementos necesarios para realizar las operaciones diarias de la cevichería.

Cada una de las áreas de la cevichería debe estar dividida para que no haya intervención. La cocina se debe encontrar en la parte posterior del local y contando con una buena ventilación y también con un espacio delimitado en el que se puedan almacenar la materia prima, los suministros y materiales que no requieran de refrigeración, hay que aprovechar el espacio para llegar al mayor número de clientes posibles. Los baños se deben encontrar en un lugar neutro que no se encuentre cerca de la cocina ni tampoco cerca de los clientes. en el siguiente cuadro se puede detallar específicamente cada una de las áreas de la

Ilustración 12 Plano



cevichería con su respectiva superficie proyectada. y la cocina es también el almacén de los productos ya que cuenta con un buen espacio disponible para estos.

#### **4.2.7. Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad**

Para estimar los costos de la materia prima a utilizar en los platos que se ofrecerán, se realizaron cotizaciones en el mercado Jorge Matus Téllez acopio de casares la finca de doña patricia a los productos requeridos.

#### **Disponibilidad de materia prima**

En cuanto a la disponibilidad de la materia prima se puede afirmar que éstas se encuentran en todo el mercado de Jinotepe, así como en los supermercados tales como Pali y La Colonia.

## Gastos de insumo

Tabla 27 Gasto de insumo

DESCRIPCION	Unidad de medida	CANT	P. UNIT	total
Pescado curvina	libra	130	C\$30,00	C\$ 3.900,00
Conchas negras	libra	65	C\$29,00	C\$ 1.885,00
Pulpo	libra	26	C\$60,00	C\$ 1.560,00
Camarón	libra	97	C\$70,00	C\$ 6.790,00
Tomate caja	caja	2	C\$250,00	C\$ 500,00
Cebolla morada	caja	1	C\$222,00	C\$ 222,00
Cebolla blanca	caja	1	C\$200,00	C\$ 200,00
Chiltoma cajas	caja	2	C\$230,00	C\$ 460,00
Cilantro/culantro	manojos	160	C\$3,00	C\$ 480,00
Salsa de tomate	galón	1	C\$260,00	C\$ 260,00
Clamato	galón	2	C\$374,00	C\$ 748,00
Salsa Lizano	litro	2	C\$148,00	C\$ 296,00
Salsa de soja	litro	2	C\$180,00	C\$ 360,00
Chile jalapeño	libra	20	C\$15,00	C\$ 300,00
Limón	saca	1	C\$500,00	C\$ 500,00
Lechugas	libra	40	C\$15,00	C\$ 600,00
Aguacates	unidad	200	C\$9,00	C\$ 1.800,00
Galleta coctel	caja	4	C\$480,00	C\$ 1.920,00
Sal	libra	12	C\$5,00	C\$ 60,00
Comino	libra	1	C\$90,00	C\$ 90,00
Pimienta molida	libra	1	C\$90,00	C\$ 90,00
Plátanos cabeza	cabeza	20	C\$70,00	C\$ 1.400,00
Queso para freír	libra	15	C\$60,00	C\$ 900,00
Repollo	unidad	18	C\$30,00	C\$ 540,00
Zanahoria	caja	1	C\$600,00	C\$ 600,00
Cerveza	caja	30	C\$558,00	C\$ 16.740,00
<b>Total</b>				<b>C\$ 43.201,00</b>

## Gastos de equipo de limpieza

Tabla 28 Gasto de equipo de limpieza

DESCRIPCION	CANT	UNIDAD DE MEDIDA	P. UNIT	MONTO
Guantes de plástico	2	Caja	C\$ 90,00	C\$ 180,00
Mascarillas	2	Caja	C\$ 140,00	C\$ 280,00
Jabón de lavar traste	3	Unidad	C\$ 30,00	C\$ 90,00
Paste para traste	4	Unidad	C\$ 10,00	C\$ 40,00
Gorro para cabello	1	Caja	C\$ 276,00	C\$ 276,00
Alcohol gel	1	unidad	C\$ 278,00	C\$ 278,00
Paste de aluminio	4	Unidad	C\$ 8,00	C\$ 32,00
Jabón en polvo	1	Unidad	C\$ 340,00	C\$ 340,00
Kit limpieza	1	Unidad	C\$ 380,00	C\$ 380,00
Pinesol	1	Unidad	C\$ 90,00	C\$ 90,00
Asistin	2	Unidad	C\$ 140,00	C\$ 280,00
Cloro	1	Unidad	C\$ 80,00	C\$ 80,00
Toalla de limpieza	10	Unidad	C\$ 10,00	C\$ 100,00
Papel higiénico	5	Unidad	C\$ 80,00	C\$ 400,00
Pastilla para inodoro	22	Unidad	C\$ 20,00	C\$ 440,00
Ambientador	4	Unidad	C\$ 140,00	C\$ 560,00
Cepillo	1	Unidad	C\$ 15,00	C\$ 15,00
<b>Total</b>				<b>C\$ 3.861,00</b>

## Costos unitarios de cada producto

Ilustración 13 Ceviche de pescado precio



Tabla 29 precio Unitario pescado

<b>Costo unitario de ceviche</b>	<b>Precio</b>
100 gramo de pescado	C\$ 4,00
50 gramo de cebolla blanca	C\$ 2,00
50 gramo de cebolla morada	C\$ 2,00
50 gramo de chiltoma	C\$ 1,00
50 gramo tomate	C\$ 1,00
40 gramo pepino	C\$ 2,00
20 gramo lechuga	C\$ 3,00
70 mg salsa de soja	C\$ 4,00
80 mg Salsa de tomate	C\$ 3,00
60 mg Salsa inglesa	C\$ 2,00
60 mg Clamato	C\$ 5,00
Cilantro / culantro	C\$ 2,00
Pimienta y sal	C\$ 2,00
Aguacate	C\$ 4,00
Jalapeños	C\$ 3,00
Taza de limón	C\$ 7,00
Galleta saladita	C\$ 3,00
<b>Total</b>	<b>C\$ 50,00</b>
<b>Precio de venta</b>	<b>C\$ 120,00</b>

Ilustración 14 ceviche de camarón



Tabla 30 Precio Unitario camarón

<b>Costo unitario de ceviche</b>	<b>Precio</b>
100 gramo de camarón	C\$ 10,00
50 gramo de cebolla blanca	C\$ 2,00
50 gramo de cebolla morada	C\$ 2,00
50 gramo de chiltoma	C\$ 1,00
50 gramo tomate	C\$ 1,00
40 gramo pepino	C\$ 2,00
20 gramo lechuga	C\$ 3,00
70 mg salsa de soja	C\$ 4,00
80 mg Salsa de tomate	C\$ 3,00
60 mg Salsa inglesa	C\$ 2,00
60 mg Clamato	C\$ 5,00
Cilantro / culantro	C\$ 2,00
Pimienta y sal	C\$ 2,00
Aguacate	C\$ 4,00
Jalapeños	C\$ 3,00
Taza de limón	C\$ 7,00
Galleta saladita	C\$ 3,00
<b>Total</b>	<b>C\$ 56,00</b>
<b>Precio de venta</b>	<b>C\$ 160,00</b>

Ilustración 15 ceviche pulpo



<b>Costo unitario de ceviche</b>	<b>Precio</b>
100 gramo de pulpo	C\$ 7,00
50 gramo de cebolla blanca	C\$ 2,00
50 gramo de cebolla morada	C\$ 2,00
50 gramo de chiltoma	C\$ 1,00
50 gramo tomate	C\$ 1,00
40 gramo pepino	C\$ 2,00
20 gramo lechuga	C\$ 3,00
70 mg salsa de soja	C\$ 4,00
80 mg Salsa de tomate	C\$ 3,00
60 mg Salsa inglesa	C\$ 2,00
60 mg Clamato	C\$ 5,00
Cilantro / culantro	C\$ 2,00
Pimienta y sal	C\$ 2,00
Aguacate	C\$ 4,00
Jalapeños	C\$ 3,00
Taza de limón	C\$ 7,00
Galleta saladita	C\$ 3,00
<b>Total</b>	<b>C\$ 53,00</b>
<b>Precio de venta</b>	<b>C\$ 160,00</b>

Ilustración 16 ceviche de conchas



Tabla 31 precio unitario conchas negra

Costo unitario de ceviche	Precio
100 gramo de conchas negras	C\$ 14,00
50 gramo de cebolla blanca	C\$ 2,00
50 gramo de cebolla morada	C\$ 2,00
50 gramo de chiltoma	C\$ 1,00
50 gramo tomate	C\$ 1,00
40 gramo pepino	C\$ 2,00
20 gramo lechuga	C\$ 3,00
70 mg salsa de soja	C\$ 4,00
80 mg Salsa de tomate	C\$ 3,00
60 mg Salsa inglesa	C\$ 2,00
60 mg Clamato	C\$ 5,00
Cilantro / culantro	C\$ 2,00
Pimienta y sal	C\$ 2,00
Aguacate	C\$ 4,00
Jalapeños	C\$ 3,00
Taza de limón	C\$ 7,00
Galleta saladita	C\$ 3,00
<b>Total</b>	<b>C\$ 60,00</b>
<b>Precio de venta</b>	<b>C\$ 140,00</b>

Ilustración 17 ceviche mixto



Tabla 32 precio unitario mixto

Costo unitario de ceviche	Precio
100 gramo de mixto	C\$ 31,00
50 gramo de cebolla blanca	C\$ 2,00
50 gramo de cebolla morada	C\$ 2,00
50 gramo de chiltoma	C\$ 1,00
50 gramo tomate	C\$ 1,00
40 gramo pepino	C\$ 2,00
20 gramo lechuga	C\$ 3,00
70 mg salsa de soja	C\$ 4,00
80 mg Salsa de tomate	C\$ 3,00
60 mg Salsa inglesa	C\$ 2,00
60 mg Clamato	C\$ 5,00
Cilantro / culantro	C\$ 2,00
Pimienta y sal	C\$ 2,00
Aguacate	C\$ 4,00
Jalapeños	C\$ 3,00
Taza de limón	C\$ 7,00
Galleta saladita	C\$ 3,00
Total	C\$ 77,00
<b>Precio de venta</b>	<b>C\$ 180,00</b>

Ilustración 18 tostones con queso



<b>Costo de los tostones con queso</b>	<b>Precio</b>
2 plátanos	C\$ 8,00
4 onzas de Queso	C\$ 15,00
500 gamos Repollo	C\$ 4,00
200 gramos de Zanahoria	C\$ 2,00
100 gramos de tomate	C\$ 3,00
100 gramos de cebolla	C\$ 2,00
60 gramos chile jalapeño	C\$ 3,00
<b>Total</b>	<b>C\$ 37,00</b>
<b>Precio de venta</b>	<b>C\$ 110,00</b>

Tabla 33 precio unit tostones con queso



Tabla 34 precio unit cerveza

<b>Costo de la cerveza</b>	<b>Precio</b>
<b>Costo de compra</b>	<b>24</b>
<b>Costo de venta</b>	<b>35</b>

Detalle bruto por producción

<b>Descripción</b>	<b>PLATO 1</b>	<b>PLATO 2</b>	<b>PLATO 3</b>	<b>PLATO 4</b>	<b>PLATO 5</b>	<b>BEBIDA</b>
<b>Ceviches</b>	<b>Pescado</b>	<b>Camarón</b>	<b>Pulpo</b>	<b>Mixto</b>	<b>tostones</b>	<b>Cerveza</b>
	Costo	Costo	Costo	Costo	Costo	Costo
Materia prima	50	56	53	60	77	24
Empaque	3	3	3	3	3	
<b>Total</b>	<b>53</b>	<b>59</b>	<b>56</b>	<b>63</b>	<b>80</b>	<b>24</b>

**Financiamiento:**

El financiamiento es mero capital propio siendo un emprendimiento más rentable y factible para llevarlo a funcionamiento.

**4.2.7. Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad.**

Se determina que los mobiliarios para el negocio deberán calzar en el ambiente en que se desarrolle las actividades de venta del producto, estos deberán ser acogedores, distintivo

en cuanto a estilo, iluminación, decoración, color y las actividades tenga relación con el servicio que presta, para que de esta manera pueda generar una imagen positiva.

Con estos antecedentes, se puede apreciar que la cevichería tendrá ventajas, como: el de tener una infraestructura mejor adecuada de esta manera podrá dar un mensaje claro del servicio que ofrece el producto, la calidad y un buen sabor que ha diferenciado de la competencia.

#### 4.2.8. Mano de obra, su costo y disponibilidad.

Tabla 35 mano d obra

C'viches Sabormar													
	Proyección del costo de la mano de obra en el área de producción												
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abril	Mayo	Jun	Jul	Agost	Sept	Oct	Nov	Dic	Total
<b>Salarios</b>	<b>16,450.00</b>	<b>16,450.00</b>	<b>16,450.00</b>	<b>16,450.00</b>	<b>16,450.00</b>	<b>16,450.00</b>	<b>16,450.00</b>	<b>16,450.00</b>	<b>16,450.00</b>	<b>16,450.00</b>	<b>16,450.00</b>	<b>16,450.00</b>	<b>197,400.00</b>
<b>Cocinero</b>	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	<b>72,000.00</b>
<b>Mesera</b>	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	<b>60,000.00</b>
<b>Cajera</b>	5,450.00	5,450.00	5,450.00	5,450.00	5,450.00	5,450.00	5,450.00	5,450.00	5,450.00	5,450.00	5,450.00	5,450.00	<b>65,400.00</b>
<b>Vacaciones</b>	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	<b>13,974.84</b>
<b>13vo Mes</b>	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	<b>13,974.84</b>
<b>Indemnización</b>	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	1,164.57	<b>13,974.84</b>
<b>INSS Patronal</b>	3,004.59	3,004.59	3,004.59	3,004.59	3,004.59	3,004.59	3,004.59	3,004.59	3,004.59	3,004.59	3,004.59	3,004.59	<b>36,055.08</b>
<b>Total</b>	<b>20,473.12</b>	<b>20,473.12</b>	<b>20,473.12</b>	<b>20,473.12</b>	<b>20,473.12</b>	<b>20,473.12</b>	<b>20,473.12</b>	<b>20,473.12</b>	<b>20,473.12</b>	<b>20,473.12</b>	<b>20,473.12</b>	<b>20,473.12</b>	<b>245,677.44</b>

#### 4.2.9. Gastos generales de producción.

En los gastos de producción se estipulan porcentajes que reflejan el consumo de servicios básicos como agua, energía eléctrica, cable + internet de megas y alquiler del local entre otros, con el fin de mantener un balance entre los gastos de cada una de las otras áreas.

En la siguiente tabla se detallan los gastos en que se incurrirá para el área de producción.

Gastos operativos en general.

- ❖ A continuación, se presentan los gastos generales
- ❖ Servicios básicos
- ❖ Gastos de materiales de limpieza,
- ❖ Gastos de oficina
- ❖ Herramientas

Tabla 36 gastos generales

<b>Gastos operativos en generales</b>	
<b>Gastos generales</b>	<b>MES</b>
<b>Presupuesto de marketing</b>	C\$ 4.000,00
<b>M</b>	C\$ 7.000,00
<b>Mantenimiento y reparación</b>	
<b>Servicios básicos</b>	C\$ 2.489,00
<b>Gastos de oficina</b>	C\$ 1.339,00
<b>Gastos de limpieza</b>	C\$ 3.861,00
<b>Material de reposición y</b>	
<b>Herramientas</b>	C\$ 1.200,00
<b>Alquiler(predio)</b>	C\$ 7.500,00
<b>Depreciación</b>	C\$ 5.000,00
<b>Total, de gastos generales</b>	C\$ 32.389,00

<b>Total, gastos generales menos depreciación</b>	<b>C\$ 27.389,00</b>
---	----------------------

Gasto de servicios

*Tabla 37 gastos de servicios*

<b>Detalle del servicio</b>	<b>Porcentaje atribuible</b>	<b>Total</b>
Energía Eléctrica	40%	C\$ 950,00
Agua Potable	40%	C\$ 380,00
Alquiler	33,33%	C\$ 7.500,00
Propaganda y publicidad		C\$ 4.000,00
Cable + internet 10 mega + línea telefónica		C\$ 1.299,00
<b>Gasto total mensual</b>		<b>C\$ 14.129,00</b>

**Gasto anual de papelería**

*Tabla 38 Gasto de papelería*

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unit</b>	<b>Total, Anual</b>
<b>Resma de papel 500 hojas</b>	12	C\$ 173,00	C\$ 2.076,00
<b>Engrapadora</b>	2	C\$ 110,00	C\$ 220,00
<b>Caja folders 50 unid</b>	2	C\$ 17,00	C\$ 34,00
<b>Lapiceros</b>	36	C\$ 300,00	C\$ 10.800,00
<b>Corrector liquido</b>	4	C\$ 17,00	C\$ 68,00
<b>Resaltador</b>	6	C\$ 12,00	C\$ 72,00
<b>Clips caja 100und</b>	5	C\$ 22,00	C\$ 110,00
<b>Saca grapas</b>	2	C\$ 16,00	C\$ 32,00
<b>Grapas caja</b>	2	C\$ 41,00	C\$ 82,00
<b>Perforadora</b>	1	C\$ 90,00	C\$ 90,00

<b>Rollo papel p/registradora</b>	12	C\$ 207,00	C\$ 2.484,00
<b>Total, de gastos de oficina</b>			<b>C\$ 16.068,00</b>

### 4.3. Plan de organización y gestión

#### 4.3.1. Marco Legal (Forma Jurídica)

C'viches sabormar es una micro empresa creada por las socias Judith Elizabeth Gracia Gonzales, Ana Gabriela Mercado Mercado, Noel Nicolás Portocarrero Aleman como sociedad anónima. Cada una de las socias aportara un 100% al capital para poner en marcha el plan de negocio.

Se optó por este tipo de Sociedad ya que es la más común para operar en el comercio nicaragüense El capital social está dividido e incorporado en Acciones que pueden ser transferidas de un socio a otro o a terceros, sin autorización de los demás, ni de los directores. Otras de las ventajas es que los accionistas no responden personal ni solidariamente por las deudas sociales, sino únicamente hasta la concurrencia de su capital incorporado en las Acciones. La administración de la Sociedad le corresponde a una Junta Directiva integrada únicamente por los accionistas de la Sociedad.

Tamaño de la empresa

La forma más común y más extensamente utilizada para definir una PYME es utilizar el número de empleados según la ley 645. En Nicaragua existe una definición formal por parte del Gobierno tanto para la micro, pequeña y mediana empresa, por número de empleados, activos y ventas anuales:

Tabla 39 tamaño de la empresa

	<b>Micro</b>	<b>pequeña</b>	<b>Mediana</b>
<b>Número total de trabajadores</b>	1-5	6-30	31-100
<b>Activos totales (córdobas)</b>	Hasta 200 mil	Hasta 1.5 millones	Hasta 6.0 millones

<b>Ventas totales anuales (córdobas)</b>	Hasta 1 millón	Hasta 9 millones	Hasta 40 millones
--	----------------	------------------	-------------------

C'viches sabormar es considerada por su tamaño un micro empresa ya que este constara con 3 trabajadores, con ventas anuales de **C\$ 3.710.505,00** y activos fijos.

**A continuación, se detallan los trámites y requisitos que se deben cumplir**

*Tabla 40 tramites de para licencia del negoció*

<b>TRAMITE</b>	<b>INSTANCIA</b>	<b>REQUISITO</b>	<b>DURACIÓN</b>
<b>Constitución legal</b>	Registro Público Mercantil y de la Propiedad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• escritura de constitución</li> <li>• Solicitud de inscripción como comerciante original en papel sellado y firmada por el presidente.</li> <li>• Cédula de Identidad Ciudadana, de acuerdo a lo establecido en el literal f) del artículo 4, de la Ley N° 152 Ley de Identificación Ciudadana.</li> </ul>	<b>1 mes</b>

<b>Obtener su número de Registro Único de Contribuyente (RUC) ante la Dirección General de Ingresos (DGI).</b>	Dirección General de Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Original y fotocopia de cédula de identidad * Copia del recibo básico de agua, luz, teléfono o contrato de arrendamiento (en caso de alquiler)</li> <li>• Presentación de libros contables, debidamente inscritos en el registro mercantil.</li> <li>• Inscripción de libros contables en la Admón. de Rentas</li> </ul>	<b>1 mes</b>
<b>Otorgar Poder de Administración a su representante legal.</b>	Notario	<input type="checkbox"/> Documentos de identidad	<b>1 día</b>
<b>Registrarse como contribuyente ante la Administración de Rentas</b>	Administración de Rentas	<input type="checkbox"/> Solicitar inspección como contribuyente y realizar la inspección en el comercio * realizar las debidas inspecciones	<b>1 semana</b>
<b>Registrarse en la Alcaldía de Jinotepe</b>	alcaldía	<input type="checkbox"/> Copia de Escritura de Constitución Libros contables debidamente <b>registrados</b>	<b>1 semana</b>
<b>Apertura de cuenta en moneda nacional y extranjera,</b>	BAC	<input type="checkbox"/> Cédula RUC <input type="checkbox"/> Documentos Representante Legal. <input type="checkbox"/> Origen de Fondos.	<b>1 semana</b>

<b>Registro Sanitario</b>	ministerio de salud	<input type="checkbox"/> Certificados de Salud (Art 5.2 NTON de la Norma de Manipulación de Alimentos). <input type="checkbox"/> RUC en caso de ser jurídico. <input type="checkbox"/> Ficha de Inspección Sanitaria. <input type="checkbox"/> Pago de arancel. <input type="checkbox"/>	<b>1 mes</b>
---------------------------	---------------------	--	--------------

#### 4.3.2. Estructura Organizacional (fichas de cargo)

Figura 2 Organigrama



C'viches sabormar se encuentra organizado de la siguiente manera, cocina chef, mesera y caja.

## **Misión**

Ofrecer C´viches con recetas únicas y originales que satisfagan las necesidades y gustos culinarios de los consumidores, asegurando la calidad e higiene de nuestros productos y servicios.

## **Visión**

Ser la una pequeña empresa líder en la preparación y elaboración de ceviches en la ciudad de Jinotepe con una fuerte presencia comercial motivando con ellos atraer clientes y expandir la idea a nivel nacional.

### **Chef:/ Supervisa a:**

- Se encargará de Manejar la cocina.
- Participar en los comités de requisición de suministros para la cocina.
- Cumplir las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- Controlar el tratamiento de los alimentos que son suministrados.
- Mantener en orden el equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.  
Elaborar de informes periódicos de las actividades realizadas.

### **Cajera Reporta a: Chef**

- Debe tener la capacidad de negociación en diferentes niveles.
- Administrar recursos.
- Ser un buen planificador y metódico.
- Manejar la caja y adquisiciones.
- Mantener comunicación efectiva.
- Conocer de cocina.

### Mesera y limpieza a: Chef.

- Se encarga de mantener comunicación efectiva con el chef.
- Llevar los pedidos al chef.
- Tener conocimientos de cocina básica.
- Mantener la limpieza de local

En la estructura organizacional de la empresa no se menciona el servicio delivery ya que será tendrá alianza con mandaditos Jinotepe ellos ganaran su respectiva comisión por cada viaje, donde se establecerá un pago por servicio bajo una tarifa fija con el proveedor de transporte (motorizado).

### 4.3.3. Actividades y gastos preliminares

A continuación, se describen las actividades y gastos que C'viches Sabormar tendrá antes de la puesta en marcha del negocio:

Tabla 41 gastos preliminares

<b>Institución a Cargo</b>	<b>Detalle de Gestiones</b>	<b>Duración</b>	<b>Gasto</b>
<b>MIFIC</b>	Registro de Patente	2 meses	C\$ 6,600.00
<b>Registro Mercantil</b>	Solicitud de comerciante	4 meses	C\$ 300.00
<b>Alcaldía Municipal / DGI</b>	Matricula Municipal	1 mes	C\$ 500.00
<b>Alcaldía Municipal</b>	Rotulo 1 mt <sup>2</sup>	1 mes	C\$ 500.00
<b>Alcaldía Municipal</b>	Basura	1 mes	C\$ 30.00
<b>BOMBERO</b>	Revisión de las instalaciones	1 mes	C\$ 800.00
<b>Licencia Sanitaria</b>	SILAY CARAZO	1 semana	C\$ 500.00
<b>Policías</b>	permisos de venta licor	1 semana	C\$ 700.00
<b>Total</b>			C\$ 9,930.00

#### 4.3.4. Equipos de oficina

A continuación, se presenta en detalle los equipos de oficina con los que contara la pequeña empresa C'VICHES SABORMAR

DESCRIPCION	CANT	UNIDAD DE MEDIDA	MONTO
TELEFONO CONVENCIONAL INALABRICO	1	UNIDAD	C\$ 1.500,00
LAPTOP AZUS 15.6', INTEL CORE I3, 1TB- 4GB RAM	1	UNIDAD	C\$ 15.000,00
Telefono convencional	UNIDAD	1	C\$ 1.500,00
Escritorio 1 Metro * 65 centimetro	UNIDAD	1	C\$ 1.200,00
Silla de Espera	UNIDAD	1	C\$ 750,00

Tabla 42 equipos de oficinas

DESCRIPCION	CANT	UNIDAD DE MEDIDA	MONTO
Laptop plateada 15.6', intel core i3, 1tb- 4gb ram	Unidad	1	C\$ 15,000.00
Impresora multifuncional Epson	Unidad	1	C\$ 3,999.00
Teléfono convencional	Unidad	1	C\$ 1,500.00
Escritorio 1 metro * 65 centímetro	Unidad	1	C\$ 1,200.00

Silla de espera	Unidad	1	C\$ 750.00
<b>TOTAL</b>			<b>C\$ 23,449.00</b>

### 4.3.5. Gastos Administrativos

Tabla 43 Gastos administrativo

<b>Gasto de Administración Proyectada</b>													
	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Agos</b>	<b>Sept</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
<b>Concepto</b>													
<b>Salario del personal</b>	<b>16500</b>	<b>198000</b>											
Cajera	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	<b>66000</b>
<b>INSS Patronal</b>	<b>3547,5</b>	<b>2,042.50</b>	<b>3547,5</b>										
<b>Prestaciones Sociales</b>	<b>4125</b>	<b>49500</b>											
Vacaciones	1375	1375	1375	1375	1375	1375	1375	1375	1375	1375	1375	1375	<b>16500</b>
Aguinaldo	1375	1375	1375	1375	1375	1375	1375	1375	1375	1375	1375	1375	<b>16500</b>
Indemnización	1375	1375	1375	1375	1375	1375	1375	1375	1375	1375	1375	1375	<b>16500</b>
<b>Servicios básicos</b>	<b>14.700,00</b>	<b>176400</b>											
Agua	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	<b>4560</b>
Electricidad	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	<b>11400</b>
Teléfono e internet	1299	1299	1299	1299	1299	1299	1299	1299	1299	1299	1299	1299	<b>15588</b>
Materiales		400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	<b>8261</b>

de aseo	3.861,00													
Depreciación de equipo y mobiliario de oficina	1.175,00	307.33	307.33	307.33	307.33	307.33	307.33	307.33	307.33	307.33	307.33	307.33	307.33	<b>1175</b>
Cuota fija	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	<b>2400</b>
<b>Total</b>	<b>C\$ 56.362,50</b>	<b>C\$ 48.179,00</b>	<b>202,531.44</b>											

## 4.4. Plan Financiero

### 4.4.1. Inversión del Proyecto

La inversión inicial del proyecto está conformada por toda aquella cantidad de dinero en efectivo. Esta inversión estará dada por los propietarios de la pequeña empresa, Noel Nicolás Portocarrero, Ana Gabriela mercado, Judith Elizabeth García Gonzales y será destinado a la compra de las maquinarias, muebles y enceres de oficina, equipo de limpieza insumos para la elaboración de los ceviches, así como algunos gastos preliminares.

#### 4.4.1.1 Activos fijos

Los activos fijos que la microempresa C'viches sabormar, serán los equipos correspondientes a las áreas de producción, administración y ventas los cuales se representan en la siguiente tabla

Tabla 44 activos fijos

Descripción		Total, inversión
Terrenos y Edificios	-	
Mobiliario y Equipo de Oficina	22.450,00	
Maquinaria	33.800,00	
Equipo de transporte	-	
Equipo de cómputo	20.200,00	
<b>Sub total No Corriente</b>		<b>C\$ 76.450,00</b>

#### 4.4.1.2 Activos intangible

Un activo intangible es definido por su propio nombre, es decir, no es tangible, no puede percibido físicamente, que constituyen derechos exclusivos que la empresa utilizará sin restricciones para su funcionamiento o actividades productivas.

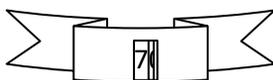


Tabla 45 activos intangible

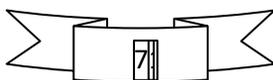
<b>Inversión Diferida</b>	<b>total</b>
Gastos Organización	3.580,00
Gastos de Instalación	6.000,00
Investigación y Desarrollo	5.000,00
Gastos en Patentes y Licencias	9.900,00
Publicidad y Propaganda	4.000,00
<b>Sub total Inversión Diferida</b>	<b>C\$ 28.480,00</b>

#### 4.4.1.3. Capital de trabajo.

El capital de trabajo es una magnitud contable referida aquellos recursos económicos con los que cuenta una empresa dentro de su patrimonio para afrontar compromisos de pago en el corto plazo y relacionados con su actividad económica.

Tabla 46 capital de trabajo

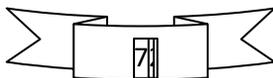
<b>Capital de Trabajo</b>	<b>total</b>
Compra de materia prima	38.296,00
Compra de materiales indirectos	3.500,00
Herramientas, utensilios y enseres	15.140,00
Sueldos y Salarios (3 meses)	49.500,00
Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses)	10.642,50
Gastos Administrativo	41.255,03
Gastos de Venta	
<b>Sub total Capital de Trabajo</b>	<b>158.333,53</b>



#### 04.4.2. Balance de apertura

El balance de apertura es un tipo de balance que se realiza siempre al inicio de cada ciclo contable. Técnicamente podemos decir que el contenido de este balance es el primer asiento contable del nuevo periodo.

<b>C'viches Sabormar</b>	
<b>Balance de Apertura</b>	
Al 31 de enero del 2021	
Expresado en Córdoba	
<b><u>Activos</u></b>	
<b>Corriente</b>	
Efectivo en Caja y Banco	C\$ 158.333,53
Cuentas por Cobrar	
Inventarios	
<b>Sub total Activo Corriente</b>	<b><u>C\$ 158.333,53</u></b>
<b>No Corriente</b>	
Terrenos y Edificios	C\$ -
Mobiliario y Equipo de Oficina	22.450,00
Maquinaria	33.800,00
Equipo de transporte	-
Equipo de cómputo	20.200,00
<b>Sub total No Corriente</b>	<b><u>C\$ 76.450,00</u></b>
<b>Otros Activos</b>	
Gastos Organización	C\$ 3.580,00
Gastos de Instalación	6.000,00
Investigación y Desarrollo	5.000,00
Gastos en Patentes y Licencias	9.900,00
Publicidad y Propaganda	4.000,00
<b>Sub total Otros Activos</b>	<b>C\$ 28.480,00</b>
<b>Total Activos</b>	<b>C\$ 263.263,53</b>
<b><u>Pasivo</u></b>	
<b>Corriente</b>	
Proveedores	
<b>Total Pasivos</b>	<b><u>C\$ -</u></b>
<b><u>Patrimonio</u></b>	
<b>Capital Contable</b>	<b>C\$ 263.263,53</b>
<b>Total Patrimonio</b>	<b><u>C\$ 263.263,53</u></b>
<b>Total Pasivo más capital</b>	<b>C\$ 263.263,53</b>



El balance general de apertura de la micro empresa C´viches sabormar tendrá la presencia de la cuenta de banco con un total

C\$ 158.333,53 de esta cantidad representa los salarios reflejados en la nómina de los trabajadores y del INSS patronal proyectada por los 3 primeros meses además incluye el total de los servicios básicos que tiene un total 14,500 de igual manera proyectada por los 3 primeros meses cubriendo pagos de agua, luz y telefonía. El inventario de materia prima resulta ser el total de la compra de insumos para la elaboración del ceviche total de 29,097 por el primer mes.

C´viches sabormar no tendrá la presencia de pasivos debido a que la pequeña empresa realizara todos los pagos de contando en la primera inversión es decir que no hay prestamos de por medio debido a que para poder optar a uno la empresa tiene que estar en operaciones por lo menos un año, la fuente de financiamiento del proyecto son aportes de capital que en este caso están representados por los integrantes del proyecto de la micro empresa C´viches sabormar a través de fondos propios.

#### **4.4.3. Ingresos, egresos y costos.**

##### **4.4.3.1. Punto de Equilibrio**

El análisis del punto de equilibrio se hace para determinar la cantidad mínima que la empresa debe de vender para poder cubrir los costos fijos y variables. Es decir el punto de equilibrio es ese punto en el que ni si gana ni se pierde, sino que los ingresos son exactamente igual a los egresos. Para el análisis del punto de equilibrio se hace uso de la siguiente ecuación:

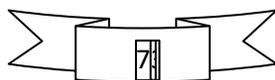


Ilustración 20 punto de equilibrio



#### 4.4.3.2. Presupuesto de ingreso.

Las proyecciones de ventas en unidades físicas serán al crecimiento del 2% anual ya que los flujos de venta en unidades monetarias se reflejarán de manera distinta. La micro empresa C´viches sabormar estará trabajando con un presupuesto de producción y metas establecidas es decir que buscara las muchas maneras de que los ceviches puedan venderse sin importar las circunstancias, tomando en cuenta que como una micro empresa que está iniciando a introducirse al mercado la inversión se tiene que recuperar lográndolo por medio de las estrategias de ventas.

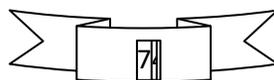


Tabla 47 unidades físicas

<b>C'viches Sabormar</b>													
<b>Cédula N° 1 Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas</b>													
<b>Año 2021</b>													
<b>Descripción</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Ceviches de pescado	520	550	600	620	580	520	570	510	500	480	500	590	<b>6540</b>
Ceviche de camarón	390	400	400	450	420	390	450	380	370	370	270	410	<b>4700</b>
Ceviche de pulpo	260	265	270	280	260	264	280	267	275	274	270	280	<b>3245</b>
Ceviches de conchas negra	260	265	270	280	260	264	280	267	275	274	270	280	<b>3245</b>
Ceviche mixto	260	265	270	280	260	264	280	267	275	274	270	280	<b>3245</b>
Tostones con queso	338	360	350	380	300	300	320	275	275	283	270	250	<b>3701</b>
<b>Total</b>	<b>2028</b>	<b>2105</b>	<b>2160</b>	<b>2290</b>	<b>2080</b>	<b>2002</b>	<b>2180</b>	<b>1966</b>	<b>1970</b>	<b>1955</b>	<b>1850</b>	<b>2090</b>	<b>24676</b>

Tabla 48 unidades monetarias

C'viches Sabormar														
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
ceviches de pescado	C\$ 120,00	C\$ 62.400,00	C\$ 66.000,00	C\$ 72.000,00	C\$ 74.400,00	C\$ 69.600,00	C\$ 62.400,00	C\$ 68.400,00	C\$ 61.200,00	C\$ 60.000,00	C\$ 57.600,00	C\$ 60.000,00	C\$ 70.800,00	C\$ 784.800,00
Ceviche de camarón	C\$ 160,00	C\$ 62.400,00	C\$ 64.000,00	C\$ 64.000,00	C\$ 72.000,00	C\$ 67.200,00	C\$ 62.400,00	C\$ 72.000,00	C\$ 60.800,00	C\$ 59.200,00	C\$ 59.200,00	C\$ 43.200,00	C\$ 65.600,00	C\$ 752.000,00
Ceviche de pulpo	C\$ 160,00	C\$ 41.600,00	C\$ 42.400,00	C\$ 43.200,00	C\$ 44.800,00	C\$ 41.600,00	C\$ 42.240,00	C\$ 44.800,00	C\$ 42.720,00	C\$ 44.000,00	C\$ 43.840,00	C\$ 43.200,00	C\$ 44.800,00	C\$ 519.200,00
Ceviches de conchas negra	C\$ 140,00	C\$ 36.400,00	C\$ 37.100,00	C\$ 37.800,00	C\$ 39.200,00	C\$ 36.400,00	C\$ 36.960,00	C\$ 39.200,00	C\$ 37.380,00	C\$ 38.500,00	C\$ 38.360,00	C\$ 37.800,00	C\$ 39.200,00	C\$ 454.300,00
Ceviche mixto	C\$ 180,00	C\$ 46.800,00	C\$ 47.700,00	C\$ 48.600,00	C\$ 50.400,00	C\$ 46.800,00	C\$ 47.520,00	C\$ 50.400,00	C\$ 48.060,00	C\$ 49.500,00	C\$ 49.320,00	C\$ 48.600,00	C\$ 50.400,00	C\$ 584.100,00
Tostones con queso	C\$ 110,00	C\$ 37.180,00	C\$ 39.600,00	C\$ 38.500,00	C\$ 41.800,00	C\$ 33.000,00	C\$ 33.000,00	C\$ 35.200,00	C\$ 30.250,00	C\$ 30.250,00	C\$ 31.130,00	C\$ 29.700,00	C\$ 27.500,00	C\$ 407.110,00
<b>Total</b>		<b>C\$ 166.400,00</b>	<b>C\$ 172.400,00</b>	<b>C\$ 179.200,00</b>	<b>C\$ 191.200,00</b>	<b>C\$ 178.400,00</b>	<b>C\$ 167.040,00</b>	<b>C\$ 185.200,00</b>	<b>C\$ 164.720,00</b>	<b>C\$ 163.200,00</b>	<b>C\$ 160.640,00</b>	<b>C\$ 146.400,00</b>	<b>C\$ 181.200,00</b>	C\$ 2.056.000,00

#### 4.4.3.3. Presupuesto de egresos.

Los gastos de venta surgen de todos aquellos aspectos relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la venta, la promoción de ventas, los gastos en que se incurre al realizar las ventas en cuanto a los servicios básicos (agua, energía) corresponde el pago de nómina, treceavo mes, salario entres otros que se presentara en tabla siguiente.

Tabla 49 Gasto de ventas

C'viches Sabormar													
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	4.000,00	5.000,00	5.000,00	5.500,00	5.000,00	3.800,00	4.500,00	3.000,00	3.000,00	4.000,00	3.000,00	5.000,00	50.800,00
Promociones y descuentos													-
Envolturas													-
Servicios básicos	14.700,00	14.700,00	14.700,00	14.700,00	14.700,00	14.700,00	14.700,00	14.700,00	14.700,00	14.700,00	14.700,00	14.700,00	176.400,00
Salarios	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	198.000,00
Vacaciones	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	16.500,00
Treceavo mes	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	16.500,00
Indemnización	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	16.500,00

	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inss Patronal	3.495,0	3.495,0	3.495,0	3.495,0	3.495,0	3.495,0	3.495,0	3.495,0	3.495,0	3.495,0	3.495,0	3.495,0	41.940,0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Papelería y útiles de oficina	1.339,0	1.339,0	1.339,0	1.339,0	1.339,0	1.339,0	1.339,0	1.339,0	1.339,0	1.339,0	1.339,0	1.339,0	16.068,0
Material de aseo y limpieza	3.861,0	3.861,0	3.861,0	3.861,0	3.861,0	3.861,0	3.861,0	3.861,0	3.861,0	3.861,0	3.861,0	3.861,0	46.332,0
Mantenimiento de mobiliario	583,00	583,00	583,00	583,00	583,00	583,00	583,00	583,00	583,00	583,00	583,00	583,00	6.996,00
Combustible													-
Depreciaciones	1.175,0	1.175,0	1.175,0	1.175,0	1.175,0	1.175,0	1.175,0	1.175,0	1.175,0	1.175,0	1.175,0	1.175,0	14.100,0
Cuota fija	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
<b>Total</b>	<b>C\$ 31.278,00</b>	<b>C\$ 375.336,00</b>											

## Administración

Los gastos de administración son los gastos en los que incurre la micro empresa C´viches sabormar estos gastos no están relacionados directamente a una función específica, como ventas o producción. Estos gastos están vinculados con la empresa como un todo, en vez de estarlo con un departamento en particular. Los gastos administrativos.

Tabla 50 Gasto de administración

C´viches Sabormar													
Cédula N° 17 Proyecciones de Gastos de Administración													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Servicios básicos													-
Salarios	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	198.000,00
Vacaciones	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	16.500,00
Treceavo mes	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	16.500,00
Indemnización	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	1.375,00	16.500,00
Inss Patronal	3.495,00	3.495,00	3.495,00	3.495,00	3.495,00	3.495,00	3.495,00	3.495,00	3.495,00	3.495,00	3.495,00	3.495,00	41.940,00

Papelería y útiles de oficina	1.339,00	1.339,00	1.339,00	1.339,00	1.339,00	1.339,00	1.339,00	1.339,00	1.339,00	1.339,00	1.339,00	1.339,00	1.339,00	16.068,00
Material de aseo y limpieza	3.861,00	3.861,00	3.861,00	3.861,00	3.861,00	3.861,00	3.861,00	3.861,00	3.861,00	3.861,00	3.861,00	3.861,00	3.861,00	46.332,00
Mantenimiento de mobiliario	583,00	583,00	583,00	583,00	583,00	583,00	583,00	583,00	583,00	583,00	583,00	583,00	583,00	6.996,00
Combustible														-
Depreciaciones	1.175,00	1.175,00	1.175,00	1.175,00	1.175,00	1.175,00	1.175,00	1.175,00	1.175,00	1.175,00	1.175,00	1.175,00	1.175,00	14.100,00
<b>Total</b>	<b>C\$ 31.078,00</b>	<b>C\$ 372.936,00</b>												

#### 4.4.3.4. Presupuesto de costos.

La materia prima directa es aquella que forma parte del producto final, es decir, es fácilmente identificable y está físicamente presente en la composición del producto terminado una vez ha finalizado el proceso de elaboración. La materia prima a utilizar en el proceso de producción es mariscos, así como los ingredientes a utilizar para la preparación que serán compradas al contado a los diversos proveedores.

Tabla 51 material indirecto

<b>C'viches Sabormar</b>														
<b>Cédula N° 6 Proyecciones de Compra de Materiales Directos (Unidades Monetarias)</b>														
<b>Descripción</b>	<b>C/U</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Pescado curvina	30	3900	3900	3900	3900	3900	3900	3900	3900	3900	3900	3900	3900	46800
Conchas negras	29	1885	1885	1885	1885	1885	1885	1885	1885	1885	1885	1885	1885	22620
Pulpo	60	3900	3900	3900	3900	3900	3900	3900	3900	3900	3900	3900	3900	46800
Camarón	70	6790	6790	5820	5820	5820	5820	5820	5820	5820	5820	5820	5820	71780
Tomate	250	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
Cebolla morada	222	222	222	222	222	222	222	222	222	222	222	222	222	2664
Cebolla blanca	200	200	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	860
Chiltoma cajas	230	460	460	460	460	460	460	460	460	460	460	460	460	5520
Cilantro/culantro	3	480	480	480	480	480	480	480	480	480	480	480	480	5760
Salsa de tomate	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	3120
Clamato galón	374	748	374	374	374	374	374	374	374	374	374	374	374	4862
Salsa Lizano	148	296	296	296	296	296	296	296	296	296	296	296	296	3552
Salsa de soja	180	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	4320
Chile jalapeño	15	300	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	13500
Limón	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
Lechugas	15	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	7200
Aguacates	9	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	21600
Mayonesa	148	296	296	296	296	296	296	296	296	296	296	296	296	3552
Galleta coctel	480	1920	1920	1920	1920	1920	1920	1920	1920	1920	1920	1920	1920	23040
Sal	5	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	720
Comino	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	1080
Pimienta molida	90	90	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	2070
Plátanos cabeza	70	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	16800

Queso para freír	60	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	10800
Repollo	30	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	6480
Zanahoria	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	7200
<b>Total</b>		<b>29097</b>	<b>29573</b>	<b>28603</b>	<b>344700</b>									

Tabla 52 Mano de obra directa

<b>C'viches Sabormar</b>													
<b>Cédula N° 11 Proyecciones de Mano de Obra Directa</b>													
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
<b>Chef</b>	C\$												
	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
<b>Cajera</b>	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	66.000,00
<b>Mesera</b>	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	60.000,00
<b>Total</b>	<b>C\$ 16.500,00</b>	<b>C\$ 198.000,00</b>											

Tabla 53 Costos indirectos

C'viches Sabormar													
Cédula N° 12 Proyecciones de Costos Indirectos de Fabricación													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
<b>Costos Fijos</b>													
Mantenimiento de maquinaria	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	78.000,00
Renta de local	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	90.000,00
Servicios básicos	14.700,00	14.700,00	14.700,00	14.700,00	14.700,00	14.700,00	14.700,00	14.700,00	14.700,00	14.700,00	14.700,00	14.700,00	176.400,00
Prestaciones sociales	4.125,00	4.125,00	4.125,00	4.125,00	4.125,00	4.125,00	4.125,00	4.125,00	4.125,00	4.125,00	4.125,00	4.125,00	49.500,00
Depreciaciones	1.175,00	1.175,00	1.175,00	1.175,00	1.175,00	1.175,00	1.175,00	1.175,00	1.175,00	1.175,00	1.175,00	1.175,00	14.100,00
Amortizaciones													-
<b>Sub total Costos Fijos</b>	<b>C\$ 34.000,00</b>	<b>C\$ 408.000,00</b>											
<b>Costos Variables</b>													
Materiales indirectos	452,00	452,00	452,00	452,00	452,00	452,00	452,00	452,00	452,00	452,00	452,00	452,00	5.424,00

<b>Sub total Costos Variables</b>	<b>C\$ 452,00</b>	<b>C\$ 5.424,00</b>											
<b>Total Costos</b>	<b>C\$ 34.452,00</b>	<b>C\$ 413.424,00</b>											

#### 4.4.3.5. Estructura de costo

Tabla 54 Estructura de costo

#### Cíwiches Sabormar Estructura de Costos Año 2021 Producto:

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Costo Total Anual
<b>Materia Prima Directa</b>													
Pescado curvina	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	<b>46.800,00</b>
Conchas negras	1.885,00	1.885,00	1.885,00	1.885,00	1.885,00	1.885,00	1.885,00	1.885,00	1.885,00	1.885,00	1.885,00	1.885,00	<b>22.620,00</b>
Pulpo	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	<b>46.800,00</b>
Camarón	6.790,00	6.790,00	6.790,00	6.790,00	6.790,00	6.790,00	6.790,00	6.790,00	6.790,00	6.790,00	6.790,00	6.790,00	<b>81.480,00</b>

Tomate	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
Cebolla morada	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	2.664,00

Cebolla blanca	200,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	860,00
Chiltomas cajas	460,00	460,00	460,00	460,00	460,00	460,00	460,00	460,00	460,00	460,00	460,00	460,00	460,00	460,00	5.520,00
Cilantro/culantro	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	5.760,00
Salsa de tomate	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	3.120,00
Clamato galon	748,00	374,00	374,00	374,00	374,00	374,00	374,00	374,00	374,00	374,00	374,00	374,00	374,00	374,00	4.862,00
Salsa lizano	296,00	296,00	296,00	296,00	296,00	296,00	296,00	296,00	296,00	296,00	296,00	296,00	296,00	296,00	3.552,00
Salsa de soja	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	4.320,00
Chile jalapeño	300,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	13.500,00

Limon	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
Lechugas	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00
Aguacates	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	21.600,00

	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mayonesa	296,00	296,00	296,00	296,00	296,00	296,00	296,00	296,00	296,00	296,00	296,00	296,00	296,00	3.552,00
Galleta coctel	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	23.040,00
Sal	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00
Comino	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	1.080,00
Pimienta molida	90,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	2.070,00
Plátanos cabeza	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

Queso para freir	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	10.800,00
Repollo	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	6.480,00
Zanahoria	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00
<b>Sub total Materia Prima Directa</b>	<b>C\$ 29.097,00</b>	<b>C\$ 29.573,00</b>	<b>C\$ 354.400,00</b>											

<b>Mano de Obra Directa</b>														
<b>Chef</b>	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	6.000,00	72.000,00
<b>Cajera</b>	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	66.000,00
<b>Mesera</b>	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	60.000,00
<b>Sub total MOD Directa</b>	<b>C\$ 16.500,00</b>	<b>C\$ 198.000,00</b>												

<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>													
Costos Fijos	34.000,00	34.000,00	34.000,00	34.000,00	34.000,00	34.000,00	34.000,00	34.000,00	34.000,00	34.000,00	34.000,00	34.000,00	<b>408.000,00</b>
Costos Variables	452,00	452,00	452,00	452,00	452,00	452,00	452,00	452,00	452,00	452,00	452,00	452,00	<b>5.424,00</b>
<b>Sub total CIF</b>	<b>C\$ 34.452,00</b>	<b>C\$34.452,00</b>	<b>C\$ 34.452,00</b>	<b>C\$ 34.452,00</b>	<b>C\$ 413.424,00</b>								
<b>Costo Total Mensual</b>	<b>C\$ 80.049,00</b>	<b>C\$ 80.525,00</b>	<b>C\$80.525,00</b>	<b>C\$ 80.525,00</b>	<b>C\$ 80.525,00</b>	<b>C\$ 965.824,00</b>							
										<b>00</b>			

#### 4.4.3.6. Flujo de caja

El proyecto de la elaboración de los ceviches debe contemplar a todos los activos fijos para operar de manera adecuada, si no se contempla el capital para financiar los desfases de caja durante la operación, pueda que fracase la micro empresa. Es por ello que para el proyecto se realizó el cálculo de la inversión de capital como se puede visualizar.

**C'viches Sabormar**  
**Flujo de Caja Proyectado**

<b>Concepto</b>	<b>Año 2021</b>	<b>Año 2022</b>	<b>Año 2023</b>	<b>Total</b>
<b>Saldo Inicial</b>	C\$ 158.333,53	C\$ 515.357,53	C\$ 879.522,01	C\$ 1.553.213,07
<b>Ingresos</b>	<b>C\$ 2.056.000,00</b>	<b>C\$ 2.097.120,00</b>	<b>C\$ 2.139.062,40</b>	<b>C\$ 6.292.182,40</b>
<b>Disponibilidad</b>	<b>C\$ 2.214.333,53</b>	<b>C\$ 2.612.477,53</b>	<b>C\$ 3.018.584,41</b>	<b>C\$ 7.845.395,47</b>
<b>Egresos</b>				
Costo de Ventas	C\$ 950.704,00	C\$ 969.718,08	C\$ 989.112,44	C\$ 2.909.534,52
Gastos de Venta	C\$ 375.336,00	C\$ 382.842,72	C\$ 390.499,57	C\$ 1.148.678,29
Gastos de Administración	C\$ 372.936,00	C\$ 380.394,72	C\$ 388.002,61	C\$ 1.141.333,33
<b>Total, Egresos</b>	<b>C\$ 1.698.976,00</b>	<b>C\$ 1.732.955,52</b>	<b>C\$ 1.767.614,63</b>	<b>C\$ 5.199.546,15</b>
<b>Disponibilidad Efectiva</b>	<b>C\$ 515.357,53</b>	<b>C\$ 879.522,01</b>	<b>C\$ 1.250.969,78</b>	<b>C\$ 2.645.849,32</b>
Caja Mínima Requerida	C\$ 4.000,00	C\$ 4.000,00	C\$ 4.000,00	C\$ 12.000,00
<b>Excedente o Déficit sobre la caja mínima</b>	<b>C\$ 519.357,23</b>	<b>C\$ 883.521,71</b>	<b>C\$ 1.254.969,48</b>	<b>C\$ 2.657.849,02</b>
<b>Disponibilidad Neta Final</b>	<b>C\$ 515.357,53</b>	<b>C\$ 879.522,01</b>	<b>C\$ 1.250.969,78</b>	<b>C\$ 2.645.849,32</b>

Tabla 55 Flujo de caja

#### 4.4.3.7. Valor actual neto (VAN)

##### Valor Actual Neto (VAN)

La principal ventaja del VAN es que permite introducir variables que puedan afectar a la inversión tales como la inflación, la fiscalidad o el riesgo de negocio.

Si el VAN es mayor a cero, significa que se obtendrá un resultado positivo en dicha inversión. Si el VAN es igual a cero, se alcanza entonces el punto de equilibrio, es decir, que no se obtienen ni pérdidas ni ganancias. Por último, si el VAN es menor que cero, la inversión no es recomendable pues el resultado será negativo generándose pérdidas.

El valor actual neto es de C\$ 1.710.902,18, por lo que se puede determinar de esta manera la rentabilidad que tendrá C'viches Sabormar es positiva y rentable, favoreciendo este resultado a la toma de decisiones.

Ecuación 1 VAN

Tabla 56 VAN

$$VAN = -I + \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

Descripción	Años			
	0	Año 201X	Año 201X	Año 201X
Inversión Inicial	-C\$ 263.263,53	C\$ 921.629,00	C\$ 939.215,58	C\$ 957.153,89
Flujo Neto de Efectivo				
Tasa de descuento al 20%				
<b>VAN</b>	<b>C\$ 1.710.902,18</b>			

#### 4.4.3.8. Tasa interna de retorno (TIR).

La tasa interna de retorno (TIR) es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones.

La tasa interna de retorno refleja un 347,86% lo cual demuestra el beneficio de la inversión, además de ser ésta mayor a la tasa de descuento que es del 20%

Ecuación 2

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

Tabla 57 TIR

Descripción	Años			
	0	Año 201X	Año 201X	Año 201X
Inversión Inicial	-C\$ 263.263,53	C\$ 921.629,00	C\$ 939.215,58	C\$ 957.153,89
<b>TIR</b>	<b>347,86%</b>			

#### 4.4.3.9. Período de recuperación de la inversión

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) es un criterio para valorar inversiones que queda definido como el periodo de tiempo que se requiere para recuperar el capital invertido en la fase inicial de un proyecto.

Gracias a este método podrás saber el número de periodo, que generalmente se ofrece en años, que tardarás en recuperar el dinero invertido como capital inicial para poner en marcha una actividad económica. Una información que resulta vital a la hora de decidir realizar una inversión y embarcarse en un proyecto empresarial, o no.

El periodo de recuperación para la pequeña empresa C'viches Sabormar una vez realizado los cálculos necesarios será en 6 meses y 10 días.

<b>Período de Recuperación</b>	<b>6 meses y 9 días</b>
--------------------------------	-------------------------

Tabla 58 Estado de resultado proyectado

**C'viches Sabormar**  
**Estado de Resultado Proyectado**  
**Expresado en Córdoba**

Descripción	2%		2%	
	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2023
Ventas Totales	2.056.000,00	2.097.120,00	2.139.062,40	
Descuento sobre venta				
Rebajas sobre venta				
Venta Netas	<u>2.056.000,00</u>	<u>2.097.120,00</u>	<u>2.139.062,40</u>	
Costos de Producción	<u>950.704,00</u>	<u>969.718,08</u>	<u>989.112,44</u>	
<b>Utilidad Bruta</b>	<b><u>1.105.296,00</u></b>	<b><u>1.127.401,92</u></b>	<b><u>1.149.949,96</u></b>	
<b><u>Gastos de Operación</u></b>				
Gastos de Venta	375.336,00	382.842,72	390.499,57	
Gastos de Administración	<u>372.936,00</u>	<u>380.394,72</u>	<u>388.002,61</u>	
Total gastos operativos	<u>748.272,00</u>	<u>763.237,44</u>	<u>778.502,19</u>	
<b>Utilidad de Operación</b>	<b><u>357.024,00</u></b>	<b><u>364.164,48</u></b>	<b><u>371.447,77</u></b>	
<b>Otros Ingresos</b>	<b><u>522.305,00</u></b>	532.751,10	543.406,12	
<b>Otros Gastos</b>	<u>-</u>			
<b>Utilidad antes de impuesto</b>	<b><u>879.329,00</u></b>	<b><u>896.915,58</u></b>	<b><u>914.853,89</u></b>	

C'viches Sabormar utilizo esta herramienta para destacar los principales componentes o cuentas que se comprende de el para lograr sus metas.

- Ventas: Es el primer dato, el cual se tomó del total de los ingresos recibidos por las ventas realizadas para los primeros 3 años de operación.
- Costos de Producción: Es lo que costo producir las unidades de ceviches de pescado, ceviches camarón, ceviches de pulpo, ceviches mixtos, tostones de quesos y cerveza.
- Utilidad Bruta: Se obtiene de entre las ventas y los costos de producción, indicando lo que C'viches Sabormar -Gana, en bruto con el producto vendido.
- Gastos de Operación: son los gastos relacionados directamente con el funcionamiento de C'viches como los son: agua, electricidad, salarios entre otros.
- Utilidad de la Operación: Es el beneficio de la Pequeña Empresa sin tener en cuenta los gastos financieros, los impuestos y otros gastos contables.
- Utilidad del Ejercicio: Refleja el Resultado Final después de todos los gastos de operación, al no tener gastos financieros ni pago de impuestos, es la misma cantidad de la utilidad de la operación.

El Estado de Resultados Proyectados permitió a C'viches Sabormar tener una mejor visión de su situación Financiera, los recursos que dispone, las salidas y entradas de dinero, la rentabilidad generada, así como otros aspectos de gran relevancia para las operaciones financieras por realizar. Se obtuvo un resultado muy rentable para los primeros tres años.

#### 4.4.3.10. Estados Financieros proyectados

Tabla 59 Balance general

BALANCE GENERAL					
C'viches Sabormar					
2021			2022		2023
Balance general del	01/01/2021	Al	31/12/2021	01/01/2022 al 31/12/22	01/01/2023 al 31/12/23
<b>ACTIVOS</b>					
<b>Activo Corriente</b>					
Efectivo	C\$ 158.333,53			C\$ 515.357,53	C\$ 879.522,01
inventarios	C\$ 354.400,00			C\$ 361.488,00	C\$ 368.717,76
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>C\$ 512.733,53</b>			<b>C\$ 876.845,53</b>	<b>C\$ 1.248.239,77</b>
<b>Activo No Corriente</b>					
Edificios					
Maquinaria	C\$ 33.800,00			C\$ 37.180,00	C\$ 40.898,00
equipos de computo	C\$ 22.450,00			C\$ 24.695,00	C\$ 27.164,50
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>C\$ 56.250,00</b>			<b>C\$ 61.875,00</b>	<b>C\$ 68.062,50</b>
<b>Otros Activos</b>					
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>C\$ 568.983,53</b>			<b>C\$ 938.720,53</b>	<b>C\$ 1.316.302,27</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b>Pasivo Corriente</b>					
Mano de obra directa	C\$ 198.000,00			C\$ 201.960,00	C\$ 205.999,20
Gastos en Patentes y Licencias	C\$ 9.900,00			C\$ 4.950,00	C\$ 2.475,00
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>C\$ 207.900,00</b>			<b>C\$ 206.910,00</b>	<b>C\$ 208.474,20</b>
<b>Pasivo No Corriente</b>					

Proveedores			
<b>Total Pasivo No Corriente</b>	C\$ -		
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>C\$ 207.900,00</b>	C\$ 206.910,00	C\$ 208.474,20
<b>PATRIMONIO</b>			
Capital Contable	C\$ 207.900,00	C\$ 206.910,00	C\$ 208.474,20
Utilidad o Perdida del Ejercicio	C\$ 879.329,00	C\$ 896.915,58	C\$ 914.853,89
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>C\$ 1.087.229,00</b>	C\$ 1.103.825,58	C\$ 1.123.328,09
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>C\$ 1.295.129,00</b>	C\$ 1.310.735,58	C\$ 1.331.802,29

El Balance General Proyectado se utilizó para mostrar la estructura económica estimada del proyecto de Elaboración de ceviches de pescado, camarón pulpo, conchas negras, mixto, tostones con queso y cervezas en los futuros tres años de operación, se basa en datos de todos los presupuestos realizados con anterioridad, permitió tener una visión sobre el estado futuro de los activos entre otros. Para estos Fines se ha establecido la formulación del estado de resultados proyectados, es decir ambos estados son complementarios entre sí. El contenido material del Balance Proyectado esta presentado por la presencia de todos los saldos proyectados de las cuentas existentes debidamente clasificadas y valoradas de acuerdo a las estimaciones realizadas con el objeto de facilitar la interpretación por parte de la pequeña empresa de la situación financiera y económica probable de la misma a tres años de periodo

#### **4.4.3.11. Análisis Financiero**

##### Análisis del Valor Actual Neto (VAN):

El valor actual Neto es una herramienta de evaluación, por medio de la cual permite determinar si la factibilidad y rentabilidad económica de la idea de inversión de la pequeña empresa C'viches Sabormar, dado a los resultados se obtendrá la información de si se dispondrá o no de los flujos de fondos necesarios es de vital importancia la comprensión de su evaluación. Este también se conoce como un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de datos que se tomaran de los flujos de caja para los tres primeros años, que de acuerdo con los datos recopilados del producto interno bruto, la industria manufacturera ha decrecido en los últimos dos años, es por eso que se tomó la decisión de que las ventas tendrán un incremento del 2% anualmente, originados por la idea de inversión, se determinará la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo futuros que genera el proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. La tasa de actualización o de descuento en este caso será la de la tasa activa que estipula el banco central de Nicaragua. El valor de la inversión en un bien, en este caso, en términos de su capacidad de generar rentabilidad y flujos positivos de caja.

##### Análisis de la Tasa Interna de Retorno (TIR):

La tasa interna de retorno o tasa de rentabilidad de una idea de inversión es la media geométrica (es decir por  $n$  números, la raíz  $n$ -ésima) de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, va de la mano con el valor actual neto, puede utilizarse como indicador de la rentabilidad y como criterio para decidir sobre la aceptación o rechazo de la idea de proyecto de inversión para la producción de ladrillos reciclados a base de material reciclado PET, para ello la TIR se compara con una tasa mínima o de corte, si la tasa de rendimiento del proyecto la cual fue sustraída del banco central de Nicaragua a como se mencionaba anteriormente, supera la tasa mínima o de corte, se acepta la inversión, a lo cual, dado a datos que fueron realizados por el equipo investigador de la pequeña empresa C'viches Sabormar, revela que, la tasa de rendimiento del proyecto es efectivamente mayor a la tasa mínima a la cual corresponde la TIR, es por ende que se acepta el proyecto de inversión.

### Análisis del Periodo de Recuperación de la Inversión:

El periodo de recuperación de la inversión, es un indicador que mide en cuanto tiempo la pequeña empresa C'viches Sabormar podrá recuperar el total de la inversión a valor presente. Podrá revelarnos con precisión, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial. De acuerdo a los resultados de la herramienta del PRI que, sumando los flujos futuros de efectivo para los tres primeros años, se recuperara en un 6 meses y 5 días, de lo cual se denota que es un periodo muy aceptable para que la pequeña empresa pueda recuperar su inversión

## 5. Cronograma de trabajo

Tabla 60 Cronograma

N	Actividades	septie	octubre	Noviembre	Diciembre												
o.		mbre															
		1	2	1	2	3											
		19-sep	27-sep	04-oct	11-oct	18-oct	25-oct	01-nov	08-nov	15-nov	22-nov	30-nov	04-dic	06-dic	11-dic	14-dic	
	Lectura y análisis de la Normativa de SG - Plan 2013																
	Presentación del tema general aprobado en Consejo de Dirección																
	Conformación de equipos de seminario																
	presentación de estructura, cronograma y plan de talleres prácticos																
	Portada (Marca institucional, tema, Subtema, Autores, Tutor y fecha)																
	Dedicatorias																
	Agradecimientos																
	Valoración del docente																
	Resumen																
	Indice de contenidos (se actualiza conforme el avance del informe)																
	Indice de graficos																
	Indice de tablas																
	Indice de ilustraciones																
	<b>Introducción</b>																
	<b>Objetivos del Proyecto</b>																
	Objetivo General																
	Objetivos Específicos																
	<b>Generalidades Del Proyecto</b>																
	Solución																
	Diseño o modelo en 3D																
	Oportunidad en el Mercado																
	Propuesta de Valor																
	La novedad del proyecto desde la base de la Propiedad Intelectual																
	<b>Plan de Negocios</b>																
	<b>Plan de Mercadotecnia</b>																
	Ubicación de la empresa																
	Mercado/ Zona Comercial																

	Macro localización																		
	Micro localización																		
	Principales Clientes																		
	Demanda insatisfecha																		
	Participación del mercado (oferta y competencia)																		

	Precio de Venta																		
	Estimado de ventas																		
	Estrategias de Mercado y presupuesto (4P)																		
	<b>Plan Técnico</b>																		
	Proceso de Producción/Servicio																		
	Proveedores y condiciones de compra de los equipos																		
	Capital Fijo y Vida Útil del Capital Fijo																		
	Mantenimiento y Reparaciones																		
	Capacidad planificada y a futuro																		
	Ubicación y distribución física de la planta																		
	Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad.																		
	Mano de obra, su costo y disponibilidad.																		
	Gastos generales de producción.																		
	<b>Plan de organización y gestión</b>																		
	Marco Legal (Forma Jurídica)																		
	Estructura Organizacional de (fichas cargo)																		
	Actividades y gastos preliminares																		
	Equipos de oficina																		
	Gastos Administrativos																		
	<b>Plan Financiero</b>																		
	Inversión del Proyecto																		
	Activos fijos.																		
	Activos intangibles.																		
	Capital de trabajo.																		
	Balance de apertura																		

	Ingresos, egresos y costos.																			
	Punto de Equilibrio																			
	Presupuesto de ingreso.																			
	Presupuesto de egresos.																			
	Presupuesto de costos.																			
	Estructura de costo																			
	Flujo de caja																			
	Valor actual neto (VAN).																			
	Tasa interna de retorno (TIR).																			
	Período de recuperación de la inversión																			
	Estados Financieros proyectados																			
	Análisis Financiero																			
	Cronograma de trabajo																			
	Bibliografía																			
	Anexos																			
	Revisión final del documento, por parte del tutor																			
	Entrega del documento, para predefensa																			
	Predefensa de Seminario de Graduación																			
	Incorporación de correcciones del Comité																			
	Entrega del documento corregido																			
	Defensa de Seminario de Graduación																			

## 6. Bibliografía

- [http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/\(\\$All\)/D0AF22D8B2491FC606257743007355B7?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/($All)/D0AF22D8B2491FC606257743007355B7?OpenDocument)
- <http://www.elobservadoreconomico.com/articulo/844>
- [http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/\(\\$All\)/E3C09E1FF516CDD C0625724100672E24?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/($All)/E3C09E1FF516CDD C0625724100672E24?OpenDocument)
- [http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/\(\\$All\)/75AA74696C5CB41 5062570A10057CE91?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/($All)/75AA74696C5CB41 5062570A10057CE91?OpenDocument)
- <http://www.mific.gob.ni/Portals/0/Documentos%20Integracion/Instrumentos%20Juridicos%20de%20la%20Integracion/Reglamentos%20Centro america nos/Alimentos%20y%20Bebidas/RTCA%2067%2001%2033%2006%20Pro cedimientos%20Buenas%20Practicas%20de%20Manufactura.pdf>
- [http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/\(\\$All\)/9309742539A8D3B D062579CA0075DCA2?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/($All)/9309742539A8D3B D062579CA0075DCA2?OpenDocument)
- Trámites, Permisos y Licencias:  
<http://www.tramitesnicaragua.gob.ni/>

## 7. Anexos



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

### Presentación del encuestador

Buenos días/tardes,

La siguiente encuesta la realizamos alumnos de quinto año de la carrera de administración turística y hotelera de la, UNAN-MANAGUA (FAREM-CARAZO) Estamos interesados en conocer su opinión, por favor, ¿sería tan amable de contestar el siguiente cuestionario? La información que nos proporcione será utilizada para conocer la valoración del producto de una Cevichería en el mercado. El cuestionario dura 5 minutos aproximadamente. Gracias.

<input type="checkbox"/>	Hombre	<input type="checkbox"/>	Mujer
--------------------------	--------	--------------------------	-------

### Perfil del encuestado

Edad

Sexo

Cuánto gana.

### Descripción de la cevichería

1. En una escala del 1 al 6, dónde 6 es “muy interesante” y 1 es “nada interesante”

¿Cómo de interesante sería [cevichería en el municipio de Jinotepe] para Ud.?

1	2	3	4	5	6
<input type="checkbox"/>					

2. Con qué frecuencia usted ¿Consume nuestro producto?  1 o 2 veces por semana  1<sup>a</sup>2 quincena  
 1 ves al mes  cada 6 meses  en ocasiones

3. ¿Qué tipo de ceviche le gusta consumir más?

Camarón  Pulpo  Conchas negra  Pescado  Mixto  huevo de toro.

4. ¿Cuál o cuáles de las siguientes características le atraen del producto?

Nutritivo  Son vigorosos  Sabor  [Otras variables]  Ninguna de las anteriores

## Distribución del producto

5. ¿En qué lugar o sitio le  gustaría poder comprar este producto?

Local  Por  
especifico distribución

6. ¿Dónde le gustaría que estuviera este local?

Centro comercial  Antigua estación  Plaza el Gueguense

7. ¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre el producto?

Redes sociales  Mantas  Radio  Panfletos  [Otro medio] **Debilidades del producto**

8. ¿Cuál o cuáles de las siguientes características no le atraen del producto del ceviche?

No me gusta  Es muy caro  Dificil encontrar  [Otras variables]

9. ¿Nombres de los puntos de venta donde usted  Adquiere un producto similar?

Mr Seafood	Martin sardina.	Bar adrián	Tequilas bar	Restaurantes de la boquita	Ambulantes

10. Partiendo de la base que el precio de este producto le pareciera aceptable... ¿qué probabilidad habría de que lo compre nuestros ceviches?

- Lo compraría en cuanto saliera al mercado
- Lo compraría dentro de un tiempo
- Puede que lo comprase dentro de un tiempo
- No creo
- que lo comprase No lo compraría

## Precio del producto

11. que cantidad de Ceviche prefiere consumir y que precio estaría dispuesto a pagar

CANTIDAD	PRECIOS
12ONZA	
MEDIA LIBRA	
UNA LIBRA	

12. ¿Compraría nuestro ceviche de pescado un precio de [120 C\$]

- Muy probablemente
- Probablemente
- Es poco probable
- No es nada probable
- No lo sé

**Comentarios sobre el producto**

13. Este emprendimiento para una pequeña empresa [de ceviche en el municipio de Jinotepe]. ¿Eso lo hace más, o menos interesante para ud.?

- Más interesante
- Menos interesante
- Ni más ni menos interesante, no hay diferencia
- No lo sé

**Muchas gracias**

**Calculo Muestral**

**para encuestas**

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

**FORMULA:**

<b>Pp</b>	<b>Población proyectada</b>					
<b>Po</b>	<b>Población actual</b>					
<b>Variable</b>	<b>1</b>					
<b>TAC</b>	<b>Tasa anual de crecimiento</b>					
<b>n</b>	<b>Años a proyectar</b>					
<b>Po</b>	<b>1</b>	<b>TAC</b>	<b>1+TAC</b>	<b>n</b>	<b>(1+TAC)<sup>n</sup></b>	<b>Pp</b>
14,554	1	4%	1.04	10	1.48	21,543

## TAMAÑOS DE MUESTRAS

$$\frac{NZ^2\sigma^2}{Z^2\sigma^2 + e^2(N-1)}$$

MEDIA MUESTRAL

dato del mínimo cuadrado

Z	Var	Error	N	Num	Denominador	n	REDONDEAR
1.96	0.09	0.05	21543	7448.362992	54.200744	137.42	137



**RESUMEN Y DIBUJO PRINCIPAL**

RESUMEN. (Max. 15 Líneas)

DIBUJO:

## **Glosario:**

**Población económicamente activa:** la integran las personas que tienen una ocupación o que sin tenerla la están buscando activamente.

**Producto interno bruto (PIB):** suma de todos los bienes y servicios finales que produce un país o una economía, elaborados dentro del territorio nacional tanto por empresas nacionales como extranjeras, y que se registran en un periodo determinado (generalmente un año).

**Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE):** es el organismo que proporciona información y estadísticas y toma decisiones y facilita la formulación y ejecución de políticas y programas de interés en Nicaragua. La institución es el organismo rector que establece las normas para la consecución de estadísticas uniformes, en la cual realiza investigaciones de carácter metodológico y estadístico, además es la institución encargada de realizar los censos nacionales y encuestas en Nicaragua.

**Ministerio de trabajo (MITRAB):** El Ministerio del Trabajo es el órgano Público responsable de la Administración del Trabajo, y de proponer, dirigir, controlar, ejecutar, aplicar y evaluar las políticas del Estado en Materia sociolaboral, de empleo y salarios, de higiene y seguridad ocupacional; de formación profesional, de promoción de cooperativas y formas asociativas de producción y servicios a excepción de lo dispuesto sobre cooperativas agropecuarias en Decreto No. 826 del 17 de septiembre de 1981; de los estudios que permitan fundamentar dichas políticas y de capacitación de los recursos humanos propios de la fundación pública del trabajo; y a ese fin tiene las atribuciones generales y específicas que le confiere la Ley.

**Inflación:** es el aumento generalizado y sostenido del nivel de precios existentes en el mercado durante un período de tiempo, frecuentemente un año. Cuando el nivel general de precios sube, con cada unidad de moneda se adquieren menos bienes y servicios.

**Instituto nicaragüense de turismo:** es el encargado de direccionar y aplicar la política nacional en materia al turismo, en consecuencia, le corresponde promover desarrollar e incrementar el turismo del país en conformidad a la ley y su reglamento.

**Ministerio de salud (MINSa):** es el organismo oficial que se encarga de todas las tareas administrativas relacionadas con la salud.

**Ministerio de fomento industrial y comercio (MIFIC):** es el que contribuye al desarrollo integral de Nicaragua mediante la formulación e implementación de políticas que contribuyan al incremento sostenible de

la actividad productiva y empresarial del país y por ende al bienestar de los nicaragüenses

**Población Finita:** es el conjunto compuesto por una cantidad limitada de elementos, como el número de especies, el número de estudiantes, el número de obreros.

**Muestreo Probabilístico:** es una técnica de muestreo en virtud de la cual las muestras son recogidas en un proceso que brinda a todos los individuos de la población las mismas oportunidades de ser seleccionados.

**Isologo:** es un identificador gráfico que sirve para firmar las comunicaciones de una entidad.

**Banco central de Nicaragua (BCN):** es el ente estatal regulador del sistema monetario.

**Ministerio de pequeña y mediana empresa (MIPYME):** es una empresa con características distintivas, y tiene dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los Estados o regiones.

**Impuesto sobre la renta (IR):** es impuesto que grava la utilidad de las personas, empresas, u otras entidades legales.

**Bienes de consumo no duraderos:** son todas las mercancías cuya vida útil es menor de un año.

**Producto real:** se refiere a la utilidad que tiene un producto y las necesidades básicas que satisface en el cliente

**Tipografía:** técnica de imprimir textos o dibujos, a partir de tipos o moldes en relieve que entintados se aplican sobre el papel.

**Análisis de la competencia:** es la forma de poner ideas frente al espejo y contar sus defectos y debilidades, así como sus fortalezas y oportunidades.

**Mercado meta:** se relaciona con las necesidades que tienen las empresas de seleccionar un segmento de mercado la población o grupo de consumidores a los cuales se quiere llegar.

**Demanda actual:** se define como el requerimiento que realiza la población afectada sobre el conjunto de bienes o servicio, por unidad de tiempo necesarias para satisfacer su necesidad.

**Demanda potencial:** es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en unas condiciones y tiempo determinado y se expresa en unidades físicas y monetarias.

**Segmentación de mercado:** la segmentación de mercado divide un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades características y comportamiento que requiere estrategias o mezclas de marketing diferenciadas.

**Impuesto sobre el valor agregado (IVA):** impuesto que grava el valor agregado de un producto en las distintas fases de producción.

**Flujograma:** es una muestra visual de una línea de pasos o acciones que implican un proceso determinado.

**Activos fijos:** es un bien de una empresa, ya sea, tangible o intangible que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de una empresa.

**Vida útil:** es el periodo concesional cuando este sea inferior a la vida económica del activo.

**Materia prima:** la materia extraída de la naturaleza y se transforma para elaborar materiales que más tarde se convertirán en bienes de consumo.

**Costo bruto:** es el que el empresario cubre sus costes y deja un margen de beneficio que hace sostenible su negocio.

**Capital de trabajo:** capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en corto plazo.

**Estado de pérdidas y ganancias:** Es el que muestra los productos, rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un periodo determinando con objeto de computarizar la utilidad neta o pérdida líquida obtenida durante dicho periodo.

**Balance general:** es el estado financiero de una empresa en un momento determinado.

**Flujo de caja:** es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un periodo dado.

**Punto de equilibrio:** hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos esto supone que la empresa tiene

un punto de equilibrio igual a cero es decir que no gana dinero, pero tampoco pierde.

**Razones financieras:** son coeficientes razones que proporcionan unidades contables y financieras de medida y comparación a través de las cuales la división por división entre sí de los datos financieros directos, permiten analizar el estado actual o pasado de una organización en función a niveles óptimos definidos para ella.

**Valor actual neto (VAN):** es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión.

**Tasa interna de retorno (TIR):** es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones.

También se conoce como la tasa de flujo de efectivo descontado de retorno.

**Flujo de fondos descontados:** es la inversión inicial para poner en marcha el proyecto.

**Periodo de recuperación:** es un método de valoración de inversiones que mide el tiempo que una inversión tarda en recuperar el desembolso inicial, con los flujos de caja generados en el futuro por la misma.

**Plan de negocio:** es un documento que describe, de manera general, un negocio y el conjunto de estrategias que se implementarán para su éxito.