



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 Banca y Finanzas

**Tema:** Proyecto de Emprendimiento

**Subtema:** Diseño de un proyecto para la creación de la Micro empresa “Sweet Cake”, dedicada a la elaboración de pastelería fina, ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento Carazo, durante el segundo semestre del año 2018.

Autor:	N° Carné
Aburto Traña Jennifer de los Ángeles	14 – 09189 – 4
García Velásquez Anjoly Solange	14 – 09383 – 0
Jiménez Avilés Daniela Marcela	14 – 09030 – 0

Tutor:

Lic. Cela del Carmen Mendieta Baltodano

Jinotepe, 30 de abril del 2019



## Carta aval del Docente (tutor)



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

*2019: "Año de la Reconciliación"*

**24 de abril del año 2019**

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

Estimada maestra,

Por este medio entrego formalmente informe de proyecto de graduación, bajo el Tema: Proyectos de Innovación o Emprendimiento en la cuarta región del país, presentado por los (as) bachilleres:

Nº	Apellidos y Nombres	Carné
1	Aburto Traña Jennifer de los Ángeles	14 – 09189 – 4
2	García Velásquez Anjoly Solange	14 – 09383 – 0
3	Jiménez Avilés Daniela Marcela	14 – 09030 – 0

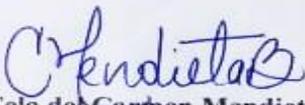
**Siendo el subtema:** Diseño de proyecto para la creación de la Microempresa "Sweet Cake", dedicada a la elaboración de pastelería fina, ubicado en el municipio de Jinotepe, Departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2018.

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

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

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

Atentamente,



**Lic. Celsa del Carmen Mendieta Baltodano**  
Tutor de Proyectos de Graduación

Cel Archivo

**¡A la libertad por la Universidad!**

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



## Dedicatorias

*“Porque tú eres mi roca y mi fortaleza por amor de tu nombre me guiaras y me encaminaras”  
Salmos 31:3*

*A **Dios**: principalmente por darme vida, salud, sabiduría y perseverancia para llegar hasta donde estoy ahora, quien como mi guía estuvo presente en el caminar de mi vida, bendiciéndome y dándome fuerzas sin desfallecer para continuar con mis metas que me he propuesto en alcanzar.*

*A **mi madre** María Teresa Traña Hernández que desde lo más profundo de mi ser le dedico este proyecto de graduación ya que me enseñó que con la humildad se logra cualquier cosa que uno se proponga, esta mujer maravillosa me acompañó y me guió a lo largo de este camino, aconsejándome día a día para que llegara hasta este momento de mi vida, por ser mi ejemplo claro de superación de mujer fuerte y no decaer ante cualquier adversidad presentada, sos mi orgullo mama.*

*A **mi padre de crianza** Alonso de Jesús Cordero Aburto por ser un pilar fundamental en nuestra familia por el apoyo y por su cariño hacia mí.*

*A **mi novio** Greybin Stiven Morales Calderón, por su apoyo incondicional, por estar conmigo incluso en los momentos más turbulentos que la vida me ha puesto y no dejar de creer en mí sino al contrario motivarme cada vez que decía no poder más, fue uno de los principales en animarme en todo este proceso gracias por tu amor y comprensión.*

*A **mi cuñado** Lenin Morales Calderón por su disponibilidad de tiempo al momento de que yo requería de sus excelentes ayudas así mismo aportes para el proyecto de graduación, sos una gran persona.*

*A **mi familia** en general porque de una u otra manera me han brindado su apoyo.*

*A mis dos compañeras Daniela y Anjoly que a lo largo de 5 años compartimos un mismo lugar de estudio, por su apoyo mutuo y continuo logramos terminar nuestro proyecto de graduación y de esto se hizo una experiencia muy especial.*

*“Y por último deseo dedicar este momento tan importante e inolvidable; a mí misma, por no dejarme vencer, ya que en ocasiones el principal obstáculo se encuentra dentro de uno”*

**Br. Jennifer de los Ángeles Aburto Traña**

*Principalmente se lo dedico a Dios por ser la luz incondicional que ha guiado mi camino, bendiciéndome, dándome fuerzas y salud para continuar con mis metas, por haberme permitido llegar hasta este punto, por su infinita bondad y amor.*

*A mi madre Martha Andrade, por apoyarme en todo momento, por sus consejos, esfuerzos, motivación constante y ser un pilar importante en mi vida, por demostrarme siempre su amor, cariño y apoyo incondicional.*

*A mis hermanos Kriscel y Juan Carlos García por ser ejemplos de hermanos mayores brindándome su amor, apoyo y estar conmigo siempre. A mis sobrinos para poder ser un ejemplo a seguir y puedan cumplir sus metas.*

*A mi novio Jimmy López por ser para mí un regalo enviado por Dios y una persona importante en mi vida que, con su apoyo, amor y a través de sus consejos y paciencia me ayudo a culminar esta meta.*

*De igual manera a mis compañeras Daniela Jiménez y Jennifer Traña, por haber sido parte de su grupo de trabajo y haber compartido de esta bonita amistad.*

*Dedico también este proyecto a una persona muy especial Pompilio Mercado (Q.E.P.D) quien fue como un padre para mí y me brindo de su apoyo y amor lo cual fue de mucha importancia y motivación para poder lograr mis metas.*

**Br: Anjoly Solange García Velázquez**

**A:**

*Dios, por darme la oportunidad de vivir y estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.*

*Mis padres Daniel Martín Jiménez Escobar y Verónica Concepción Avilés Calderón, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo incondicional en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba día a día sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad.*

*Mis abuelitas, Vilma del Socorro Escobar y Concepción de María Calderón por quererme, aconsejarme y regalarme unos padres ejemplares quienes me han formado en una mujer de bien, esto también se lo dedico a ustedes.*

*Mi querido Abuelito de manera muy especial Manuel de Jesús Jiménez (QEPD) por haber sido mi ejemplo de fortaleza y de lucha constante en este caminar de la vida.*

*Mi hermano, Daniel de Jesús Jiménez Avilés, por estar conmigo y apoyarme siempre en todo cuanto necesitaba.*

*Mis compañeras Anjoly y Jennifer por los esfuerzos reunidos durante todo este tiempo para sacar adelante este proyecto de graduación y así poder lograr nuestra meta de coronar nuestra carrera.*

*Toda mi familia en general, mis amigos y a todos aquellos quienes me han brindado su apoyo incondicional y han compartido conmigo buenos y malos momentos.*

**Br: Daniela Marcela Jiménez Avilés**

## **Agradecimiento**

*A Dios todo poderoso y a la Santísima Virgen María por permitirnos llegar hasta este punto de nuestras vidas, por habernos dado salud para lograr cada uno de nuestros objetivos, por su infinita bondad y compañía pero sobre todo por su infinito amor para con cada una de nosotras en todo este camino de experiencias.*

*Agradecer hoy y siempre a nuestros padres, que con su amor y apoyo incondicional nos han sacado adelante a través de sus esfuerzos continuos, por enseñarnos que con amor y mucha dedicación podemos lograr todo lo que nos propongamos.*

*A la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua en especial a la Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo, por abrirnos las puertas y ser nuestro segundo hogar de enseñanzas y aprendizajes, de igual manera a sus docentes por compartir con cada uno de nosotros sus conocimientos durante todo este periodo que hemos tenido clases.*

*De manera muy especial a nuestra tutora Lic. Cela del Carmen Mendieta Baltodano por su comprensión, dedicación y la motivación que nos daba día a día para seguir luchando por cumplir nuestra meta, gracias a usted, porque no dudo jamás de nuestra capacidad para realizar este proyecto de graduación.*

***Br. Jennifer de los Ángeles Aburto Traña***

***Br. Anjoly Solange García Velázquez***

***Br. Daniela Marcela Jiménez Avilés***

## Resumen ejecutivo

El presente proyecto de emprendimiento consiste en la elaboración y comercialización de pasteles con sabor napolitano, llamado "Sweet Cake", con el objetivo de incursionar al mercado, ofreciendo un producto de buena calidad, personalizados, con buen servicio y disponibilidad de horario, de esta manera poder consentir a los clientes ya que hoy en día muchas de las pastelerías existentes no ofrecen este tipo de sabor ni de una buena atención en sus instalaciones.

Para realizar dicho proyecto se hizo un plan de mercadotecnia donde muestra el segmento al que va dirigido el producto a ofertar, se calculó la demanda real y demanda insatisfecha, se realizaron las cuatro P del Marketing, seguidamente una estimación de ventas.

Para el plan de producción de la pastelería se realizó un flujo de proceso donde explica detalladamente el proceso de elaboración del pastel Napolitano. Se definen los proveedores de materia prima y maquinaria a utilizar, contando solamente con un operario.

En el plan de organización y gestión se muestra la forma de constitución de la microempresa, será de persona natural, se estructuró el organigrama detallando las tres áreas correspondientes, tales como administración, producción y ventas y en las que cada una de las inversionistas tendrá un cargo a ejercer.

Al finalizar se realizaron los Estados financieros donde se detalla la inversión, los ingresos, egresos y costos. Se realizó el punto de equilibrio, el cálculo de la VAN y la TIR y así mismo conocer si la microempresa es rentable a través de la relación costo-beneficio.

## **Objetivos de estudio**

- Ejecutar un estudio de mercado por medio de la aplicación de encuestas a clientes potenciales, para conocer el grado de aceptación de productos pasteleros en la ciudad de Jinotepe.
- Elaborar un estudio técnico para determinar la ubicación, distribución y tamaño de la planta.
- Realizar un estudio administrativo por medio de la planeación estratégica, que permitan orientar los esfuerzos y administrar los recursos disponibles de la manera más eficiente.
- Describir los trámites legales pertinentes para la legalización de una micro empresa, según las normas vigentes establecidas por la ley
- Determinar el estudio financiero, para definir las alternativas más convenientes que deberá tener la micro empresa.

## Índice

1. Generalidades del proyecto .....	1
1.1 Solución .....	3
1.2 Diseño o Modelo en 3D del pastel Napolitano .....	5
1.3 Oportunidad en el Mercado .....	6
1.4 Propuesta de valor .....	8
1.4.1 La novedad de mi proyecto desde la base de la Propiedad Intelectual.....	9
1.5 Ciclo del Proyecto.....	13
1.6 Presupuesto .....	17
1.6.1 Compra de materiales (insumos y herramientas) .....	17
1.7 Plan de Negocios .....	22
1.7.1 Plan de Mercadotecnia.....	22
1.7.2 Plan de Producción .....	43
1.7.3 Plan de organización y gestión .....	59
1.7.4 Plan financiero .....	70
1.8 Cronograma de Actividades.....	81
2. Bibliografía.....	82
3. Anexos.....	85

## Índice de Ilustraciones

Ilustración N° 1. Pastel Napolitano de 1Lb .....	5
Ilustración N° 2. Pastel Napolitano en Trozos .....	5
Ilustración N° 3. Fases del Proyecto.....	13
Ilustración N° 4. Brochure parte externa.....	20
Ilustración N° 5. Brochure parte interna.....	21
Ilustración N° 6. Prototipo del pastel Napolitano.....	23
Ilustración N° 7. Logotipo .....	25
Ilustración N° 8. Etiqueta .....	25
Ilustración N° 9. Macro localización .....	28
Ilustración N° 10. Micro localización .....	29
Ilustración N° 11. Accesibilidad del producto .....	41
Ilustración N° 12. Diseño de la planta.....	55
Ilustración N° 13. Organigrama de la microempresa .....	65

## Índice de Gráficas

Gráfica N° 1. Resultado de la encuesta .....	6
Gráfica N° 2. Consumo de pastel .....	23
Gráfica N° 3. Resultado de la encuesta .....	24
Gráfica N° 4. Ubicación de la pastelería según la encuesta .....	27
Gráfica N° 5. Sabor Napolitano.....	32
Gráfica N° 6. Pastelería de preferencia .....	34
Gráfica N° 7 Precio de Venta .....	35

Gráfica N° 8. Punto de equilibrio por Lb .....	77
Gráfica N° 9. Punto de equilibrio por Trozos.....	77

## Índice de Tablas

Tabla N° 1. Insumos de Materia Prima .....	17
Tabla N° 2. Maquinarias de Producción.....	19
Tabla N° 3. Herramientas y enseres del área de producción .....	19
Tabla N° 4. Clientes potenciales .....	31
Tabla N° 5. Proyección de la PEAO para el año 2018.....	33
Tabla N° 6. Incremento de ventas .....	36
Tabla N° 7. Estimación de ventas en unidades físicas por Libra .....	37
Tabla N° 8. Estimación de ventas en unidades físicas por Trozos .....	37
Tabla N° 9. Estimación de ventas en unidades monetarias por Libra .....	38
Tabla N° 10. Estimación de ventas en unidades monetarias por Trozos.....	38
Tabla N° 11. Medidas Promocionales .....	39
Tabla N° 12. Presupuesto de Marketing.....	42
Tabla N° 13. Simbología del flujo.....	45
Tabla N° 14. Flujo de Proceso de producción .....	45
Tabla N° 15. Capital fijo .....	47
Tabla N° 16 Depreciación del área de administración y ventas .....	48
Tabla N° 17. Depreciación del equipo de producción.....	49
Tabla N° 18. Mantenimiento .....	50
Tabla N° 19. Fuentes de los equipos .....	51
Tabla N° 20. Capacidad a Futuro .....	54
Tabla N° 21. Capacidad de Producción.....	54
Tabla N° 22. Materia prima.....	56
Tabla N° 23. Mano de obra directa. ....	57
Tabla N° 24. Salario mínimo.....	58
Tabla N° 25. Gastos Generales.....	59
Tabla N° 26. Ficha de cargo del administrador .....	66

Tabla N° 27. Ficha de cargo del área de producción.....	66
Tabla N° 28. Ficha de cargo del área de venta .....	67
Tabla N° 29. Gastos preliminares.....	68
Tabla N° 30. Equipos de oficina.....	69
Tabla N° 31. Gastos de administración .....	69
Tabla N° 32. Costo del Proyecto .....	70
Tabla N° 33. Estado de Ganancias y Pérdidas .....	72
Tabla N° 34. Estado de flujo de caja .....	74
Tabla N° 35. Balance General de Apertura .....	75
Tabla N° 36. Balance General de Cierre .....	76
Tabla N° 37. Resultado del Flujo Neto .....	78
Tabla N° 38. Cálculo de la VAN y la TIR .....	78
Tabla N° 39. Relación Beneficio-Costo .....	79
Tabla N° 40. Cronograma de trabajo.....	81

## 1. Generalidades del proyecto

Según Romero (2011) el término proyecto proviene del Latín "proiectus" y cuenta con diversas significaciones. Un proyecto se refiere a un conjunto articulado y coherente de actividades orientadas a alcanzar uno o varios objetivos, siguiendo una metodología definida para lo cual precisa de un equipo de personas idóneas, así como de otros recursos cuantificados en forma de presupuesto, que prevé el logro de determinados resultados sin contravenir las normas y buenas prácticas establecidas, y cuya programación en el tiempo responde a un cronograma con una duración limitada.

Un proyecto inicia con una idea que se materializa poniendo en práctica el mismo. Se puede decir también que es un plan de acción para la utilización productiva de los recursos que dispone una o un grupo de personas, que son sometidos a un análisis y evaluación para fundamentar una decisión de aceptación o rechazo. Un plan que se le asigna recursos como: dinero –un determinado monto de capital–, tiempo, materia prima, recursos humanos, etcétera, y su objetivo es obtener un rendimiento en un plazo determinado. Es también cualquier idea que se tenga y se pueda poner en funcionamiento y que permita generar beneficios en un futuro.

El artículo (Quevedo, s.f.) define la importancia que tiene llevar a cabo un proyecto, cada proyecto nos permite primeramente resolver problemas identificados, los cuales de una u otra forma van a mejorar las condiciones de vida del grupo en estudio, además de ello permiten acceder a diversas fuentes de financiación las cuales basan sus decisiones en diseño de estrategias y flujo de recursos que concluidos de la forma correcta van a permitir obtener resultados que nos llevan a la recuperación del capital, en cuanto a gestión, los proyectos nos permiten tener una adecuada forma de gestionar y organizar los recursos invertidos en base a los resultados esperados, todo esto estableciendo una lógica de ejecución.

La palabra pastel es de origen germánico. Procede de "wastill" significa alimento. Después, la palabra tiene cambios y se convierte en "wastel" y luego en "gastel" que significaba manjar. Más tarde, la palabra evoluciona y se convierte en pastel. Pastel o torta es una masa

de harina y manteca, cocida al horno, en el que ordinariamente se envuelve crema o dulce, y a veces fruta, pescado y carne. (Pastelería, s.f.).

Para el Diccionario de la Real Academia Española, los pasteles son productos con gran cantidad de grasa y dulce de la panificación. La producción de pasteles en gran escala se le facilita al pastelero cuando éste tiene fórmulas adecuadas y equilibradas, y comprende bien las técnicas básicas de la mezcla.

Uno de los sectores económicos más competitivos y en constante cambio es el sector de pastelería, ya que hoy en día el precio de la materia ha incrementado incontrolablemente, es por ello que muchas empresas productoras de pasteles tienen el gran reto de ofrecer un buen producto al precio adecuado. Uno de los motivos que nos ha llevado a realizar este proyecto es que hay una gran problemática la cual muchos propietarios de diferentes negocios de pastelería no le dan la debida importancia y es la calidad del producto y la buena atención que se merece el cliente.

La pastelería “Sweet Cake” será una microempresa orientada a la elaboración de pasteles finos, considerando que el producto a ofertar es de mejor acabado y con una excelente calidad, trabajando de la mano con políticas estrictas de atención al cliente, con el fin de darle realce a nuestros productos y se tome en cuenta los precios más favorables dentro del mercado consumidor.

Cabe mencionar que esta microempresa será muy novedosa en tecnología industrial, a través de ello se nos facilitará un trabajo excelente y de calidad, misma que aporte también al medio ambiente de manera que esta no sea participe de una contaminación ambiental, así mismo esta Micro se destaque por elaborar pasteles especiales con sabor napolitano, permitiendo que este producto sea de gran impacto socioeconómico dentro del casco urbano de la ciudad de Jinotepe.

Por último, “Sweet Cake” contará con un personal de trabajo ampliamente capacitado en la elaboración del producto y el manejo de desarrollo de la microempresa, tales son: Área de producción (pastelero) Área de Administración (administrador) Área de Venta (Atención al cliente). Así mismo tendrá como proveedor principal el punto de venta “Duya Mágica” quién

facilitará todos los insumos de materia prima necesarios para la elaboración de dicho producto.

### **1.1 Solución**

Según Végh (2018) “la situación de Nicaragua es muy crítica” tras las consecuencias socio-políticas. El país ha sido afectado en los últimos meses y ha provocado un bajo rendimiento en la calidad de los productos en los negocios y como consecuencia ha obligado a muchas empresas al cierre de sus instalaciones.

“El emprendedor no se destaca por su coeficiente intelectual (si bien, es un factor que puede ayudar) si no que el emprendedor tiene habilidades sociales y emocionales que son las que la diferencia de los demás. Un emprendedor es aquel que tiene visión, energía y fuerza, transforma problemas en oportunidades, lo empuja a la intuición y la confianza, y se focaliza en pro positividad, de manera que pueda llevar sus sueños a la acción , estas son cualidades que no tienen que ver con un coeficiente intelectual alto o bajo sino con la inteligencia emocional” (Goleman, 2012).

En otras palabras, el emprendedor tiene como objetivo minimizar las necesidades de las personas con el fin de satisfacer gustos y emociones. Para causar un gran impacto de beneficio en la parte económica de la ciudad se pretende emprender un negocio que ofrezca servicio y producción de pastelería fina (calidad en el producto y la buena atención al cliente) en el municipio de Jinotepe.

Socio-económicamente se aportará a la ciudad oportunidades de empleo en aquellas personas que lo necesitan, al dueño del local con la renta, al comprar los insumos a los proveedores y a la distribución de los pasteles para que otros negociantes los revendan y de igual manera motivar a otras personas que busquen el camino del emprendimiento.

Pastelería “Sweet Cake” pretende cautivar al mercado consumidor de un buen servicio con disponibilidad de horario, tanto física como electrónica para realizar sus pedidos, en la buena elaboración de los pasteles utilizando maquinarias profesionales, capacitaciones al personal y comodidad en las instalaciones para que el cliente pueda disfrutar un delicioso pastel en un agradable lugar.

Para alcanzar este propósito se contara con un capital total de C\$153,740.68 dividido entre tres inversionistas, el primer inversionista aportará C\$51,246.89 que obtendrá por la venta de una manzana de tierra ubicada en el municipio de la conquista, el segundo inversionista venderá media manzana de terreno ubicado en el astillero, valorada en C\$51,246.89 y el tercer inversionista recibirá una donación familiar del extranjero con un total de C\$51,246.89 permitiendo de esta manera llevar a cabo el desarrollo de la Microempresa dedicada a la elaboración de pasteles en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo.

## 1.2 Diseño o Modelo en 3D del pastel Napolitano

Ilustración N° 1. Pastel Napolitano de 1Lb



Pastel Napolitano de 1Lb  
Parte Frontal

Fuente: Equipo de Investigación

Ilustración N° 2. Pastel Napolitano en Trozos

Pastel Napolitano de 1Lb  
Parte Interna y Trozo



Fuente: Equipo de Investigación

### 1.3 Oportunidad en el Mercado

Reconociendo que el consumidor ha sufrido cambios en el último tiempo, donde actualmente es más exigente en busca de productos y servicios que lo distinguan y valoren, se ven estas nuevas tendencias como oportunidad de un mercado poco atendido en cuanto al consumo de pasteles con sabor napolitano.

Por otro lado, los profesionales de hoy tienen poco tiempo, por lo que buscan optimizar sus compras con el fin de tener más tiempo para disfrutar de su vida, ya sea en tenerlo para sí mismo, o compartirlo con su familia y amigos. Es por ello que ha surgido la idea de satisfacer la necesidad de los clientes en poder comprar productos de pastelería con calidad, en un lugar donde se observa una alta afluencia de personas por trámites cotidiano y con un ambiente agradable que atraiga al cliente.

Para obtener mayor competitividad, deben poseer un giro que permita estar más cercano a lo que requieren los consumidores para cubrir sus necesidades actuales, la idea es adecuar los negocios a los tipos de clientes que se establezcan como objetivos, planteándose en directa relación con la personalidad o las características de quienes frecuenten los establecimientos, de acuerdo al sector en donde se encuentren los mismos.

Los nicaragüenses muestran una cultura de alto consumo de pasteles, por razones de cumpleaños, onomásticos, fechas especiales u otros, a título personal, familiar, con grupos de amistades, en los centros de trabajos etc.

Gráfica N° 1. Resultado de la encuesta



Fuente: Equipo investigador

A través de la aplicación de la herramienta cualitativa y cuantitativa (encuesta) se ha identificado que el producto a ofrecer tendrá una gran oportunidad dentro del mercado consumidor, puesto que el 96% de los encuestados han opinado que estarían dispuestos a consumir el pastel napolitano mientras que el resto equivalente al 4% no les gustaría consumir dicho pastel.

La pastelería ofrecerá un incentivo a los clientes actuales, preferibles los que hacen pedidos de pasteles por encargos cada vez que lleguen a consumir con un cliente nuevo aplicando restricciones. Se crearán cuentas en Facebook e Instagram, para tener mejor comunicación con nuestros clientes.

Pastelería “Sweet Cake” utilizará siempre los mejores insumos de materia prima, agregando a esto la excelencia en la elaboración, velando por mantener sabor, calidad, higiene y la buena atención, tomando muy en cuenta todas las medidas necesarias para que los consumidores vean la diferencia que existe a la par de otras pastelerías.

### **1.4 Propuesta de valor**

Según López (2018) “La propuesta de valor es una promesa de valor por entregar. Es la principal razón por la que un prospecto va a comprar contigo y no con la competencia” “La gente no compra productos o servicios, no compra características o beneficios, la gente compra transformación”.

La pastelería Sweet Cake será una microempresa dedicada a elaborar productos de alta calidad, haciendo énfasis tanto en el detalle como en exaltar los distintos sabores que se ofrecerá en un solo pastel. Se tomará en cuenta la personalización mediante la aplicación de técnicas de decoración siendo la única pastelería en el municipio de Jinotepe que oferte este delicioso pastel con sabor Napolitano.

Dicha microempresa estará dirigida a un público en general tomando en cuenta que los clientes le reconozcan por su calidad y servicio que ofrecerá, aparte del valor agregado. Las propuestas de valor de las otras pastelerías del municipio ofertan la misma de muchos años y eso hace que sus clientes dejen de visitarlos con la solución de encontrar nuevas tendencias en pasteles de calidad; “Sweet Cake” fundamenta el aporte de valor del producto en los siguientes puntos:

Al promocionar este proyecto se hará una jornada tipo “Casa abierta” para animar a nuevos clientes a que visiten el local, contará con la repartición de brochures que contenga la información de los 3 tipos de sabores que estarán en un mismo pastel y de igual forma se proporcionaran muestras gratuitas del producto especial de la casa, teniendo una agenda para el caso de que alguien quiera reservar una fecha para contratar el producto.

Sweet Cake creara cuentas en Facebook e Instagram para tener mejor comunicación con los clientes. Dicha pastelería utilizará siempre los mejores insumos de materia prima sumando a esto la excelencia y el compromiso en la elaboración para que los consumidores sientan la diferencia de lo que otras pastelerías ya no se preocupan.

#### 1.4.1 La novedad de mi proyecto desde la base de la Propiedad Intelectual

Para el siguiente apartado se ha tomado en cuenta como base principal de este trabajo, información del Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC) dado que la pastelería Sweet Cake será una microempresa regulada por el ente anteriormente mencionado. A continuación, se muestra el formato para registrar una marca:

Solicitud:

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, todo de conformidad con el artículo 9 de la ley 380 ley de marcas y otros signos distintivos: este formulario debe incluir:

1. Nombre y dirección del solicitante
2. Lugar de Constitución de domicilio del solicitante, cuando fuese una persona jurídica.
3. Nombre del representante legal cuando fuese el caso.
4. Nombre y dirección del Apoderado en el país, cuando se hubiera designado.
5. Denominación de la Marca o Nombre Comercial, cuyo registro se solicita, si fuese denominativa sin grafía, forma ni color especial.
6. 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.
7. Señalar si el interesado reivindica derecho de prioridad.
8. 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.
9. 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 presentará 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 notificara 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.

Período 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:

1. El número de Registro de la Marca.
2. Nombre Comercial.
3. Emblema o Señal de Publicidad.
4. La fecha de la Resolución por la cual se concedió el registro.
5. 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.
6. 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.
7. El número y la fecha de la solicitud de registro de marca, nombre comercial, emblema o señal de publicidad.

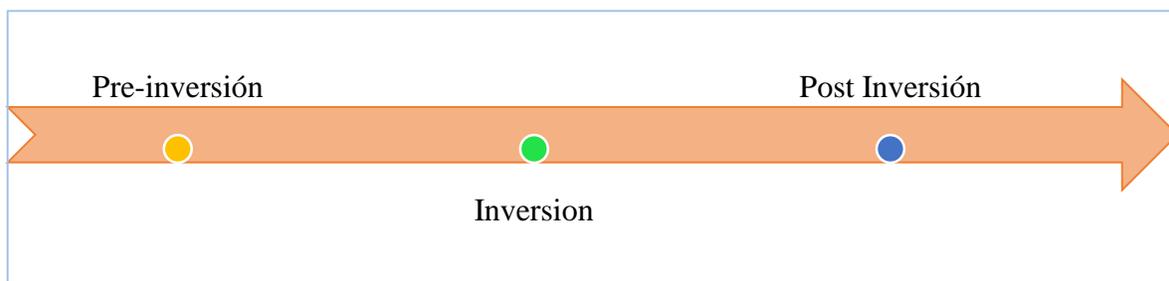
La marca registrada cuando fuese denominativa, sin grafía, forma ni colores especiales. Reproducción de la marca registrada cuando fuese denominativa con grafía, forma, colores especiales, figurativa, mixta, tridimensional, con o sin color. La lista de los productos y servicios para los cuales se usa 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.

## 1.5 Ciclo del Proyecto

Para Padilla (2011) Un proyecto de inversión es una propuesta técnica y económica para resolver un problema de la sociedad, utilizando los recursos humanos, materiales y tecnológicos disponibles, mediante un documento escrito que comprende una serie de estudios que permiten al inversionista saber si es viable su realización. En su libro “Formulación y evaluación de proyectos” establece que: El ciclo de vida de un proyecto de inversión se inicia con un problema originado en una necesidad, a la cual debe buscársele solución coherente.

Generalmente, todos los proyectos de inversión atraviesan por tres grandes fases:

Ilustración N° 3. Fases del Proyecto



Fuente: Sitio Web

### Fase de Pre-inversión

Es la Fase del Ciclo de vida en la que los proyectos son estudiados y analizados con el objetivo de obtener la información necesaria para la toma de decisiones de inversión. (Todo sobre proyecto, 2009) Esta etapa es preliminar y base fundamental de información sólida y concreta para el desarrollo del proyecto y para ello se debe de determinar una serie de niveles comenzando por la:

a. Idea

En la etapa de Idea de un proyecto se detecta el problema que surge de una necesidad individual o común. (Albis, s.f.)

La idea de dicho Proyecto es establecer una microempresa que esté orientada a la elaboración de pastelería fina, ofreciendo un tipo de pastel con sabor napolitano con el fin de satisfacer a los clientes de una buena calidad y correcta atención. Esta opción de emprendimiento surge debido al comportamiento que se observaba en las personas de dicha área ya que hay incomodidades en cuanto a la calidad, mala atención y disponibilidad de horario, como principal propósito es tener un crecimiento continuo y un buen posicionamiento a nivel nacional para aportar a la crisis-socioeconómica del país e impulsar a otras personas a emprender.

Otros de las cosas que motivo la decisión de sacar el producto mejorado es que uno de los propietarios domina el entorno de la elaboración de pasteles.

b. Perfil

En esta etapa se realiza la preparación y evaluación de las posibles alternativas de solución, partiendo de información que proviene principalmente de fuentes de origen secundario. (Silva, s.f.)

La realización del documento consiste en un análisis previo y posterior de la fase anterior para determinar los antecedentes de las necesidades y dar inicio al desarrollo de la pastelería. Sweet Cake va a establecer objetivos para la realización del estudio de mercado y algunos aspectos técnicos que ayudarán a la toma de decisiones.

La pastelería “Sweet Cake” obtendrá fuentes de información a través de encuestas y entrevistas en las cuales se obtendrán resultados de cómo es la demanda, si los clientes están satisfechos o insatisfechos por los servicios que presta la competencia en cuanto a calidad, atención, precio y si estos optan por una mejor opción de un servicio. Dentro del estudio se establecerá el segmento de clientes al que ira dirigido el proyecto y el tipo de maquinaria que se utilizará en las operaciones.

Fijar la ubicación será un factor esencial dentro de la investigación donde tenga acceso a la mayor parte de las personas de la ciudad y su alrededor. En los resultados se pretende tomar la decisión de continuar o no con las investigaciones para determinar si es factible y seguir con la aspiración de llevar a cabo dicho proyecto y pasar a la siguiente fase.

c. Pre factibilidad

En la Pre factibilidad el grupo de expertos requiere generar información primaria, es decir, comenzar a crear sus propias bases de datos e indicadores, se requiere de información a mayor detalle como lo pueden ser los resultados financieros del organismo o entrevistas a profundidad con los diferentes actores de la misma, el costo de este nivel de estudio puede ser hasta tres veces más costoso que el nivel de perfil. (Lideres Sociales, 2017)

Los protagonistas del proyecto de la pastelería “Sweet Cake” harán un estudio más profundizado donde se tomaran en cuenta los resultados de la fase anterior para formular las bases en la que estará estructurado el proyecto así como la determinación de principales proveedores de los insumos, en cuanto a la estructura organizacional por quienes estará organizado el organigrama de la empresa y que roll le corresponderá a cada uno, se cotizaran los precios de la máquinas de producción y los insumos, los aspectos legales por el cual registrará el establecimiento, se establecerá precio para cada uno de los productos según el tipo de pastel y se realizara una evaluación financiera para determinar la rentabilidad que esta tendría.

Al final del estudio se dictarán los efectos de la investigación para verificar si la incertidumbre en cuanto al desarrollo del proyecto ha disminuido, incorporando los datos ya antes mencionados con una información precisa el cual será fundamental para la toma de decisión si se va a ejecutar el proyecto y posterior pasar a la etapa de culminación.

#### d. Factibilidad

El estudio de factibilidad de un proyecto es una herramienta que se utiliza para guiar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto, esta herramienta se utiliza en la última fase pre-operativa de formulación del proyecto y sirve para identificar las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, de esta manera se podrá decidir si se procede o no a la implementación. (labor mexicana, 2015)

Cabe destacar que en base a todos toda la información de los resultados anteriores se tomaron en cuenta para tomar la decisión de llevar a cabo el plan, se concluye que el proyecto es factible y está listo para ser ejecutado, ya que los socios presentan los recursos necesarios en cuanto al capital y todos los servicios, maquinarias y trabajadores a los cuales se van a recurrir para darle funcionalidad al negocio cuentan con capacidad necesaria para poder brindarle satisfacción a los clientes.

Según las proyecciones realizadas en cuanto a la base financiera presenta una excelente rentabilidad en las operaciones, lo que por ende aportara a la situación socio-económica que está presentando el país en cuanto al pago de impuestos, compras a los proveedores, aranceles de gastos, ofertas de trabajo, entre otros. Entre mayor sea el crecimiento de la pastelería Sweet Cake mejores beneficios obtendrán las partes antes mencionadas.

## 1.6 Presupuesto

El presupuesto es un documento que prevé los gastos y ganancias de un determinado organismo, empresa u entidad, sea el mismo privado o estatal, en un lapso de tiempo determinado. La importancia de este es que permite medir y disminuir los riesgos en una empresa. (Enciclopedia de Conceptos "Presupuesto", 2019)

### 1.6.1 Compra de materiales (insumos y herramientas)

La pastelería Sweet Cake utilizará como materiales de insumo para la elaboración del producto a ofrecer los siguientes insumos de materia que se detallan a continuación:

Tabla N° 1. Insumos de Materia Prima

<b>Pastelería "Sweet Cake"</b>				
<b>Materia Prima para una libra</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad LB</b>	<b>U/M</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Materia Prima Directa</b>				<b>C\$ 225.68</b>
Mantequilla	1	libra	C\$ 32.00	C\$ 32.00
Huevo	6	unidad	C\$ 3.50	C\$ 21.00
Harina	1	libra	C\$ 9.00	C\$ 9.00
Leche	1	litro	C\$ 20.00	C\$ 20.00
Azúcar	1	libra	C\$ 11.00	C\$ 11.00
Esencia de vainilla	0.04	mililitros	C\$ 20.00	C\$ 0.80
Esencia de chocolate	0.04	mililitros	C\$ 20.00	C\$ 0.80
Esencia de Fresa	0.04	mililitros	C\$ 20.00	C\$ 0.80
Polvo de hornear	0.02	gramos	C\$ 29.00	C\$ 0.58
Cocoa amarga	0.04	gramos	C\$ 90.00	C\$ 3.60
Leche condensada	1	lata	C\$ 43.00	C\$ 43.00
Chantilly	1	libra	C\$ 65.00	C\$ 65.00
Dulce de leche	0.5	libra	C\$ 35.00	C\$ 17.50
colorantes	0.05	dash	C\$ 12.00	C\$ 0.60

<b>Pastelería "Sweet Cake"</b>				
<b>Materia Prima por una libra</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad LB</b>	<b>U/M</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Materia Prima Directa</b>				<b>C\$ 225.68</b>
Mantequilla	1	libra	C\$ 32.00	C\$ 32.00
Huevo	6	unidad	C\$ 3.50	C\$ 21.00
Harina	1	libra	C\$ 9.00	C\$ 9.00
Leche	1	litro	C\$ 20.00	C\$ 20.00
Azúcar	1	libra	C\$ 11.00	C\$ 11.00
Esencia de vainilla	0.04	mililitros	C\$ 20.00	C\$ 0.80
Esencia de chocolate	0.04	mililitros	C\$ 20.00	C\$ 0.80
Esencia de Fresa	0.04	mililitros	C\$ 20.00	C\$ 0.80
Polvo de hornear	0.02	gramos	C\$ 29.00	C\$ 0.58
Cocoa amarga	0.04	gramos	C\$ 90.00	C\$ 3.60
Leche condensada	1	lata	C\$ 43.00	C\$ 43.00
Chantilly	1	libra	C\$ 65.00	C\$ 65.00
Dulce de leche	0.5	libra	C\$ 35.00	C\$ 17.50
colorantes	0.05	dos	C\$ 12.00	C\$ 0.60

Fuente: Equipo de Investigación.

De igual forma la pastelería tendrá como herramientas de producción lo siguientes:

Tabla N° 2. Maquinarias de Producción

<b>Maquinaria de Producción</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>
Mesa de madera	Unidad
Horno industrial	Unidad
Batidora Industrial	Unidad
Pesa electrónica	Unidad
Cocina	Unidad
Tanque	Unidad

Fuente: Equipo de Investigación

Es muy importante tomar en cuenta también las herramientas y enseres que deberán utilizarse en la producción del pastel napolitano, a continuación, detallamos cada uno de ellos:

Tabla N° 3. Herramientas y enseres del área de producción

<b>Herramientas y enseres del área de producción</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>
Cucharon	Unidad
Juego de cucharas de medidas	Unidad
Moldes	Unidad
Espátulas	Unidad
Cernidores	Unidad
Rayadores	Unidad
Girador de decoración	Unidad
Clavo de rosa	Unidad
Boquillas	Unidad
Acopladores	Unidad
Mangas	Unidad

Fuente: Equipo de Investigación

Cuchillos	Unidad
Ollas	Unidad
Cortador de torta	Unidad
Guantes de hornear	Unidad
Gorros	Unidad
Gabachas	Unidad
Basurera	Unidad
Lampazo	Unidad
Mecha	Unidad
Pala	Unidad
Escoba	Unidad

#### Visibilidad del Proyecto

La técnica que se utilizará para dar a conocer la pastelería “Sweet Cake” será a través de Brochures, lo que permita una mejor visibilidad del producto a ofrecer, en este caso el delicioso pastel napolitano. Se ha diseñado esta forma de dar a conocer el producto que será lanzado al mercado consumidor específicamente a toda la población económicamente activa de la ciudad jinotepina.

Ilustración N° 4. Brochure parte externa

Pastelería "Sweet Cake" será una Microempresa que estará orientada a la elaboración de pastelería fina, destacándose por elaborar pasteles especiales con sabor napolitano.



Horario de atención :  
Lunes a viernes: 12:00Pm-8:30Pm  
Sábado y domingos: 8:00Am- 12:00Md



Dirección : Costado Norte de la Parroquia Santiago, Jinotepe-Carazo.



Fuente: Equipo de Investigación

Ilustración N° 5. Brochure parte interna



Fuente: Equipo Investigador

## **1.7 Plan de Negocios**

Un plan de negocios (también conocido como proyecto de negocio o plan de empresa) es un documento en donde se describe y explica un negocio que se va a realizar, así como diferentes aspectos relacionados con éste, tales como sus objetivos, las estrategias que se van a utilizar para alcanzar dichos objetivos, el proceso productivo, la inversión requerida y la rentabilidad esperada. (Crece Negocio, s.f.)

### **1.7.1 Plan de Mercadotecnia**

Según Espejo (2011) afirman que el plan de mercadotecnia es un:” Documento que establece las estrategias y las actividades a llevarse a cabo para alcanzar los objetivos de la empresa.”

Se realizará una idea de negocio de emprendimiento contextualizando cada aspecto que tiene el estudio de mercado.

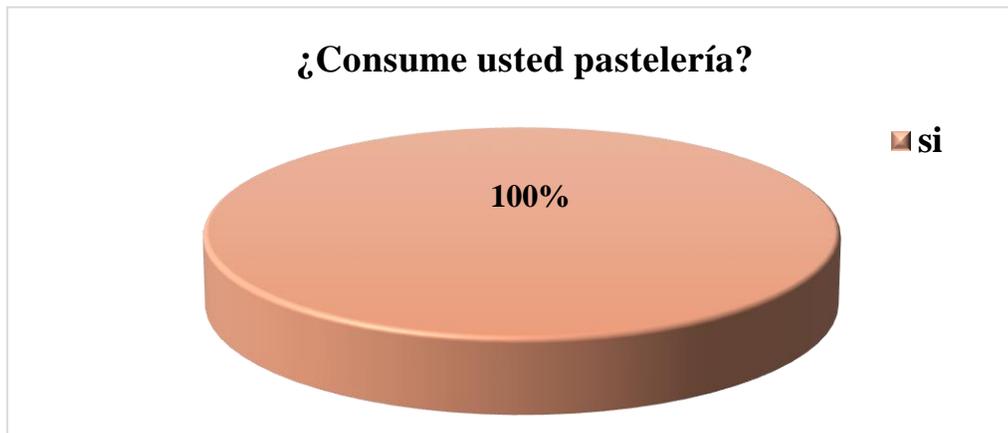
### **Descripción de la Innovación**

Actualmente las micro, pequeñas y medianas empresas están evolucionando grandemente, de tal manera que están aportando un gran valor para el crecimiento económico del país. No obstante los consumidores cada vez se vuelven más exigentes y están cambiando constantemente su comportamiento, decisión de compra, gustos y preferencias, demandando productos con un alto nivel de innovación. (Moncada B. y., 2018).

La innovación no es nada más que, la competitividad y la diferenciación que crece y crece en la actualidad, primero hay que imaginar para luego crear el producto que se ofrecerá, en este caso, pastelería fina los cuales consta del pastel Napolitano, lo que se quiere con este sabor es que los consumidores queden totalmente satisfechos con sus expectativas. Este tendrá como resultado obtener un valor agregado, reducir costos y ofrecer servicios al mercado.

Esta idea nació con el fin de satisfacer los gustos de las personas que consumen pastelería, puesto que será la primera pastelería en Jinotepe Carazo que permitirá saborear los pasteles con sabor napolitano, garantizando la personalización, creatividad y calidad, así mismo aprovechar las oportunidades de negocio que existe en el mercado y que en un futuro la microempresa comience a comercializar los productos.

Gráfica N° 2. Consumo de pastel



Fuente: Equipo investigador

Se realizó encuestas a personas que son económicamente activos, determinando la razón más importante a saber, con la pregunta clave ¿Consume usted pastelería? Recalcando así que la mayoría de personas encuestadas prefieran consumir pastel y más el sabor que se ofrecerá. Con un 100% de personas que dijeron que sí. A continuación, se muestra un prototipo del pastel:

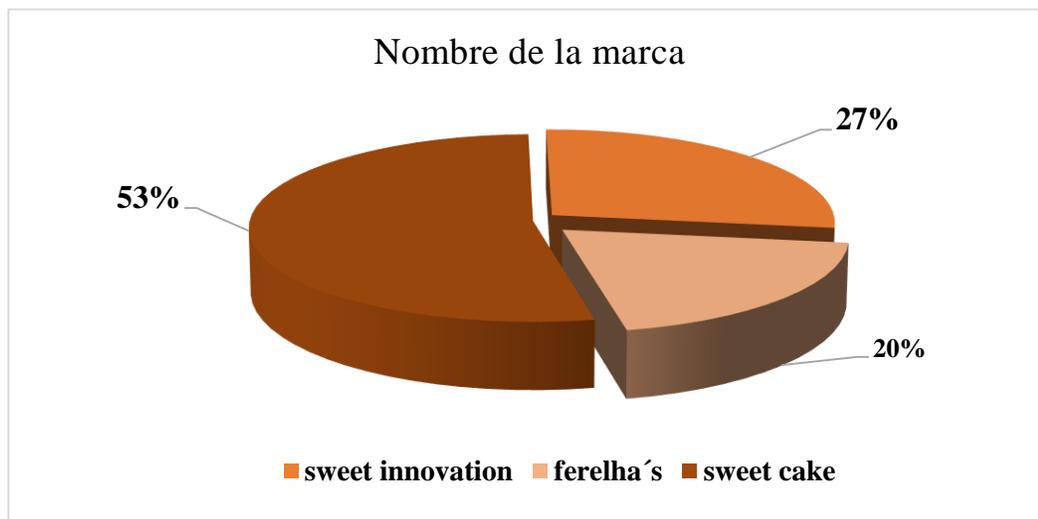
Ilustración N° 6. Prototipo del pastel Napolitano



Fuente: Equipo investigador

## Marca del producto

Gráfica N° 3. Resultado de la encuesta



Fuente: Equipo Investigador

Se decidió el nombre de pastelería “Sweet Cake” ya que su significado en español es: pastelería dulce, por ende tiene un concepto bastante llamativo para el producto que se ofrecerá, esta pastelería sería una de las primeras en ofrecer pasteles con sabor napolitano en el municipio de Jinotepe, tomando en cuenta las opiniones de las personas encuestadas quienes afirman les gustaría que dicho pastel se encuentre dentro del mercado para degustarlo.

Para esto, también se propusieron en la encuesta 2 nombres más como: Pastelería Ferelha's y Pastelería Sweet Innovation, teniendo poca demanda por los encuestados ya sea porque no les gustaba o no era de gran novedad para una pastelería.

Se destacan 3 colores esenciales que describen el sabor del pastel Napolitano:

- **Café:** representa el sabor a chocolate.

Pastelería Sweet Cake

- **Rosado:** hace énfasis al sabor de fresa.
- **Crema:** simula el sabor de vainilla.

**Slogan:**

“Es simplemente sabor y calidad”

**Logo:**

Ilustración N° 7. Logotipo



Fuente: Equipo investigador.

**Etiqueta:**

Ilustración N° 8. Etiqueta



Fuente: Equipo investigador

Pastelería Sweet Cake

## **Comparación del producto con la competencia**

El ambiente competitivo de una empresa es desde luego una de las principales influencias en sus programas de marketing. Por lo general, toda empresa es una rival debido al limitado poder de compra del cliente. (Stanton, 2007) Según el estudio de mercado se determinó que la pastelería tendrá dos tipos de competidores: competidores directos y competidores indirectos.

Competidores directos son:

- Pastelería Soto
- Pastelería Berna
- Pastelería Alicia

Debido a las encuestas aplicadas, se determinó que las pastelerías antes mencionadas como competidores, tienen más afluencia de personas consumidoras que pertenecen al casco urbano del municipio de Jinotepe departamento de Carazo.

Competidores indirectos:

- Abastecimientos de insumos para pastelería y panadería
- Supermercados por ofrecer productos similares a la pastelería.

## Ubicación de la empresa

Gráfica N° 4. Ubicación de la pastelería según la encuesta



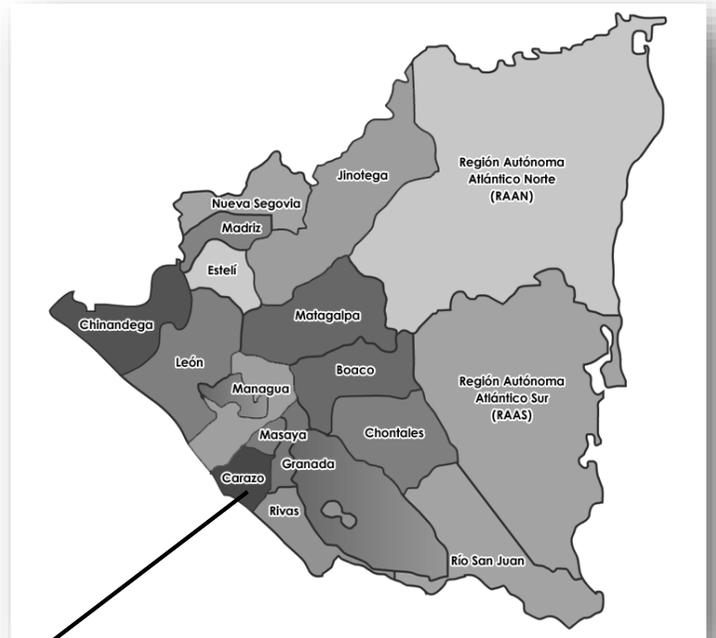
Fuente. Equipo investigador

A través de las encuestas realizadas, las personas opinaron que les gustaría una pastelería céntrica, ubicada cerca del parque central de Jinotepe.

Macro localización:

Por medio de la macro localización, se eligió que la pastelería estará ubicado costado norte de la parroquia Santiago en el municipio de Jinotepe departamento de Carazo. Específicamente se destaca por ser un lugar céntrico dentro del casco urbano de la ciudad que brinda las condiciones necesarias para la elaboración del producto, garantizando así la calidad y cercanía para obtener los insumos necesarios.

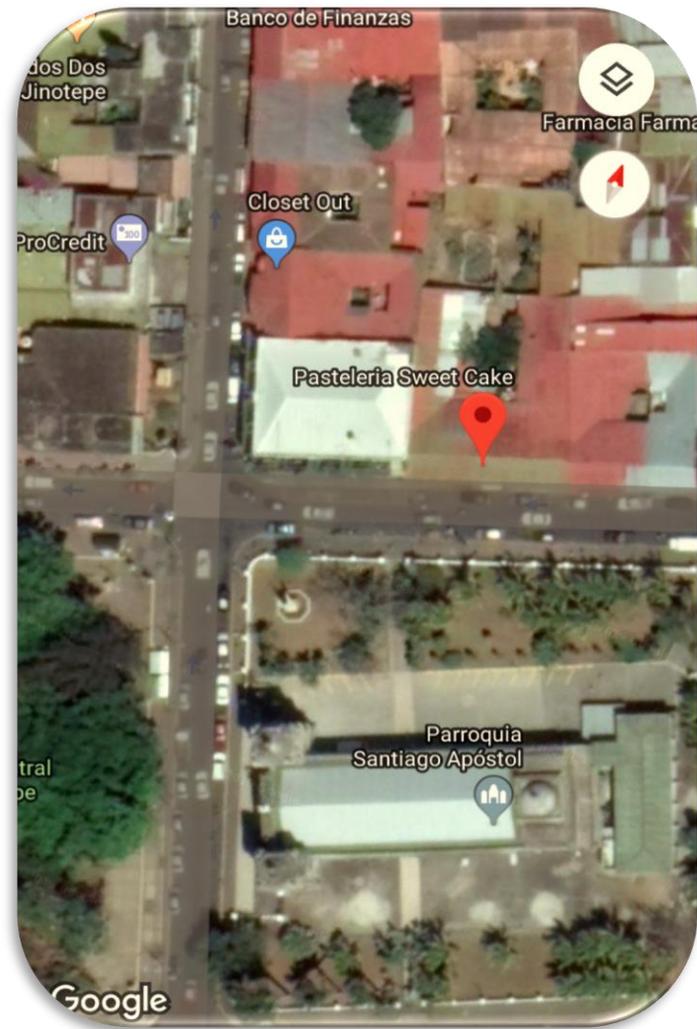
Ilustración N° 9. Macro localización



Fuente: (Moncada L. )

## Micro localización

Ilustración N° 10. Micro localización



Fuente: Google Maps.

Pastelería Sweet Cake

**Mercado/ Zona comercial.**

“Área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.” (urbina, 2010). La zona comercial del producto será en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, ya que principalmente estará en un lugar céntrico.

Existe un mercado creciente de clientes que les gusta consumir pastelería los cuales con la encuesta realizada, la mayoría proponía que se vendiera el sabor napolitano, pastel que se ofrecerá en el establecimiento, teniendo así una buena aceptación por los consumidores.

Se tiene entendido que el mercado oferta productos similares, sin embargo, las encuestas sirvieron como indicadores para saber que el pastel alcanzara ser demandado. Además, la pastelería consta de una buena cercanía con los proveedores y así se hará más fácil la compra de materia prima e insumos necesarios para la producción de los pasteles.

**Principales clientes**

El segmento al que va dirigido este proyecto de la pastelería Sweet Cake principalmente es a la población económicamente activa ocupada del sector de Jinotepe mayores de 18 en adelante, debido a que devengan un salario fijo y cuentan con los recursos monetarios para realizar la compra de pasteles o saborear de una deliciosa porción dentro del establecimiento, posteriormente estarían dedicado a todas las personas que degustan pasteles ya que en Nicaragua tienen una forma de cultura de alto consumo en estos productos.

Tabla N° 4. Clientes potenciales

Clientes Reales y potenciales.	Personas que devengan un salario y las que tienen un alto nivel de consumo.
Demografía	La ciudad de Jinotepe y sus alrededores
Nivel Socio-económico	Estaría ubicado en los diferentes tipos de clases: altas, medias y las bajas con un consumo poco frecuente.
Ocupación	Dentro de este rango se encuentran todas las personas que devengan un salario u obtienen ingresos por alguna otra actividad económica.
Estilo de vida	Onomásticos, celebraciones, fechas especiales etc.

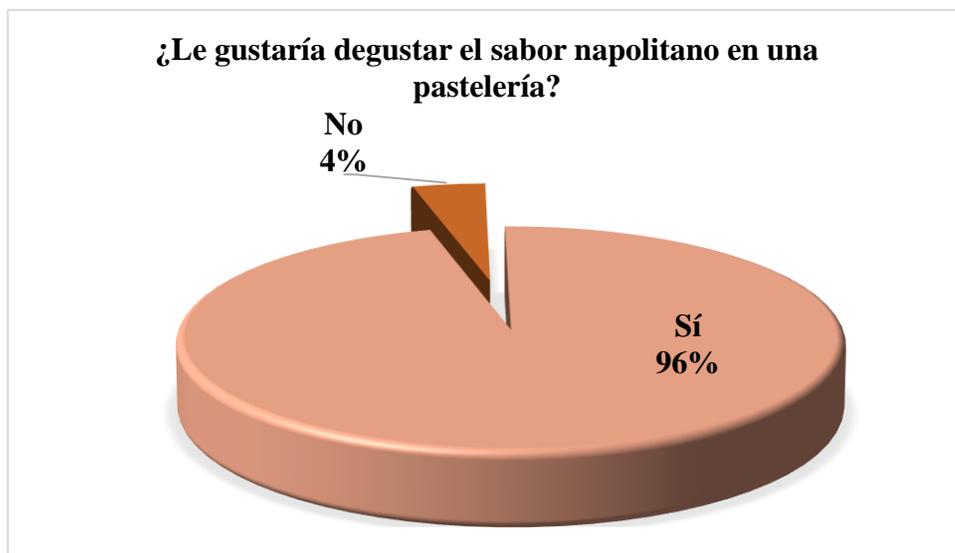
Fuente: Equipo de investigación

### **Demanda Total**

Según Mankiw (2002) define la demanda como "la cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar" (pág. 42) Por razones de tiempo y de costo en coordinación con el docente tutor se acordó aplicar 70 encuestas, manteniendo los principios de aplicación al elemento muestral representativo que cumplan con las características y requisitos necesarios para el proyecto en desarrollo.

El resultado obtenido a través de la encuesta se ha podido observar que hay un alto nivel de población que consume pastelería de categoría fina, un porcentaje mayor al 95% opina que si le gustaría degustar de un nuevo pastel con sabor vainilla-fresa-chocolate, en pocas palabras degustar un pastel Napolitano. El 4% de las personas opinaron no tener interés por el producto, es decir, que no están dispuestos a cambiar su pastel de preferencia.

Gráfica N° 5. Sabor Napolitano



Fuente: Equipo investigador

El cálculo de la demanda, se tomó en cuenta a partir de la población económicamente activa ocupada (PEAO) del municipio de Jinotepe, siendo de 42,109 personas según las estadísticas del octavo censo poblacional, realizado por el Instituto Nacional de Investigación y Desarrollo Económico, INIDE en el año 2008.

Para calcular la demanda total de la pastelería “Sweet Cake” se debe considerar algunas especificaciones de la demanda real en personas, tales como: población económicamente activa ocupada de Jinotepe, que según el Instituto Nacional de Investigación y Estadística (INIDE) conoció que esta es de 42,109 personas. Considerándose un rango de edades entre los 15 años a más.

A continuación, se muestra una tabla específica de la demanda total del año 2008 proyectada a 10 años, esto para conocer la demanda total del año 2018 con el cual el grupo investigador y por orientaciones del docente se ha decidido trabajar.

Tabla N° 5. Proyección de la PEAO para el año 2018

Proyección: 2018						PEAO
Po	1	TAC	1+TAC	n	(1+ TAC) <sup>n</sup>	Pp
4,652	1	0.0112	1.0112	10	1.12	5,200

Para conocer la población total del año 2008 se ha trabajado con el total poblacional entre hombres y mujeres de la edad de 15 años a más el cual es de 4,652 personas a como se ve reflejado en el cuadro anterior, se ha trabajado con una tasa de crecimiento poblacional del 1.12% según INIDE.

Al calcular la demanda real del producto, se estratifica la demanda por segmentos de edades, las cuales son económicamente activas, es decir que es la resta de la PEAO menos la que se encuentra entre las edades de 15 a más años.

DR= DT – Discriminante

DR= 5,200 – (4%) Equivalente a 208 personas.

DR= 5,200 – 208

DR= 4,992

La demanda insatisfecha resulta de la resta de la demanda real anteriormente calculada menos la oferta/competencia

Demanda insatisfecha (personas)

DI= DR – Competencia (70%)

DI= 4,992 – (70%) equivalente a 3,494

DI= 1,498 personas

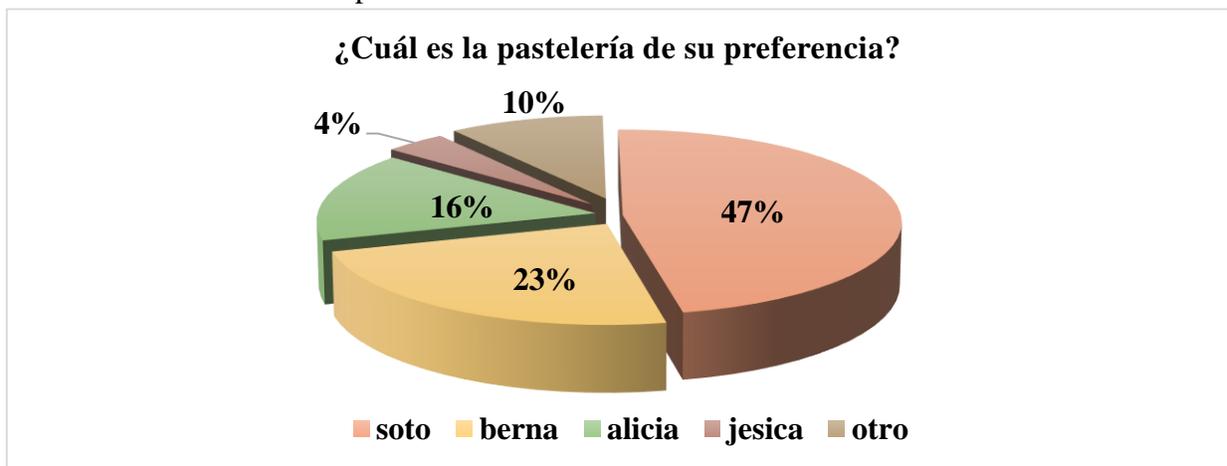
Como demanda insatisfecha resulta un mercado de 1,498 personas, lo que indica que no consumen productos de pastelería, tal vez porque estos no superan las expectativas de los clientes, debido a la poca creatividad que presentan ya sea, por la falta de presentación del

producto, el cual puede resultar poco atractivo e higiénico para los consumidores, pero sobre todo la calidad que estos presenten.

## Participación de Mercado

Se conoce como “participación de mercado” al porcentaje de un producto vendido por una empresa en relación a las ventas totales de productos similares de otras compañías que comparten la misma categoría en un mercado específico. (Headways Media, 2016)

Gráfica N° 6. Pastelería de preferencia



Fuente: Equipo Investigador

Según los datos de las personas encuestadas reflejan que la participación del mercado actual en el municipio de Jinotepe, es muy competitiva; de tal manera que la Pastelería Soto posee una participación del 47%, la cual ocupa la mayor participación en el mercado, siguiendo a este, la pastelería Berna con un 23% de participación; teniendo a la vez una demanda insatisfecha del 30% que da un total de 1498 personas, es decir que en el mercado pueden existir distintos negocios pero aún no satisfacen la demanda de la población.

El principal objetivo de la empresa es encontrar un espacio en el mercado y seguidamente captar la mayor parte de los clientes fidelizándolos con el producto.

$$\frac{120 \text{ (capacidad de producción)}}{1498 \text{ (demanda insatisfecha)}} \times 100 = 8\%$$

Pastelería Sweet Cake

Sweet Cake desea cubrir un 8% de las 1,498 personas de la población Jinotepina que forma parte de la demanda insatisfecha. Esto con el propósito de satisfacer las necesidades de la población al ofrecer un producto delicioso y poco consumido en las pastelerías de competencia por una mala oferta. La demanda insatisfecha no se podrá cubrir totalmente, pero la empresa tiene la visión de que a medida que crezca abarque una mayor parte.

### Precio de venta

Gráfica N° 7 Precio de Venta



Fuente: Equipo investigador

Las personas según las encuestas están dispuestas a pagar C\$ 550 córdobas, una vez revisados los costos de producción y tomando en cuenta el índice de crecimiento esperado, así como otros aspectos como el valor actual y la tasa interna de retorno, se ha confluído en que el precio de venta no debe ser inferior a C\$580. Según estas proyecciones nuestra utilidad sería de 215 por pastel, ya que incluirá los gastos operativos de la empresa más los costos de producción.

**Estimado de ventas**

Tomando en cuenta que las ventas no siempre son lineales, se estableció como criterio que en los meses de febrero, mayo, junio, noviembre y diciembre las ventas se elevarán por las siguientes razones:

Tabla N° 6. Incremento de ventas

<b>Fechas</b>	<b>Celebraciones</b>
14 de febrero	Día de San Valentín
30 de mayo	Día de las Madres
24 de diciembre	Navidad
31 de diciembre	Año nuevo

Tabla N° 7. Estimación de ventas en unidades físicas por Libra

Pastelería "Sweet Cake"													
Proyección de ventas en unidades físicas (Libras)													
Descripción del producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Unidades Físicas por Libra	80	104	83	70	95	88	75	95	100	100	114	149	1152
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>104</b>	<b>83</b>	<b>70</b>	<b>95</b>	<b>88</b>	<b>75</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>114</b>	<b>149</b>	<b>1152</b>

Fuente: Equipo de investigación

Tabla N° 8. Estimación de ventas en unidades físicas por Trozos

Pastelería "Sweet Cake"													
Proyección de ventas en unidades físicas (Trozos)													
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Trozos de 36 GR	250	433	310	385	435	450	404	360	362	371	398	450	4608
<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>138</b>	<b>111</b>	<b>117</b>	<b>160</b>	<b>146</b>	<b>92</b>	<b>102</b>	<b>104</b>	<b>104</b>	<b>104</b>	<b>152</b>	<b>1436</b>

Fuente: Equipo de Investigación

Tabla N° 9. Estimación de ventas en unidades monetarias por Libra

<b>Pastelería "Sweet Cake"</b>													
<b>Proyección de ventas en Unidades Monetarias (Libras)</b>													
<b>Expresado en Córdoba (C\$)</b>													
<b>Precio</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total</b>
580	46400	60320	48256	40600	54810	50750	43500	55100	58000	58000	66120	86420	668276
<b>Total Unidades Monetarias C\$</b>	<b>46400</b>	<b>60320</b>	<b>48256</b>	<b>40600</b>	<b>54810</b>	<b>50750</b>	<b>43500</b>	<b>55100</b>	<b>58000</b>	<b>58000</b>	<b>66120</b>	<b>86420</b>	<b>668276</b>

Fuente: Equipo de Investigación

Tabla N° 10. Estimación de ventas en unidades monetarias por Trozos

<b>Pastelería "Sweet Cake"</b>													
<b>Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias (Trozos)</b>													
<b>Expresado en Córdoba (C\$)</b>													
<b>Precio</b>	<b>enero</b>	<b>febrero</b>	<b>marzo</b>	<b>abril</b>	<b>mayo</b>	<b>junio</b>	<b>julio</b>	<b>agosto</b>	<b>septiembre</b>	<b>octubre</b>	<b>noviembre</b>	<b>diciembre</b>	<b>Total</b>
45	11250	19485	13950	17325	19575	20250	18180	16200	16290	16695	17910	20250	207360
<b>Total</b>	<b>11250</b>	<b>19485</b>	<b>13950</b>	<b>17325</b>	<b>19575</b>	<b>20250</b>	<b>18180</b>	<b>16200</b>	<b>16290</b>	<b>16695</b>	<b>17910</b>	<b>20250</b>	<b>207360</b>

Fuente: Equipo de Investigación

## Medidas promocionales

La promoción de productos es una de las necesidades para hacer que tu marca llegue al público y atraiga nuevos clientes. (Hose, 2011)

Las medidas promocionales sirven como medios para crear publicidad a la pequeña empresa así mismo facilitar la venta y comercialización de los pasteles. Algunas de las medidas promocionales que se ejecutarán serán las siguientes:

Para promocionar el producto se seleccionan medios de comunicación para que la población de la zona de Jinotepe conozca el producto, a continuación, se mencionaran distintos medios a utilizar que promocionaran a la pastelería Sweet Cake.

Se elaborarán Brochures para informar y dar a conocer a la ciudadanía de la microempresa que existirá en el municipio, su ubicación y diseño de los pasteles, con el objeto de realizar publicidad.

Tomando en cuenta que hay una demanda alta del consumo de pasteles se emplearán una serie de estrategias promocionales que permitirán a la pastelería Sweet Cake llamar la atención de los clientes, para lograr obtener un cliente o consumidor fijo, estas serán:

- Ofrecer descuentos por cantidad, o descuentos por temporadas.
- Participar en ferias.
- Crear puestos degustación.

Tabla N° 11. Medidas Promocionales

Medidas Promocionales					
Descripción	Periodo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Anual	Costo Mensual
Degustación	Trimestral	4	580	C\$ 2,320.00	193.33
<b>Total</b>				<b>C\$ 2,320.00</b>	<b>193.33</b>

Fuente: Equipo de Investigación

## **Estrategia de Marketing**

La estrategia consiste en adecuar nuestros factores internos a los factores externos, con el fin de obtener la mejor posición competitiva. No debemos catalogar esta fase del Plan de Marketing como “racional”, sino al contrario, la definición y selección de estrategias es el ejercicio más útil para la planificación de marketing. (kotler, 2015) Para alcanzar los objetivos de la pastelería se van a emplear estrategias con relación a las a las 4 “P” (producto, precio, plaza, publicidad), estas serán:

### **Estrategias de Producto:**

La pastelería Sweet Cake va a ofrecer un pastel con el sabor Napolitano como producto estrella para que las personas puedan degustar de este exquisito sabor ya que en las encuestas los participantes muestran un interés por degustar de otro sabor poco habitual en las demás pastelerías del sector de Jinotepe.

El objetivo es crear las mejores expectativas a los clientes y aplicar la estrategia de diferenciación, logrando que otros clientes se interesen por consumir los pasteles, otorgándole a los productos un valor agregado que se diferencie de la competencia, así como un mejor servicio a los clientes, la calidad y el empaque que se diseñara de manera que se pueda observar más agradable y sea llamativos para los consumidores los consumidores.

### **Estrategias de Precio:**

En comparación a la competencia se ofertará un precio justo donde el cliente o consumidor tendrá pagar para poder adquirir el producto en el cual está interesado. Posiblemente según los crecimientos económicos de la empresa se volverán más flexibles que permitirán al cliente mayor satisfacción. Como objetivo se pretende fijar un costo que esté al alcance de la mayor parte de la población que consume pastel.

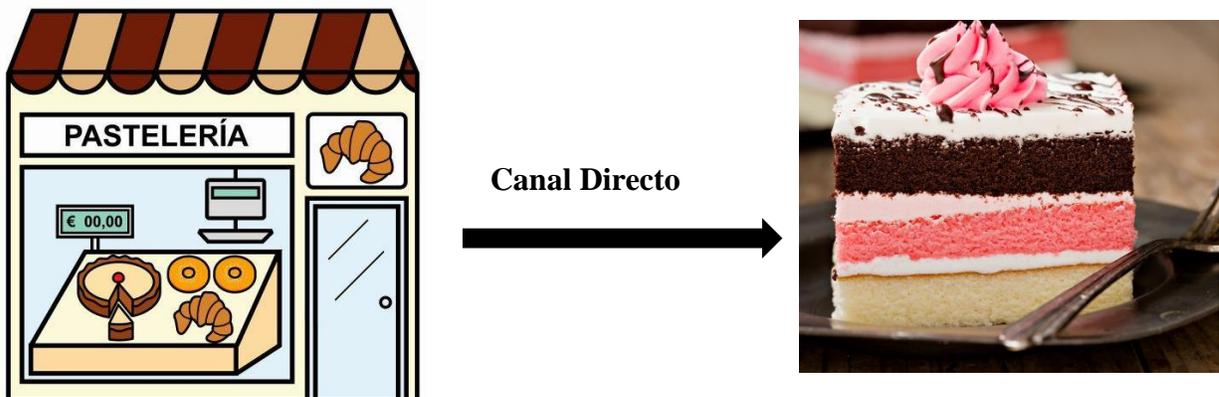
Estrategia de Plaza:

La producción de pasteles de Sweet Cake pretende crear relaciones no solamente con los clientes, sino también con proveedores y revendedores clave en la cadena de suministro de la compañía.

El establecimiento en donde estará la pastelería será en el municipio de Jinotepe con el objetivo de incrementar la viabilidad, llegando a obtener el mejor posicionamiento en cuanto a la atención y calidad, siendo así una oportunidad para suministrar a los clientes que antes compraban este producto a la competencia.

También la población tendrá acceso a redes sociales y a números telefónicos para solicitar sus pasteles.

Ilustración N° 11. Accesibilidad del producto



Fuente: Sitio web

Estrategia de publicidad:

“No hay mejor publicidad que las buenas opiniones que los clientes transmiten a su entorno.”  
(Ro, 2018)

Además de esta opción para dar publicidad al producto se diseñará un plan en el cual se facilite información de los precios del producto estrella o alguna oferta de un nuevo producto, datos en cuanto a la estructura del local y los servicios que prestará. Se registrarán cuentas en algunas redes sociales con el nombre de la pastelería detallando los contactos y dirección del

establecimiento, por otra parte, se publicarán imágenes de los deliciosos pasteles con diferentes personalizaciones para que puedan apreciarlos y entren en contacto para solicitar sus pedidos.

### **Presupuesto de Marketing**

Para la determinación del presupuesto de marketing, se tomarán en cuenta todas las promociones y publicidad que se realizarán durante la etapa introductoria en donde la pastelería “Sweet Cake” empezara operaciones. La realización del presupuesto de marketing muestra con exactitud el ingreso monetario que se necesita para efectuar la publicidad de los pasteles napolitanos.

Tabla N° 12. Presupuesto de Marketing

<b>Presupuesto de Marketing</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total mensual</b>
Redes sociales	*Facebook *Instagram	C\$110	C\$ 440
Brochures	67	C\$ 6.00	C\$ 400.00
Total		C\$ 6.00	C\$ 600.00

Fuente: Equipo de investigación

### 1.7.2 Plan de Producción

El objetivo del Plan de Producción es detallar cómo se van a fabricar los productos que se ha previsto vender. Se trata de conocer los recursos humanos y materiales que habrá que movilizar para llevar adelante la nueva empresa. (Mega Consulting, 2007)

#### **El proceso de producción**

##### 1. Recepción y almacenamiento de materia prima:

Las materias primas que se reciben son: mantequilla, azúcar, huevos, harina, leche, saborizantes, agentes leudantes. Así mismo se debe incluir medidas de prevención y de control en la recepción de toda la materia prima o productos, almacenamiento, conservación (temperatura, control de exposición al calor, etc.)

##### 2. Preparación de la mezcla:

La mantequilla se deposita en una batidora en donde se bate aproximadamente de 8 a 10 min. Dicha materia tiene un corto periodo de plasticidad, por lo que es necesario trabajar con este ingrediente a una temperatura de entre 18 y 21° C. De esta manera es posible aprovechar mejor las propiedades de cremado (incorporación de aire) de la mantequilla. Así mismo a esto se le agregan diferentes insumos útiles para la preparación del pastel tales como: azúcar, huevos, harina y seguidamente la leche. Se agregan saborizantes, agente leudante como polvo de hornear etc. En lo que se termina el proceso de mezclado se va realizando el engrasado de molde utilizando margarina o mantequilla.

##### 3. Vaciado de mezcla en molde:

Ya engrasados los moldes se transportan manualmente a la batidora que contiene la mezcla de ingredientes. La mezcla contenida en la batidora se vierte en los moldes engrasados, el vertido se realiza por gravedad; una vez que el molde contiene la mezcla, se elimina el exceso de ésta para que la superficie quede uniforme.

#### 4. Ingreso de moldes al horno:

Los moldes con mezcla se transportan manualmente directo al horno. La mezcla se deja hornear a una temperatura promedio de 350° C durante 30 min aproximadamente. En esta parte del proceso de elaboración del pastel el calor transforma la mezcla mediante una serie de reacciones en un producto ligero, poroso, fácilmente digerible y de sabor agradable.

Estas reacciones ocurren en una secuencia propia y deben realizarse en condiciones controladas. El tiempo y la temperatura del horneado, así como la humedad relativa del aire existente dentro del horno, son factores que deben ser cuidadosamente vigilados, para que esta etapa del proceso de elaboración se realice exitosamente.

#### 5. Enfriamiento:

Se da un corto tiempo de espera de 2 minutos para proseguir con la producción del pastel.

#### 6. Rebanado y relleno:

Al terminar de enfriarse el pastel se transporta por medio de guantes para hornear a la mesa de trabajo. Una vez ya fría la torta se prosigue a partir por la mitad para agregarle la mermelada o el tipo de relleno que se desee.

#### 7. Decorado / acabado

Paralelamente se prepara la cubierta que se pondrá al pastel, los ingredientes que compondrán dicha cubierta dependen del sabor y tipo de pastel pudiendo usar chantilly u otros. Esta actividad consiste en poner la cubierta, previamente preparada, al pastel. También se refiere a adornar el pastel con trozos de frutas, figuras de azúcar y otros.

#### 8. Verificación del pastel:

Una vez terminada la elaboración del pastel se procede a verificar cada detalle del producto a ofrecer. Los pasteles terminados se transportan manualmente a una cámara de refrigeración.

#### 9. Almacenamiento del producto:

El producto terminado se almacena en una cámara de refrigeración o en el área de ventas (vitrinas o mostradores). Se deberá tener cuidado de no tener almacenado el producto terminado por más de 5 días.

## Flujo de proceso

Tabla N° 13. Simbología del flujo

Descripción	Simbología
<b>Inicio</b>	
<b>Operación o Actividad</b>	
<b>Documento</b>	
<b>Decisión o Alternativa</b>	
<b>Almacenamiento</b>	
<b>Demora o Espera</b>	

Fuente: Equipo investigador

Tabla N° 14. Flujo de Proceso de producción

Flujo grama de proceso								
N°	Descripción de Actividades							Tiempo
1	Inicio para la recepción de materia prima	●						2 minutos
2	Preparación de la mezcla		●					10 minutos
3	Vaciado de mezcla en moldes		●					1 minutos
4	Ingreso de moldes al horno		●					30 minutos
5	Enfriamiento						●	2 minutos
6	Rebanado/Relleno		●					2 minutos
7	Decorado/Acabado		●					10 minutos
8	Verificación del pastel	●			●			1 minutos
9	Almacenamiento del producto		●					2 minutos
10	Fin del proceso	●						1 hora

Nota: Pastelería Sweet cake elaborara al día 5 pasteles, al mes 120 y al año 1440.

### Capital fijo y vida útil del capital fijo.

El capital fijo son bienes patrimoniales que se espera tener por un lapso mayor a un año, con la finalidad de ser productivos en las labores principales de la empresa. (Alzamora Cabezas, 2016)

Tabla N° 15. Capital fijo

Depreciación del área de Administración y Ventas								
Expresado en miles de córdobas								
Maquinaria y equipo de Trabajo	Costo	Unidades	Precio Total	Vida útil	Depreciación Anual	Depreciación Mensual	ADMIN	VENTAS
Mostrador	4,000.00	1	4,000.00	5	800.00	66.67	33.33	33.33
Vitrina	3,000.00	1	3,000.00	5	600.00	50.00	25.00	25.00
Mesa	500.00	2	1,000.00	5	200.00	16.67	8.33	8.33
Sillas	50.00	4	200.00	5	40.00	3.33	1.67	1.67
Silla para caja	600.00	1	600.00	5	120.00	10.00	5.00	5.00
Caja registradora	1,500.00	1	1,500.00	5	300.00	25.00	12.50	12.50
Computadora	6,000.00	1	6,000.00	2	3,000.00	250.00	125.00	125.00
Calculadora	120.00	1	120.00	2	60.00	5.00	2.50	2.50
Equipo de sonido	1,500.00	1	1,500.00	5	300.00	C\$ 25.00	C\$ 12.50	C\$ 12.50
Total					5,420.00	451.67	225.83	225.83
							2710	2710

Fuente Equipo de Investigación

Tabla N° 16 Depreciación del área de administración y ventas

<b>Pastelería "Sweet Cake"</b>					
<b>Depreciación del área de Administración y Ventas</b>					
<b>Maquinaria y equipo de Trabajo</b>	<b>Costo</b>	<b>Unidades</b>	<b>Precio Total</b>	<b>Vida útil</b>	<b>Depreciación Anual</b>
Mostrador	C\$ 4,000.00	1	C\$ 4,000.00	5	C\$ 800.00
Vitrina	C\$ 3,000.00	1	C\$ 3,000.00	5	C\$ 600.00
Mesa	C\$ 500.00	2	C\$ 1,000.00	5	C\$ 200.00
Sillas	C\$ 50.00	8	C\$ 400.00	5	C\$ 80.00
Silla para caja	C\$ 600.00	1	C\$ 600.00	5	C\$ 120.00
Caja registradora	C\$ 1,500.00	1	C\$ 1,500.00	5	C\$ 300.00
Computadora	C\$ 6,000.00	1	C\$ 6,000.00	2	C\$ 3,000.00
Equipo de sonido	C\$ 1,500.00	1	C\$ 1,500.00	5	C\$ 300.00
<b>Total</b>			<b>C\$ 18,000.00</b>		<b>C\$ 5,400.00</b>

Fuente: Equipo investigador

Tabla N° 17. Depreciación del equipo de producción

<b>Pastelería "Sweet Cake"</b>						
<b>Depreciación del área de producción</b>						
<b>Maquinaria y equipo de Trabajo</b>	<b>Costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Total</b>	<b>Vida útil (años)</b>	<b>Depreciación Anual</b>	<b>Depreciación Mensual</b>
Mesa de madera	C\$ 600.00	1	C\$ 600.00	5	C\$ 120.00	C\$ 10.00
Batidora Industrial		1	C\$ -	5		C\$ -
Horno industrial	C\$ 14,000.00	1	C\$ 14,000.00	5	C\$ 2,800.00	C\$ 233.33
Pesa electrónica	C\$ 800.00	1	C\$ 800.00	5	C\$ 160.00	C\$ 13.33
Cocina	C\$ 750.00	1	C\$ 750.00	5	C\$ 150.00	C\$ 12.50
<b>Total</b>			<b>C\$ 16,150.00</b>		<b>C\$ 3,230.00</b>	<b>C\$ 269.17</b>

Fuente: Equipo investigador

## Mantenimiento y Reparaciones

Tabla N° 18. Mantenimiento

Descripción	Periodo	Costo	veces en el año	Total Gasto de Mantenimiento anual	Gasto de Mantenimiento Mensual
Horno industrial	Semestral	C\$ 500.00	2	C\$ 1,000.00	C\$ 83.33
Batidora	Semestral	C\$ 100.00	2	C\$ 200.00	C\$ 16.67
<b>Total</b>					<b>C\$ 100.00</b>

Fuente: Equipo investigador

## Fuentes de Ingresos

Tabla N° 19. Fuentes de los equipos

Maquinaria	Proveedor	Descripción	Tamaño
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesa electrónica.</li> </ul> 	<p>Economart Nicaragua</p>	<p>Balanza con carcasa plástica de alta resistencia, ideal para ambiente hostil con batería recargable. Estas suelen ser muy prácticas para la medición de pequeños pesos, como aquellos que responden a necesidades de comercialización de productos de alimentación, en este caso para la medición de alguna materia prima como la harina, el azúcar etc.</p>	<p>190 x 23 cm Peso: 3Kg X 0,5 gr0 mm</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>Horno Industrial</li> </ul> 	<p>IMISA Nicaragua</p>	<p>La capacidad de: 3 cubierta 12 bandeja Tamaño de la bandeja: 400*600mm Material de acero inoxidable El horno industrial es una completa uniformidad de cocción, que se consigue mediante un complejo sistema de ventilación. El horno será eléctrico y de tanque de gas.</p>	<p>171X110X152 cm</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cocina pequeña</li> </ul> 	<p>CURACAO</p>	<p>Ideal para la preparación de rellenos en los pasteles napolitano que ofrecerá la pastelería</p>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>Batidora industrial</li> </ul> 	<p>IMISA Nic</p>	<p>Capacidad: 10 litros</p> <p>Uso: Comercial e industrial. Especial para panaderías, pastelerías y restaurantes.</p> <p>Olla y utensilios en acero inoxidable.</p> <p>Utensilios: Batidor plano, gancho para masa y batidor globo.</p> <p>Voltaje: 110 V/60 Hz</p> <p>Potencia: 600 watos</p> <p>Numero de velocidades 10</p>	<p>54x35x55 CMS</p>
---	------------------	--	-------------------------

Fuente: Equipo investigador

### Capacidad planificada y a futuro

La capacidad de la planta de la pastelería Sweet Cake, cuenta con un equipo de cubrir una parte de la demanda insatisfecha y las personas que desean degustar de un sabor poco habitual ya que la competencia lo ha descuidado, siendo este segmento al cual va dirigido el proyecto, el cual se definió a través del instrumento aplicado.

Se comenzará a producir 120 libras mensuales basadas en la demanda y oferta proyectadas, tomando en cuenta que Sweet cake posee esta capacidad de producción. Cabe mencionar que la maquinaria a utilizar en la pastelería para elaborar los productos es un horno industrial para las tortas y batidor Industrial para el baño de los pasteles.

El horno tiene capacidad de hornear 8 pasteles en 45 minutos, pero ya que la demanda no es tan excesiva y solo habrá un responsable de producir solo se ejecutará un porcentaje.

Tabla N° 20. Capacidad a Futuro

<b>Pastelería "Sweet Cake"</b>					
<b>Capacidad de producción</b>					
<b>Descripción</b>	<b>U/M</b>	<b>Diario</b>	<b>capacidad producción semanal</b>	<b>Capacidad prod. Mensual</b>	<b>Capacidad prod. Anual</b>
Napolitano	Libra	8	48	192	2304

Fuente: Equipo investigador

La capacidad planificada es la producción que se pretende realizar para cubrir la demanda insatisfecha, a medida que vaya creciendo, irán aumentando las ventas, tomando en cuenta que en esa proyección un porcentaje será destinado a venderlos en trozos de pasteles para aumentas los ingresos y diversificar el producto.

Tabla N° 21. Capacidad de Producción

<b>Capacidad de producción real y a futuro</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Unidad/Medida</b>	<b>Diario</b>	<b>capacidad producción semanal</b>	<b>Capacidad prod. Mensual</b>	<b>Capacidad prod. Anual</b>
Napolitano	Libra	5	30	120	1440

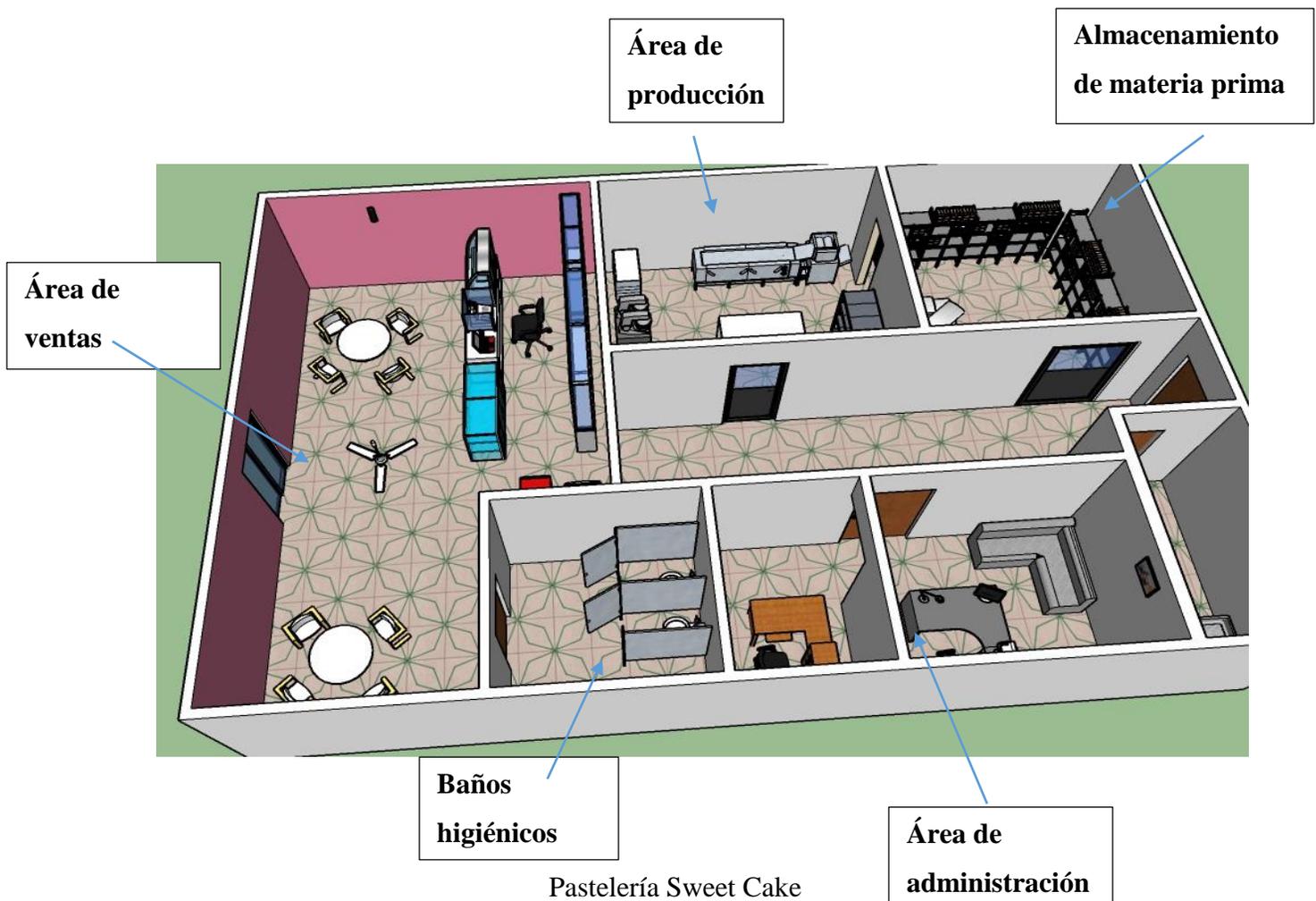
Fuente: Equipo investigador

En la capacidad a futuro se tomará en cuenta la capacidad de la maquinaria a utilizar al igual que la capacidad de los trabajadores si se lograra llegar a la cantidad esperada se tomará otra medida para no dejar de satisfacer a los clientes.

### Ubicación y distribución física de la empresa

La planta de producción estará en la misma ubicación de pastelería “Sweet Cake” que consta de la siguiente dirección costado norte de la parroquia Santiago en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo. Y se determinó esa dirección por la encuesta que se realizó donde las personas dijeron que querían la pastelería en una zona céntrica y que lo ideal era cerca del parque central.

Ilustración N° 12. Diseño de la planta.



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

Materia prima para 1 libra de pastel napolitano.

Tabla N° 22. Materia prima

<b>Pastelería "Sweet Cake"</b>				
<b>Materia Prima por una libra</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad LB</b>	<b>U/M</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Materia Prima Directa</b>				<b>C\$ 225.68</b>
Mantequilla	1	libra	C\$ 32.00	C\$ 32.00
Huevo	6	unidad	C\$ 3.50	C\$ 21.00
Harina	1	libra	C\$ 9.00	C\$ 9.00
Leche	1	litro	C\$ 20.00	C\$ 20.00
Azúcar	1	libra	C\$ 11.00	C\$ 11.00
Esencia de vainilla	0.04	mililitros	C\$ 20.00	C\$ 0.80
Esencia de chocolate	0.04	mililitros	C\$ 20.00	C\$ 0.80
Esencia de Fresa	0.04	mililitros	C\$ 20.00	C\$ 0.80
Polvo de hornear	0.02	gramos	C\$ 29.00	C\$ 0.58
Cocoa amarga	0.04	gramos	C\$ 90.00	C\$ 3.60
Leche condensada	1	lata	C\$ 43.00	C\$ 43.00
Chantilly	1	libra	C\$ 65.00	C\$ 65.00
Dulce de leche	0.5	libra	C\$ 35.00	C\$ 17.50
colorantes	0.05	dash	C\$ 12.00	C\$ 0.60
<b>Mano de Obra Directa</b>			<b>2790.00</b>	<b>C\$ 23.25</b>
<b>Materia prima Indirecta</b>				<b>C\$ 86.24</b>
<b>Costos Fijos</b>				<b>C\$ 40.10</b>
<b>Costos Variables</b>				<b>C\$ 46.14</b>
papel de aluminio 64' pies	1	pliego	C\$ 0.14	C\$ 0.14
Domos de 1 lb redondo	1	unidad	C\$ 40.00	C\$ 40.00
etiqueta	1	unidad	C\$ 2.00	C\$ 2.00
Cartones de 1 lb	1	unidad	C\$ 4.00	C\$ 4.00
<b>Total Costo</b>				<b>C\$ 335.17</b>
Margen de Ganancia %				<b>73%</b>
Margen de Ganancia C\$				C\$244.68
Precio de Venta				C\$579.85
Redondeo Precio de Venta				C\$580.00

Fuente: Equipo investigador.

Como se puede observar en el cuadro anterior se presenta una lista de materia prima y su costo para la producción de 1 libra de pastel napolitano, aquí se puede saber que el gasto será de 225.68 córdobas en materia prima directa y en materia prima indirecta es de 86.24 dividido entre costos fijos con 40.14 córdobas y costos variables con 46.14 córdobas con un gasto total de C\$ 335.17 Córdobas por libra.

Por otra parte, la disponibilidad de estos productos es súper accesible, puesto que contamos con los proveedores que poseen la mejor calidad en sus productos y que están en la zona céntrica del municipio de Jinotepe.

El principal proveedor de la pastelería será la Duya mágica, por la calidad de sus insumos, por su trayectoria y por la ubicación que esta posee.

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

Tabla N° 23. Mano de obra directa.

<b>Cargo</b>	<b>Salario mínimo</b>
Pastelero y hornero	6,000
<b>TOTAL</b>	<b>6,000</b>

Fuente: Equipo investigador.

La mano de obra directa necesitará de 1 persona haciendo un trabajo doble función.

Un pastelero y un hornero ganan como salario mínimo un total de C\$5,615.75 pero en este caso se llega a un acuerdo entre la persona contratada y esta misma acepta que su salario será de C\$ 6,000 a como lo especifica el cuadro anterior.

A continuación, se encuentra un cuadro donde presenta el salario mínimo en Nicaragua:

Tabla N° 24. Salario mínimo.

<b>Actividad económica</b>	<b>Desde el 01/09/2018 hasta 28/02/2019</b>
Agropecuario	C\$ 4,176,49
Pesca	C\$ 6,350.48
Minas y canteras	C\$ 7,500.00
<b>Industria manufacturera</b>	<b>C\$ 5,615.75</b>
Micro y pequeña industria artesanal y turística nacional artesanal	C\$ 4,487.41
Electricidad, gas y agua; comercio, restaurantes-hoteles; transporte, almacenamiento y comunicaciones	C\$ 7,660.52
Construcción, establecimientos financieros y seguro	C\$ 92,346.59
Servicios comunales sociales y personales	C\$ 5,854,99
Gobierno central y municipal	C\$ 5,208.27

Fuente: Tusalarario.org/Nicaragua.

La disponibilidad de trabajo de los colaboradores es especificada por la paginan web Tusalarario.org/Nicaragua siendo así 6 días a la semana, 48 horas por semana y que la jornada ordinaria de trabajo está determinada por la ley o por acuerdo entre las partes, ya sea en el contrato individual de trabajo o en el convenio colectivo. Se clasifica en Diurna: cuando la jornada se cumple entre las 6 de la mañana y las 8 de la noche. Máximo de horas permitidas por la ley: 8 horas diarias, 48 semanales. Nocturna: cuando la jornada se cumple entre las 8 de la noche y las 6 de la mañana del día siguiente. Máxima horas permitidas por la ley: 7 horas diarias, 42 semanales. Mixta: se trabajan horas de día y de noche. Máximo de horas permitidas por la ley: 7 horas y media diaria, 45 semanales.

### **Gastos generales de la fábrica**

Son aquellos costos indirectos relacionados a la ejecución de la obra, que no intervienen directamente en el proceso constructivo pero que sirven de apoyo o complemento para el logro de la meta u objetivos y pueden ser ejecutados en el lugar de la obra o desde otras instalaciones ajenas a ella (Ricaza).

Los gastos generales son los no se vinculan directamente, pero forman parte del proceso de producción para la elaboración de los pasteles, dentro de ellos están.

Tabla N° 25. Gastos Generales

<b>Gatos Generales</b>	
<b>Salarios</b>	C\$ 16,025.30
<b>INSS Laboral</b>	C\$ 1,206.21
<b>Alquiler</b>	C\$ 3,936.00
<b>Gastos Básicos</b>	<b>C\$ 1,170.00</b>
<b>Total</b>	<b>C\$ 22,337.51</b>

Fuente: Equipo investigador

### 1.7.3 Plan de organización y gestión

#### **Marco Legal (Forma Jurídica)**

Es importante cumplir con los diferentes aspectos legales, para el inicio de operación de la pequeña empresa. En este caso como es la elaboración de pasteles con sabor napolitano,

necesariamente hacer diversos pagos para la legalización del negocio, se tiene que realizar una serie de gestiones, tales como:

Según el Ministerio de Fomento, Industria y comercio (MIFIC).

- Constituirse legalmente ante el registro público mercantil y de la propiedad mediante escritura de constitución.
- Obtener su número de Registro Único de Contribuyente (RUC) ante la Dirección General de Ingresos (DGI).
- Otorgar Poder de Administración a su representante legal.
- Registrarse como contribuyente ante la Administración de Rentas.
- Registrarse en la Alcaldía Municipal de su localidad.

La ley No 645 ley de MIPYME establece que toda micro, pequeña y mediana empresa debe inscribirse en el registro de acuerdo con el artículo 29.

Pasos:

- Pedir inscripciones registrales en el registro mercantil.
- Pagar inscripciones en Banco de la Producción (BANPRO) o Banco de Desarrollo Financiero (BDF)
- Solicitar inscripciones registrales en la ventanilla registral.
- Registrar inscripciones registrales en la ventanilla registral.
- Se recibirá: certificados de inscripción, libros sellados
- Duración: 1 día

Para la dirección General de Ingresos (DGI) se deben cumplir los siguientes requisitos:

- Fotocopia de la solicitud de inscripción entregada en el Registro Mercantil.
- Fotocopia de la minuta cancelada del pago del Registro Mercantil
- Solicitar formulario de inscripción en la administración de rentas.
- Verificar documentos para recibir la orden de pago por matrícula municipal
- Solicitar inscripciones de registro como contribuyente, donde se recibirá constancia de inscripción, cedula RUC provisional, documento único de registro, y recibo de pago.

- Retirar cedula RUC
- Duración: 5 días.

Para obtener la matricula en la alcaldía según ordenanza tributaria No 03-11 en los artículos de 7 a 10 son los siguientes:

- Presentar copia de cedula de identidad.
- Llenar el formato de solicitud de matrícula.
- Inventario inicial para cuota fija.
- Permiso sanitario de funcionamiento.

En la obtención de la licencia sanitaria para la pastelería “Sweet Cake” se debe cumplir los requerimientos que se presentan a continuación, de acuerdo con la resolución ministerial número 121-2007.

- Solicitud por escrito.
- Autorización para ubicación del establecimiento.
- Cumplir con los requisitos en la materia ambiental.
- Distribución del establecimiento.
- Descripción de producto que será elaborado.
- Cumplir con las Buenas Prácticas de Manufactura.
- Pago de aranceles.

La ley 774 establece en el capítulo III, artículo 15 que el órgano rector de “Sweet Cake” es directamente el MINSA para otorgar registro sanitario; por ello se presenta a continuación los pasos para el registro sanitario.

- Llenar solicitud de registro sanitario.
- Llevar ficha técnica del producto a registrar.
- Presentar tres muestras.
- Fotocopia de licencia sanitaria.
- Certificado de libre venta para los productos.
- Comprobante de pago de análisis.
- Comprobante de pago de certificado.

- Retirar dictamen de aprobación en el Ministerio de Salud.
- Requisitos para obtener código de barras en el País:
- Fotocopia de cedula identidad para persona natural.
- Pago de afiliación de Nicaragua.
- Descripción de producto a inscribir.
- Según la normativa de registro de marca de acuerdo con lo establecido en la página de [marcaria.com.ni](http://marcaria.com.ni):
- Nombre y dirección del solicitante.
- Nombre del representante legal.
- Denominación de la marca o nombre comercial.
- Etiquetas con la reproducción de la marca, emblema o señal de publicidad.
- Señalar si el interesado reivindica derecho de prioridad.
- Descripción de producto.

Firma del solicitante.

“Sweet Cake” será su razón social y cumpliendo lo establecido en la ley 645 (ley de promoción fomento y desarrollo de la micro pequeña y mediana empresa (Ley MIPYME) la pastelería se encuentra clasificada como una microempresa, de acuerdo con lo establecido de dicha Ley en el Título 1 (Disposiciones Generales) artículo 3.

La cual será registrada como una persona natural ante el registro público mercantil, correspondiente a su ubicación, se ha decidido establecer de esta manera, debido a que es una idea de plan de negocio, realizada por estudiantes universitarios que esperan en un futuro poder ejecutarla y siendo persona natural los gastos y trámites legales, serán más sencillos y accesibles para su realización.

Para poder llevar a cabo sus actividades comerciales, la microempresa deberá estar regida por las siguientes instancias:

- Cumplir la normativa establecida de la alcaldía en el departamento de Carazo
- Dirección General de ingreso (DGI)
- Instituto Nacional de Seguro Social (INSS)
- Ministerio Salud (MINSAL).

Pastelería Sweet Cake

**Visión:**

Ser una Microempresa líder dentro del área de pastelería en la ciudad de Jinotepe departamento de Carazo, ofreciendo pastel napolitano con los más altos estándares de calidad que permitan satisfacer los gustos de los clientes, garantizando la utilización de la tecnología industrial para el mejoramiento de dicho producto.

**Misión:**

Elaborar y comercializar productos de pastelería tomando en cuenta la calidad e higiene para destacar, permitiendo ser una Micro empresa que busque satisfacer las necesidades del cliente, en cuanto a los gustos y el cumplimiento de las exigencias dentro del mercado consumidor.

**Valores:**

**Respeto:** Consiste en aceptar y comprender las diferentes formas de actuar y pensar de colaboradores, clientes y proveedores, poniéndose en el lugar del otro, tratando de entender que es lo que lo motiva.

**Amabilidad y/o Cortesía:** Como facilitador de contacto generando un vínculo con los clientes, aumentando la posibilidad de recompra de la pastelería. A su vez, genera un clima laboral atractivo y agradable para los colaboradores aumentando el compromiso con la empresa.

**Transparencia.** En un entorno social donde cada vez es menos frecuente, dentro de nuestros valores empresariales podemos integrar la transparencia hacia nuestro equipo y hacia nuestros clientes. Transparencia implica confianza y las relaciones humanas, incluidas las comerciales, se forjan con confianza.

**Puntualidad.** El tiempo es dinero, y la gente cada vez valora más el suyo. No solo es importante tenerlo en cuenta para nuestro equipo y su hora de llegada a su trabajo, sino también en otras situaciones que afectan directamente al cliente potencial, como las reuniones de venta; al cliente actual, como las entrega; e incluso a nuestro equipo, como el pago de facturas y nóminas.

Diferencia. ¿Qué aporta la pastelería que no aporte la competencia? La respuesta a esta pregunta será clave para que los clientes potenciales quieran comprar y hayan personas con talento dispuestas a trabajar con la empresa.

Excelencia. La calidad llevada al máximo, eso es la excelencia. Si nos exigimos lo mejor, podremos dar lo mejor. Y que un cliente vea que se le ofrece algo excelente les impulsará a quedarse como clientes potenciales de “Sweet Cake”.

Libertad. Sobre todo hacia nuestro equipo. Las personas creativas son cada vez más valiosas para una empresa, pero exigen libertad de pensamiento y de creación de ideas. Si no se la ofrecemos, nos abandonarán.

Escucha. La escucha es un valor empresarial que implica libertad de expresión. Es muy importante que nuestro equipo y nuestros clientes sientan que les escuchamos y que tenemos en cuenta lo que nos dicen.

Políticas:

Políticas empresariales:

El personal estará capacitado y presentará una imagen adecuada para elaborar y atender productivamente al cliente

Nunca faltará la ética, utilizando cada valor (siendo honesto, responsable, amable etc.)

Políticas de producción:

- Mantendrá un control de calidad adecuado desde el ingreso hasta la salida del producto
- Brindar un servicio de calidad siguiendo las normas de higienes
- Mantener la higiene y el orden en los utensilios del área de producción
- Cuidar el equipo de producción y no desperdiciar el material

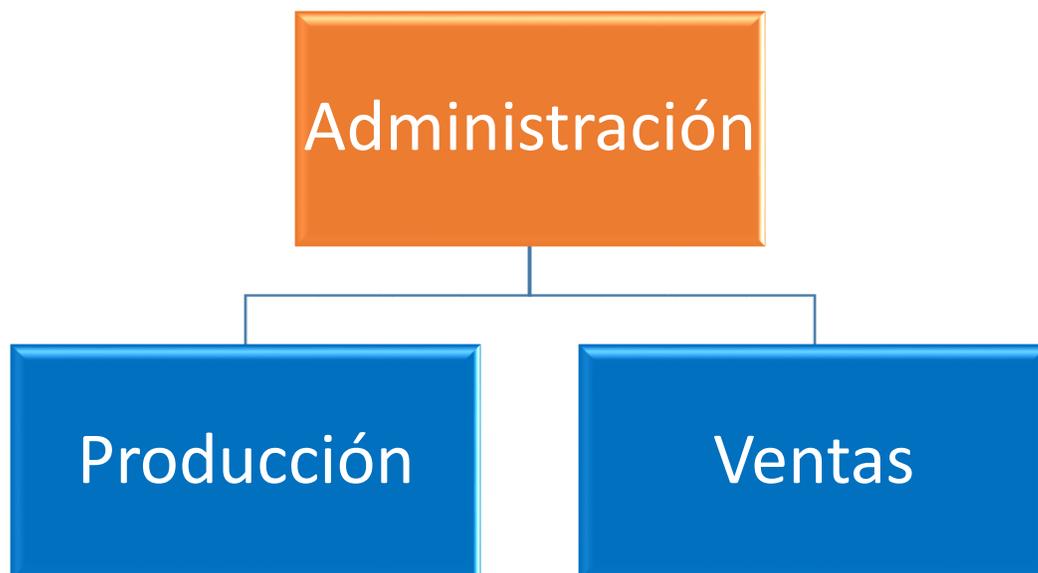
Políticas de ventas

- Al momento de realizar un pedido se respetarán los precios de los productos.

- Se respetarán los precios de los productos publicitados por nosotros en distintos medios de comunicación masiva (correos, volantes, televisión, periódicos, revistas, etc.)
- Al momento de realizar un pedido nos reservamos el derecho a separar de nuestro inventario el producto o productos ordenados. esto se hará exclusivamente después de recibir su pago o confirmar su compra.

### **Estructura de la Organización**

Ilustración N° 13. Organigrama de la microempresa



Fuente: Equipo investigador

## Fichas de cargo

La Pastelería Sweet Cake constara con tres áreas específicas donde habrá un personal que tendrá la responsabilidad de cumplir con las funciones pertinentes que a continuación se presentan:

Tabla N° 26. Ficha de cargo del administrador

<b>I. Identificación del cargo</b>
Nombre del cargo: Responsable de administración
Dependencia jerárquica: Ninguna
Objetivo: Dirigir y controlar las actividades que le permitan a la empresa cumplir efectivamente con las metas y objetivos.
<b>II. Funciones</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Llevar un registro de las operaciones que realiza la micro empresa</li> <li>2. Elaborar estados contables – financieros de la micro empresa</li> <li>3. Analizar los estados financieros de la micro empresa</li> <li>4. Resguardar toda la documentación que soporta las operaciones contables, debidamente clasificada y archivada</li> <li>5. Depósitos en el banco</li> <li>6. Tomar decisiones</li> </ol>
Horario de 12:30 pm a 9:00 pm

Fuente: Equipo de Investigación

Tabla N° 27. Ficha de cargo del área de producción

<b>I. Identificación del cargo</b>
Nombre del cargo: Responsable de producción
Dependencia jerárquica: Jefe de producción
Objetivo: Elaboración de pasteles en tiempo y forma, mediante lo planificado y ser eficaz y eficiente
<b>II. Funciones</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Llevar a cabo la producción de los pasteles</li> <li>2. Verificar el área de almacenamiento de los insumos necesarios</li> <li>3. Realizar el proceso de etiquetado y empaçado</li> <li>4. Verificar la calidad del producto</li> <li>5. Limpieza del local</li> <li>6. Ordenar correctamente las herramientas</li> <li>7. Contribuir al orden del inventario de materia prima</li> </ol>
Horario de 12:30 am a 9:00 pm

Fuente: Equipo de Investigación

Tabla N° 28. Ficha de cargo del área de venta

<b>I. Identificación del cargo</b>
Nombre: Responsable de ventas.
Dependencia jerárquica: Responsable de administración
Objetivo: Garantizar buena atención al cliente, generando mayores utilidades mediante las compras de los consumidores.
<b>II. Funciones</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Encargada del área de venta</li> <li>2. brindar una buena atención a todo aquel cliente que desee degustar de un buen pastel en la instalación.</li> <li>3. Hacer arqueos al final del día</li> <li>4. Entregar reportes de las ventas diarias al administrador</li> </ol>
1. Horario de 12:30 pm a 9:00 pm

Fuente: Equipo de Investigación

### Actividades y gastos preliminares

Las actividades preliminares son todas aquellas que requiera la microempresa para que den funcionalidad a las operaciones, dentro de ellas están.

Tabla N° 29. Gastos preliminares

<b>Pastelería "Sweet Cake"</b>	
<b>Gastos y Actividades preliminares</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Registro mercantil	C\$ 2,538.96
DGI	C\$ -
Matricula Municipal	C\$ 1,668.96
Bomberos	C\$ 328.00
Aval Ambiental	C\$ 500.00
Registro Sanitario	C\$ 250.00
Registro de marca	C\$ 3,000.00
Afiliación al INSS	C\$ -
Licencia de Higiene y seguridad del trabajo	C\$ 3,280.00
Estudio de mercado	C\$ 220.00
Gastos de Instalación	C\$ 20,000.00
<b>Total</b>	<b>C\$ 30,116.96</b>

Fuente: Equipo investigador

**Equipos de oficina.**

Tabla N° 30. Equipos de oficina

<b>Pastelería "Sweet Cake"</b>				
<b>Activos Fijos</b>				
<b>Área de venta y administración</b>				
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
1	Mostrador	unidad	C\$ 4 000,00	C\$ 4 000,00
1	Vitrina	unidad	C\$ 3 000,00	C\$ 3 000,00
2	Mesa	unidad	C\$ 500,00	C\$ 1 000,00
8	Sillas	unidad	C\$ 50,00	C\$ 400,00
1	Silla para caja	unidad	C\$ 600,00	C\$ 600,00
1	Caja registradora	unidad	C\$ 1 500,00	C\$ 1 500,00
1	Computadora	unidad	C\$ 6 000,00	C\$ 6 000,00
1	Equipo de sonido	unidad	C\$ 1 500,00	C\$ 1 500,00
	<b>TOTAL</b>			<b>C\$ 18 000,00</b>

Fuente: Equipo investigador.

## Gastos Administrativos

Tabla N° 31. Gastos de administración

<b>Pastelería "Sweet Cake"</b>	
<b>Gastos administrativos</b>	
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>Año 1</b>
salarios	C\$62,671.77
Aguinaldo	C\$10,798.33
Vacaciones	C\$10,798.33
Indemnización	C\$10,798.33
INSS Laboral	C\$9,757.23
INSS patronal	C\$42,428.86
INATEC	C\$3,946.87
Gastos Básicos	C\$2,010.00
Impuestos	C\$3,060.00
Enseres y herramientas administrativas	C\$610.00
Amortización de gasto de Instalación	C\$2,000.00
Amortización de Enseres de Administración	C\$610.00
Amortización de gasto de Constitución	C\$11,565.92
Depreciación de Mobiliario y Equipo	C\$2,700.00
alquiler de local	C\$11,808.00
<b>Total Gasto de Administración</b>	<b>C\$185,563.63</b>

Fuente: Equipo investigador

## 1.7.4 Plan financiero

El plan financiero de una empresa es, para muchos, el plan más importante que podemos encontrar en el plan de negocio. En él se detalla toda la información económica y financiera del negocio, por lo que nos permite hacernos una idea de la viabilidad de la empresa que se quiere crear. (EmpredePyme.net, 2016)

**Costo del Proyecto**

Tabla N° 32. Costo del Proyecto

<b>Pastelería "Sweet Cake"</b>				
<b>Inversión del capital</b>				
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio de adquisición</b>	<b>Propia</b>	<b>Financiada</b>
<b>Inversión Fija</b>				
1	Mostrador	C\$ 4,000.00		
1	Vitrina	C\$ 3,000.00		
2	Mesa	C\$ 1,000.00		
8	Sillas	C\$ 400.00		
1	Silla para caja	C\$ 600.00		
1	Caja registradora	C\$ 1,500.00		
1	Computadora	C\$ 6,000.00		
	Enseres de administracion	C\$ 610.00		
1	Equipo de sonido	C\$ 1,500.00		
	<b>Area de Ventas Y Administracion</b>	<b>C\$ 18,610.00</b>	<b>C\$ 18,610.00</b>	
1	Mesa de madera	C\$ 600.00		
1	Horno industrial	C\$ 14,000.00		
1	Pesa electronica	C\$ 800.00		
	Enseres de produccion	C\$ 5,467.00		
1	Cocina	C\$ 750.00		
	<b>sub total area de produccion</b>	<b>C\$ 21,617.00</b>	<b>C\$ 21,617.00</b>	
	<b>Total Inversion Fija</b>	<b>C\$ 40,227.00</b>	<b>C\$ 40,227.00</b>	
<b>Inversion Diferida</b>				
	<b>Gastos de Instalacion</b>	<b>C\$ 20,000.00</b>		
	<b>Gastos de Constitucion</b>	<b>C\$ 11,565.92</b>		
	<b>Gastos de Estudio de mercado</b>	<b>C\$ 1,912.00</b>		

	<b>Total Inversion Diferida</b>	<b>C\$ 33,477.92</b>		
<b>Capital de Trabajo</b>				
	salario de trabajadores por 2 meses	C\$ 32,050.59		
	Materia prima por un mes	C\$ 32,225.28		
	INSS Laboral por 2 meses	<b>C\$ 2,412.41</b>		
	INSS Patronal por 2 meses	<b>C\$ 7,071.48</b>		
	Gastos Basicos por 2 meses	C\$ 2,340.00		
	alquiler	C\$ 3,936.00		
	<b>Total Dinero en efectivo</b>	<b>C\$ 80,035.76</b>		
	<b>Total Inversion</b>	<b>C\$ 153,740.68</b>		

Fuente: Equipo de investigación

El costo del proyecto consistirá en asignar los montos de todos los gastos que se van a incurrir antes de ejecutar el proyecto para brindar un buen funcionamiento de todas las operaciones, el capital de inversión será financiado por capital propio por cada una de las socias, realizarán una cuota dividida en partes iguales y de la misma manera serán distribuidos los beneficios.

### **Estado de ganancias y pérdidas**

En el análisis de las operaciones del Estado de ganancias y pérdidas consiste en determinar las utilidades, como vemos, en el primer año, los ingresos obtenidos serán un poco bajo pero aun así tiene buen alcance por lo que en los años posteriores la rentabilidad va a incrementar y la inversión se ira amortizando y esto lo va a permitir a la microempresa tener mayores rentabilidades. Se estiman vender todos los pasteles según la capacidad planificada dentro del primer año y se pretende seguir aumentando la capacidad para poder brindarle al cliente gusto y satisfacción.

Tabla N° 33. Estado de Ganancias y Pérdidas

<b>Pastelería "Sweet Cake"</b>					
<b>Estado de resultado</b>					
<b>Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2018</b>					
<b>Expresado en Córdoba</b>					
<b>Descripción</b>	<b>año 1</b>	<b>año 2</b>	<b>año 3</b>	<b>año 4</b>	<b>año 5</b>
Ingresos	875,636.00	88,0014.18	888,814.32	902,146.54	920,189.47
Costos de producción	516,650.69	517,784.48	521,671.40	524,893.41	532,862.75
Utilidad Bruta	358,985.31	362,229.70	367,142.92	377,253.13	387,326.72
Egresos	301,444.31	287,356.39	284,356.39	280,356.39	280,356.39
Gastos operativos	301,444.31	287,356.39	284,356.39	280,356.39	280,356.39
utilidad antes del impuesto	57,541.00	74,873.31	82,786.54	96,896.74	106,970.33
IR	-	-	-	-	-
<b>Utilidad neta del ejercicio</b>	<b>57,541.00</b>	<b>74,873.31</b>	<b>82,786.54</b>	<b>96,896.74</b>	<b>106,970.33</b>

Fuente: Equipo investigador

## **Estado de Flujo de Caja**

Para calcular el flujo no se toman en cuenta las amortizaciones y depreciaciones ya sé que son egresos no desembolsables es decir se incluyen dentro de gastos operacionales pero no tienen salida de caja, únicamente son para recuperar la inversión y depreciar la maquinaria para que cuando de su vida útil realizar nuevamente la compra, también refléjalos los costos y egresos ya que son ellos quienes podrían afectar la utilidades de la micro empresa si no hay buenas proyecciones de ventas, se tomó en cuenta desde el año 0 hasta el año 5 al final del quinto año la inversión fue recuperada y la rentabilidad es mayor con respecto al primer año.

Tabla N° 34. Estado de flujo de caja

<b>Pastelería " Sweet Cake"</b>						
<b>Flujo de efectivo</b>						
<b>Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2018</b>						
<b>Expresados en Córdoba</b>						
<b>CONCEPTOS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
INVERSION INICIAL						
<b>INGRESOS</b>		<b>C\$ 875,636.00</b>	<b>C\$ 880,014.18</b>	<b>C\$ 888,814.32</b>	<b>C\$ 902,146.54</b>	<b>C\$ 920,189.47</b>
Pastel Napolitano		C\$ 668,276.00	C\$ 671,617.38	C\$ 678,333.55	C\$ 688,508.56	C\$ 702,278.73
trozos de 36 gr		C\$ 207,360.00	C\$ 208,396.80	C\$ 210,480.77	C\$ 213,637.98	C\$ 217,910.74
<b>COSTOS</b>		<b>516,650.69</b>	<b>517,784.48</b>	<b>521,671.40</b>	<b>524,893.41</b>	<b>532,862.75</b>
Materia prima Directa		325,024.34	326,649.46	329,915.95	334,864.69	341,561.99
Mano de obra directa		83,693.30	83,693.30	83,693.30	83,693.30	83,693.30
CIF		107,933.05	107,441.72	108,062.14	106,335.41	107,607.46
<b>RESULTADO BRUTO</b>		<b>358,985.31</b>	<b>362,229.70</b>	<b>367,142.92</b>	<b>377,253.13</b>	<b>387,326.72</b>
<b>GASTOS DE OPERACION</b>		<b>301,444.31</b>	<b>287,356.39</b>	<b>284,356.39</b>	<b>280,356.39</b>	<b>280,356.39</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>		<b>115,880.68</b>	<b>113,968.68</b>	<b>112,468.68</b>	<b>110,468.68</b>	<b>110,468.68</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>		<b>185,563.63</b>	<b>173,387.71</b>	<b>171,887.71</b>	<b>169,887.71</b>	<b>169,887.71</b>
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTO</b>		<b>57,541.00</b>	<b>74,873.31</b>	<b>82,786.54</b>	<b>96,896.74</b>	<b>106,970.33</b>
IR						
<b>RESULTADO NETO</b>		<b>57,541.00</b>	<b>74,873.31</b>	<b>82,786.54</b>	<b>96,896.74</b>	<b>106,970.33</b>
DEPECIACION DE TANGIBLE		8,630.00	8,630.00	5,630.00	5,630.00	5,630.00
AMORTIZACION DE INTANGIBLE		26,221.59	6,666.67	6,666.67	0.00	0.00
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-153,740.68</b>	<b>92,392.59</b>	<b>90,169.98</b>	<b>95,083.20</b>	<b>102,526.74</b>	<b>112,600.33</b>

Fuente: Equipo investigador

Pastelería Sweet Cake

### Balance general de Apertura

El balance de apertura refleja todo lo que en la inversión inicial se plantea para dar inicio a las operaciones, conforme el tiempo las cuentas irán siendo afectadas por el movimiento de las ventas, los egresos de los gastos y costos de producción.

Tabla N° 35. Balance General de Apertura

<b>Pastelería "Sweet Cake"</b>				
<b>Balance de Apertura</b>				
<b>Del 01 de enero al 31 de diciembre 2018</b>				
<b>Expresados en córdobas</b>				
<b>Activo</b>		<b>Pasivo</b>		
<b>Activos corrientes</b>				
Banco	C\$ 47,810.48			
Inventario	C\$ 32,225.28	Pasivo corto plazo		
		Pasivo		
<b>Total de activos corrientes</b>	<b>C\$ 80,035.76</b>			
Activos no corrientes	C\$ 40,227.00			
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$ 18,610.00			
Maquinaria y equipo	C\$ 21,617.00			
<b>Total de activos no corrientes</b>	<b>C\$ 33,477.92</b>	<b>Capital social</b>	<b>C\$ 153,740.68</b>	
<b>Activos intangibles</b>		Socio 1	51,246.89	
Gastos de estudio de mercado	C\$ 1,912.00	Socio 2	51,246.89	
Gastos de Constitución	11,565.92	Socio 3	51,246.89	
Gastos de Instalación	C\$ 20,000.00			
<b>Total de activos intangibles</b>				
<b>Otros activos</b>				
<b>Total de activos</b>	<b>153,740.68</b>	<b>Total pasivo + capital</b>		<b>153,740.68</b>

Fuente: Equipo investigador

## Balance general de cierre

Tabla N° 36. Balance General de Cierre

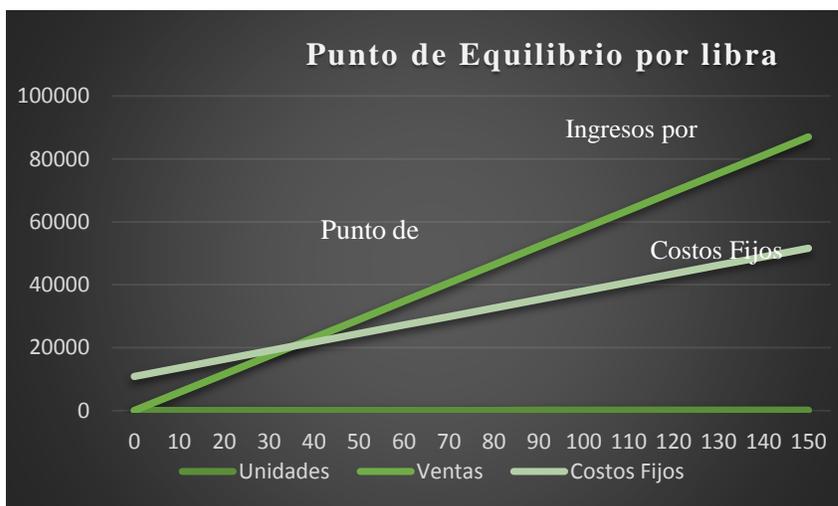
<b>Pastelería "Sweet cake"</b>					
<b>Balance de cierre</b>					
<b>Del 01 de enero al 31 de diciembre 2018</b>					
<b>Expresados en córdobas</b>					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Activo</b>					
<b>Activos corrientes</b>					
Efectivo caja	92392.59	90169.98	95083.20	102526.74	112600.33
Banco	47810.48	140203.06	230373.04	325456.24	427982.98
Inventario productos terminados	32225.28	32225.28	32225.28	32225.28	32225.28
<b>Total de activos corrientes</b>	<b>172428.34</b>	<b>262598.32</b>	<b>357681.52</b>	<b>460208.26</b>	<b>572808.60</b>
Activos no corrientes	25520.00	16890.00	11260.00	5630.00	0.00
Mobiliario y equipo de oficina	12600.00	7200.00	4800.00	2400.00	0.00
Maquinaria y equipo	12920.00	9690.00	6460.00	3230.00	
<b>Total de activos no corrientes</b>	<b>13333.33</b>	<b>6666.67</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>Activos intangibles</b>					
Gastos de estudio de mercado					
Gastos de constitución	0.00				
Gastos de instalación	13333.33	6666.67	0.00		
<b>Total de activos intangibles</b>					
<b>Otros activos</b>					
<b>Total de activos</b>	<b>211281.68</b>	<b>286154.99</b>	<b>368941.52</b>	<b>465838.26</b>	<b>572808.60</b>
<b>Pasivo</b>					
<b>Capital social</b>	<b>153740.68</b>	<b>153740.68</b>	<b>153740.68</b>	<b>153740.68</b>	<b>153740.68</b>
Utilidad neta	57541.00	74873.31	82786.54	96896.74	106970.33
Utilidad acumulada		57541.00	132414.31	215200.85	312097.59
<b>Total pasivo + capital</b>	<b>211281.68</b>	<b>286154.99</b>	<b>368941.52</b>	<b>465838.26</b>	<b>572808.60</b>

Fuente: Equipo investigador

### Punto de equilibrio (PDE)

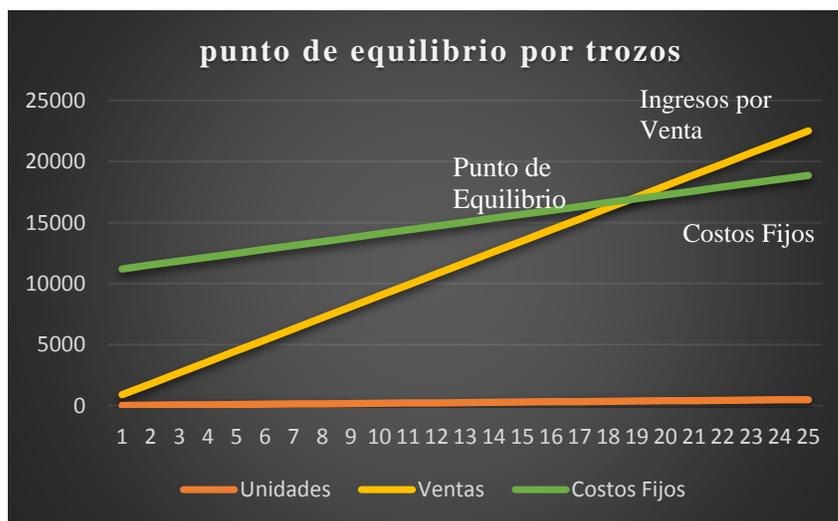
Para determinar el punto de equilibrio de la microempresa se calcularon los costos fijos que por lo general son los que se mantendrán desde el inicio de las operaciones hasta el final de su vida útil, también se establece el costo variable unitario para producir un producto y el precio de venta. Se precisó que la microempresa tendrá liquidez luego de vender 35 pasteles con ingresos mayores a cincuenta mil córdobas y es en esa cantidad donde se refleja el punto de equilibrio porque no hay ni pérdidas ni ganancias.

Gráfica N° 8. Punto de equilibrio por Lb



Fuente: Equipo de Investigación

Gráfica N° 9. Punto de equilibrio por Trozos



Fuente: Equipo de Investigación

### VAN, TIR, Relación Beneficio Costo

La tasa de descuento que se utilizó en la VAN fue tomada por criterio de las socias tomando en cuenta los indicadores que se presentan en el país, la inversión será recuperada dentro del primero 3 años y al cuarto año en adelante solo se obtendrán utilidades de las proyecciones de las ventas si siguen aumentando, el resultado de la TIR fue de 54.68% y está dentro del rango.

Tabla N° 37. Resultado del Flujo Neto

FLUJO NETO	-153,740.68	92,392.59	90,169.98	95,083.20	102,526.74	112,600.33
------------	-------------	-----------	-----------	-----------	------------	------------

Fuente: Equipo investigador

Tabla N° 38. Cálculo de la VAN y la TIR

VAN	105,456.61
25%	
TIR	54.68%

Fuente: Equipo investigador

Tabla N° 39. Relación Beneficio-Costo

<b>Pastelería "Sweet Cake"</b>				
<b>Relación beneficio/costo</b>				
<b>Años</b>	<b>Inversión</b>	<b>Ingresos</b>	<b>Costos</b>	<b>FNE</b>
0	153,740.68			-153,740.68
1		C\$ 875,636.00	818,095.00	57,541.00
2		C\$ 880,014.18	805,140.87	74,873.31
3		C\$ 888,814.32	806,027.78	82,786.54
4		C\$ 902,146.54	805,249.79	96,896.74
5		C\$ 920,189.47	813,219.14	106,970.33
		Ingresos	1435,612.19	
		costos	1315,738.71	
		costos + inversion	1469,479.39	
		<b>Relacion B/C</b>	<b>1.02</b>	

Fuente: Equipo investigador

## **Análisis Financiero**

Tras haber utilizado las herramientas de los estados de situaciones financieras que se proporcionan en el plan financiero los resultados permiten conocer la evolución a lo largo de los 5 años que se han proyectado, indicando que el proyecto es rentable con una solvencia líquida para cada una de las operaciones, puesto que los ingresos son mayores que los egresos y costos de producción.

Al inicio las utilidades serán bajas por los que incurren muchos gastos y la captación de clientes es más difícil, en el cuarto año la inversión será recuperada y se espera obtener excelentes indicadores en las ventas ya sea por cada libra o por los trozos de pastel.

Los cálculos se formularon en base a la aplicación de encuestas y datos reales de fuentes primarias y secundarias, se estima que las proyecciones pueden alcanzar un 100% al final del primer año, y podrá abarcar un nivel más alto de la población a cubrir en los próximos años.

Así mismo la microempresa cuenta con las óptimas condiciones para introducirse al mercado consumidor, pretendiendo brindar a los clientes la mejor atención en un ambiente de confort.

## 1.8 Cronograma de Actividades

Tabla N° 40. Cronograma de trabajo

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA, MANAGUA</p> <p><small>UNAN - MANAGUA</small></p> </div> <div style="text-align: center;"> <p><b>Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua</b></p> <p><b>UNAN – Managua</b></p> <p><b>Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo</b></p> <p><b>FAREM – Carazo</b></p> <p><b>Cronograma de Trabajo</b></p> <p><b>Proyecto de Graduación</b></p> <p><b>(Plan de Estudios 2013)</b></p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>REPUBLICA DE NICARAGUA AMERICA CENTRAL</p> </div> </div>																
No.	ACTIVIDADES	DURACIÓN EN MESES Y SEMANAS														
		Enero				Febrero				Marzo				Abril		
		Semanas														
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	
<b>1.</b>	<b>1. Preliminares</b>															
	1.1. Portada del Proyecto de Graduación: Es la primera página bajo la cubierta y debe contener los siguientes datos:															
	1.1.1. Datos de la Institución (Facultad y Departamento) y escudo de armas de la Universidad.															
	1.1.2. Proyecto de Graduación para optar al título de:															
	1.1.3. Título del Proyecto															
	1.1.4. Carrera a la que pertenece															
	1.1.5. Nombres y apellidos del autor o autores															
	1.1.6. Nombres y apellidos del tutor y asesores (si los hubiere)															
	1.1.7. Lugar y fecha de presentación 1.1.8. Página de respecto (en blanco)															
	1.2. Carta aval del Docente (tutor).															
	1.3. Dedicatona y Agradecimiento (opcionales)															
	1.4. Resumen ejecutivo (300 palabras máximo)															
	1.5. Índice (contenido, tablas, figuras y anexos)															
<b>2.</b>	<b>Cuerpo del trabajo</b>															
	2.1. Generalidades del proyecto															
	2.1.1. Solución															
	2.1.2. Diseño o Modelo en 3D															
	2.1.3. Oportunidad en el Mercado															
	2.1.4. Propuesta de valor															
	2.1.4.1. La novedad de mi proyecto desde la base de la Propiedad Intelectual															
	2.1.5. Ciclo del Proyecto															
	2.1.6. Presupuesto															
	2.1.6.1. Compra de materiales (insumos y herramientas)															
	2.1.6.2. Contratación de Servicios (si es necesario)															
	2.1.6.3. Viáticos (alimentación, transporte y alojamientos)															
	2.1.6.4. Visibilidad del Proyecto (banner, poster y brochare)															
	2.1.8. Plan de Negocios															
	2.1.8.1. Estudio de Mercado															
	2.1.8.2. Plan de Producción															
	2.1.8.3. Plan de Organización															
	2.1.8.4. Plan Financiero															
	2.1.9. Cronograma de Actividades															
<b>3.</b>	<b>Material Complementario</b>															
	3.1. Bibliografía															
	3.2. Anexos (gráficos, tablas, esquemas, maquetas, galería de fotos y otros).															

## 2. Bibliografía

- (2015). Obtenido de labor mexicana: <http://www.labormx.com/estudio-factibilidad.html>
- Albis, M. A. (s.f.). *Ciclos y fases de la identificación de proyectos*. Obtenido de <http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/2202/Ciclo%20del%20proyecto.pdf;sequence=1>
- Alzamora Cabezas, J. C. (2016). *FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES*. Obtenido de <http://repositorio.uch.edu.pe/bitstream/handle/uch/102/CD-TCON-039-2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Crece Negocio*. (s.f.). Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/que-es-un-plan-de-negocios-y-cual-es-su-utilidad/>
- EmpredePyme.net*. (2016). Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/plan-financiero>
- Enciclopedia de Conceptos "Presupuesto"*. (2019). Obtenido de <https://concepto.de/presupuesto/#ixzz5k9NjRYPu>
- Espejo, F. &. (2011).
- Goleman. (7 de Febrero de 2012). *Evaluacion proyecto* . Obtenido de [evaluacion-proyecto-b4.blogspot.com/2012/02/autores-que-hablen-de-emprendedor.html?m=1](http://evaluacion-proyecto-b4.blogspot.com/2012/02/autores-que-hablen-de-emprendedor.html?m=1)
- Headways Media. (2016). *Participacion en el Mercado*. Obtenido de <https://www.headways.com.mx/glosario-mercadotecnia/palabra/participacion-de-mercado/>
- Hose, C. (2011). *la voz de houston* . Obtenido de <https://pyme.lavotx.com/las-diez-principales-estrategias-promocionales-5115.html>
- kotler, p. (10 de 12 de 2015). *Apuntes Marketing Razonable*. Obtenido de <https://mglobalmarketing.es/blog/plan-de-marketing-4-eleccion-de-las-estrategias-de-marketing/>

- Lideres Sociales. (2017). *Generación o preinversión*. Mexico. Obtenido de <http://www.cca.org.mx/apoyos/dls/m7/GeneracionPreinversion.pdf>
- Mankiw, N. G. (2002). *Principios de economía*. Obtenido de [https://claseseconomia2015.files.wordpress.com/2015/04/mankiw\\_principios\\_segundaed.pdf](https://claseseconomia2015.files.wordpress.com/2015/04/mankiw_principios_segundaed.pdf)
- Moncada, B. y. (2018).
- Moncada, L. (2017). *Informe Final de Seminario de Graduación para optar al Título de Licenciado en Mercadotecnia*.
- Padilla, M. C. (2011). *Formulacion y Evaluacion de proyecto*. bogota: Ecoe Ediciones. Obtenido de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/09/Formulaci%C3%B3n-y-evaluaci%C3%B3n-de-proyectos.pdf>
- Padilla, M. C. (2011). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Pastelería*. (s.f.). Obtenido de [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico\\_administrativo/Preparacion\\_de\\_alimentos\\_y\\_bebidas\\_IV/Preparacion\\_de\\_alimentos%20\\_y\\_bebidas\\_IV\\_Parte\\_2.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Preparacion_de_alimentos_y_bebidas_IV/Preparacion_de_alimentos%20_y_bebidas_IV_Parte_2.pdf)
- Quevedo, R. S. (s.f.). *Sistemas*. Obtenido de <http://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info46/sistemas/articulo3.htm>
- Ro, A. (1 de mayo de 2018). *Aula CM*. Obtenido de <https://aulacm.com/estrategias-marketing-mix/>
- Romero, B. G. (2011). *PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTOS*. Quito-Ecuador: 1era. edición: ©Universidad Politécnica Salesiana.
- Silva. (s.f.). *Cepal.org*. Obtenido de <https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/2/33602/segundomodulo.pdf>
- Stanton, E. &. (2007).

*Todo sobre proyecto.* (17 de Abril de 2009). Obtenido de

<http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/04/etapas-de-la-fase-de-preinversion.html>

urbina. (2010).

Végh, C. (10 de Octubre de 2018). *La Prensa*. Obtenido de

<https://www.elnuevodiario.com.ni/economia/476390-banco-mundial-crisis-economica-nicaragua/>

### 3. Anexos

#### Anexo No. 1 diseño Metodológico del plan de negocio.

Tipo de estudio:

El plan de negocio para la producción y comercialización del pastel Napolitano es una idea emprendedora puesto que no hay negocios en el municipio de Jinotepe que ofrezcan este producto. Es un estudio que no se ha abordado antes y que no se encuentran registros documentales e información de campo; sin embargo, existe un previo conocimiento de la idea del producto, sirviendo de fundamento para explorar e incursionar en el mercado.

Por tal razón el tipo de investigación a realizar es un estudio de tipo exploratorio ya que se pretende conocer las características de los clientes y proveedores potenciales del pastel napolitano.

Determinación del Universo:

Universo cualitativo

Hombres y mujeres entre las edades de 15 años a más en la ciudad de Jinotepe departamento de Carazo que les guste el pastel napolitano.

Universo cuantitativo

Tasa de mujeres y hombres de zona urbana del municipio de Jinotepe, censo 2008

Nuevo Universo de estudio.

Determinación del Marco Muestral:

Calculo Muestra:

Aplicando la formula

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * e^2 + z^2 * p * q}$$

<b>Z</b>	<b>1.96</b>
<b>p</b>	0.5
<b>q</b>	0.5
<b>N</b>	2,781
<b>e</b>	5% = 0.05

$$n = \frac{3.84 * 0.5 * 0.5 * 2,781}{(2,781 * 0.05)^2 + (3.84 * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{2,699.7}{6.9525 + 0.96} = \frac{2,669.7}{7.9125} = 337.4$$

## 6. Fuentes primarias.

Encuesta: Se planteó un cuestionario, el cual consistió en efectuar un listado de preguntas a personas que tenían un ingreso económico en el municipio de Jinotepe, con el fin de recoger información precisa y breve de los posibles clientes, determinando así si el nuevo producto que será comercialmente viable.

Entrevista: Se realizó una entrevista informal, la cual consistió en preguntar a doña Verónica Avilés experta en pastelería fina, sobre algunas inquietudes que presentábamos en cuanto al proceso de producción su materia prima etc.

Las fuentes de información secundaria es la información recopilada y transcrita por personas que han recibido tal información a través de otras fuentes escritas o por un participante en algún suceso o acontecimiento.

El equipo investigador ha determinado la consulta de diversos libros con el propósito de reforzar la investigación con temas que ayuden al desarrollo del trabajo, de igual forma se visitaron algunos artículos en internet para tener una visión más amplia de terminantes conceptos.

**Anexo No. 2 encuesta**



**UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA**  
UNAN-MANAGUA

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA, MANAGUA**

**UNAN-MANAGUA**

**Facultad Regional Multidisciplinaria De Carazo**

**Farem-Carazo**

**Instrumento De Investigación**

**Proyecto de Graduación**

Encuesta a la PEAO urbana del municipio de Jinotepe departamento de Carazo.

El objetivo de la presente encuesta es recolectar información sobre los gustos y preferencia de los habitantes del Municipio de Jinotepe, para conocer la aceptación y demanda que tendrá en el mercado la incorporación de una Micro empresa dedicada a la producción y comercialización de pasteles sabor napolitano. De antemano se le agradece su colaboración, se le pide veracidad en la respuesta a cada pregunta, ya que nos será de gran utilidad.

Conteste según su criterio la opción que sea conveniente. Marque con una "X"

Aspectos Demográficos

Edad de la persona

Menor de 18 años \_\_\_\_ b) De 18 a 25 años \_\_\_\_ c) De 25 a 35 años \_\_\_\_

d) de 35 a 45 años \_\_\_\_ e) De 45 a más \_\_\_\_

Sexo

Femenino \_\_\_\_ b) Masculino \_\_\_\_

Pastelería Sweet Cake

Estado civil

Soltero(a) \_\_\_ b) casado(a) \_\_\_ c) conviviente \_\_\_ d) Divorciado \_\_\_ e) viuda \_\_\_

Ocupación

a) Trabaja \_\_\_ b) Estudia \_\_\_

Promedio de ingreso mensual

a) 750 a 1,200 \_\_\_ b) 1,200 a 1,700 \_\_\_ c) 1,700 a 2,500 \_\_\_ d) 2,500 a más \_\_\_

Aspecto de la Demanda

¿Ha consumido usted pasteles?

Sí \_\_\_ No \_\_\_

¿Con que frecuencia?

Diario \_\_\_ semanal \_\_\_ quincenal \_\_\_ mensual \_\_\_ a veces \_\_\_ otro \_\_\_

¿Cuál es el sabor de su preferencia?

Vainilla \_\_\_ chocolate \_\_\_ fresa \_\_\_ naranja \_\_\_ frutas \_\_\_ otro \_\_\_

¿En qué ocasiones consume usted pastel?

Cumpleaños \_\_\_ días festivos \_\_\_ ocasiones especiales \_\_\_ obsequio \_\_\_ otros \_\_\_

Aspectos de la Competencia

¿Cuál es la pastelería de su preferencia?

Soto \_\_\_ Berna \_\_\_ Alicia \_\_\_ Jessica \_\_\_ Otro \_\_\_

¿Cómo califica usted el servicio que le ha brindado la pastelería de su preferencia?

Excelente \_\_\_ bueno \_\_\_ regular \_\_\_ deficiente \_\_\_

¿En qué horario atiende la pastelería de su preferencia?

Matutino \_\_\_ vespertino \_\_\_ nocturno \_\_\_ otro \_\_\_

Aspectos de la Oferta

Pastelería Sweet Cake

¿Cómo considera la calidad de los pasteles?

Malo\_\_\_\_ Bueno \_\_\_\_ Muy bueno\_\_\_\_ Excelente\_\_\_\_

¿Le gustaría tener un horario bastante accesible?

Sí\_\_\_\_ No\_\_\_\_

¿Qué tal le parece el costo de los pasteles?

Barato\_\_\_\_ Normal\_\_\_\_ Costoso\_\_\_\_ Muy costoso\_\_\_\_

Aspectos del Producto

¿Cómo considera la presentación de la pastelería de su preferencia?

Excelente\_\_\_\_ Bueno\_\_\_\_ Malo\_\_\_\_ Muy malo\_\_\_\_

¿En cuanto al sabor como lo calificaría?

Sabroso\_\_\_\_ Feo\_\_\_\_ Muy dulce\_\_\_\_ Insípido\_\_\_\_ Otro\_\_\_\_

¿Le gustaría degustar del sabor Napolitano en una pastelería nueva?

Sí\_\_\_\_ No\_\_\_\_

¿Con que frecuencia lo compraría?

Diario\_\_\_\_ Semanal\_\_\_\_ Quincenal\_\_\_\_ Mensual\_\_\_\_ Otro\_\_\_\_

¿Cómo le gustaría que se llamara la pastelería?

Sweet Innovation\_\_\_\_ Frelha's\_\_\_\_ Sweet cake\_\_\_\_

¿Visitaría el local para degustar el producto?

Sí\_\_\_\_ No\_\_\_\_

¿Cuáles serían los atributos que le gustaría que tenga el pastel? (Marque varias)

Buena calidad\_\_\_\_ Personalización\_\_\_\_ Buen sabor\_\_\_\_ Presentación\_\_\_\_ Otros\_\_\_\_

¿Le gustaría recibir los pasteles con un empaque sin un costo adicional?

Sí\_\_\_\_ No\_\_\_\_

Pastelería Sweet Cake

### Aspectos relacionados al Precio

¿Cuál es el costo que considera ideal para pagar por una libra de pastel con sabor napolitano?

C\$550\_\_\_\_ C\$600\_\_\_\_ C\$650 \_\_\_\_ C\$700\_\_\_\_

¿Cuánto pagaría por una porción de 30gr?

C\$45\_\_\_\_ C\$50\_\_\_\_ C\$55\_\_\_\_

### Aspecto relacionado con Plaza

¿En qué lugar le gustaría que este ubicado las pastelería nueva?

Cerca del parque\_\_\_\_ Cerca de la carretera\_\_\_\_ Otro\_\_\_\_

¿Le gustaría un establecimiento con las mejores condiciones para atender a los clientes?

Sí\_\_\_\_ No\_\_\_\_

3. ¿Qué elementos considera que debería tener el local? (Marca al menos 3)

Internet\_\_\_\_

Servicios higiénicos\_\_\_\_

Música\_\_\_\_

Televisión\_\_\_\_

Personal de atención\_\_\_\_

Otras\_\_\_\_

### Aspectos relacionados a la Publicidad

¿En cuáles de los siguientes medios le gustaría conocer más acerca de la nueva pastelería y su producto? (Marca al menos 3)

Televisión\_\_\_\_

Radios\_\_\_\_

Brochoure\_\_\_\_

Banners\_\_\_\_\_

Redes sociales\_\_\_\_\_

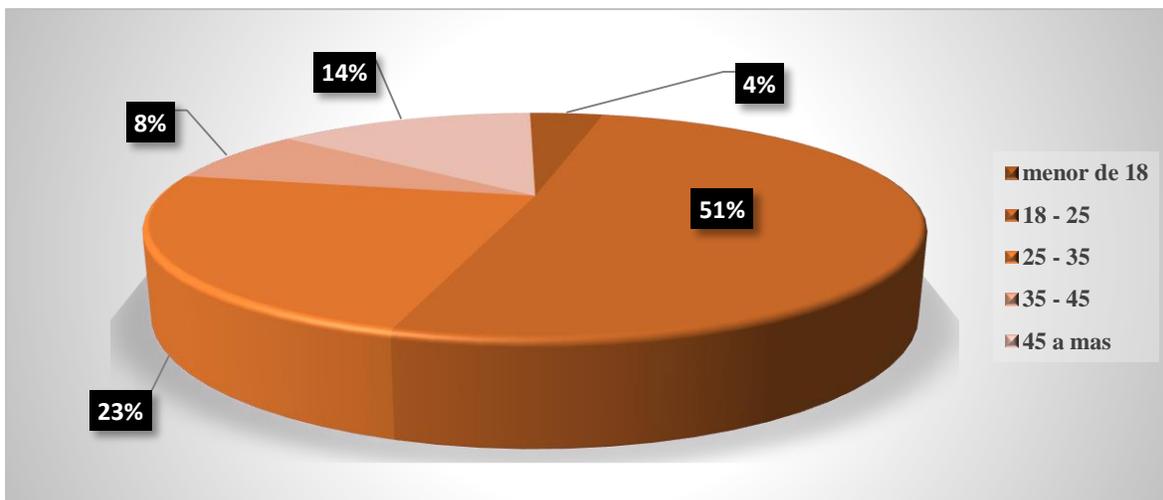
Otros\_\_\_\_\_

“Gracias por su tiempo y colaboración, nos será de gran utilidad para la realización de nuestro proyecto de graduación”

### Anexo No.3 Resultados de la encuesta

#### Grafica N° 1

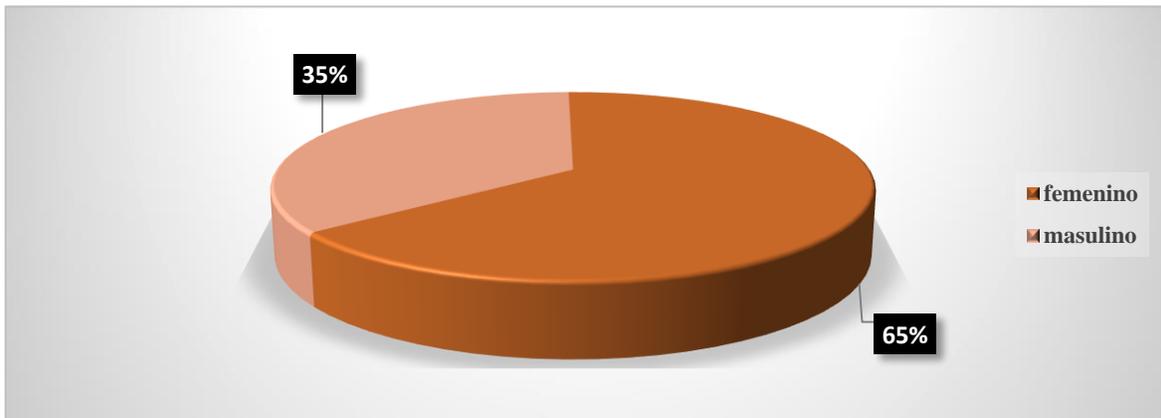
Edad



La edad que se tomó para la investigación fue la que generalmente ya tiene un ingreso económico en base a la PEAO

## Grafica N° 2

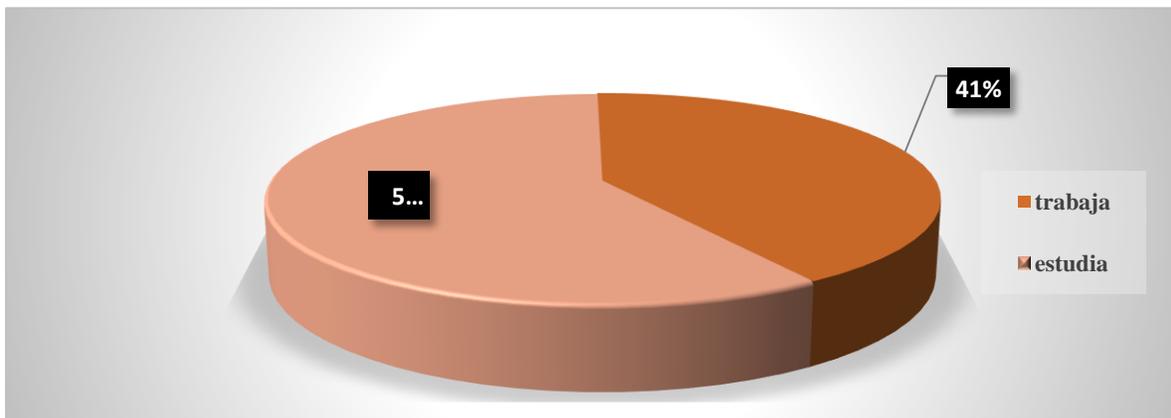
Sexo



El sexo femenino tuvo un 65% en cuanto a las personas encuestadas.

## Grafica N° 3

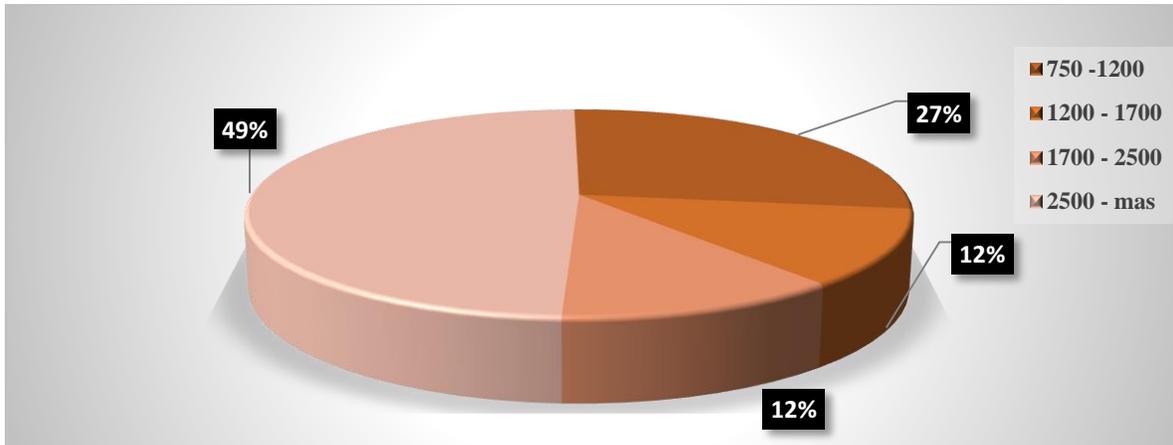
Ocupación



Con esta grafica se pretendió demostrar que la mayoría de personas tenían una actividad económica activa con un 59% constando que tienen un trabajo fijo.

#### Grafica N° 4

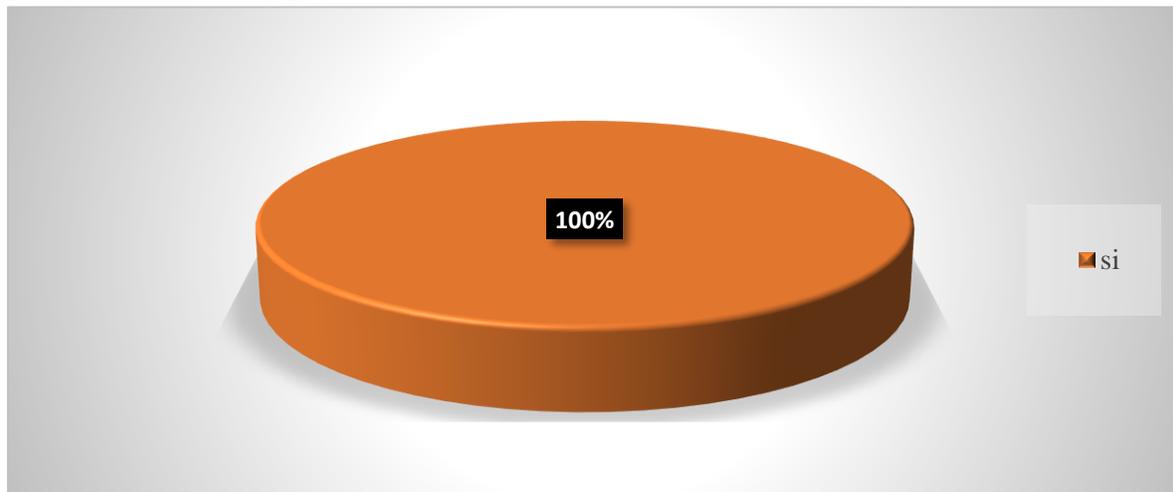
Promedio de ingresos mensuales



De acuerdo con el gráfico se puede apreciar los ingresos de forma discriminada entre sexo e ingreso, ambos sexos sus ingresos están alrededor de C\$ 750.00 a más, por lo tanto, sus ingresos les permitirá comprar pastel napolitano.

#### Grafica N° 5

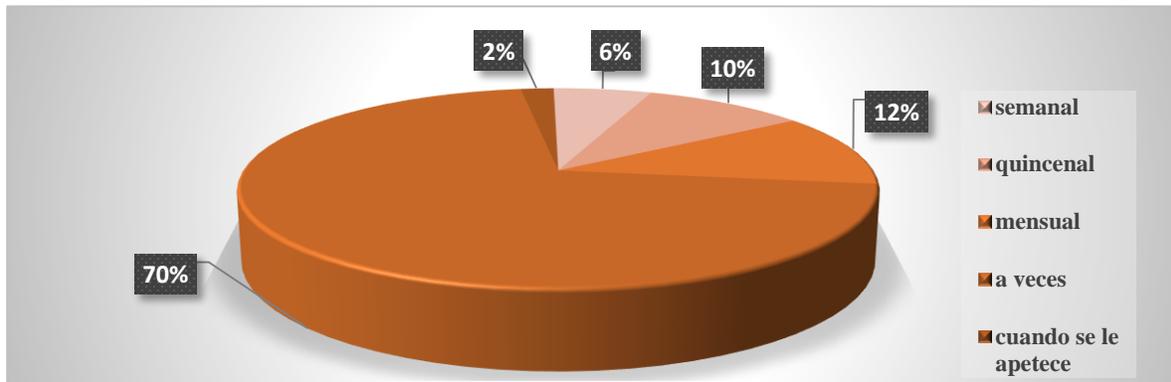
¿Ha consumido usted pasteles?



La mayor parte de la población del casco urbano si consume pastelería.

### Grafica N° 6

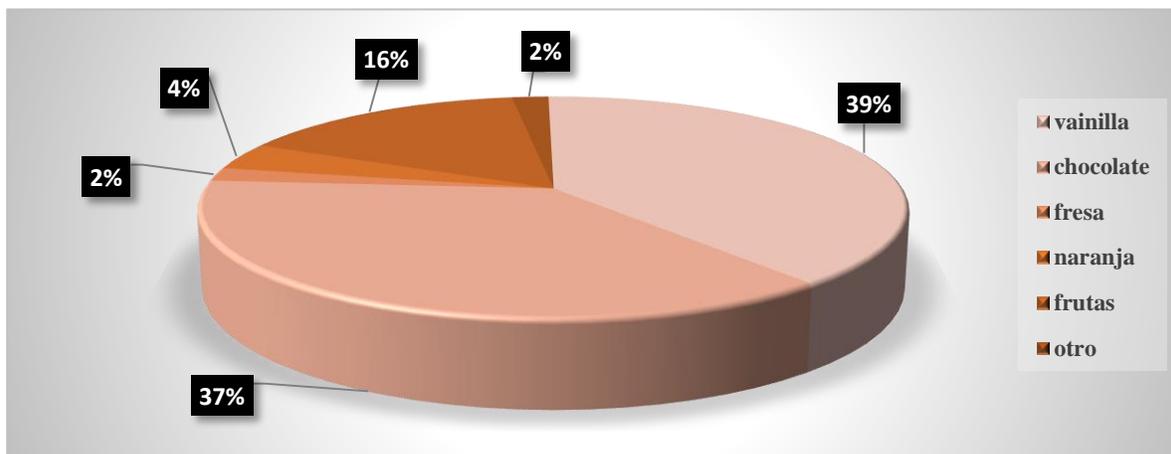
¿Con que frecuencia?



Tomando en cuenta esta grafica las personas consumen pasteles cuando se les apetece con un porcentaje del 70%

### Grafica N° 7

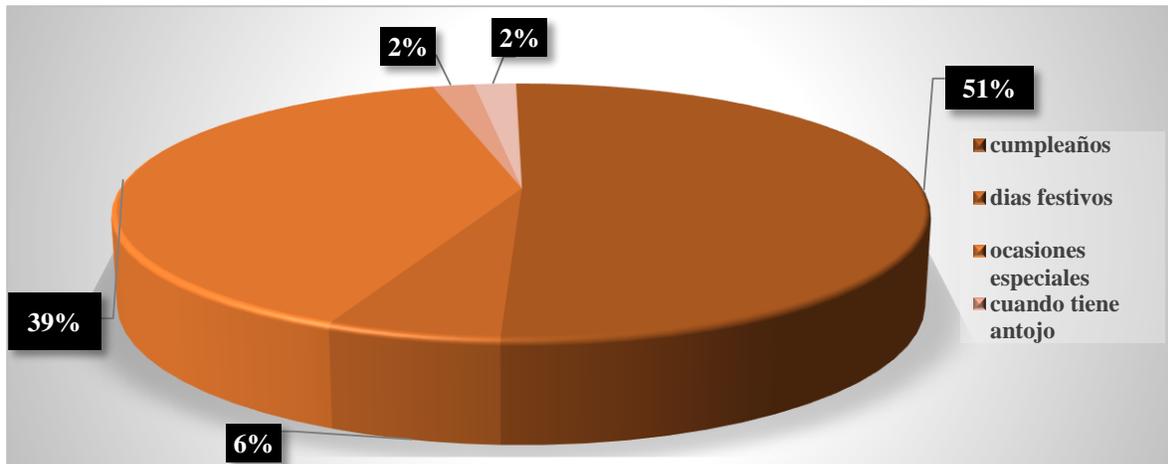
¿cuál es el sabor de su preferencia?



El pastel de vainilla es el preferido de las personas encuestadas mostrando un 39% luego el de chocolate con un 37%.

### Gráfica N° 8

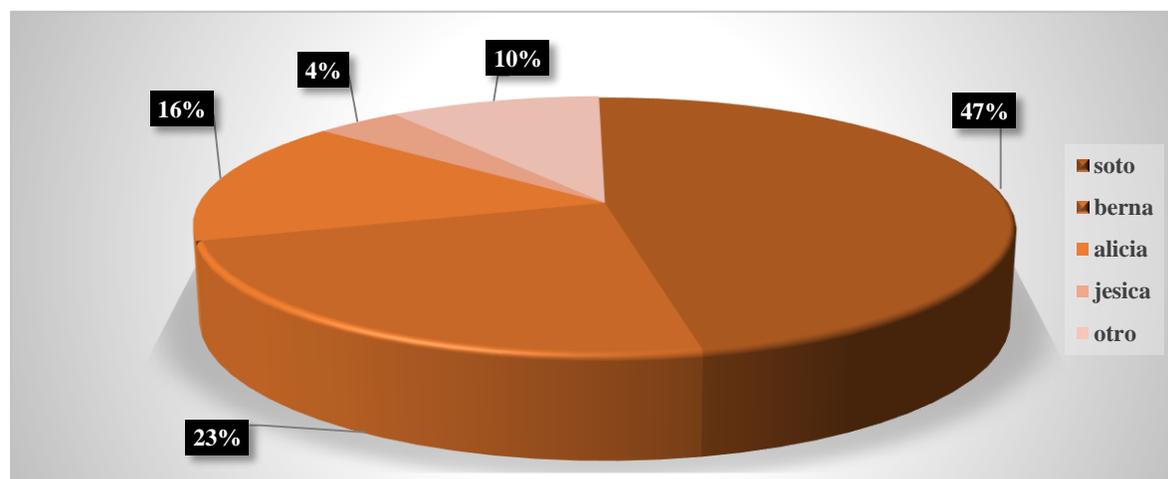
¿En qué ocasiones compra usted pasteles?



En este grafico se muestra que las ocasiones en las que las personas buscan más pasteles o consumen más es en el cumpleaños, seguido las ocasiones especiales.

### Grafica N° 9

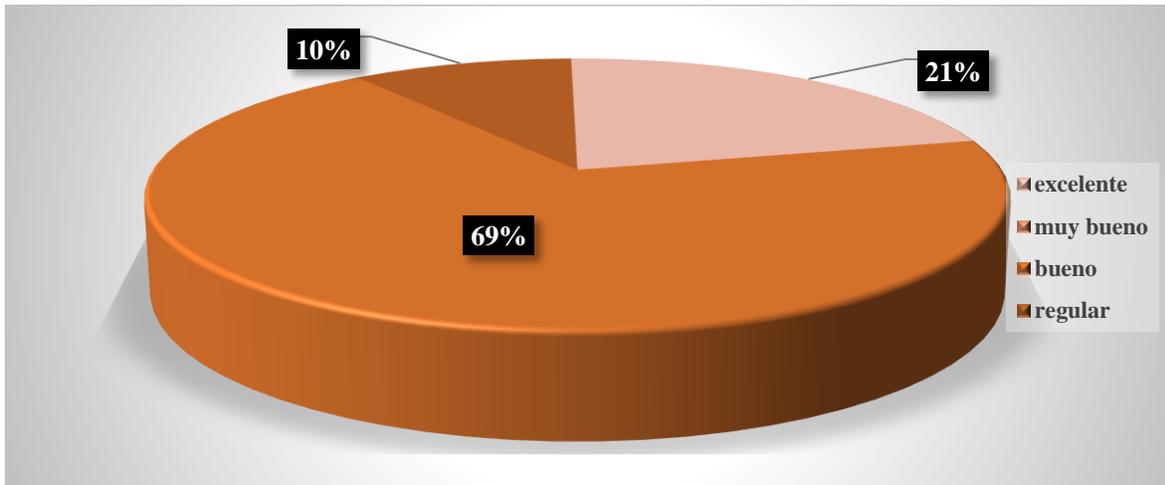
¿Cuál es la pastelería de su preferencia?



Los jinotepinos prefieren y reconocen que la pastelería soto es la favorita para ellos por su trayectoria en el mercado, representando el gráfico con el 47% de las competencias.

### Grafica N° 10

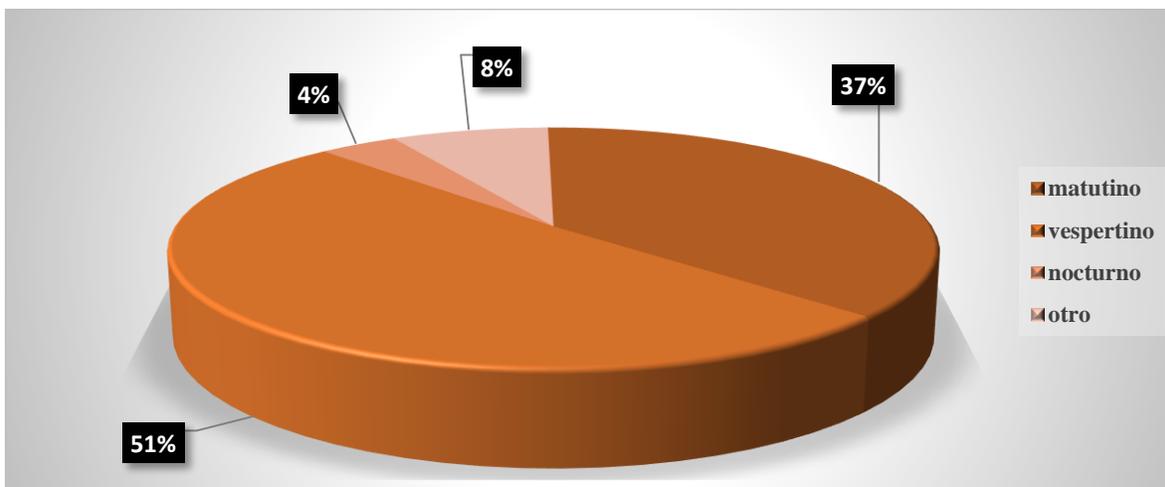
¿Cómo clasifica usted el servicio que le ha brindado la pastelería de su preferencia?



Este grafico es muy representativo en cuanto a la atención que le brindan en otras pastelerías en este caso la competencia de “Sweet Cake”. Un 69% dijo que el servicio era bueno y un 21% Excelente.

### Grafica N° 11

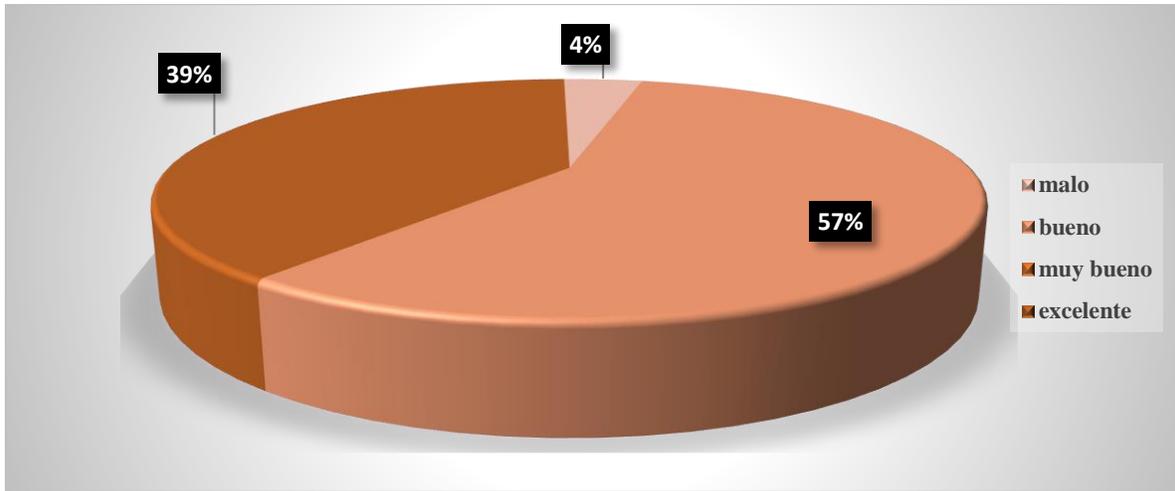
¿En qué horario atiende la pastelería de su preferencia?



El horario de atención de las demás pastelerías es por la tarde con un 51%.

### Grafica N° 12

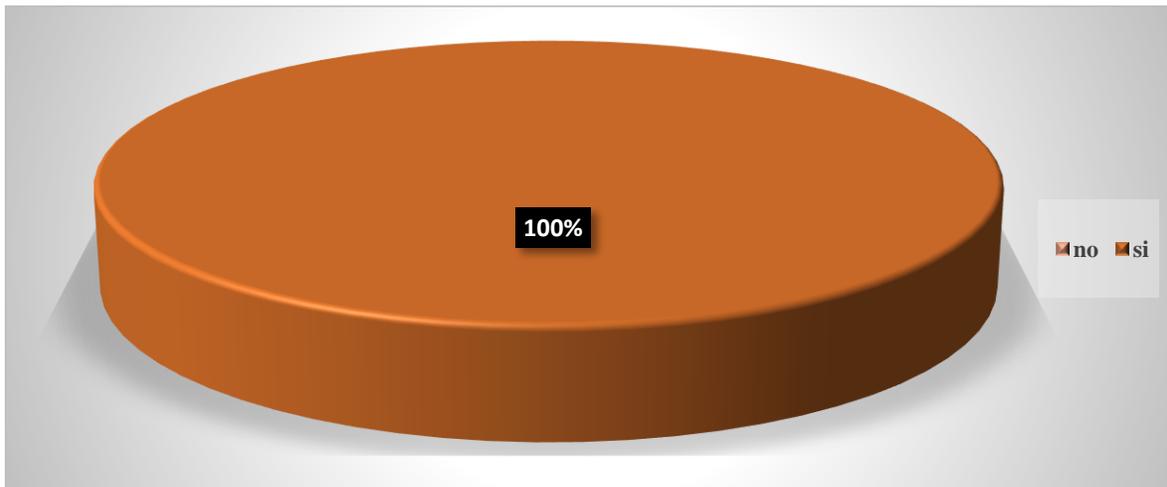
¿Cómo considera la calidad de los pasteles?



La calidad que ofrecen las otras pastelerías de Jinotepe es buena teniendo así un 57% esto quiere decir que no llegan a una calidad excelente.

### Grafica N° 13

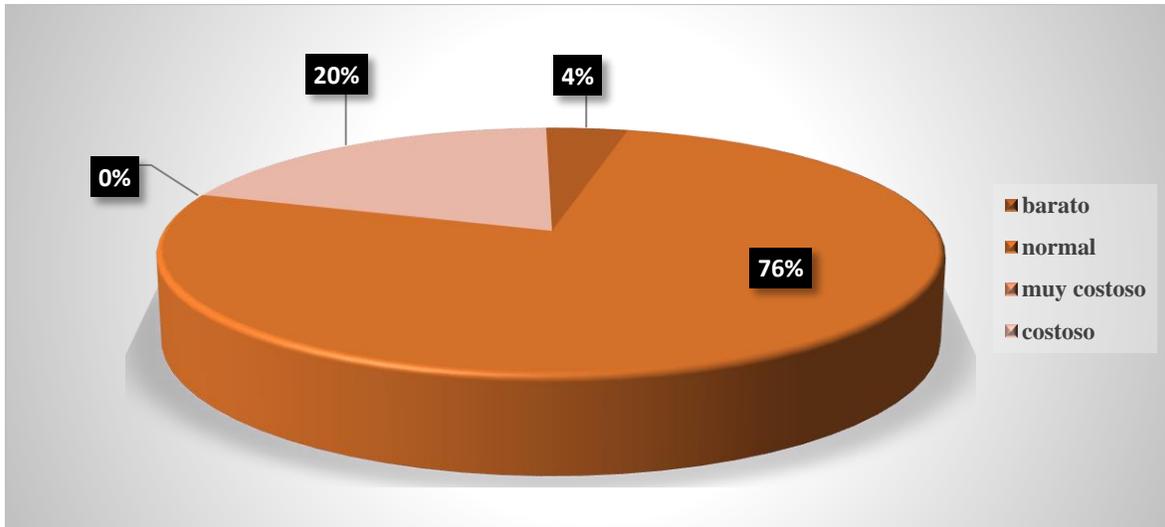
¿Le gustaría tener un horario bastante accesible?



Con relación al horario que brinda la competencia hicimos esta pregunta para ver si las personas les gustaría tener un horario más accesible y el 100% dijo que sí.

### Gráfica N° 14

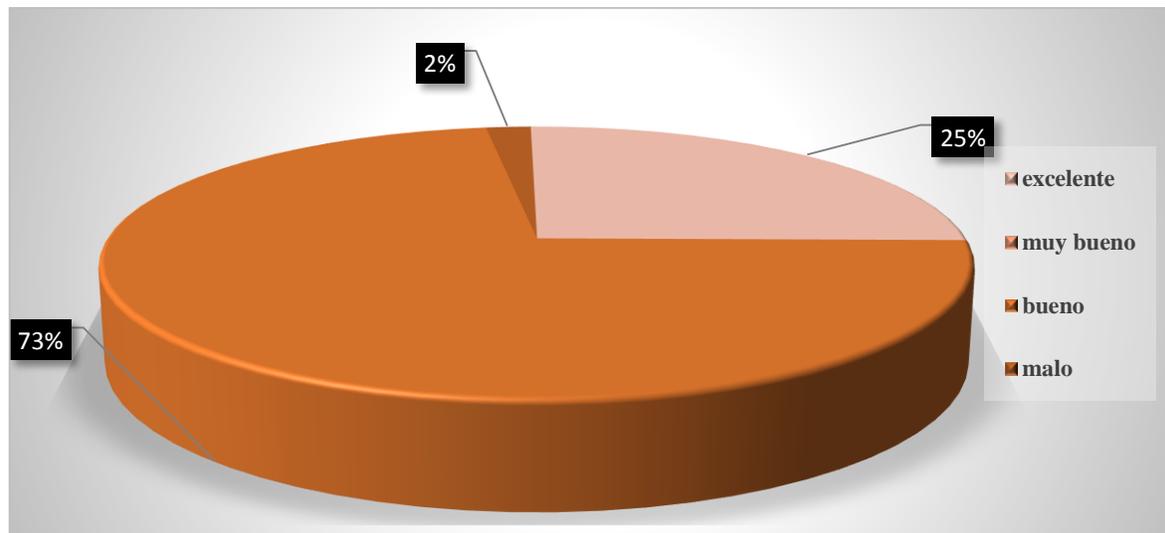
¿Qué tal le parece el costo de los pasteles?



Un 76% de las personas encuestadas dicen pagar un precio normal en otras pastelerías.

### Gráfica N° 15

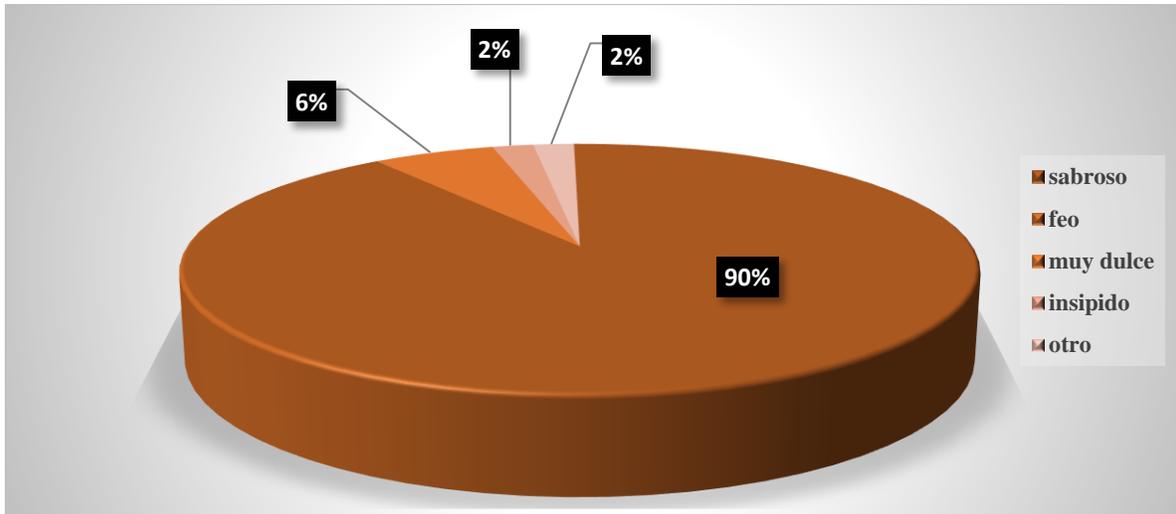
¿Cómo considera la presentación de los pasteles de la pastelería de su preferencia?



La presentación que los clientes reciben de la pastelería de su preferencia es “buena” representando así un 73%.

### Gráfica N° 16

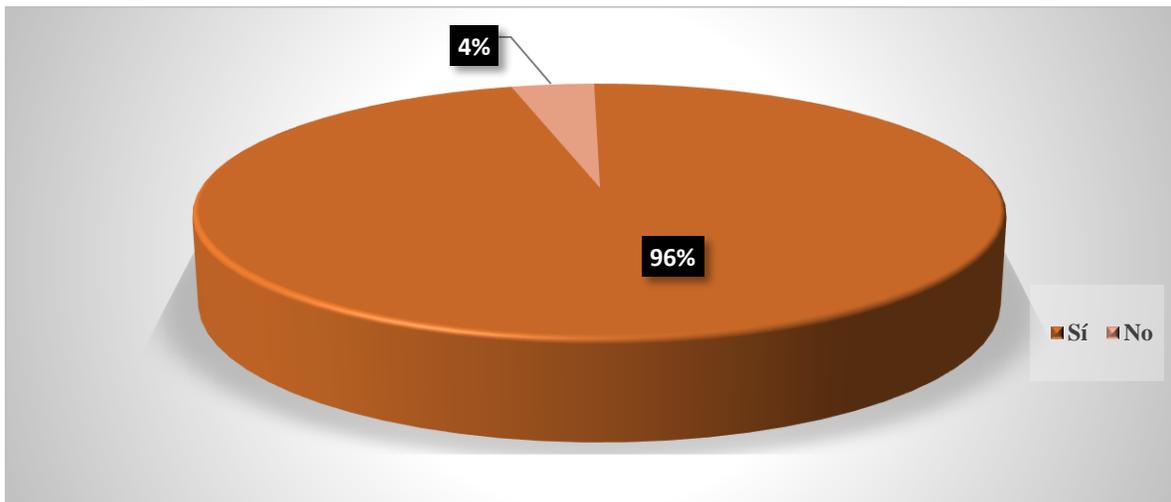
¿En cuánto al sabor como lo calificaría?



El sabor de sus pasteles es muy sabroso a como lo indica el grafico con el 90% del total de las personas encuestadas.

### Gráfica N° 17

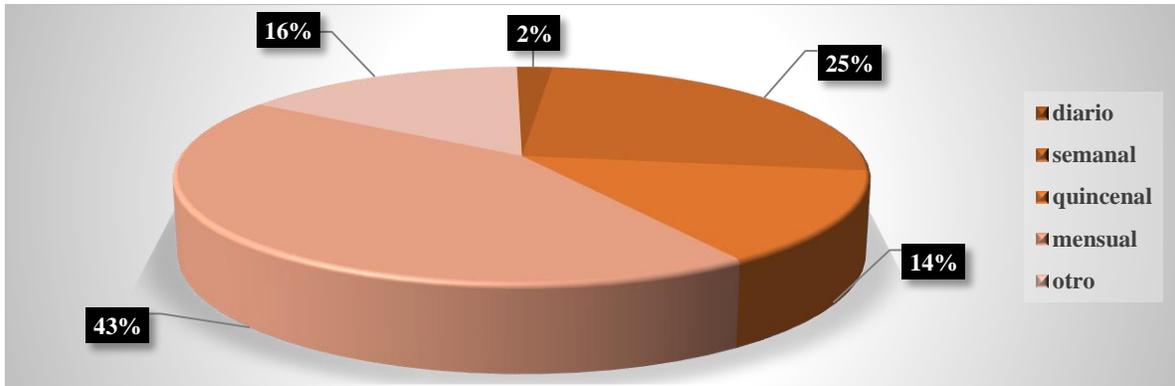
¿Le gustaría degustar el sabor napolitano en una pastelería?



En el siguiente gráfico se presenta la preferencia de cómo los clientes desean comprar el pastel napolitano con el 96%.

### Gráfica N° 18

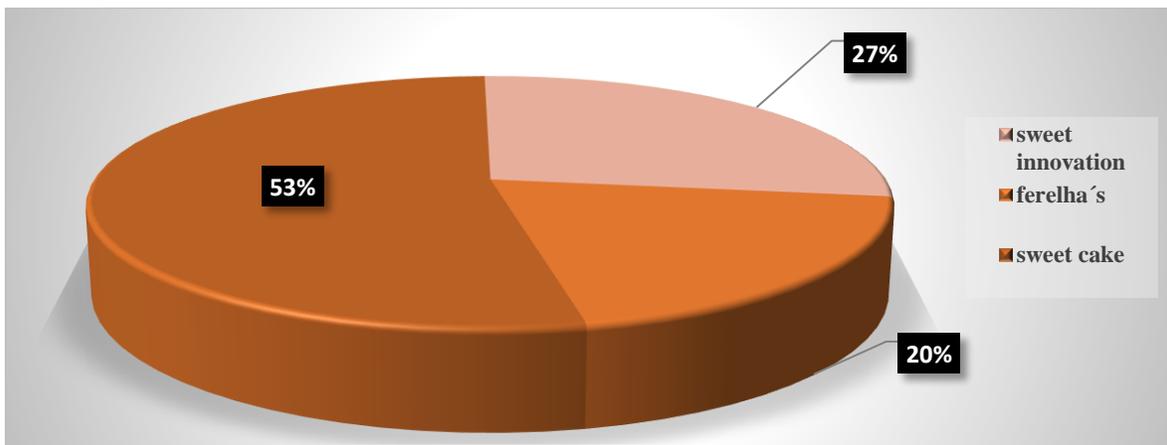
¿Con que frecuencia lo compraría?



La frecuencia de compra del pastel napolitano será mensualmente con el 43% y semanalmente con un 25%.

### Gráfica N° 19

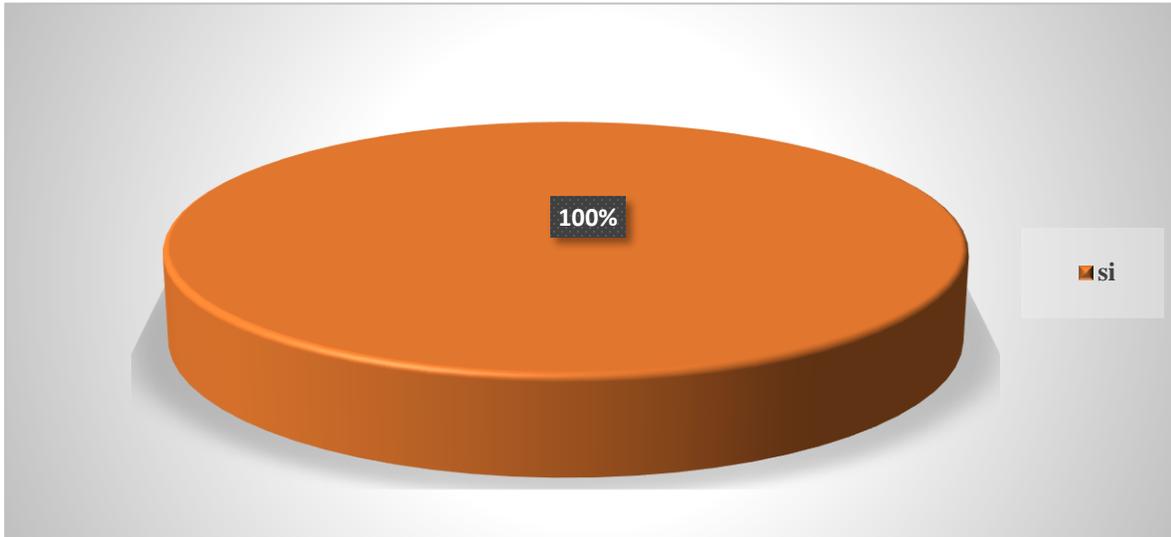
¿Cómo le gustaría que se llamara la pastelería?



Se había elegido 3 nombres de los cuales por medio de la aplicación de la encuesta y del gusto de los consumidores iban a elegir uno en este caso fue el nombre de “Sweet Cake” con el 53%.

### Gráfica N° 20

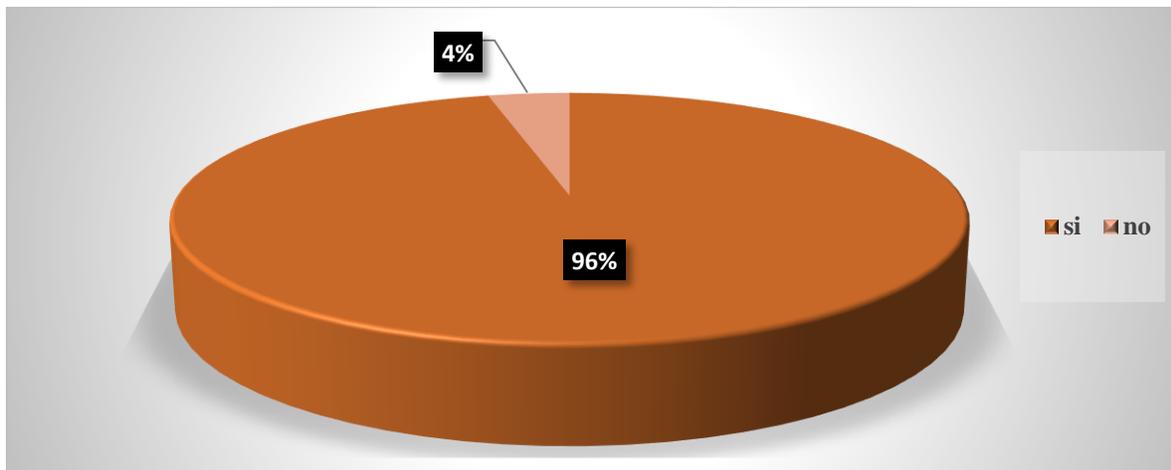
¿Visitaría el local para degustar el producto?



El 100 % de las personas encuestadas visitarían el local para así poder degustar el pastel.

### Gráfica N° 21

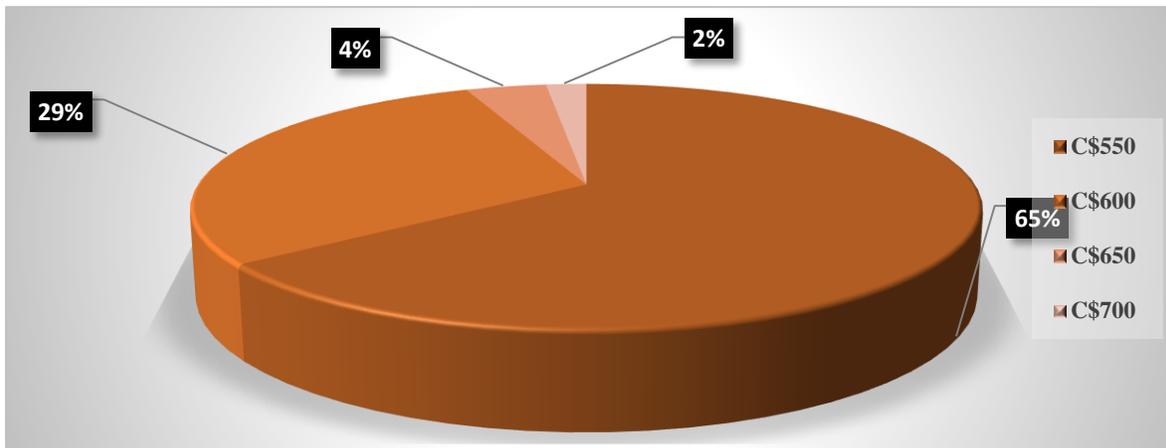
¿Le gustaría recibir los pasteles con un empaque sin un costo adicional?



El 96% dijo que si, puesto que en otras pastelerías les cobran por el empaque.

### Gráfica N° 22

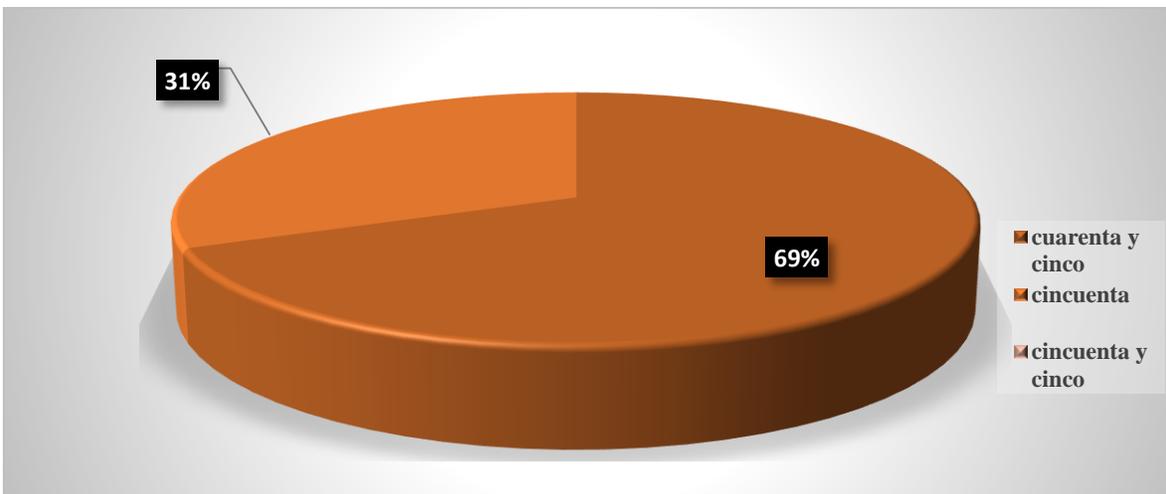
¿Cuál es el costo que considera ideal para pagar por una libra de pastel con sabor napolitano?



Están consiente de pagar 550 por libra y demostrando así un 65% de la población encuestada.

### Gráfica N° 23

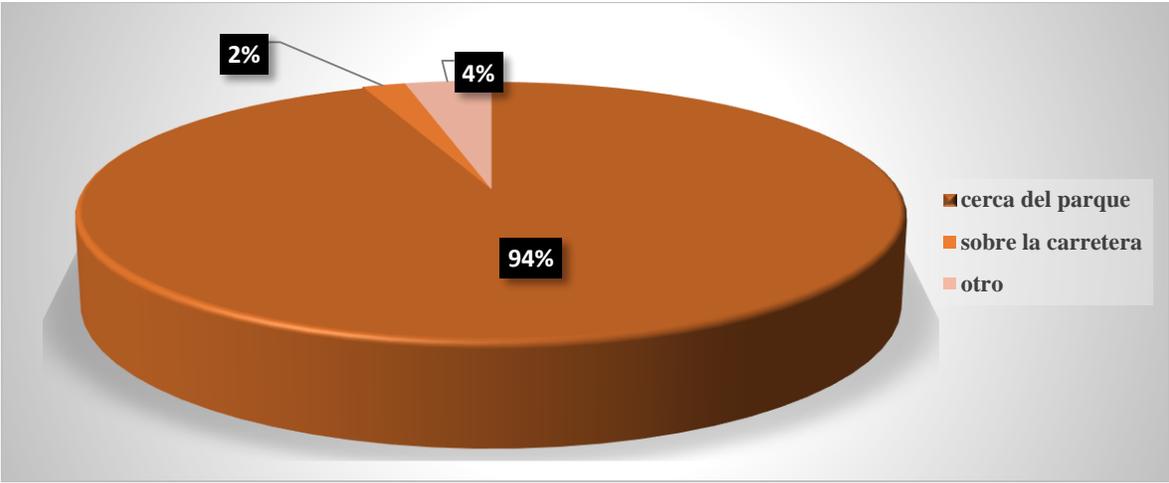
¿Cuánto pagaría por una porción de 30gr?



La pastelería “Sweet Cake” aparte de ofrecer el pastel de libra, ofrecerá la porción de 30gr, que tendrá un costo de 45 córdobas ya que por medio de la encuesta que se eligió el precio.

**Gráfica N° 24**

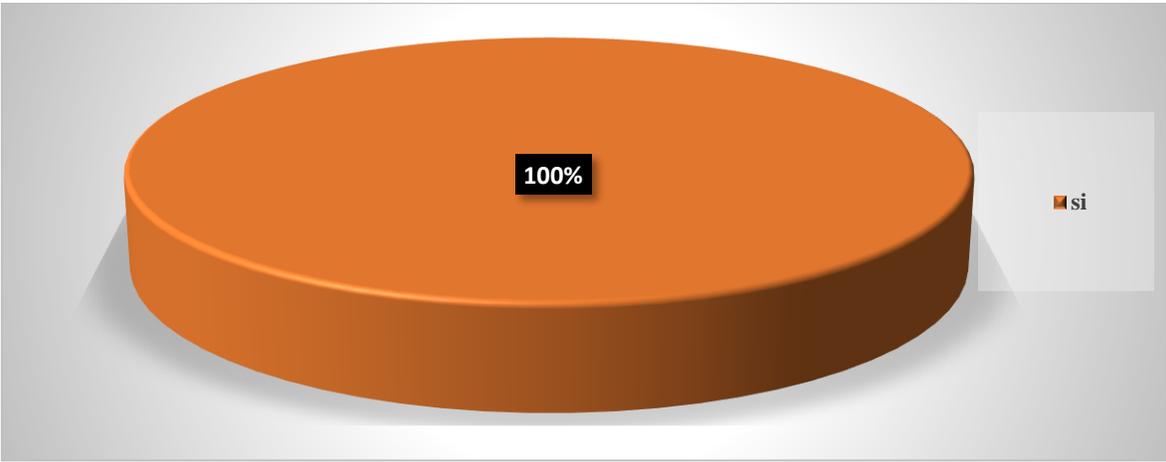
¿En qué lugar le gustaría que este ubicado la pastelería nueva?



Las encuestas fueron aplicadas en el municipio de Jinotepe, la muestra selecciono que el establecimiento se ubicara en el centro del municipio, cerca del parque con el 94% de preferencia.

**Gráfica N° 25**

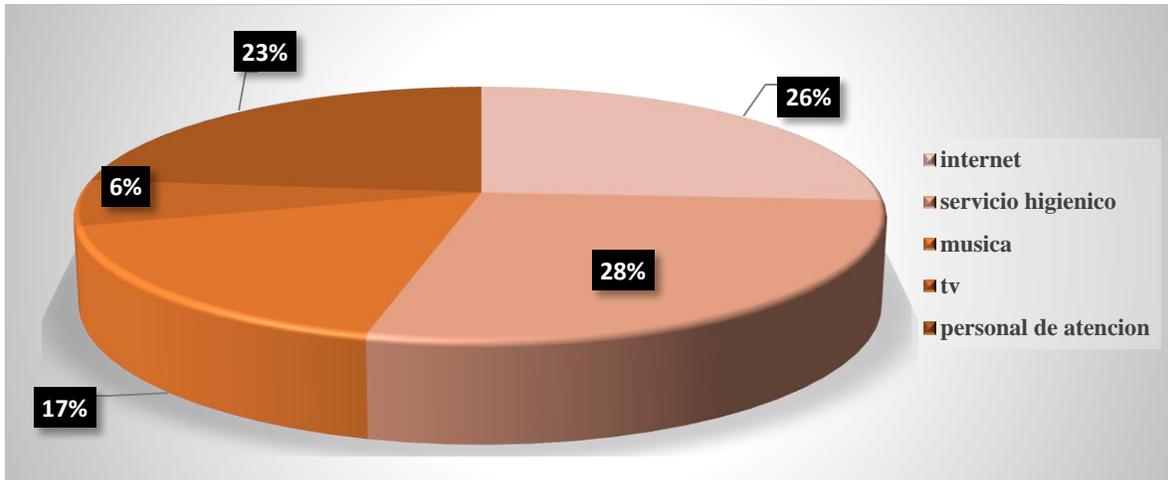
¿Le gustaría un establecimiento con las mejores condiciones para atender a los clientes?



El 100 % de las personas les gustaría estar en un establecimiento que preste las mejores condiciones.

### Gráfica N° 26

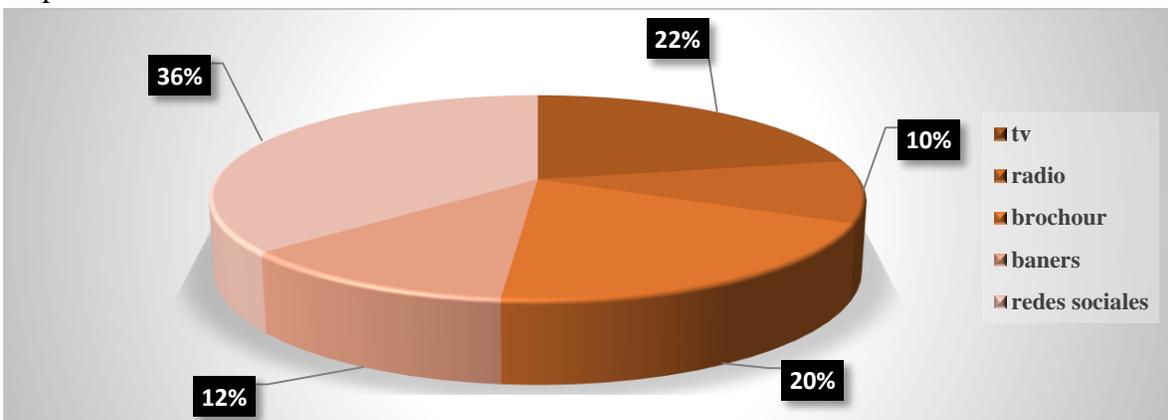
¿Qué elementos considera que debería tener el local?



Para la atención al cliente en el momento que vaya a comprar pastel napolitano es necesario tomar en cuenta los elementos que los clientes desean que se destaquen en el local son los servicios higiénicos eligiendo así para la mejora del local.

### Gráfica N° 27

¿En cuáles de los siguientes medios le gustaría conocer más acerca de la nueva pastelería y su producto?



Las personas prefieren que sea por redes sociales donde puedan conocer más de la pastelería y del producto obteniendo así un 36%

#### **Anexo No.4** Trabajo de campo

Encuestadores	N de encuesta
	52=
Daniela	18 Encuesta
Jennifer	17 Encuesta
Anjoly	17 Encuesta

La ubicación de aplicación de encuesta fue en: Parque central, Universidad, Calles principales, Casas.

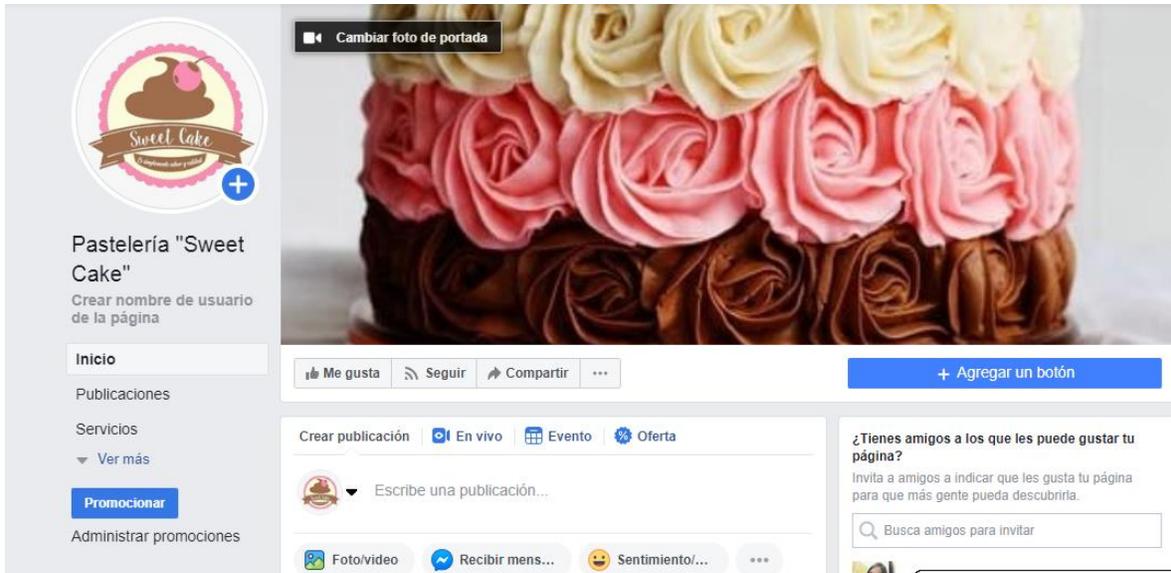
#### **Anexo N° 5** Procesamiento y análisis de la información.

El procesamiento de la información para la idea de negocio del pastel napolitano, se logró a través de programas estadístico como: IBM SPSS statistics, ahí se elaboró la base de datos, lo cual generó información de modo representativo la cual es cualitativa ya que describe elementos claves sobre preferencias específicas de los clientes y cuantitativa ya que refleja porcentajes sobre variables que ayudara a la ejecución del plan de negocio.

En Microsoft Excel se crearon gráficas de modo eficiente y objetivo del mismo modo se hizo uso de Microsoft Word para la redacción y presentación de resultados de modo descrito.

## Anexo No. 5 páginas web

### Facebook



### Instagram.



Pastelería Sweet Cake

**Anexo No. 6** Acta constitutiva.

**TESTIMONIO**

**ESCRITURA PÚBLICA NUMERO UNO (1) CONSTITUCIÓN DE MICROEMPRESA DENOMINADA SWEET CAKE.** En la ciudad de la Jinotepe, Departamento de Carazo, a las ocho de la mañana del día tres de abril del año dos mil diecinueve; **ANTE MÍ**, Julio Silva, Abogado y Notario Público de la República de Nicaragua, de este domicilio y residencia, debidamente autorizado para cartular por la Excelentísima Corte Suprema de Justicia durante un quinquenio que finaliza el día quince de abril del año dos mil veintidós; Comparecen las ciudadanas: **JENNIFER DE LOS ÁNGELES ABURTO TRAÑA**, mayor de edad, soltera, Licenciada en Banca y Finanzas, nicaragüense, quien se identifica con cédula de identidad número: Ocho Ocho Ocho guion Uno Uno Cero Seis Nueve Siete guion Cero Cero Cero Dos Letra "G" (**C.I. N° 888-110697-0002G**); **DANIELA MARCELA JIMENEZ AVILES**, mayor de edad, soltera, Licenciada en Banca y Finanzas, nicaragüense, quien se identifica con cédula de identidad número: Cero Cuatro Uno guion Uno Seis Cero Uno Nueve Siete guion Uno Cero Cero Cero Letra "P" (**C.I. N° 041-160197-1000P**); **ANJOLY SOLANGE GARCIA VELASQUEZ**, mayor de edad, soltera, Licenciada en Banca y Finanzas, nicaragüense, quien se identifica con cédula de identidad número: Ocho Ocho Ocho guion Uno Uno Cero Seis Nueve Siete guion Cero Cero Cero Dos Letra "G" (**C.I. N° 408-240197-0000C**); todas de este domicilio y residencia. Doy fe de conocer personalmente a las comparecientes quienes a mi juicio tienen la capacidad legal necesaria para obligarse y contratar y en especial para el otorgamiento de este acto en el que

Pastelería Sweet Cake

actúan en sus propios nombres y representación. Así, conjuntamente dicen que han convenido en organizarse como Microempresa de conformidad con las leyes de la República de Nicaragua y que al efecto por la presente Acta la constituyen sobre las bases y estipulaciones que se contienen en las cláusulas siguientes: **PRIMERA: RAZÓN SOCIAL.** La razón o firma social bajo la cual se registrarán los Sweet Cake proyecto de graduación 2019 Página 154 negocios de esta sociedad será la de " Sweet Cake", cuyo nombre se podrá usar en todas sus relaciones comerciales, con el público en general, instituciones bancarias y científicas, entes autónomos y gubernamentales, nacionales o extranjeros. **SEGUNDA: DOMICILIO.** La sociedad tendrá su domicilio en el Municipio de Jinotepe, sin perjuicio de instalar negocios o sucursales en cualquier lugar de la República o fuera de ella. **TERCERA: OBJETO.** La sociedad tiene por objeto principal producir y comercializar pastel napolitano para personas que comprenden de 18 años de edad a más. **CUARTA: CAPITAL SOCIAL.** El capital de la sociedad es la suma de doscientos mil (200,000.00). La aportación de cada uno de los socios será: sesenta y seis mil seiscientos sesenta y seis con sesenta y siete centavos (**C\$ 66,666.67**), Este será utilizado para la compra de activos fijos y el pago de gastos de instalación, salario de los empleados, obligaciones patronales, prestaciones sociales, compra de materia prima, pago de alquiler del local (servicios básicos incluidos) y publicidad. **QUINTA: ADMINISTRACIÓN.** La dirección y administración estará a cargo de un representante legal, Jennifer de los Ángeles Aburto Traña Licenciada en Banca y Finanzas, quien se identifica con cédula de identidad número 088-110697-0002G con Plan de Negocio de Sweet Cake, con domicilio en la ciudad de Jinotepe, en el departamento de Carazo, quien velará por el buen funcionamiento, crecimiento y

desarrollo del negocio de emprendimiento. **SEXTA: REPRESENTACIÓN.** La representación será ejercida por un administrador quien será el representante de la micro empresa, con responsabilidad ilimitada tanto judicial como extrajudicialmente.

**SEPTIMA: EJERCICIO ECONÓMICO Y BALANCE.** Las cuentas de la sociedad se llevarán por partida doble, con todos los requisitos de ley, en los libros exigidos por la misma, además del libro de inscripciones de las acciones nominativas. **OCTAVA: UTILIDADES.** Para determinar el monto de las utilidades netas de la sociedad en cada ejercicio se deducirán las cantidades correspondientes a los siguientes renglones: a) Los gastos generales de administración, ventas y producción. b) Las sumas destinadas a los impuestos que graven las operaciones o bienes sociales que la ley exija pagar. c) Las partidas necesarias para la amortización de sus activos sujetos a depreciación. d) Cualquiera otra que corresponda hacer conforme la ley o la técnica contable. El saldo resultante determinará las utilidades, mismas que se distribuirán en la forma que acuerde la sociedad colectiva, participarán de utilidades después del tercer año de la ejecución del negocio innovador. Las acciones transmitidas así gozarán del derecho de preferencia establecido en los documentos sociales. Así se expresaron las comparecientes bien instruidas por mí, el Notario, acerca del valor, alcance y trascendencia legal de este acto, de su objeto, de las cláusulas generales que aseguran su validez, de las especiales que contiene y de las que envuelven renunciaciones y estipulaciones. Doy fe de haber advertido a los comparecientes de la obligación de inscribir el testimonio que de ésta se libre, en el Registro Mercantil correspondiente. Leída íntegramente toda esta escritura a los otorgantes, la encontraron conforme, la aprueban y ratifican en todas y cada una de sus partes y firman todos juntos conmigo, el Notario, que doy fe de todo lo

relacionado. Así pasó ante mí, del frente del folio número cinco al frente del folio número ocho, de mi PROTOCOLO NÚMERO VEINTICINCO, que llevo en el corriente año y a solicitud de los señores miembros de la Microempresa, libro este primer testimonio, en cuatro hojas Sweet Cake, en Cuatro (4) Páginas útiles de papel sellado que rubrico, firmo y sello, en el Municipio de Jinotepe, a las once y media de la mañana del día tres de abril del dos mil diecinueve.

**Dr. Julio Silva**

**Abogado y Notario Público**

**Anexo No. 7 Nómina mensual**

Pastelería "Sweet Cake"											
Area de Produccion											
N°	Cargo	salario bruto	INNS laboral	Salario Neto	vacaciones	Aguinaldo	13vo mes	Neto a Recibir	INNS patronal	INATEC	Total Gasto
1	Pastelero	C\$ 5,615.75	C\$ 393.10	C\$ 5,222.65	C\$ 435.05	C\$ 435.05	C\$ 435.05	C\$ 6,527.79	C\$ 1,207.39	C\$ 112.32	C\$ 1,319.70
	<b>TOTAL</b>	<b>C\$ 5,615.75</b>	<b>C\$ 393.10</b>	<b>C\$ 5,222.65</b>	<b>C\$ 435.05</b>	<b>C\$ 435.05</b>	<b>C\$ 435.05</b>	<b>C\$ 6,527.79</b>	<b>C\$ 1,207.39</b>	<b>C\$ 112.32</b>	<b>C\$ 1,319.70</b>

Area de administracion y ventas											
N°	Cargo	salario bruto	INNS laboral	Salario Neto	vacaciones	Aguinaldo	13vo mes	Neto a Recibir	INNS patronal	INATEC	Total Gasto
1	vendedor	C\$ 5,615.75	C\$ 393.10	C\$ 5,222.65	C\$ 435.05	C\$ 435.05	C\$ 435.05	C\$ 6,527.79	C\$ 1,122.87	C\$ 104.45	C\$ 1,227.32
	administrador	C\$ 5,615.75	C\$ 393.10	C\$ 5,222.65	C\$ 435.05	C\$ 435.05	C\$ 435.05	C\$ 6,527.79	C\$ 1,122.87	C\$ 104.45	C\$ 1,227.32
	<b>TOTAL</b>	<b>C\$ 11,231.50</b>	<b>C\$ 786.21</b>	<b>C\$ 10,445.30</b>	<b>C\$ 870.09</b>	<b>C\$ 870.09</b>	<b>C\$ 870.09</b>	<b>C\$ 13,055.57</b>	<b>C\$ 2,245.74</b>	<b>C\$ 208.91</b>	<b>C\$ 2,454.64</b>

INATEC	2%
INSS LABORAL	7%
INSS PATRONAL	21.5%
VACACIONES	8.33%
AGUINALDO	8.33%
INDEMNIZACION	8.33%

Pastelería Sweet Cake

**MODELO CANVAS.**

<p><b>Asociados Claves</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores de materia prima</li> <li>• Proveedor de mobiliario y maquinaria</li> <li>• Servicios de encargos de pasteles</li> </ul>	<p><b>Actividades Claves</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Compra de materia prima</li> <li>• Diseño de producto de acuerdo con la necesidad del cliente</li> <li>• Venta del producto</li> <li>• Relaciones públicas y mercadología</li> <li>• Capacitación del personal</li> </ul>	<p><b>Propuesta de Valor</b></p> <p>Personalización de productos de pastelería mediante la aplicación de técnicas de decoración para brindar nuestros pasteles de sabor napolitano, buscando ser la única pastelería en Carazo que ofrezca este sabor y mostrarles a todos los consumidores la calidad de los pasteles.</p>	<p><b>Relación con los Clientes</b></p> <p>Asistencia exclusiva con el personal, clientes, telefonía y redes sociales.</p>	<p><b>Segmento de clientes.</b></p> <p>Hombre y mujeres de cualquier edad que radiquen en el municipio de Jinotepe con, nivel adquisitivo medio-alto, alto.</p> <p>Les agradecería recibir degustación de los productos para poder comprar.</p>
<p><b>Recursos claves</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Materia prima con calidad requerida</li> <li>• Personal con experiencia en pasteles.</li> <li>• Ahorros personales, apalancamiento de socios.</li> </ul>			<p><b>Canales</b></p> <p><b>De comunicación:</b> medios de contacto: redes sociales, teléfono, brochure.</p> <p><b>De distribución:</b> Canal de Marketing directo los productos se venden directamente a los consumidores por medio de encargos.</p>	
<p><b>Estructuras de Costos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Inicio:</b> maquinaria y equipo, adecuación de las instalaciones, artículos de oficinas, limpiezas.</li> <li>• <b>Fijos:</b> Mano de obra, Luz, material de limpieza.</li> <li>• <b>Variables:</b> Materia prima directa, gas, materiales, impresiones.</li> </ul>			<p><b>Vías de ingreso</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas de productos terminados (PASTELES)</li> <li>• Ventas de gaseosas, café.</li> </ul>	

**Anexo No. 9** Distribución de la planta.

Ilustración N° 12 parte de adelante



Fuente: Equipo investigador

Ilustración N° 13 Toda el área de negocio



Fuente: Equipo investigador

Ilustración No. 14 vista superior.



Pastelería Sweet Cake

## Anexo No.10 Proceso de elaboración del pastel

### Recepción de materia prima



### Preparación de Mezcla



### Horneada



Rebano y Relleno



Decorado.

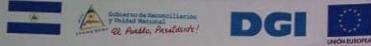


Verificación y Fin del proceso



Pastelería Sweet Cake

# Anexo No. 11 Brochure de la DGI




### ANEXO REQUISITOS ADICIONALES PARA LA INSCRIPCIÓN EN EL RUC DE ACUERDO AL TIPO DE PERSONA JURÍDICA

Comerciantes o Sociedades Mercantiles.	Certificación de inscripción del Registro Público Mercantil.
Asociaciones/Fundaciones/Federaciones y Confederaciones sin fines de lucro.	Copia de La Gaceta, Diario Oficial, con publicación de la Persona Jurídica aprobada por la Asamblea Nacional. Certificado de inscripción extendido por el Ministerio de Gobernación.
Cooperativas	Certificación de inscripción emitido por el Ministerio de la Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (MECCA).
Alcaldías municipales	Copia de La Gaceta, Diario Oficial, donde se publica que la localidad fue elevada a la categoría de Municipio.
Asociaciones de Pobladores (De acuerdo con la Ley 475 Ley de Participación Ciudadana)	Certificación de la Alcaldía municipal correspondiente.
Asociaciones Sindicales	Certificación de inscripción emitida por el Ministerio del Trabajo.
Otros Tipos de Organismos	Conforme Ley Específica de cada materia.
Centros de Educación (Primaria y Secundaria)	Acreditación extendida por el Ministerio de Educación.
Universidades	Acreditación extendida por el Consejo Nacional de Universidades.
Concesiones Mineras y de Pesca	Licencia de operaciones extendida por el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio MIFIC.
Máquinas Tragamonedas	Permiso de Operación de Máquinas Tragamonedas extendido por la Policía Nacional y Aval de MHCP.
Casinos	Permiso de funcionamiento de Casinos extendido por la Policía Nacional y Título de Licencia otorgado por MHCP.
Zonas Francas Industriales	Certificado emitido por la Comisión Nacional de Zonas Francas.
Asociaciones Comerciales Momentáneas o Temporales	Acta constitutiva debidamente registrada en el Registro Público Mercantil.
Organismos Estatales	Ley No. 290 Ley de Organización, Competencia y Procedimiento del Poder Ejecutivo o Ley Creadora.

### REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN (RUC)

**¿QUÉ ES EL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES?**  
El Registro Único de Contribuyentes denominado simplemente RUC, se creó conforme el Decreto No. 850 "LEY CREADORA DEL REGISTRO ÚNICO", publicado en La Gaceta, Diario Oficial No. 246 del 30 de octubre de 1981, con la finalidad de adjudicar un código que identifique a los contribuyentes registrados ante la DGI.

**¿QUIÉNES DEBEN INSCRIBIRSE?**  
Las personas naturales por la naturaleza de sus negocios y las jurídicas, sean estas privadas o públicas, independientemente de su naturaleza.

**¿DÓNDE INSCRIBIRSE?**  
Debe inscribirse en la Administración de Rentas o Agencia Fiscal más cercana a su domicilio.

**TIPOS DE RÉGIMEN FISCAL**

**Régimen General:** aplican personas jurídicas en general y las personas naturales con ingresos mayores a los establecidos para el régimen simplificado.

**Régimen simplificado o cuota fija:** aplican solamente personas naturales de acuerdo a los ingresos presuntos por la Ley.

*Pagando tod@s, hacemos Más!!!*



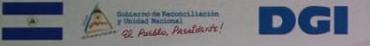
FE,  
FAMILIA  
Y COMUNIDAD!

CRISTIANA, SOCIALISTA, SOLIDARIA!  
DIRECCIÓN GENERAL DE INGRESOS  
Costado Norte de Catedral Metropolitana  
2248-9999 www.dgi.gob.ni



FE,  
FAMILIA  
Y COMUNIDAD!

CRISTIANA, SOCIALISTA, SOLIDARIA!  
DIRECCIÓN GENERAL DE INGRESOS  
Costado Norte de Catedral Metropolitana  
2248-9999 www.dgi.gob.ni




### PERSONAS JURÍDICAS:

• *Requisitos en original y copia*

- Fotocopia certificada del acta constitutiva y sus estatutos, debidamente inscritos en el registro correspondiente (ver anexo requisitos adicionales).
- Documentos de identificación y domicilio del representante legal de la Persona Jurídica, conforme se indica en los numerales 2 y 3 de los requisitos para Persona Natural.
- Cuando se trate de organismos no gubernamentales extranjeros con estatus de misión internacional de cooperación: certificado de legalidad otorgado por el Ministerio de Relaciones Exteriores.
- En los casos de acuerdos de cooperación entre instituciones de estado y organismos internacionales: convenio marco.
- Poder especial de representación, en caso que sea una tercera persona quien realice el trámite.
  - Una vez cotejadas las fotocopias, se devuelven los documentos originales.

### PERSONA NATURAL (RUC - ADMINISTRATIVO):

Aplica para personas naturales que realizan actos eventuales. Los requisitos son los siguientes:

- Documento de identificación ciudadana.
- De acuerdo al tipo de trámite:

Tipo de Trámite	Requisito
Importación de vehículo usado (particular o cooperado).	Inspección vehicular (DGA), debidamente sellada por el Agente Aduanero.
Importación de mercadería para uso no comercial	Informe de mercadería recibida en almacén (IMRA).
Menaje de casa	* Carta de Cónsul del país de procedencia, solicitando exoneración a la DGA. * Listado de menaje de casa, debidamente sellado por el Cónsul correspondiente.
Exportación Eventual	Documento emitido por el CETREX.

### PERSONA NATURAL (RÉGIMEN GENERAL Y CUOTA FIJA)

- Tener la edad de 18 años cumplidos.
- Documento de identificación:

**Cédula de identidad ciudadana.**  
**Nacionales residentes en el exterior:** pasaporte y/o cédula de residencia.

**Extranjeros:** pasaporte y/o cédula de residencia, extendido por la autoridad competente.

• Documentos para hacer constar el domicilio fiscal.  
• Uno de los siguientes facturas de servicios básicos: agua, teléfono o contrato de arriendo. En caso de que las facturas mencionadas no estén a nombre del solicitante, las personas naturales inscritas en el régimen general deben presentar constancia emitida por el dueño del local debidamente notariada, o constancia simple para los que opten al régimen de cuota fija.

- Poder especial de representación, en caso que sea una tercera persona quien realice el trámite para el régimen general y poder en escrito simple para el régimen de cuota fija.

Si tiene dudas, consulte a nuestros técnicos del Centro de Asistencia Tributaria (CAT) al 22489998.

*La presente publicación ha sido elaborada con la asistencia de la Unión Europea, en el marco del Proyecto Apoyo a la Gestión Fiscal. El contenido de la misma es responsabilidad exclusiva de la DGI y en ningún caso debe considerarse que refleja los puntos de vista de la Unión Europea.*

*Pagando tod@s, hacemos Más!!!*



FE,  
FAMILIA  
Y COMUNIDAD!

CRISTIANA, SOCIALISTA, SOLIDARIA!  
DIRECCIÓN GENERAL DE INGRESOS  
Costado Norte de Catedral Metropolitana  
2248-9999 www.dgi.gob.ni



FE,  
FAMILIA  
Y COMUNIDAD!

CRISTIANA, SOCIALISTA, SOLIDARIA!  
DIRECCIÓN GENERAL DE INGRESOS  
Costado Norte de Catedral Metropolitana  
2248-9999 www.dgi.gob.ni

Anexo No. 12 Solicitud de Matricula

 <p>ALCALDÍA MUNICIPAL DE JINOTEPE "ESTAMOS DESARROLLANDO JINOTEPE PARA BENEFICIO DE TODOS" DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA</p>	 <p>Alcaldía de Jinotepe Por un Buen Gobierno</p>						
<table border="1" style="border-collapse: collapse;"><tr><td style="padding: 2px;">DIA</td><td style="padding: 2px;">MES</td><td style="padding: 2px;">AÑO</td></tr><tr><td style="height: 20px;"></td><td></td><td></td></tr></table>	DIA	MES	AÑO				<h2>SOLICITUD DE MATRICULA</h2> <p>RUC: J1330000035088</p> <p style="color: red; font-weight: bold;">Nº 1135</p>
DIA	MES	AÑO					
<b>I. DATOS PERSONALES DEL CONTRIBUYENTE.</b>							
Nombre o Razón Social: _____							
RUC: _____ Cédula _____							
Dirección del negocio: _____							
N.º de teléfono del negocio: _____ Fax _____							
Correo electrónico: _____							
Nombre del comercio (conocido como): _____							
Nombre del propietario: _____							
Dirección del propietario: _____							
<b>II. ACTIVIDAD ECONÓMICA.</b>							
Nombre de la actividad: _____							
Monto de inversión inicial: _____							
Modalidad de pago: _____							
Ingreso mensual por ventas, servicios y otros conceptos: _____							
Observaciones: _____							
<b>III. OTROS IMPUESTOS Y TASAS ANUALES</b>							
RÓTULO N.º _____ DIMENSIÓN: _____							
Bienes Inmuebles N.º de registro: _____							
Rodamiento: Tipo de vehículo: _____ Placa: _____							
Rampas (mts) _____ Reservas de aparcamiento (mts) _____							
<input type="checkbox"/> Basura <input type="checkbox"/> Tramo en mercado <input type="checkbox"/> Cementerio <input type="checkbox"/> Fierros <input type="checkbox"/> Otros							
_____ Firma del contribuyente.							
Presunción de Verdad.							
<p>Las funciones que desarrolla la Administración Pública Municipal, están sujetas al principio de presunción de veracidad, que rige en las relaciones de aquella, con sus funcionarios, servidores y con el público, y que consiste en suponer que las personas dicen la verdad. Este principio de credibilidad en el contribuyente, se expresa en los datos que registra en los formularios oficiales. La presunción de veracidad admite prueba en contrario.</p>							
<small>30B. 100H. N° 0001 - 3000 04/2015</small>							

Pastelería Sweet Cake

**Anexo No. 13** Gastos de venta

<b>Cedula N°2 Gastos de ventas</b>														
<b>Expresado en Córdoba C\$</b>														
<b>Gastos de ventas</b>		<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Año 1</b>
Salarios	5222.65	5222.65	5222.65	5222.65	5222.65	5222.65	5222.65	5222.65	5222.65	5222.65	5222.65	5222.65	5222.65	62671.77
Aguinaldo	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	5220.56
Vacaciones	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	5220.56
Indemnización	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	435.05	5220.56
Inss laboral	393.10	393.10	393.10	393.10	393.10	393.10	393.10	393.10	393.10	393.10	393.10	393.10	393.10	4717.23
Gastos básicos	167.50	167.50	167.50	167.50	167.50	167.50	167.50	167.50	167.50	167.50	167.50	167.50	167.50	2010.00
Medidas promocionales	193.33	193.33	193.33	193.33	193.33	193.33	193.33	193.33	193.33	193.33	193.33	193.33	193.33	2320.00
Publicidad	1640.00	440.00	440.00	1640.00	440.00	440.00	1640.00	440.00	440.00	1640.00	440.00	440.00	1640.00	10080.00
Amortización de estudio de mercado	159.33	159.33	159.33	159.33	159.33	159.33	159.33	159.33	159.33	159.33	159.33	159.33	159.33	1912.00
Alquiler de local	984.00	984.00	984.00	984.00	984.00	984.00	984.00	984.00	984.00	984.00	984.00	984.00	984.00	11808.00
Amortización de gastos de instalación	166.67	166.67	166.67	166.67	166.67	166.67	166.67	166.67	166.67	166.67	166.67	166.67	166.67	2000.00
Depreciación de mob y equipo	225.00	225.00	225.00	225.00	225.00	225.00	225.00	225.00	225.00	225.00	225.00	225.00	225.00	2700.00
<b>Total Gastos de Venta</b>	<b>10456.72</b>	<b>9256.72</b>	<b>9256.72</b>	<b>10456.72</b>	<b>9256.72</b>	<b>9256.72</b>	<b>10456.72</b>	<b>9256.72</b>	<b>9256.72</b>	<b>10456.72</b>	<b>9256.72</b>	<b>9256.72</b>	<b>10456.72</b>	<b>115880.68</b>

**Anexo N0. 14 Mano de Obra**

Cedula N°3 Mano de obra directa													
Mano de Obra Directa	Ene.	Feb.	Mar.	Abril	Mayo	Jun.	Jul.	Ago.	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Año1
Pastelero	6974.44	6974.44	6974.44	6974.44	6974.44	6974.44	6974.44	6974.44	6974.44	6974.44	6974.44	6974.44	83693.30
<b>Total de Mano de obra directa</b>	<b>6974.44</b>	<b>83693.30</b>											

**Anexo No.15 Materia Prima**

Pastelería "Sweet Cake"													
Proyección de materia Prima (Libras)													
Expresado en Córdoba													
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Total
Materia Prima	18,054.40	23,470.72	18,776.58	15,797.60	21,326.76	19,747.00	16,926.00	21,439.60	22,568.00	22,568.00	25,727.52	33,626.32	260,028.50
<b>Total</b>	<b>18,054.40</b>	<b>23,470.72</b>	<b>18,776.58</b>	<b>15,797.60</b>	<b>21,326.76</b>	<b>19,747.00</b>	<b>16,926.00</b>	<b>21,439.60</b>	<b>22,568.00</b>	<b>22,568.00</b>	<b>25,727.52</b>	<b>33,626.32</b>	<b>260,028.50</b>

Pastelería "Sweet Cake"													
Proyección de materia Prima (Trozos)													
Expresado en Córdoba C\$													
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Total
Materia Prima	3526.25	6107.47	4372.55	5430.43	6135.68	6347.25	5698.42	5077.80	5106.01	5232.96	5613.79	6347.25	64995.84
<b>Total</b>	<b>3526.25</b>	<b>6107.47</b>	<b>4372.55</b>	<b>5430.43</b>	<b>6135.68</b>	<b>6347.25</b>	<b>5698.42</b>	<b>5077.80</b>	<b>5106.01</b>	<b>5232.96</b>	<b>5613.79</b>	<b>6347.25</b>	<b>64995.84</b>

Pastelería Sweet Cake

**Anexo No. 16 CIF**

<b>Cedula N° 4 CIF</b>													
<b>Costos indirectos de fabricación</b>													
<b>Expresado en Córdoba C\$</b>													
<b>Costos Fijos</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Año 1</b>
Gastos básicos	835.00	835.00	835.00	835.00	835.00	835.00	835.00	835.00	835.00	835.00	835.00	835.00	10020.00
Alquiler del local	1968.00	1968.00	1968.00	1968.00	1968.00	1968.00	1968.00	1968.00	1968.00	1968.00	1968.00	1968.00	23616.00
Depreciaciones de las maquinas	269.17	269.17	269.17	269.17	269.17	269.17	269.17	269.17	269.17	269.17	269.17	269.17	3230.00
Enseres de Producción	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
Mantenimiento	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	1200.00
Amortización de herramientas	455.58	455.58	455.58	455.58	455.58	455.58	455.58	455.58	455.58	455.58	455.58	455.58	5467.00
Amortización de gasto de instalación	222.22	222.22	222.22	222.22	222.22	222.22	222.22	222.22	222.22	222.22	222.22	222.22	2666.67
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>3849.97</b>	<b>3849.97</b>	<b>3849.97</b>	<b>3849.97</b>	<b>46199.67</b>								
<b>Costos Variables</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Año 1</b>
Materia prima indirecta (Libras)	<b>3691.20</b>	<b>4798.56</b>	<b>3838.85</b>	<b>3229.80</b>	<b>4360.23</b>	<b>4037.25</b>	<b>3460.50</b>	<b>4383.30</b>	<b>4614.00</b>	<b>4614.00</b>	<b>5259.96</b>	<b>6874.86</b>	<b>53162.51</b>
Materia prima indirecta (Trozos)	465.00	805.38	576.60	716.10	809.10	837.00	751.44	669.60	673.32	690.06	740.28	837.00	8570.88
<b>Total Costos Variables</b>	<b>4156.20</b>	<b>5603.94</b>	<b>4415.45</b>	<b>3945.90</b>	<b>5169.33</b>	<b>4874.25</b>	<b>4211.94</b>	<b>5052.90</b>	<b>5287.32</b>	<b>5304.06</b>	<b>6000.24</b>	<b>7711.86</b>	<b>61733.39</b>
<b>Total</b>	<b>8006.17</b>	<b>9453.91</b>	<b>8265.42</b>	<b>7795.87</b>	<b>9019.30</b>	<b>8724.22</b>	<b>8061.91</b>	<b>8902.87</b>	<b>9137.29</b>	<b>9154.03</b>	<b>9850.21</b>	<b>11561.83</b>	<b>107933.05</b>

Pastelería Sweet Cake