



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 licenciatura en Banca y Finanzas.

Tema: Proyectos de Innovación y Emprendimiento en el departamento de Carazo, en el periodo del II semestre del año 2018.

Subtema: Propuesta de plan de emprendimiento para la micro empresa “Sunset” Mix coffe, licor cremoso con café, ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre académico del año 2018.

Autores:

Carnét:

Br. Arana Silva Carlos Ismael

14 – 09108 – 0

Br. Guevara Díaz José Sebastián

14– 09093 - 7

Br. Ramos Gutiérrez Elier Isaac

14 – 09337 – 9

Tutor:

Lic. Luis Alberto Acuña Ramírez

Jinotepe, abril del año 2019.

I. Carta aval



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	Arana Silva Carlos Ismael	14 - 09108 - 0
2	Guevara Diaz José Sebastián	14 - 09093 - 7
3	Ramos Gutiérrez Elier Isaac	14 - 09337 - 9

Siendo el subtema: Propuesta de plan de emprendimiento para la micro empresa “Sunset” Mix coffe, licor cremoso con café, ubicada 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. Luis Alberto Acuña Ramírez
Tutor de Proyectos de Graduación

Cc/ Archivo

¡A la libertad por la Universidad!

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

II. Dedicatoria y agradecimiento

Damos infinitamente gracias a Dios todo poderoso, por regalarnos sabiduría para culminar esta etapa de nuestra vida. Gracias a las personas que han sido un apoyo durante el transcurso de mis estudios universitarios.

Agradecemos grandemente a nuestra familia, por ayudarnos en nuestros estudios, regalándonos sus consejos y la fortaleza para seguir adelante.

Un agradecimiento especial a todo el equipo de docentes que han estado a nuestro lado, durante estos 5 años de carrera universitaria brindándonos la paciencia, apoyo y sobre todo su tiempo para la realización de este sueño, de superación en esta etapa de nuestra vida. Igualmente agradezcamos a nuestra querida alma mater, por habernos abierto sus puertas y guiarnos por el sendero de los conocimientos necesarios para concluir mi carrera.

Y a nuestros compañeros que han estado en todo este tiempo a nuestro lado apoyándonos en toda la jornada universitaria.

Resumen ejecutivo

Sunset es una microempresa de producción y comercialización del licor cremoso sabor café, que nace con el objetivo de desarrollar nuevos productos en el área de licores cremosos, que rompan con los esquemas de los licores tradicionales, los cuales son: el sabor y la experiencia amarga que se siente al ingerir este tipo de bebidas, tomando en cuenta la opinión de las personas que han disgustado el producto, se desarrolló un licor cremoso de café.

Este licor cremoso de café recibe el nombre de Mix Coffee, porque reúne los mejores ingredientes como el café y el cacao, en una combinación perfecta, con un nivel del 7% de alcohol considerado un nivel muy bajo, y dulce de leche que posee una preparación artesanalmente para obtener el sabor dulce distintivo de Mix Coffee, dando como resultado un sabor muy intenso de café.

Al realizar un adecuado estudio de mercado, en el casco urbano de Jinotepe, a través de la degustación y aplicación de encuesta, existe un nivel de aceptación del 95% del producto y la evaluación técnica, para la creación de la microempresa **Sunset**, indica la factibilidad y viabilidad ya que los equipo para la producción, son de uso casero, con respecto a la materia prima es de fácil acceso con una gran gama de distribuidores en el mercado local donde se desarrolla el proyecto.

Los estudios financieros para evaluar el rendimiento del proyecto, tomando en consideración los costos de creación e instalación de la empresa y fabricación del producto, resulta de un rendimiento final del 30%, teniendo un costo de producción por botella de C\$ 69.00 un precio de venta de C\$ 90.00, demostrando la rentabilidad del proyecto.

Índice

Contenido

1.1. Solución	1
1.2 Diseño o Modelo en 3D	2
1.3 Modelo 3D de la instalación de la microempresa Sunset.	3
1.4 Oportunidad en el Mercado.....	4
1.4.1 Cálculo de la muestra	4
1.4.2 Definición de parámetro de validación	5
1.4.3 Demanda Insatisfecha	8
1.5 Propuesta de valor	9
1.6 Ciclo del Proyecto.....	10
1.7 Presupuesto detallado	14
Plan de Negocios	26
• 2. Estudio de Mercado	26
2.2 Ubicación Geográfica del Proyecto	26
Análisis e Interpretación de los resultados	27
2.2 Aspectos Demográficos.....	27
2.3 Aspectos de Demanda.....	30
2.5 Aspecto de Oferta	32
2.6 Precio de venta.....	35
2.6.1 Proyección de ventas	36
2.7 Aspecto de Cliente	38
2.7.1 Estrategia comercial.....	39
2.7.2 Estrategia de PUSH.....	40
2.7.3 Estrategia de PULL.....	40
2.7.4 Estrategia de Empuje	40
2.7.4 Canal de distribución directo	41
2.7.5 Canal de Distribución Indirecto.....	41
3. Plan de Producción.....	43
3.1 <i>Tamaño del proyecto</i>	43
3.2 <i>Términos y condiciones de la compra de equipos</i>	46
3.2.1 <i>Forma de pago</i>	47
3.2.2 <i>Inspección</i>	47

3.2.3	Garantía	47
3.2.4	Capacidad Instalada	48
3.3	Flujo grama para la elaboración de Mix Coffee.	49
3.4	Capital Fijo Vida Útil del Capital Fijo.....	52
3.4.1	Vida Útil del Capital Fijo	53
3.4.2	Mano de obra, su costo, disponibilidad y productividad	54
3.4.3	Gastos Administrativos	58
4.	Plan de Organización	59
4.1	Aspecto legal	59
4.2	<i>Procedimientos para constituir y legalizar la Empresa.</i>	63
4.3	<i>Aspectos organizacionales</i>	63
4.4	<i>Gastos preliminares</i>	65
5.	Plan financiero	66
5.1	Plan de Inversión	66
5.2	Costo del Proyecto	68
5.3	Estado de resultado.....	69
5.4	Balance General de Apertura	71
5.5	Balance general de cierre.....	72
5.6	Punto de equilibrio (PDE)	73
5.7	VAN, TIR, Relación Beneficio Costo	75
5.7.1	FLUJO DE FONDO	76
6.	Cronograma de Actividades	77
7.	Material Complementario	78
8.	Bibliografía	81
	Referencias.....	81
9.	Anexos (gráficos, tablas, esquemas, maquetas, galería de fotos y otros).	82

1. Generalidades del proyecto

1.1. Solución

Ante un mercado tan exigente y una economía en constante cambio, la competitividad consiste en ajustarse a los cambios del mercado y el emprendimiento son la clave para satisfacer y posicionarse en un lugar en el mercado. El sector MIPYME reconoce la necesidad de ofrecer productos novedosos y atractivos al mercado, así mismo, obliga a ser cada vez más ingeniosos en el desarrollo de éstos, aprovechando la oportunidad en el mercado por incorporar nuevos productos y la cultura de los nicaragüenses por el consumo del café y combinándolo con lo mejor del licor, se desarrolla Mix Coffee, a través de la microempresa Sunset que desarrolla un licor cremoso con sabor a café.

Mix Coffee es un licor cremoso que reúne los mejores ingredientes producidos de nuestra tierra nicaragüense como son café, cacao, leche entre otros, procesándolos de forma artesanal y combinándolos en un sabor único, que hace al producto original y distintivo, Además el contenido de alcohol es bajo siendo del 7%, un nivel altamente aceptable para nuestra demanda.

El sector donde estaría ubicado el proyecto, es en el casco urbano de la ciudad de Jinotepe, municipio de Carazo, ya que cuenta con los recursos necesario para la instalación y producción del licor cremoso Mix Coffee, además la aceptación del producto es del 95% en dicha población.

1.2 Diseño o Modelo en 3D

Presentación de botella de licor cremoso de café “Mix Coffee.



Ilustración 1 Botella de licor cremoso de 375 ml

1.3 Modelo 3D de la instalación de la microempresa Sunset.



Ilustración 2 Planta 3D empresa sunset



Ilustración 3 vista frontal planta Sunset

1.4 Oportunidad en el Mercado

El mercado meta que se pretende incursionar, es en el casco urbano de Jinotepe, este representa un 95% que equivale a un 37,877 persona, dicho cálculo se obtuvo midiendo el total de la población, entre el porcentaje de aceptación de nuestro producto, sin embargo hay otros factores a considerar, para medir de forma más exacta la demanda real de nuestro producto.

Para ello se determinó el rango de edades y la capacidad adquisitiva de la potencial demanda, siendo el 46% de la población que cuenta con los recursos y la edad mínima para poder adquirir nuestro producto, ya que al contener alcohol, no puede ser consumido por personas menores de edad, tal porcentaje representa un total de 15,855 personas entre un rango de edad de 18-60 años, este dato corresponde al cálculo de la población y el estudio de mercado que midió el nivel de aceptación de nuestro producto.

Otro factor a considerar es el nivel de consumo de bebidas alcohólicas en personas entre las edades de 18 a 60 años de edad, siendo del 49.9% de consumo de alcohol, según Carlos Sojo Obando, un investigador asociado de la facultad de Latinoamérica de ciencias sociales de Costa Rica, al aplicar el porcentaje a la población que cumple con la edad mínima para consumir bebidas alcohólicas es de 7,911 personas.

1.4.1 Cálculo de la muestra

Esta facilita la reducción de costo y tiempo siempre que cumpla con la representatividad y ser suficiente; es decir, ser eficiente y eficaz en la obtención de resultados, otro aspecto a considerar es la confiabilidad y el uso del control en las herramientas empleadas de recopilación de información como la encuesta, siendo factor de medición de opiniones de los clientes potenciales.

Así mismo, el tipo de muestreo que se utilizó en la investigación de mercado es el no probabilístico, pues la muestra encuestada son las personas que poseen la edad mínima para consumir alcohol, siendo este grupo estratificado desde la edades de 18 a 60 años de edad.

Años	Población Jinotepina	PEA Urbana (74%)	PEAO Urbana (96%)	PEAO Urbana entre 20 - 60 años (46%)
2005	42,109	31,161	29,914	13,761
2006	42,783	31,659	30,393	13,981
2007	43,467	32,166	30,879	14,204
2008	44,163	32,680	31,373	14,432
2009	44,869	33,203	31,875	14,663
2010	45,587	33,735	32,385	14,897
2011	46,317	34,274	32,903	15,136
2012	47,058	34,823	33,430	15,378
2013	47,811	35,380	33,965	15,624
2014	48,576	35,946	34,508	15,874
2015	49,353	36,521	35,060	16,128
2016	50,142	37,105	35,621	16,386
2017	50,945	37,699	36,191	16,648
2018	52,426	38,795	37,243	17,132
2019	53,317	39,455	37,877	17,423¹

1.4.2 Definición de parámetro de validación

N= Población

Z= Nivel de confianza

P= Proporción de la población esperada

Q= Proporción de la población que asume

E= Error muestra

Fórmula

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{E^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q} \quad N= 17,423 \quad Z= 95\%(1.96) \quad P= 0.5 \quad Q= 0.5 \quad E=$$

0.05

$$\frac{(1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5) \cdot (17,423)}{(0.05)^2 \cdot (17,423 - 1) + (1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}$$

$$N= 376 * 10\% = n 38 \quad N= 376-38= 338$$

NOTA: Se aplica el 10% del pilotaje al resultado de la muestra para determinar la cantidad de persona a encuesta en el municipio de Jinotepe.

La estimación correcta de la demanda, es un aspecto crítico para las micro empresas pues no vale la pena ejecutar un producto o servicio, si éste no responde a una demanda en el segmento que se dirige y no representa un volumen de clientes reales y potenciales adecuado para generar fluctuaciones suficiente para cubrir los costos.

Por lo tanto, la demanda constituye el primer paso en la evaluación de la viabilidad de una inversión. El conocimiento del posible nivel de la Demanda que la idea podrá cubrir no solamente los costos, sino que también determinará su factibilidad general, también influirá en la decisión de la ubicación del mismo.

Para el cálculo de la demanda, se tomó en cuenta que la PEAO del Municipio de Jinotepe, es de 37,877 personas en el año 2019, cálculo que se obtuvo de la proyección para este año tomando como referencia las estadísticas del censo realizado por el INIDE en el año 2005.



¹ El gráfico N° representa el mercado potencial que son las personas que constituye la población total. Por lo tanto, este segmento asciende al número de 37,877 personas de esa cantidad el 95% está dispuesto a consumir el producto al aplicarlo este índice a la demanda total se obtiene que el 34,468 personas son la demanda real del producto de Licor cremoso de café.

Sin embargo, si se aplica el rango edad de 18-60 que esta contiene un valor relativo de 46% se tiene como resultado que 15,855 persona son la demanda real. A continuación, se especifica de manera más detallada.

$$Demanda\ total = 39,455$$

$$Demanda\ real = PEA0 - \% de\ consumo - \% de\ edades\ de\ 18 - 60\ años$$

$$Demanda\ real = 37,877 * 95\% \text{ de consumo}$$

$$Demanda\ real = 34,468$$

$$Demanda\ real = 34,468 * 46\% \text{ de edades entre 18 - 60 años}$$

$$Demanda\ real = 15,855$$

$$Demanda\ real = 34,468 - 15,855$$

$$\text{entre el factor discriminante de consumo de alcohol del } 49.9\% = 15,855 - 7,944$$

Demanda real = 7,911 personas.

¹ Fuente: Equipo Innovador

1.4.3 Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha resulta de la resta de la demanda real calculada menos la competencia directa; sin embargo, para este estudio sería competencia indirecta siendo 2 diferentes tipos de bebidas, en primer lugar, la Ron Flor de Cana la cual abarca el 28% de participación en el mercado. A estas le siguen Toña, la cual cubre el 26%; teniendo como competencia total directa un 54%.

Demanda insastifecha

= Demanda real – Competencia Indirecta(54%)

+ pernas que no consumen licor

Demanda insastifecha = 18,613 – 10,051 + 7,944

Demanda insastifecha = 16, 506 personas.

Como demanda insatisfecha resulta un mercado de 8,562 personas, lo cual indica que el producto ofrecido por la competencia, no supera las expectativas de los clientes; existiendo un nicho de mercado muy atractivo para incursionar.

De la demanda insatisfecha se cubrirá un 2% de ella, equivalente a 330 personas y respectivamente ira aumentando cada mes un 10%, para poder así lograr satisfacer la demanda existente.

1.5 Propuesta de valor

Mix Coffee es un producto elaborado con café, cacao, leche, azúcar y vodka, que extrae lo mejor de cada ingrediente creando un balance perfecto de sabores, ideal para consumirlo como un postre por su sabor dulce y una textura cremosa, también como un slug “trago” de cortesía entre amigos o celebraciones especiales.

Proporciona una forma diferente de disfrutar el café, ya que los nicaragüenses tienen un alto índice de consumo de café, al igual que ingiere bebidas alcohólicas, y están dispuesta a probar una forma diferente de disfrutar de estos productos, Mix Coffee logra crear una fusión de estos ingrediente, dando como resultado un sabor muy intenso a café, y una percepción moderada de alcohol, cabe destacar que el nivel de alcohol fue proporcionada directamente por la demanda, ya que en la encuesta que aplicamos a nuestros clientes potenciales, donde se dio a degustar el producto, para percibir la opinión de manera más específica y directa.

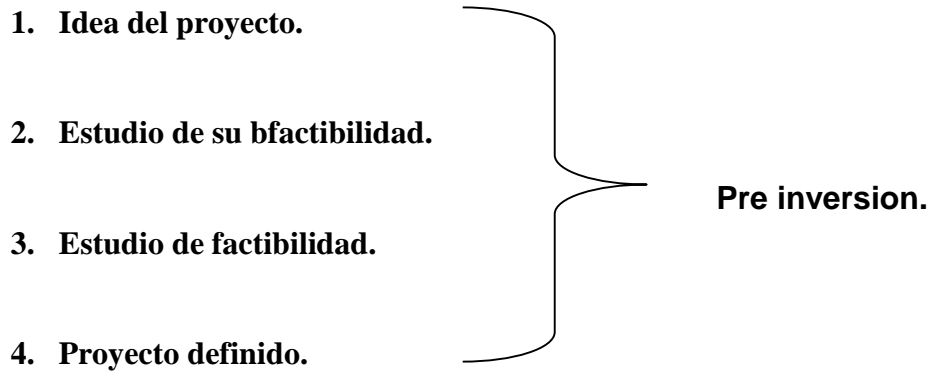
Por medio de los datos obtenidos a través de la encuesta que se aplicó, y observaciones dadas por los mismos encuestados, se logró obtener el sabor actual y único de Mix Coffee.

Al ser un sabor nuevo, con tendencia cremosa y dulce, abre nuevos horizontes específicamente al de la población joven, ya que es un sector que está sujeto a las nuevas tendencias del mercado.

Este producto se elaboró previamente en una feria universitaria hecha por nuestra facultad, la cual se llevó a cabo en el año 2016, la cual duro 3 días, en la cual ofrecimos nuestro producto por 2 días, en esta feria se elaboraron 3 tipos de licor cremoso: de dulce de leche, de chocolate y el de café, el cual tuvo el mayor nivel de aceptación, se invirtieron C\$350.00 córdobas para producir dos botellas de un litro, y se generaron C\$400.00 córdobas por botellas, siendo el rendimiento obtenido del 128% sobre la inversión.

1.6 Ciclo del Proyecto

Etapas de ciclo de vida del proyecto.



1. **Idea del proyecto.**

Creación de un licor cremoso sabor café, ya que las bebidas alcohólicas poseen un alto contenido de licor y un sabor amargo, nuestro licor tiene un balance perfecto entre el sabor y nivel de alcohol bajo.

2. **Estudio de factibilidad.**

- **Diagnostico racional del sector.**

Existe una alta aceptación en el sector que ubicamos nuestro proyecto, en la ciudad de Jinotepe, ya que posee una alta aceptación por las bebidas alcohólicas y por el consumo del café, y una vez echa las degustaciones, un 95% de la población aceptaría nuestro producto.

- **Técnicamente viable.**

Es técnicamente viable, ya que en nuestro sector, están al alcance toda la materia prima necesaria para la elaboración de nuestro producto, además la tecnología necesaria, es básicamente casera, en otras palabras cualquiera puede acceder a ellas y mientras nosotros controlemos la patente, la receta y el proceso de producción, no pueden copiar la calidad del producto.

- **Económicamente viable.**

Es por mucho económicamente viable, puesto que la materia prima y los medios de producción, como se mencionó anteriormente, están al alcance de todo público, son baratas, no se necesita equipamiento a escala industrial, la inversión tendría un rendimiento del 21% anual, un porcentaje satisfactorio para cualquier inversionista. ya que el estudio técnico, muestra el proceso necesario para la producción y satisfacción de la demanda proporcionada por el estudio de mercado.

3. Estudio de factibilidad. (anteproyecto).

- **Diseño de ingeniería anteproyecto.**

Presentación de planos 3D de las instalaciones de la microempresa Sensut, que elaborara el licor cremoso de café “Mix Coffee”.



Ilustración 4 vista frontal de las instalaciones de Sunset

La instalación contara con el área de cocina para la elaborar el licor cremoso, bodega para el almacenamiento de la materia prima y un área de refrigeración para guardar el producto terminado.

- **Estimación suficientemente precisa del coste.**

La inversión total para la elaboración del proyecto seria de un **C\$149,158.89**, tomando en cuenta los siguientes aspectos:

- **Estudio de viabilidad económica.**

MICROEMPRESA SUNSET		
Estado de resultado		
Año 2019		
Descripción	Año 2019	%
Ventas Totales (Ingresos)	C\$3,259,721	100%
Costos de Producción (-)	C\$2,507,478	77%
Utilidad Marginal	C\$752,243	23%
Gastos de Administración (-)	C\$95,738	3%
Gastos de Venta (-)	C\$97,632	3%
Gastos Financieros (-)	C\$44,748	1%
Utilidad Bruta	C\$514,125	16%
I.R. (-)	C\$0	
Utilidad Neta	C\$514,125	16% ²

Presentamos la viabilidad económica que puede tener el proyecto en términos de rentabilidades, a través de los estados de resultados:

² Fuente equipo proyectista.

Presentando una utilidad anual neta de **C\$514,125**, económicamente viable, tomando en cuenta la magnitud de proyecto y siendo muy conservadores con el plan de ventas del proyecto.

Proyecto definido.

La creación de la microempresa Sunset.

Planos de detalles.

Recepción: Área de ventas del licor cremoso de café “Mix Coffee.

Bodega: área de almacenamiento de la materia prima.

Cocina: área de elaboración del licor cremoso de café.

Área de embotellamiento: proceso de embotellamiento y almacenamiento del producto final.

Baños: Baños sanitarios para el uso de los clientes.



3

³ Sunset vista sin techo

1.7 Presupuesto detallado
Inversión total detallada para la creación de la microempresa Sunset.

MICROEMPRESA SUNSET	
PLAN DE INVERSIÓN	
Descripción	Total
Inversión Fija	
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$4,400.00
Maquinaria	C\$21,598.25
Sub total Inversión Fija	C\$25,998.25
Inversión Diferida	
Gastos Constitución	C\$7,351.00
Publicidad	C\$1,800.00
Sub total Inversión Diferida	C\$9,151.00
Capital de Trabajo	
Compra de materia prima directa	C\$302,243.80
Compra de materia prima indirecta	C\$112,176.00
Sueldos y Salarios	C\$38,324.00
Seguro Social (Aporte Patronal)	C\$8,352.00
Gastos Administrativo	C\$1,401.00
Gastos de Venta	C\$5,604.00
Inventario de Materia Prima	C\$55,577.96
Menos % venta de contado	C\$486,036.22
Sub total Capital de Trabajo	C\$37,642.54
Inversión Total	C\$72,791.79⁴

⁴ Fuente equipo proyectista

Presupuesto

Compra de materiales (insumos y herramientas)

Insumos

Materiales directos de fabricación en unidades físicas.

Unidades físicas.

MICROEMPRESA SUNSET														
Cédula N° 3 Proyecciones de Compra de Materia Prima Directa (Unidades Físicas)														
Descripción	UND/MED	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
leche	Litro	342	359	377	396	416	436	458	481	505	531	557	585	5444
Huevos	Unidad	2000	2100	2205	2315	2431	2553	2680	2814	2955	3103	3258	3421	31834
Maicena	Libra	80	81	82	82	83	84	85	86	87	87	88	89	1015
Azúcar	Libra	80	84	88	93	97	102	107	113	118	124	130	137	1273.37
leche condensada	Unidades	1300	1365	1433	1505	1580	1659	1742	1829	1921	2017	2118	2223	20692
Cocea	Libra	80	84	88	93	97	102	107	113	118	124	130	137	1273
Vodka	Lt	350	368	386	405	425	447	469	492	517	543	570	599	5571
café intenso	Frasco	8	8	9	9	10	10	11	11	12	12	13	14	127
Total		4240	4449	4668	4898	5140	5393	5660	5939	6233	6541	6865	7204	67230⁵

⁵ Fuente equipo proyectista

Materiales directos de fabricación en unidades monetarias.

Presupuesto de compra de insumos, unidades monetarias.

MICROEMPRESA SUNSET							
Cédula N° 4 Proyecciones de Compra de Materia Prima Directa (Unidades Monetarias)							
Descripción	Costo Unitario	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
leche	C\$ 28.00	C\$ 9,576	C\$ 10,055	C\$ 10,558	C\$ 11,085	C\$ 11,640	C\$ 12,222
Huevos	C\$ 4.00	C\$ 8,000	C\$ 8,400	C\$ 8,820	C\$ 9,261	C\$ 9,724	C\$ 10,210
Maisena	C\$ 10.00	C\$ 800	C\$ 808	C\$ 816	C\$ 824	C\$ 832	C\$ 841
Azucar	C\$ 12.00	C\$ 960	C\$ 1,008	C\$ 1,058	C\$ 1,111	C\$ 1,167	C\$ 1,225
leche condensada	C\$ 43.00	C\$ 55,900	C\$ 58,695	C\$ 61,630	C\$ 64,711	C\$ 67,947	C\$ 71,344
Cocoa	C\$ 80.00	C\$ 6,400	C\$ 6,720	C\$ 7,056	C\$ 7,409	C\$ 7,779	C\$ 8,168
Bodka	C\$ 180.00	C\$ 63,000	C\$ 66,150	C\$ 69,458	C\$ 72,930	C\$ 76,577	C\$ 80,406
café intenso	C\$ 350.00	C\$ 2,800	C\$ 2,940	C\$ 3,087	C\$ 3,241	C\$ 3,403	C\$ 3,574
Total		C\$ 147,436	C\$ 154,776	C\$ 162,482	C\$ 170,574	C\$ 179,069	C\$ 187,990⁶

⁶ Fuente equipo proyectista

Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
C\$ 12,833	C\$ 13,474	C\$ 14,148	C\$ 14,856	C\$ 15,598	C\$ 16,378	C\$ 152,422
C\$ 10,721	C\$ 11,257	C\$ 11,820	C\$ 12,411	C\$ 13,031	C\$ 13,683	C\$ 127,337
C\$ 849	C\$ 858	C\$ 866	C\$ 875	C\$ 884	C\$ 893	C\$ 10,146
C\$ 1,286	C\$ 1,351	C\$ 1,418	C\$ 1,489	C\$ 1,564	C\$ 1,642	C\$ 15,280
C\$ 74,911	C\$ 78,657	C\$ 82,590	C\$ 86,719	C\$ 91,055	C\$ 95,608	C\$ 889,767
C\$ 8,577	C\$ 9,005	C\$ 9,456	C\$ 9,929	C\$ 10,425	C\$ 10,946	C\$ 101,870
C\$ 84,426	C\$ 88,647	C\$ 93,080	C\$ 97,734	C\$ 102,620	C\$ 107,751	C\$ 1,002,779
C\$ 3,752	C\$ 3,940	C\$ 4,137	C\$ 4,344	C\$ 4,561	C\$ 4,789	C\$ 44,568
C\$ 197,355	C\$ 207,189	C\$ 217,514	C\$ 228,356	C\$ 239,738	C\$ 251,690	C\$ 2,344,170⁷

⁷ Fuente equipo proyectista

Compras de materiales indirectos de fabricación

Unidades físicas.

MICROEMPRESA SUNSET							
Cédula N° 5 Proyecciones de Compra de Materiales Indirectos (Unidades Físicas)							
Descripción	UND/MED	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Botellas de vidrio	Botellas	2736.00	2872.80	3016.44	3167.26	3325.63	3491.91
Etiquetas	Papel	2736.00	2872.80	3016.44	3167.26	3325.63	3491.91
Total		5472	5746	6033	6335	6651	6984

Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
3666.50	3849.83	4042.32	4244.43	4456.66	4679.49	43549.26
3666.50	3849.83	4042.32	4244.43	4456.66	4679.49	43549.26
7333	7700	8085	8489	8913	9359	87099⁸

⁸ Fuente equipo proyectista

Compra de materiales indirectos

Unidades monetarias

MICROEMPRESA SUNSET							
Cédula N° 6 Proyecciones de Compra de Materia Prima indirecta (Unidades Monetarias)							
Descripción	Costo Unitario	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Botellas de vidrio	C\$ 15.00	C\$ 41,040	C\$ 43,092	C\$ 45,247	C\$ 47,509	C\$ 49,884	C\$ 52,379
Corchos							
Etiquetas	C\$5.00	C\$ 13,680.00	C\$ 14,364.00	C\$ 15,082.20	C\$ 15,836.31	C\$ 16,628.13	C\$ 17,459.53
Total		C\$ 54,720.00	C\$ 57,456.00	C\$ 60,328.80	C\$ 63,345.24	C\$ 66,512.50	C\$ 69,838.13

Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
C\$ 54,998	C\$ 57,747	C\$ 60,635	C\$ 63,667	C\$ 66,850	C\$ 70,192	C\$ 653,239
C\$ 18,332.51	C\$ 19,249.13	C\$ 20,211.59	C\$ 21,222.17	C\$ 22,283.28	C\$ 23,397.44	C\$ 217,746.29
C\$ 73,330.03	C\$ 76,996.54	C\$ 80,846.36	C\$ 84,888.68	C\$ 89,133.11	C\$ 93,589.77	C\$ 870,985.16⁹

⁹ Fuente equipo proyectista

MICROEMPRESA SUNSET

DEVENGACIÓN DE EQUIPO DE PRODUCCIÓN

Utensilios	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Vida Útil	Delegación Mensual
Rejilla	1	C\$150.00	C\$150.00	6 Meses	C\$25.00
Tazón	1	C\$190.00	C\$190.00	6 Meses	C\$31.67
Espátula	1	C\$150.00	C\$150.00	12 Meses	C\$12.50
Total	4	C\$532.00	C\$532.00		C\$69.17¹⁰

MICROEMPRESA SUNSET

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE VENTA

Maquinarias	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Vida Útil	Depreciación Anual	Depreciación Mensual	Monto anual	Monto Mensual
Vitrina Horizontal	2	C\$1,900.00	C\$3,800.00	5 años	20.00%	1.67%	C\$760.00	C\$63.46
Total	2	C\$1,900.00	C\$3,800.00				C\$760.00	C\$63.46¹¹

¹⁰ Fuente. Depreciación según ley 822

MICROEMPRESA SUNSET										
NÓMINA MENSUAL										
N°	Nombres y Apellidos	Cargo	Salario Base	Deducciones	Salario Neto	INSS Patronal	Prestaciones Sociales			Firma
				INSS Laboral			Vacaciones	Treceavo Mes	Indemnización	
1	Brooklyn Acevedo	Administrador	C\$5,000.00	C\$312.50	C\$4,687.50	C\$900.00	C\$416.67	C\$416.67	C\$416.67	
Sub Total Administración			C\$5,000.00	C\$312.50	C\$4,687.50	C\$900.00	C\$416.67	C\$416.67	C\$416.67	
Ventas										
2	Nelson Hernández	Resp. de Marketing	C\$4,800.00	C\$300.00	C\$4,500.00	C\$864.00	C\$400.00	C\$400.00	C\$400.00	
		Encargado de comercialización	C\$4,300.00	C\$268.75	C\$4,031.25	C\$774.00	C\$358.33	C\$358.33	C\$358.33	
Sub Total Ventas			C\$4,800.00	C\$300.00	C\$4,500.00	C\$864.00	C\$400.00	C\$400.00	C\$400.00	
Producción										
3	José Guevara	Resp. de producción	C\$4,800.00	C\$300.00	C\$4,500.00	C\$864.00	C\$400.00	C\$400.00	C\$400.00	
4		Encargado de producción	C\$4,300.00	C\$268.75	C\$4,031.25	C\$774.00	C\$358.33	C\$358.33	C\$358.33	
5		Encargado de sellados y empaques	C\$4,300.00	C\$268.75	C\$4,031.25	C\$774.00	C\$358.33	C\$358.33	C\$358.33	
Sub Total Gastos de Venta			C\$13,400.00	C\$837.50	C\$12,562.50	C\$2,412.00	C\$1,116.67	C\$1,116.67	C\$1,116.67	
Total			C\$23,200.00	C\$1,450.00	C\$21,750.00	C\$4,176.00	C\$1,933.33	C\$1,933.33	C\$1,933.33	

¹¹ Fuente. Depreciación según reglamento de la ley 822

Contratación de Servicios (si es necesario)

DESCRIPCIÓN	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Contadora	C\$4,050.00	C\$4,050.00	C\$4,050.00	C\$4,050.00	C\$4,050.00	C\$ 4,050.00
Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
C\$ 4,050.00	C\$ 4,050.00	C\$4,050.00	C\$4,050.00	C\$4,050.00	C\$4,050.00	48,600.00

Gastos Profesionales	Cargo	Salario Base	Servicios Profesionales 10%	Salario Neto
Maricela García	Contadora	C\$4,500.00	C\$450.00	C\$4,050.00

DESCRIPCIÓN	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Resp. de producción	C\$ 4,800.00	C\$ 4,800.00	C\$ 4,992.00	C\$ 4,992.00	C\$ 4,992.00	C\$ 4,992.00
Vacaciones	C\$ 400.00	C\$ 400.00	C\$ 416.00	C\$ 416.00	C\$ 416.00	C\$ 416.00
Treceavo mes	C\$ 400.00	C\$ 400.00	C\$ 416.00	C\$ 416.00	C\$ 416.00	C\$ 416.00
Indemnización	C\$ 400.00	C\$ 400.00	C\$ 416.00	C\$ 416.00	C\$ 416.00	C\$ 416.00
Inss Patronal	C\$ 864.00	C\$ 864.00	C\$ 898.56	C\$ 898.56	C\$ 898.56	C\$ 898.56
Total	C\$6,864.00	C\$6,864.00	C\$7,138.56	C\$7,138.56	C\$7,138.56	C\$ 7,138.56
Encargado de producción	C\$ 4,300.00	C\$ 4,300.00	C\$ 4,472.00	C\$ 4,472.00	C\$ 4,472.00	C\$ 4,472.00
Vacaciones	C\$ 358.33	C\$ 358.33	C\$ 372.67	C\$ 372.67	C\$ 372.67	C\$ 372.67
Treceavo mes	C\$ 358.33	C\$ 358.33	C\$ 372.67	C\$ 372.67	C\$ 372.67	C\$ 372.67
Indemnización	C\$ 358.33	C\$ 358.33	C\$ 372.67	C\$ 372.67	C\$ 372.67	C\$ 372.67
Inss Patronal	C\$ 774.00	C\$ 774.00	C\$ 804.96	C\$ 804.96	C\$ 804.96	C\$ 804.96
Total	C\$6,149.00	C\$6,149.00	C\$6,394.96	C\$6,394.96	C\$6,394.96	C\$ 6,394.96
Encargado de sellados y empaques	C\$ 4,300.00	C\$ 4,300.00	C\$ 4,472.00	C\$ 4,472.00	C\$ 4,472.00	C\$ 4,472.00
Vacaciones	C\$ 358.33	C\$ 358.33	C\$ 372.67	C\$ 372.67	C\$ 372.67	C\$ 372.67
Treceavo mes	C\$ 358.33	C\$ 358.33	C\$ 372.67	C\$ 372.67	C\$ 372.67	C\$ 372.67
Indemnización	C\$ 358.33	C\$ 358.33	C\$ 372.67	C\$ 372.67	C\$ 372.67	C\$ 372.67
Inss Patronal	C\$ 774.00	C\$ 774.00	C\$ 804.96	C\$ 804.96	C\$ 804.96	C\$ 804.96
Total	C\$6,149.00	C\$6,149.00	C\$6,394.96	C\$6,394.96	C\$6,394.96	C\$ 6,394.96 ¹²

¹² Tabla de prestaciones laborales

Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
C\$ 4,992.00	C\$ 4,992.00	C\$ 5,191.68	C\$ 5,191.68	C\$ 5,191.68	C\$ 5,191.68	C\$60,318.72
C\$ 416.00	C\$ 416.00	C\$ 432.64	C\$ 432.64	C\$ 432.64	C\$ 432.64	C\$ 5,026.56
C\$ 416.00	C\$ 416.00	C\$ 432.64	C\$ 432.64	C\$ 432.64	C\$ 432.64	C\$ 5,026.56
C\$ 416.00	C\$ 416.00	C\$ 432.64	C\$ 432.64	C\$ 432.64	C\$ 432.64	C\$ 5,026.56
C\$ 898.56	C\$ 898.56	C\$ 934.50	C\$ 934.50	C\$ 934.50	C\$ 934.50	C\$ 10,857.37
C\$ 7,138.56	C\$ 7,138.56	C\$7,424.10	C\$7,424.10	C\$7,424.10	C\$7,424.10	C\$86,255.77
C\$ 4,472.00	C\$ 4,472.00	C\$ 4,650.88	C\$ 4,650.88	C\$ 4,650.88	C\$ 4,650.88	54,035.52
C\$ 372.67	C\$ 372.67	C\$ 387.57	C\$ 387.57	C\$ 387.57	C\$ 387.57	4,502.96
C\$ 372.67	C\$ 372.67	C\$ 387.57	C\$ 387.57	C\$ 387.57	C\$ 387.57	4,502.96
C\$ 372.67	C\$ 372.67	C\$ 387.57	C\$ 387.57	C\$ 387.57	C\$ 387.57	4,502.96
C\$ 804.96	C\$ 804.96	C\$ 837.16	C\$ 837.16	C\$ 837.16	C\$ 837.16	9,726.39
C\$ 6,394.96	C\$ 6,394.96	C\$6,650.76	C\$6,650.76	C\$6,650.76	C\$6,650.76	77,270.79
C\$ 4,472.00	C\$ 4,472.00	C\$ 4,650.88	C\$ 4,650.88	C\$ 4,650.88	C\$ 4,650.88	54,035.52
C\$ 372.67	C\$ 372.67	C\$ 387.57	C\$ 387.57	C\$ 387.57	C\$ 387.57	4,502.96
C\$ 372.67	C\$ 372.67	C\$ 387.57	C\$ 387.57	C\$ 387.57	C\$ 387.57	4,502.96
C\$ 372.67	C\$ 372.67	C\$ 387.57	C\$ 387.57	C\$ 387.57	C\$ 387.57	4,502.96
C\$ 804.96	C\$ 804.96	C\$ 837.16	C\$ 837.16	C\$ 837.16	C\$ 837.16	9,726.39
C\$ 6,394.96	C\$ 6,394.96	C\$6,650.76	C\$6,650.76	C\$6,650.76	C\$6,650.76	77,270.79

Visibilidad del Proyecto

Publicidad	1er cuatrimestre	2do cuatrimestre	3er cuatrimestre	Total
Manta Publicitaria		C\$700	C\$700	C\$1,400
Brochure	C\$100	C\$200	C\$100	C\$400
TOTAL	C\$100	C\$900	C\$800	C\$1,800¹³

¹³ Tabla de gastos publicitarios

Plan de Negocios

- **2. Estudio de Mercado**

2.2 Ubicación Geográfica del Proyecto

Macro y Micro localización

Primeramente, a nivel macro se localiza en el Departamento de Carazo, el cual abarca 9 Municipios: San Marcos, La Conquista, El Rosario, La Paz de Carazo, Santa Teresa, Jinotepe, Dolores, Diriamba y La Conquista. Seguidamente se utilizó el método de carga distancia, para encontrar el índice de ponderación, según su ubicación geográfica, para determinar la micro localización de la producción y comercialización del licor cremoso Mix Coffee.

Ubicación de la microempresa Sensut.

La microempresa Sunset está ubicada en el departamento de Carazo, en la ciudad de Jinotepe, de la iglesia El Calvario 2 cuadras al norte.



Ilustración 5 ubicación de la microempresa

Análisis e Interpretación de los resultados

2.2 Aspectos Demográficos

La inspiración existe, pero tiene que encontrarte trabajando”. Pablo Picasso

La demografía trata de las características sociales de la población y de su desarrollo a través del tiempo. Los datos demográficos se refieren, entre otros, al análisis de la población por edades, situación familiar, grupos étnicos, actividades económicas y estado civil; las modificaciones de la población, nacimientos, matrimonios y fallecimientos; esperanza de vida, niveles de educación.

En este punto los aspectos tomados en cuenta son: Sexo, Edad, Estado Civil, No. de Hijos y No. de Miembro Familiar. Los cuales permitirán alcanzar el objetivo planteado.

Se hace hincapié en los Aspectos Demográficos, debido a que las vertiginosidades de los cambios de la población permiten conocer la amplitud de los clientes reales y potenciales que tienen poder adquisitivo para demandar el producto, ya estando en el mercado.

Cabe recalcar que el mercado meta que se pretende incursionar es el del casco urbano del Municipio de Jinotepe, donde el 74% de la población en general, forma parte de la Población Económicamente Activa Urbana (PEAU) que es equivalente en valor absoluto a 39,455, el cual es el universo.

Al estratificarse o discriminarse con la población Económicamente Activa Ocupada Urbana (PEAOU) esta representa un índice del 96%, equivalente a 37,877, este dato corresponde al cálculo de la población que es el objeto de estudio.

Seguidamente, del total de habitantes que conforman la PEAOU se retomó para este estudio las personas entre las edades de 18 a 60 años, el cual constituye el 46% , equivalente a 17,423 personas, debido a que desde la edad de 18 años las personas empiezan a adquirir poder adquisitivo para consumir este producto.

Según el gráfico N° 1 muestra las variables de las edades de la población vs el nivel de ingreso que poseen, se obtuvo que entre las edades de 18- 30 años el 52.5% (63 personas) devengan salario menor de 2,000.

Edad				
		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	18 - 30	108	90.0%	90.0
	31 - 40	6	5%	95.0
	40 - 50	6	5.0%	100.0
	Total	120	100.0%	
Perdidos	Sistema	120		

Ingreso				
		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de 2,000	63	52.5%	52.5
	2,001 a 3,800	23	19.2%	71.7
	3,8001 a 5,000	5	4.2%	75.8
	5,001 a mas	14	11.7%	87.5
	No Aplica	15	12.5%	100.0
	Total	120	100.0%	
Perdidos	Sistema	120		14

¹⁴ Fuente equipo proyectista

Grafico de correlacion entre la edad y el ingreso de la demanda.

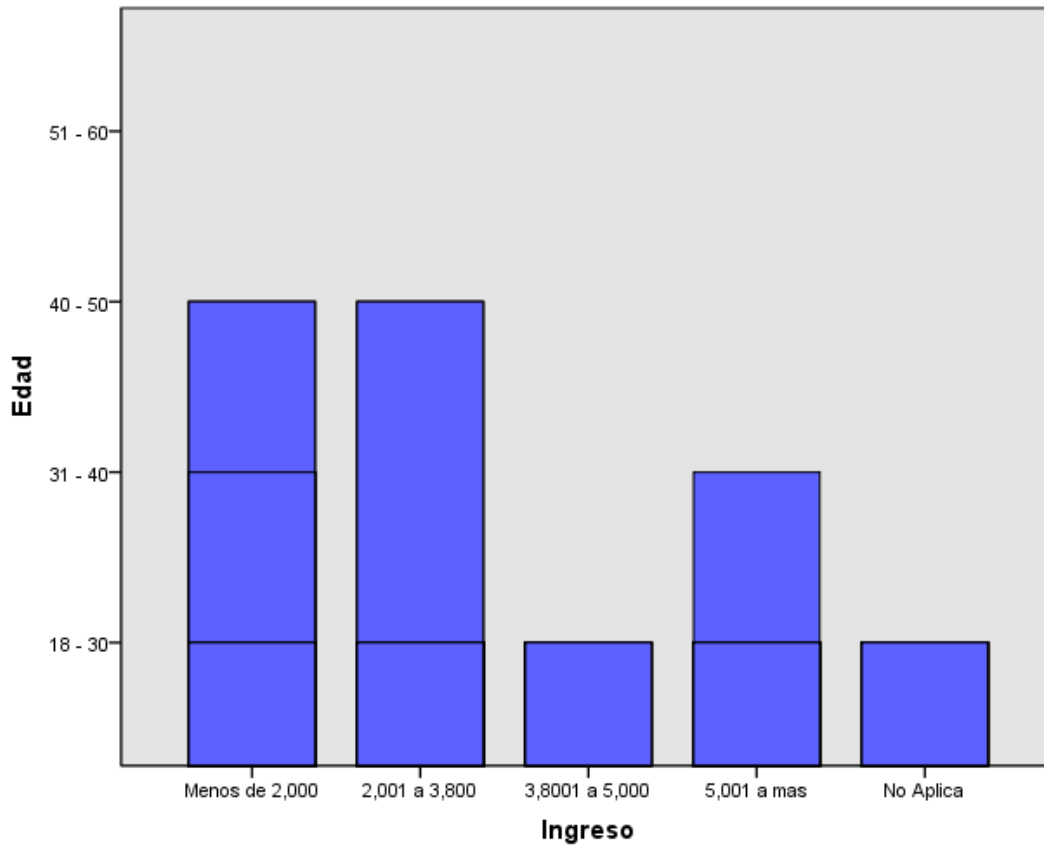


Ilustración 6 grafico de rango de edades

En el mismo intervalo de edad pero ganando entre el rango de 2,001- 3,800 constituye el 19.2% (23 personas), en la categoría de 5,001 a más cuenta con el 11.7% (14 personas).

Por tanto el rango de edades que cuenta con mayor poder adquisitivo son los jóvenes de 18-30 años, debido a que ellos están interesados por disfrutar de una bebida, con una exclusividad en su preparación y sabor, siendo este el punto clave donde resalta su interés.

2.3 Aspectos de Demanda



La demanda constituye el primer paso en la evaluación de la viabilidad de una inversión. El conocimiento del posible nivel de la Demanda que la innovación podrá cubrir no solamente los costos, sino que también determinará su factibilidad general, también influirá en la decisión de la ubicación del mismo.

La estimación correcta de la demanda, es un aspecto crítico para las microempresas pues no vale la pena ejecutar un producto o servicio, si éste no responde a una demanda en el segmento que se dirige y no representa un volumen de clientes reales y potenciales adecuado para generar fluctuaciones suficientes para cubrir los costos.

Según las encuestas aplicadas, se tiene una demanda significativa del 95% en el municipio de Jinotepe. El 5% restante de las personas opinaron no tener interés por el producto; es decir, que no están dispuestos a cambiar su estilo de consumo.

Para el cálculo de la demanda, se tomó en cuenta que la PEAO del Municipio de Jinotepe, es de 37,877 personas en el año 2019, cálculo que se obtuvo de las estadísticas del censo realizado por el INIDE en el año 2005.

Para el cual se realizaron las proyecciones aplicando un incremento de 1.7% anual que corresponde al crecimiento poblacional hasta Conseguir la PEAO. Siendo ese dato el 96% de la Población que pertenece al casco urbano.

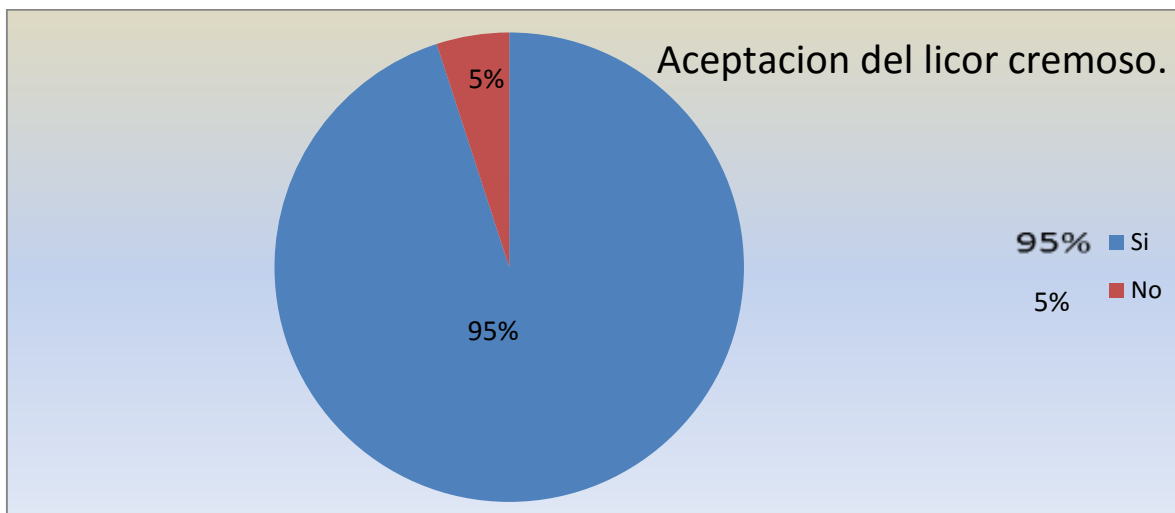


Ilustración 7 aceptación del licor cremoso por la población

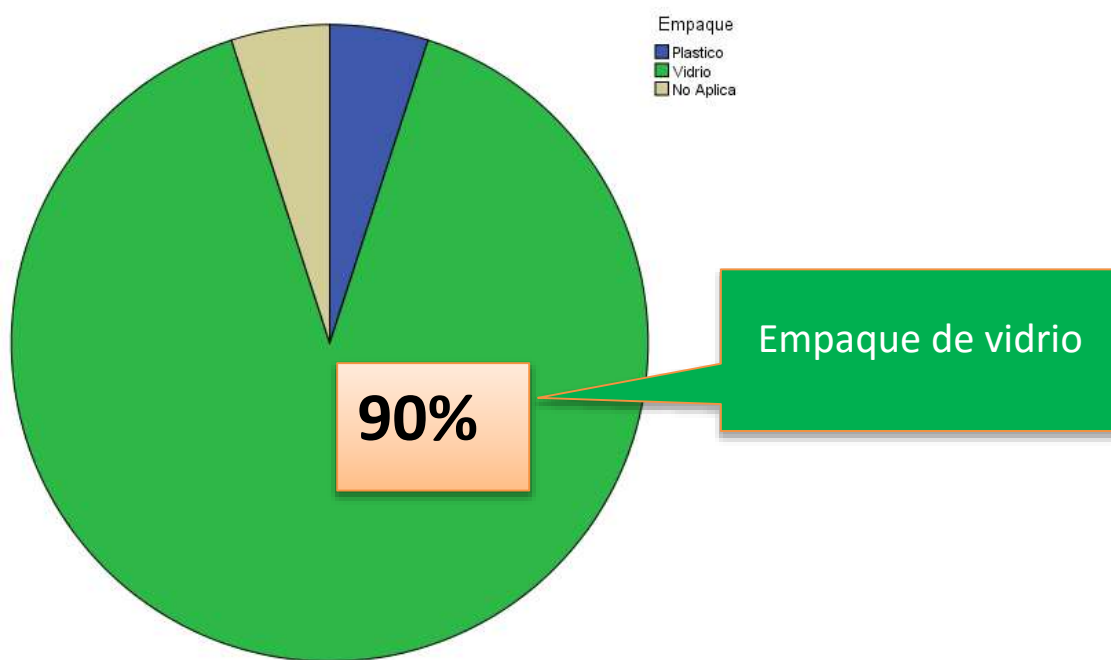
Por otro lado, se presenta la tabla de frecuencia de compra donde un 40% representa a las personas que compran licor semanal, un 40% lo realiza de manera mensual y un 20% lo hace diario. Esto es beneficioso para las ventas debidas que se muestra un movimiento constante de venta en un periodo de tiempo muy cortó; lo cual permite un movimiento de inventario más constante.

Compras de licor		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	Semanal	48	40%
	Cada 3 días	48	40%
	Diario	24	20%
	Total	120	100%

2.5 Aspecto de Oferta

El material que contendrá el producto ayudará a que este se conserve con mayor frescura, sabor y aroma, así como también en su presentación se destacará la imagen comercial y los beneficios del producto.

Tipo de empaque

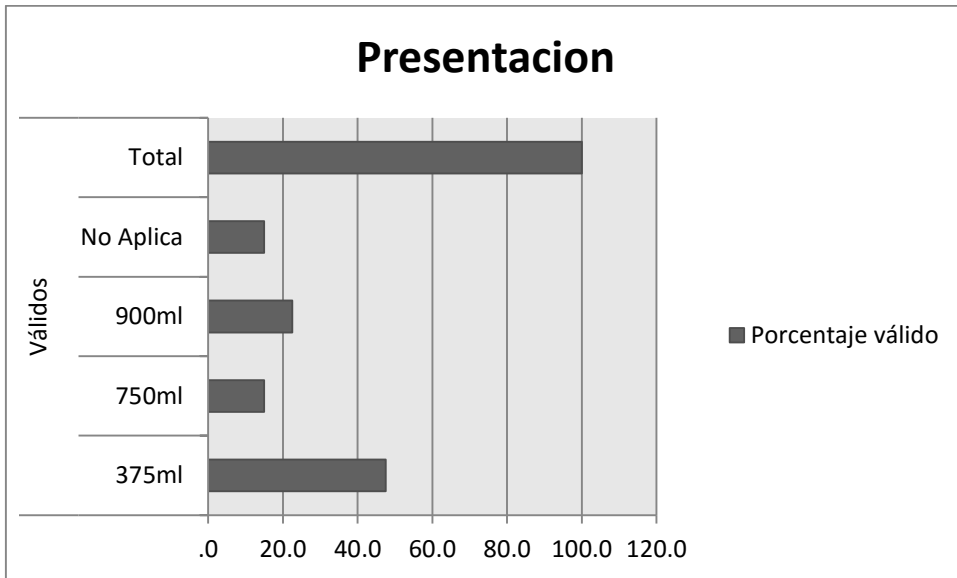


15

Según los datos obtenidos de las encuestas, nos reflejan en el gráfico N° que las personas prefieren adquirir este producto en botellas de vidrio con un 90%, seguido con un 5% en plástico.

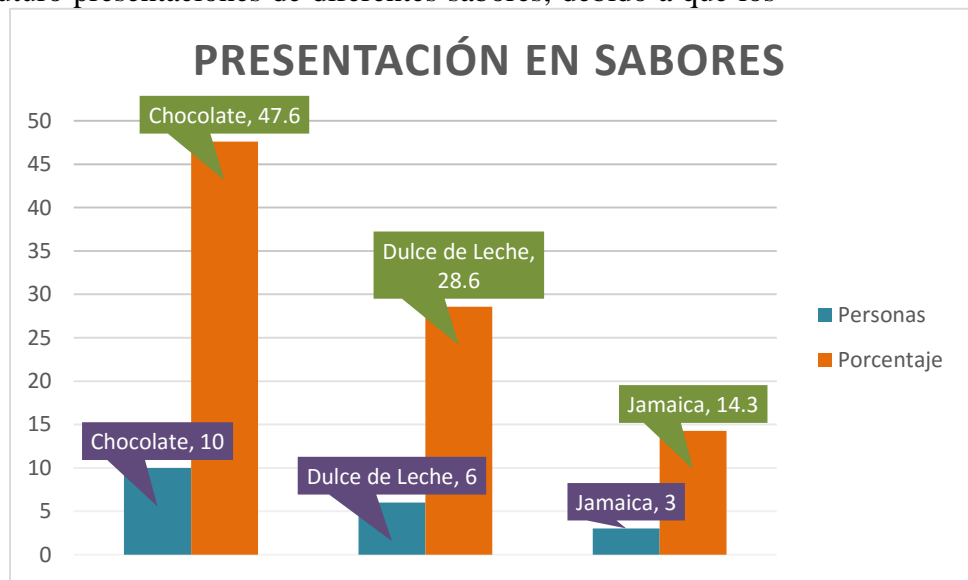
La presentación más demandada, es la botella de 375ml con un 47.5%, seguido de la 900 ml con el 22.5%, por tal motivo la presentación del licor cremoso de café se realizará bajo esos requerimientos debido a que el cliente consume mucho en esa dos dimensiones de mililitros.

¹⁵ Diagrama sobre el tipo de empaque que prefieren. Fuente equipo proyectista



16

El licor cremoso tendrá en el futuro presentaciones de diferentes sabores, debido a que los resultados de la encuesta determinaron que el 48% de la población de estudio optaron por la opción de sabor chocolate del producto, seguidamente con el 29% prefirieron de sabor a dulce de Leche.



Según los datos obtenidos mediante encuestas realizadas el producto se comercializará mayormente en tres principales puntos de ventas: los Supermercados con mayor porcentaje siendo de 38% esto indica que los consumidores potenciales desean adquirir el producto en lugares cerca, seguido por los bares con un 24%, y luego en las Gasolineras con un 19%.

¹⁶ Grafico sobre el tipo de presentación. Fuente equipo proyectista

Lugar de compras	N° Encuesta	Porcentaje
Supermercados	66	38%
Pulperías	9	5%
Gasolineras	33	19%
Kioscos	0	0%
Bares	42	24%
Restaurantes	8	5%
Cafetería	12	7%
No aplica	2	1%
Total	172	100% ¹⁷

¹⁷ Fuente equipo proyectsiata

2.6 Precio de venta

Costo Total Anual **C\$2,891,044**

N° de unidades	41,849
Costo Total Unitario	C\$69
Margen de Utilidad	30%
Precio de Venta	C\$90

El precio de venta tomando en cuentas todos los costos de fabricación, mano de obra, materia prima e impuesta, resulta de un C\$87.00 por botella.

Estimaciones de ventas

Unidades físicas.

MICROEMPRESA SUNSET													
Cédula N° 1 Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas													
Año 2017													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Botellas de licor Cremoso	2,640	2,772	2,911	3,056	3,209	3,369	3,538	3,715	3,900	4,096	4,300	4,343	41,849
Total	2,640	2,772	2,911	3,056	3,209	3,369	3,538	3,715	3,900	4,096	4,300	4,343	41,849 ¹⁸

Las ventas tendrán un aumento del 5% mensual las cuales irán gradualmente hasta lograr abastecer el total del mercado insatisfecho.

¹⁸ Cedula de pronóstico de ventas. Fuente equipo proyectista

2.6.1 Proyección de ventas

Ventas en unidades monetarias

MICROEMPRESA SUNSET							
Cédula N° 2 Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias							
Descripción	P. de Vta.	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Botellas de licor Cremoso	C\$ 90	C\$237,091	C\$248,945	C\$261,393	C\$274,462	C\$288,185	C\$302,595
Total		C\$237,250	C\$237,091	C\$248,945	C\$261,393	C\$274,462	C\$288,185

Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
C\$317,724	C\$333,611	C\$350,291	C\$367,806	C\$386,196	C\$390,058	C\$3,758,357
C\$317,724	C\$333,611	C\$350,291	C\$367,806	C\$386,196	C\$390,058	C\$3,758,357¹⁹

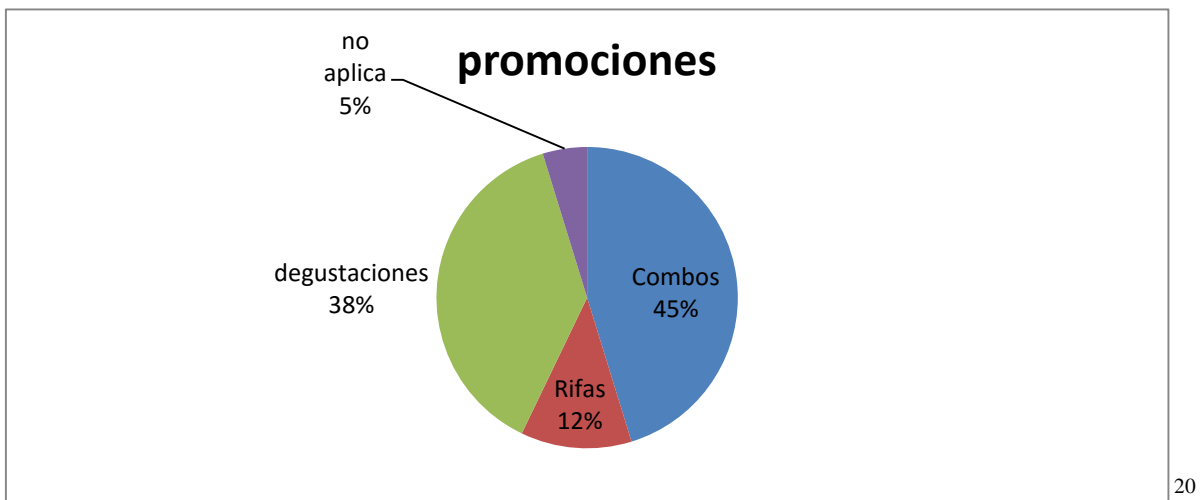
¹⁹ Fuente equipo proyectista

Análisis de los precios y determinación de estrategias

Medidas promocionales

1. Crear puestos de degustación, con el fin de dar a conocer el producto al cliente objetivo.
2. Ofrecer descuentos por compras en productos a los intermediarios permitiendo estimular la demanda del mismo.
3. Establecer precios atractivos de introducción de este producto.

Según la encuesta aplicada las medidas promocionales a tomar en consideración para estimular la demanda del producto de licor cremoso de café serán los combos en un 45% y las degustaciones con un 38%.



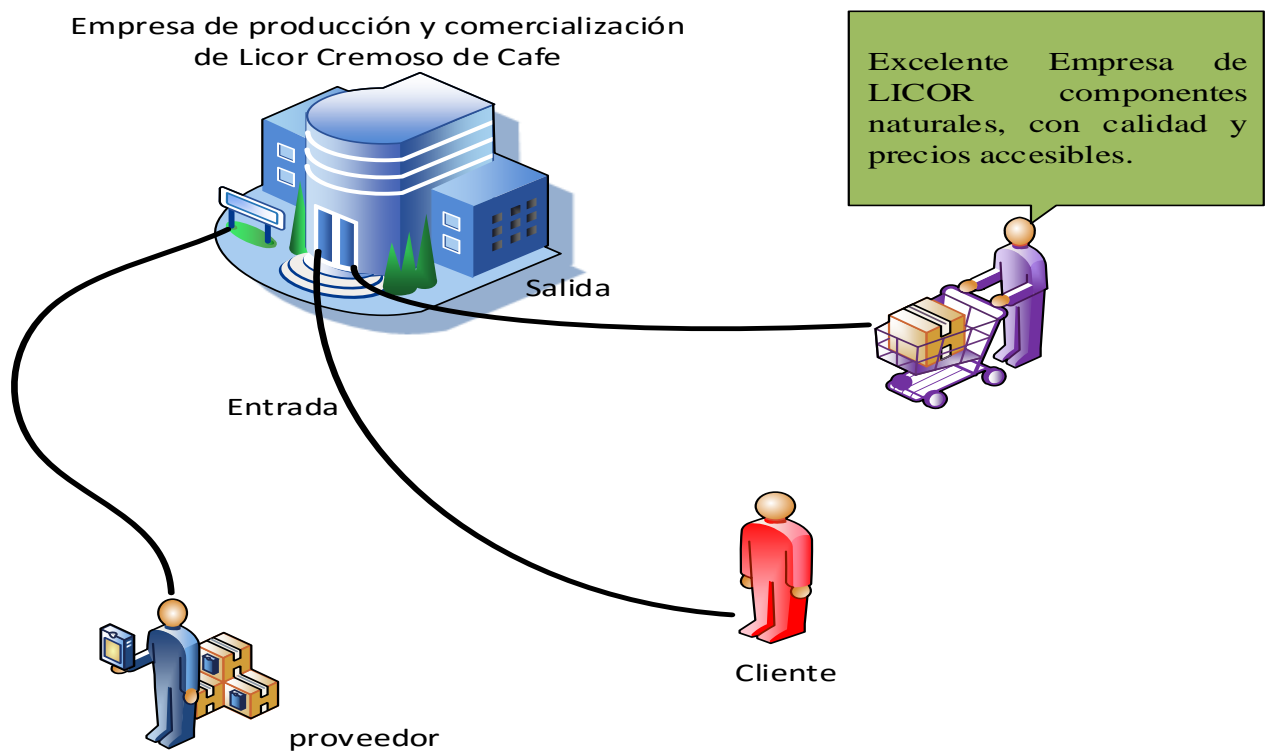
La degustación es una técnica que se ajusta perfectamente a productos nuevos como lo es el licor, porque es posible que la gente no desee consumir el producto, porque es de nuevo en el mercado y no lo ha probado antes.

²⁰ Diagrama sobre el tipo de promociones que les gustaría, fuente equipo proyectista.

Estos combos se harán en conexión con una buena exhibición en puntos de venta se usará una mesa degustadora, para atraer la atención de los clientes la vendedora estará vestida de forma llamativa.

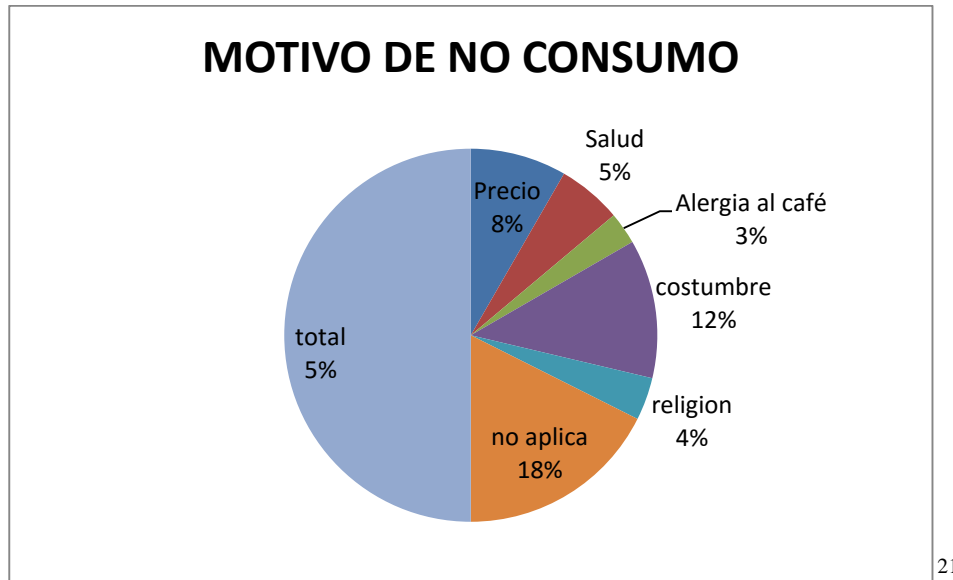
2.7 Aspecto de Cliente

La satisfacción del cliente, aspecto clave y vital para el éxito de la empresa, es por tal



motivo que incluimos este valioso aspecto en nuestra investigación de mercado, ya que así podremos darle la importancia que este se merece desde diferentes parámetros del producto, porque la aceptación o fracaso del producto lo determina él.

Los clientes toman la decisión de comprar nuestro producto en función de su calidad, variedad, precio, entre otros más. Y también consideran las características del negocio, esto es, presentación, atención que brindan, confiabilidad, y servicios en todo momento. Ver ilustración1



En este aspecto, no hay que dejar desapercibido las razones o motivos por los cuales cierto porcentaje de la población no consume este tipo de producto, aquí es donde se abren oportunidades para que la empresa tome en cuenta estas razones y así utilice estrategias para captar e integrar a sus clientes reales.

En la gráfica N° se encuentran reflejados los motivos por los cuales no consumen este tipo de producto, son estos motivos lo que se tendrá en cuenta para diseñar la estrategia de mix de marketing.

Del total del 100% solo un 5% no consumiría el producto.

2.7.1 Estrategia comercial

Destacando que el proyecto de Licor Cremoso de Café se encuentra actualmente como idea de negocio; es decir, en la etapa previa para la introducción del producto en el mercado de Jinotepe. Esta idea pretende en un futuro crear una promoción masiva del producto que se ofertará de manera que la población tenga percepción del puesto de venta del licor en la zona urbana con el objetivo de persuadir y tratar de influir a la compra.

²¹ Diagrama de los motivos por los cuales no consumen este tipo de bebidas. Fuente equipo proyectista.

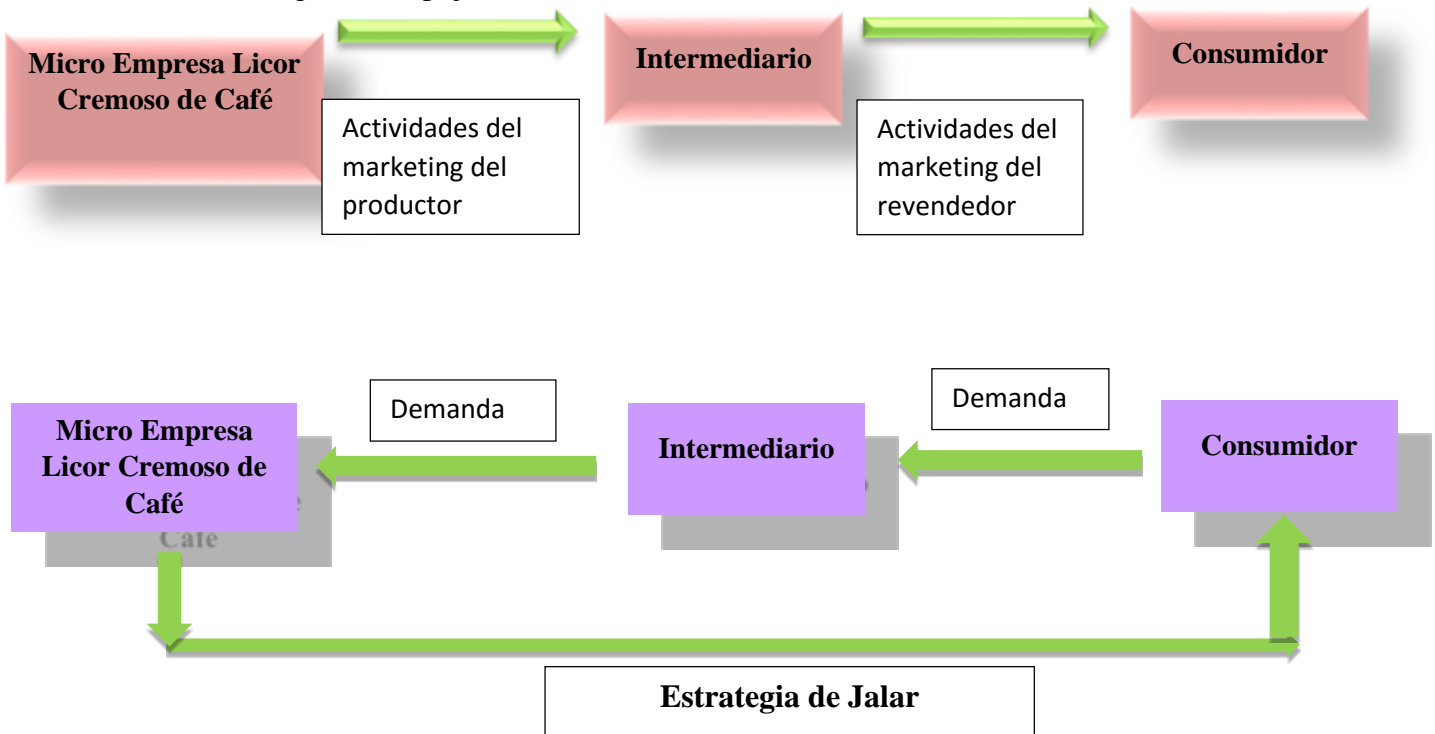
2.7.2 Estrategia de PUSH

Una vez que el proceso sale del establecimiento, los intermediarios se hacen cargo de realizar las promociones y publicidad necesaria para estimular las ventas. Ellos son los que están en el frente, los que tienen mayor contacto con los clientes y con el producto durante todo el proceso de venta, a quienes los clientes ven, son lo que aseguran de que y cuando se realizan la compra del producto y el servicio que les brinda al demandante.

2.7.3 Estrategia de PULL

Para tener éxito en el competitivo mercado actual el producto debe cumplir con los requerimientos de los clientes. se deben de ganar clientes a los competidores y mantenerlos y hacerlos crecer al entregar un mayor valor. Pero antes de poder satisfacer a los clientes se debe entender sus necesidades y deseos. Existen demasiados tipos de distintos consumidores con demasiadas clases de necesidades.

2.7.4 Estrategia de Empuje



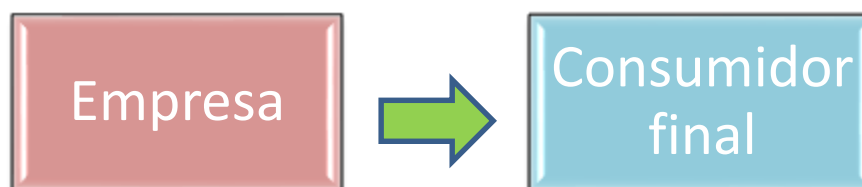
²² Fuente: Equipo Proyectista

2.7.4 Canal de distribución directo

Para la comercialización del Licor Cremoso de Café se realizará bajo la metodología de 2 canales de distribución tanto el directo y el indirecto.

El canal directo “productor – consumidor” es el más breve y simple para distribuir bienes de consumo y no incluye intermediarios. (Etzel, Walker, & Stanton, 2007).

La Micro Empresa Licor Cremoso de Café tendrá en sus instalaciones un local de atención al cliente, en donde el consumidor pueda comprar el producto.



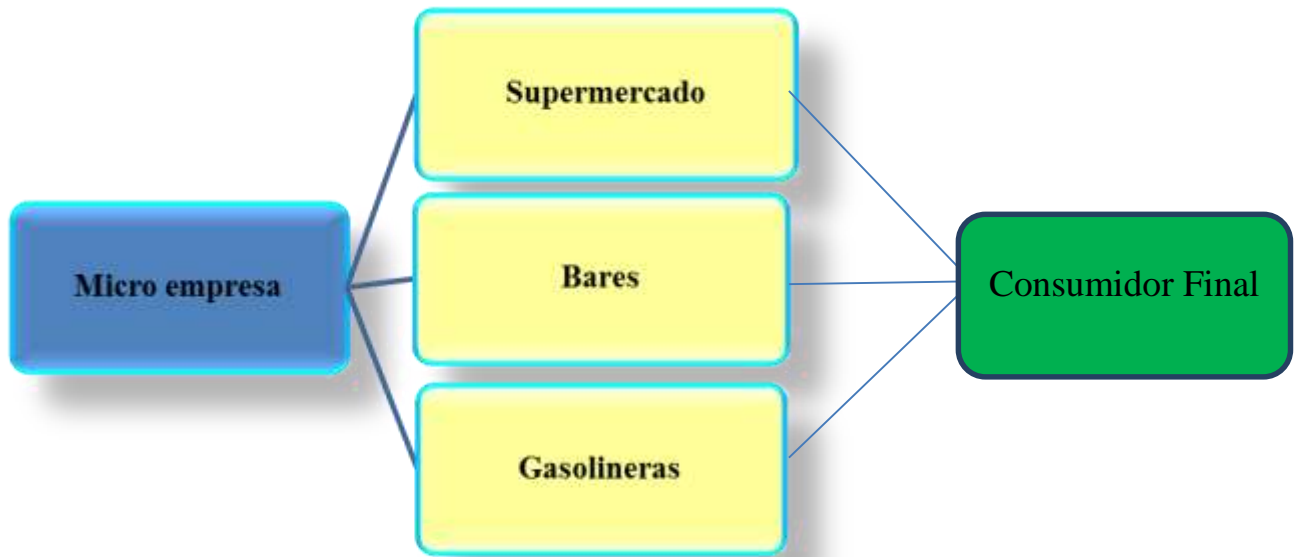
Cabe destacar que este canal de distribución no incurre en costos para la empresa por lo que es el consumidor final quien llega hasta el local a realizar su compra.

La atención, la rapidez y el entusiasmo con el que se atiende al cliente es un factor clave en este tipo de canal de comercialización, para ello se capacitarán al personal encargado para desempeñar esta función.

2.7.5 Canal de Distribución Indirecto

El canal de distribución indirecto es conjunto de organizaciones interdependientes que participan en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor o usuario de negocios”. (Kotler&Armstrong, 2007, pág. 366)

Para que el producto esté más cerca del consumidor final se hará uso de intermediarios, los 3 ,as destacados son:



3. Plan de Producción

3.1 Tamaño del proyecto

En este aspecto el tamaño del proyecto está determinado por la combinación de la demanda, suministros e insumos, la tecnología, el equipo, y el financiamiento. Se iniciara con la demanda el cual es; porcentaje en personas de la demanda insatisfecha, en este caso es satisfacer a 342 personas.

En relación a los suministros e insumos este es poder determinar la materia prima a utilizar en cantidad, costos y en proveedores que abastecerán a la pequeña empresa y así lograr satisfacer a ese conjunto de clientes reales y potenciales.

Con respecto a la tecnología y equipo, estos dos aspectos se combinan para identificar la maquinaria a utilizar en la producción de las botellas de licor cremoso de café, si esta es en su mayoría artesanal o industrial, y si se encuentra en el país o no. Estas herramientas permiten alcanzar los estándares de productividad, que se espera de una pequeña empresa que cubrirá en un 4% su demanda insatisfecha; se contara con un total de 9 equipos.

Los 9 equipos que poseerá esta pequeña empresa están conformados de la siguiente manera. Por otro lado, el financiamiento es el capital a utilizar para la compra de los insumos y el equipo a utilizar, conociendo primero los costos de cada uno de ellos y el proveedor donde se obtendrán.

N°	Requerimiento materiales	de Unidad de medida	de Costo	Proveedor
1	Leche	Litro	C\$28.00	Distribuidora la económica Jinotepe.
2	Huevos	Unidad	C\$4.00	
3	Azúcar	Lbs	C\$12.00	
4	Maicena	Gramos	C\$8.00	
5	Leche condensada	Unidad	C\$44.00	
6	Vodka	Litro	C\$140.00	Licorería Avilés.

7	Cocoa	Media libra	C\$ 48.00	Banco de insumos, Duya mágica, Jinotepe
8	Café Nestlé	Gramos	C\$350	Distribuidora la económica Jinotepe. ²³

Para el cálculo de la capacidad instalada de la elaboración de botellas de licor cremoso de café, se tomó como referencia los resultados de la investigación de mercado, estos parámetros son: frecuencia de compra, de los cuales, los consumidores optaron por realizar su adquisición cada tres días. La cantidad de botellas es de 2 (se tomó como referencia la cantidad máxima que consumiría) en presentación de botellas de 375 ml y la demanda insatisfecha. A continuación se presenta la proyección de la cantidad total de paquetes demandados.

Escenario N° 1

Datos

Cantidad de paquetes demandado (CPD): 2 botellas

Frecuencia de compra (FC): semanal 7 días

Presentación de botella (PE): 375 ml/ botella

Cantidad total de paquetes demandados (CTPD): ?

²³ Tabla sobre descripción de materia prima. Fuente equipo proyectista

Semanal	Mensual	Anual
2 botellas	8 botellas	96 botellas

Escenario N° 2

Datos

Demanda insatisfecha (DI): 342 personas (4%)

Crecimiento poblacional (CP): 1.5% anual

Crecimiento del sector industrial (CSI): 4% anual

Producción en unidades físicas (PUF): ?

Demanda Insatisfecha año 2019	Demanda Insatisfecha año 2020
330 personas × 1.5% (CP) = 5 personas	330 personas + 5 personas = 335 personas

Tabla 9

$$PUF = CTPD \times DI \times CSI$$

$$PUF = 96 \text{ botellas} \times 330 \text{ personas} \times 4\%$$

$$PUF = 31,680 \text{ botellas por personas} \times 4\%$$

$$PUF = 32,832 + 1,267$$

$$PUF = 34,099 \text{ botellas Anual}$$

- **% de capacidad instalada** = capacidad instalada utilizada: (unidades procesadas/ capacidad instalada de producción)*100

$$\% \text{ de capacidad instalada} = 34,644 / 2,810,880$$

$$\% \text{ de capacidad instalada} = 0.012 \times 100$$

$$\% \text{ de capacidad instalada} = 1.2\%$$

Se empezara la producción en la empresa en el primer año con 1.2% de la capacidad instalada y de acuerdo al crecimiento en las ventas este porcentaje se irá incrementando paulatinamente hasta utilizar el 100% la capacidad instalada

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Licadora Oster 375w	1	C\$995.00	C\$995.00
Cocina de gas INDURAMA 4 quemadores	1	C\$6,700.00	C\$6,700.00
Tazón	1	C\$120.00	C\$120.00
Cuchara	3	C\$6.00	C\$18.00
Espátula de cocina	1	C\$95.00	C\$95.00
Tanque de gas 100 lb	2	C\$1200.00	C\$1200.00
Chichillos	2	C\$60.00	C\$120.00
Mesón de madera	1	C\$ 1500	C\$ 1500
Congelador frigidaire 7 pies	1	C\$8,999.00	C\$8,999.00
Encorchadora semiautomática	1	C\$ 8,000.00	C\$ 8,000.00
TOTAL			24

3.2 Términos y condiciones de la compra de equipos.

El vendedor en este caso son: Curacao y Tropigas, se encargara de llevar la maquinaria hasta la ubicación de la pequeña empresa en Jinotepe, Carazo puesto que cubren Managua y Departamentos aledaños. Esto deberá identificarse

²⁴ Tabal sobre descripción de maquinaria de trabajo

en la orden de compra – venta al igual que la fecha de entrega. Si en algún caso se incumple con lo estipulado estas empresas se encargaran de indemnizar a la empresa por cualquier costo y gasto razonable atribuibles al incumplimiento de la compra.

3.2.1 Forma de pago

Se hará el 65% en efectivo el día de acuerdos entre el comprador y vendedor y el 35% restante se cancelará el día de entrega de las maquinas.

3.2.2 Inspección

El jefe de producción el cual deberá tener conocimiento en manejo y reparación de la maquinaria se reserva el derecho de inspeccionar los equipos el que podrá afirmar si el equipo no cumple con las características que se acordaron previamente.

3.2.3 Garantía

La mayoría de estas empresas brindan garantía por un plazo de un año, lo que se consultó con los proveedores de los equipos y afirmaron que otorgan un año de garantía desde el momento que entregan la maquinaria al comprador.

Todo lo anterior estará inmerso en un contrato de compra firmado por ambas partes.

3.2.4 Capacidad Instalada

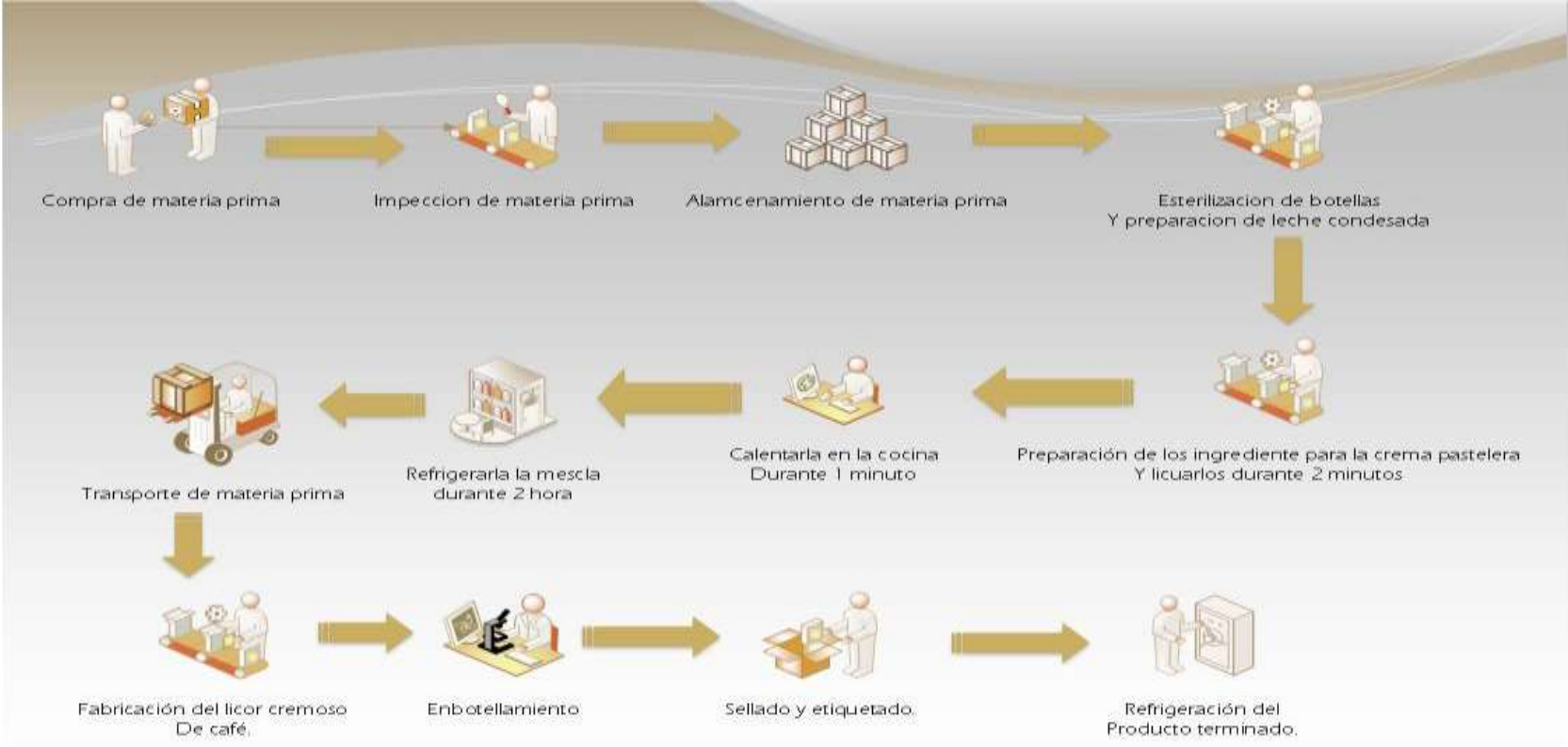
Se refiere a la capacidad de las maquinarias con que contará la pequeña empresa para producir botellas de licor cremoso de café.







Un bajo uso de la capacidad instalada significa subutilización de los recursos y por ende mayor costo por unidad; es decir se percibe como una sobreinversión que no se justifica frente al tamaño real de la demanda, y al contrario, un alto uso de la capacidad instalada puede conducir a costos unitarios bajos.

Por tal razón se puede producir las siguientes botellas en este intervalo de tiempo.

Máquina	Capacidad
Encorchadora semiautomática	Botella de 375ml (1200 botellas* horas)

3.3 Flujo grama para la elaboración de Mix Coffee.



N°	Actividades para la producción de Mix Coffee.								Tiempo Minutos
1	Compra de materiales	X							25
2	Recepción de materia prima			X					20
3	Inspección de materia prima			X					20
4	Almacenamiento de materia prima.		X						25
5	Transporte de botellas al área de cocina				X				15
6	Hervir la leche								3
7	Mesclar con azúcar durante 30 min,								30
8	Hervir botellas durante 2 min	X							2
9	Almacenamiento de botellas.		X						15
10	Preparación de ingredientes Para crema pastelera	X							10
11	Licuar ingredientes a velocidad alta por 2 min.	X							2
12	Calentar la mezcla en cocina durante 1 min.	X							1
13	Colocar en recipiente y refrigerar por 2 horas.					X			120
16	Transportar ingredientes de bodega a cocina.				X				20
17	Preparación de ingredientes para la preparación del mix coffee.						X		10
18	Agregar todos los ingredientes en su proporción en licuadora.	X							2
19	Licuar ingredientes durante 2 min.	X							2
20	Embotellar producto	X							10

	final.								
21	Sellar y etiquetar botellas.	X							10
22	Almacenar producto final en frízer.							X	15
	Total.								360

3.4 Capital Fijo Vida Útil del Capital Fijo

Tablas de depreciaciones de las maquinarias y utensilios a utilizar durante el proceso de elaboración del licor cremoso.

MICROEMPRESA SUNSET								
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE PRODUCCIÓN								
Maquinarias	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Vida Útil	Depreciación Anual	Depreciación Mensual	Monto anual	Monto Mensual
licuadora oster	1	C\$995.00	C\$995.00	5 años	20.00%	1.67%	C\$199.00	C\$16.62
cocina de gas indurama	1	C\$6,700.00	C\$6,700.00	5 años	20.00%	1.67%	C\$1,340.00	C\$111.89
Mesón	2	C\$1,500.00	C\$3,000.00	5 años	20.00%	1.67%	C\$600.00	C\$50.10
congelador	1	C\$8,999.00	C\$8,999.00	3 años	20.00%	1.67%	C\$1,799.80	C\$150.28
Gas butano de 100 libra.	1	C\$1,414.25	C\$1,414.25	5 años	20.00%	1.67%	C\$282.85	C\$23.62
Total	6	C\$19,608.25	C\$21,108.25				C\$4,221.65	C\$352.51

3.4.1 Vida Útil del Capital Fijo

MICROEMPRESA SUNSET					
DEVENGACIÓN DE EQUIPO DE PRODUCCIÓN					
Utensilios	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Vida Útil	Delegación Mensual
Rejilla	1	C\$150.00	C\$150.00	6 Meses	C\$25.00
Tazón	1	C\$190.00	C\$190.00	6 Meses	C\$31.67
Espátula	1	C\$150.00	C\$150.00	12 Meses	C\$12.50
Total	4	C\$532.00	C\$532.00		C\$69.17

MICROEMPRESA SUNSET								
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE VENTA								
Maquinarias	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Vida Útil	Depreciación Anual	Depreciación Mensual	Monto anual	Monto Mensual
Vitrina Horizontal	2	C\$1,900.00	C\$3,800.00	5 años	20.00%	1.67%	C\$760.00	C\$63.46
Total	2	C\$1,900.00	C\$3,800.00				C\$760.00	C\$63.46

MICROEMPRESA SUNSET					
DEVENGACIÓN DE EQUIPO DE VENTA					
Útiles	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Vida Útil	Delegación Mensual
Sillas	2	C\$150.00	C\$300.00	6 meses	C\$50.00
Total	2	C\$150.00	C\$300.00		C\$50.00²⁵

	Anual	Mensual
Total Depreciaciones	C\$4,981.65	C\$415.97
Total Delegaciones	C\$169.17	

3.4.2 Mano de obra, su costo, disponibilidad y productividad

MICROEMPRESA SUNSET					
Cédula N° 11 Proyecciones de Mano de Obra Directa					
DESCRIPCION	Ene	Feb	Mar	Abr	May
Resp. de producción	C\$6,864.00	C\$6,864.00	C\$7,138.56	C\$7,138.56	C\$7,138.56
Encargado de producción	C\$6,149.00	C\$6,149.00	C\$6,394.96	C\$6,394.96	C\$6,394.96
Encargado de sellados y empaques	C\$6,149.00	C\$6,149.00	C\$6,394.96	C\$6,394.96	C\$6,394.96
Total	C\$19,162.00	C\$19,162.00	C\$19,928.48	C\$19,928.48	C\$19,928.48

²⁵ Fuente equipo proyectista

Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
C\$7,138.56	C\$7,138.56	C\$7,138.56	C\$7,424.10	C\$7,424.10	C\$7,424.10	C\$7,424.10	C\$86,255.77
C\$6,394.96	C\$6,394.96	C\$6,394.96	C\$6,650.76	C\$6,650.76	C\$6,650.76	C\$6,650.76	C\$77,270.79
C\$6,394.96	C\$6,394.96	C\$6,394.96	C\$6,650.76	C\$6,650.76	C\$6,650.76	C\$6,650.76	C\$77,270.79
C\$19,928.48	C\$19,928.48	C\$19,928.48	C\$20,725.62	C\$20,725.62	C\$20,725.62	C\$20,725.62	C\$240,797.36

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Agua	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00
Luz	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00
Alquiler del local	C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00
	C\$ 3,500.00	C\$ 3,500.00	C\$ 3,500.00	C\$ 3,500.00	C\$ 3,500.00	C\$ 3,500.00
ADMON 20%						
20%						
Agua	C\$ 40.00	C\$ 40.40	C\$ 40.80	C\$ 41.21	C\$ 41.62	C\$ 42.04
Luz	C\$ 60.00	C\$ 60.60	C\$ 61.21	C\$ 61.82	C\$ 62.44	C\$ 63.06
Alquiler del local	C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 600.00
	C\$ 700.00	C\$ 701.00	C\$ 702.01	C\$ 703.03	C\$ 704.06	C\$ 705.10
VENTA 30%						
30%						
Agua	C\$ 60.00	C\$ 60.60	C\$ 61.21	C\$ 61.82	C\$ 62.44	C\$ 63.06
Luz	C\$ 90.00	C\$ 90.90	C\$ 91.81	C\$ 92.73	C\$ 93.65	C\$ 94.59
Alquiler del local	C\$ 900.00	C\$ 900.00	C\$ 900.00	C\$ 900.00	C\$ 900.00	C\$ 900.00
	C\$ 1,050.00	C\$ 1,051.50	C\$ 1,053.02	C\$ 1,054.55	C\$ 1,056.09	C\$ 1,057.65
PRODUCCION 50%						
50%						
Agua	C\$ 100.00	C\$ 101.00	C\$ 102.01	C\$ 103.03	C\$ 104.06	C\$ 105.10
Luz	C\$ 150.00	C\$ 151.50	C\$ 153.02	C\$ 154.55	C\$ 156.09	C\$ 157.65
Alquiler del local	C\$1,500.00	C\$1,500.00	C\$1,500.00	C\$1,500.00	C\$1,500.00	C\$1,500.00
	C\$1,750.00	C\$1,752.50	C\$1,755.03	C\$1,757.58	C\$1,760.15	C\$1,762.75
TOTAL AGUA	C\$ 200.00	C\$200.00	C\$ 204.02	C\$ 206.06	C\$ 208.12	C\$ 210.20
TOTAL LUZ	C\$ 300.00	C\$300.00	C\$ 306.03	C\$ 309.09	C\$ 312.18	C\$ 315.30
TOTAL DE ALQUILER	C\$3,000.00	C\$3,000.00	C\$3,000.00	C\$3,000.00	C\$3,000.00	C\$3,000.00

Tabla de gastos básicos por área. 20% administración, 30% departamento de ventas y 50% el área de producción.

Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 200.00	C\$ 2,400.00
C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 3,600.00
C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00	C\$ 36,000.00
C\$ 3,500.00	C\$ 3,500.00	C\$ 3,500.00	C\$ 3,500.00	C\$ 3,500.00	C\$ 3,500.00	C\$ 42,000.00
C\$ 42.46	C\$ 42.89	C\$ 43.31	C\$ 43.75	C\$ 44.18	C\$ 44.63	C\$ 507.30
C\$ 63.69	C\$ 64.33	C\$ 64.97	C\$ 65.62	C\$ 66.28	C\$ 66.94	C\$ 760.95
C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 7,200.00
C\$ 706.15	C\$ 707.21	C\$ 708.29	C\$ 709.37	C\$ 710.46	C\$ 711.57	C\$ 8,468.25
C\$ 63.69	C\$ 64.33	C\$ 64.97	C\$ 65.62	C\$ 66.28	C\$ 66.94	C\$ 760.95
C\$ 95.54	C\$ 96.49	C\$ 97.46	C\$ 98.43	C\$ 99.42	C\$ 100.41	C\$ 1,141.43
C\$ 900.00	C\$ 900.00	C\$ 900.00	C\$ 900.00	C\$ 900.00	C\$ 900.00	C\$ 10,800.00
C\$ 1,059.23	C\$ 1,060.82	C\$ 1,062.43	C\$ 1,064.05	C\$ 1,065.69	C\$ 1,067.35	C\$ 12,702.38
C\$ 106.15	C\$ 107.21	C\$ 108.29	C\$ 109.37	C\$ 110.46	C\$ 111.57	C\$ 1,268.25
C\$ 159.23	C\$ 160.82	C\$ 162.43	C\$ 164.05	C\$ 165.69	C\$ 167.35	C\$ 1,902.38
C\$1,500.00	C\$1,500.00	C\$1,500.00	C\$1,500.00	C\$1,500.00	C\$1,500.00	C\$ 18,000.00
C\$1,765.38	C\$1,768.03	C\$1,770.71	C\$1,773.42	C\$1,776.16	C\$1,778.92	C\$ 21,170.63
C\$ 212.30	C\$ 214.43	C\$ 216.57	C\$ 218.74	C\$ 220.92	C\$ 223.13	C\$ 2,534.50
C\$ 318.46	C\$ 321.64	C\$ 324.86	C\$ 328.11	C\$ 331.39	C\$ 334.70	C\$ 3,801.75
C\$3,000.00	C\$3,000.00	C\$3,000.00	C\$3,000.00	C\$3,000.00	C\$3,000.00	C\$ 36,000.00

3.4.3 Gastos Administrativos

Cédula N° 17 Proyecciones de Gastos de Administración

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Salarios	C\$5,000	C\$5,000	C\$5,000	C\$5,000	C\$5,000	C\$5,000
Vacaciones	C\$417	C\$417	C\$417	C\$417	C\$417	C\$417
Treceavo mes	C\$417	C\$417	C\$417	C\$417	C\$417	C\$417
Indemnización	C\$417	C\$417	C\$417	C\$417	C\$417	C\$417
Inss Patronal	C\$900	C\$900	C\$900	C\$900	C\$900	C\$900
Agua	C\$40	C\$40	C\$41	C\$41	C\$42	C\$42
Luz	C\$60	C\$61	C\$61	C\$62	C\$62	C\$63
Alquiler del local	C\$600	C\$600	C\$600	C\$600	C\$600	C\$600
Amortización Gasto constitución	C\$123	C\$123	C\$123	C\$123	C\$123	C\$123
Depreciación	C\$0	C\$0	C\$0	C\$0	C\$0	C\$0
Total	C\$7,973	C\$7,974	C\$7,975	C\$7,976	C\$7,977	C\$7,978

Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
C\$5,000	C\$5,000	C\$5,000	C\$5,000	C\$5,000	C\$5,000	C\$60,000
C\$417	C\$417	C\$417	C\$417	C\$417	C\$417	C\$5,000
C\$417	C\$417	C\$417	C\$417	C\$417	C\$417	C\$5,000
C\$417	C\$417	C\$417	C\$417	C\$417	C\$417	C\$5,000
C\$900	C\$900	C\$900	C\$900	C\$900	C\$900	C\$10,800
C\$42	C\$43	C\$43	C\$44	C\$44	C\$45	C\$507
C\$64	C\$64	C\$65	C\$66	C\$66	C\$67	C\$761
C\$600	C\$600	C\$600	C\$600	C\$600	C\$600	C\$7,200
C\$123	C\$123	C\$123	C\$123	C\$123	C\$123	C\$1,470
C\$0	C\$0	C\$0	C\$0	C\$0	C\$0	C\$0
C\$7,979	C\$7,980	C\$7,981	C\$7,982	C\$7,983	C\$7,984	C\$95,738

4. Plan de Organización

4.1 Aspecto legal

Normas y reglamentos

Toda MIPYME o empresa privada se encuentra inmersa en un ambiente legal que exige el cumplimiento de normas y reglamentaciones para constituirse y operar legalmente en el país. Por tal razón deberá enmarcarse para su funcionamiento en aspecto tales como:

<i>Referencia</i>	<i>Aspecto a considerar</i>	<i>Regulación</i>
	CODIGO DEL TRABAJO (ley 185)	
(Nicaragua A. n., codigo del trabajo, ley 1865, 1996)	<ul style="list-style-type: none">• 13vo mes o Aguinaldo.• Vacaciones.• Indemnización	El código laboral funciona como un ente regulador para establecer salarios adecuados para los colaboradores, ya que por este medio se pueden conocer las sanciones por el incumplimiento, tiempos y cantidades a pagar en los diferentes periodos del año, así también normaliza la relación de los colaboradores con los jefes de área; además del conjunto de obligaciones y deberes de ambas partes.

LEY DE HIGIENE Y SEGURIDAD (ley 618)

(Nicaragua A. n., Ley general de higiene y seguridad del trabajo, 2007)

- Título V
- Arto. 100-129

Esta ley beneficia tanto a los colaboradores como a la empresa, ya que se puede evitar riesgos de pérdida en lo material en la área laboral como por ejemplo: en el área de producción en donde se lleva a cabo en los la conversión de los productos y se debe de tener cuidado en el uso de insumos, también ayuda a establecer normas, parámetros para asegurar y proteger la vida y salud de todos los colaboradores aunque esto requiera de inversiones significativa para la empresa.

LEY DE DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES (ley 182)

(Nicaragua A. N., ley no. 182. Ley de defensa del consumidor, 1999)

- Arto.1-6

Este artículo ayuda a que la empresa en su proceso de producción y distribución a implemente medidas de seguridad de tal manera que disminuya los riesgos que puedan afectar la salud de los consumidores, y así mismo evitar demandas por incumplimiento de normas.

LEY MIPYME

<i>(Nicaragua A. N., Ley de promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa. ley no. 645, 2008)</i>	Ley 645 Y reglamento	Esta ley tiene un impacto positivo en la empresa ya que se puede acceder a diversos beneficios como incentivos fiscales y a programas de apoyo. La empresa podrá hacer sus trámites ante el MIFIC de manera más rápida, ahorrando de esta forma tiempo y dinero.
--	----------------------------	--

LEY DE CONCERTACIÓN TRIBUTARIA

<i>(Nicaragua A. N., Ley de concentración tributaria. Ley no. 822, 2013)</i>	□ LEY NO. 822.	El IR creado por el art. 3 de la LCT, es un impuesto directo y personal que grava las rentas del trabajo, las rentas de actividades económicas, las rentas de capital y ganancias y pérdidas de capital de fuente nicaragüense; obtenidas por los contribuyentes, residentes o no residentes, lo mismo que cualquier incremento de patrimonio no justificado y las rentas que no estuviesen expresamente exentas o exoneradas por ley. Se entenderá como incremento de patrimonio no justificado, los ingresos recibidos por el contribuyente que no pueda justificar como rentas o utilidades, ganancias extraordinarias, aportaciones de capital o préstamos, sin el debido soporte del origen o de la capacidad de económica de las personas que provean dichos fondos.
--	----------------	--

LEY DE MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS

<p><i>(Nicaragua A. N., Ley de marcas y otros signos distintivos. Ley no. 380, 2001)</i></p>	<ul style="list-style-type: none">• Ley N° 380	<p>Esta ley tiene como objetivo establecer las disposiciones que regulan la protección de las marcas y otros signos distintivos.</p> <p>La marca puede identificar a un producto originario de un país, una región, una localidad o un lugar determinado; cuya calidad, reputación u otra característica sea atribuible esencialmente a su origen geográfico, incluidos los factores humanos y naturales.</p> <p>Esta ley favorece al propietario de la marca en este caso signo que lo tiene registrado de tal manera que cualquier otro producto o empresa similar no puede hacer uso de su distintivo.</p>
--	--	---

LEY DE PATENTES DE INVENCIÓN, MODELO DE UTILIDAD Y DISEÑOS INDUSTRIALES

<p><i>(Nicaragua A. N., ley de patentes de invención, modelo de utilidad y diseños industriales, 1999)</i></p>	<ul style="list-style-type: none">• LEY No. 354	<p>La presente Ley tiene como objeto, establecer las disposiciones jurídicas para la protección de las invenciones; los dibujos y modelos de utilidad, los diseños industriales, los secretos empresariales, y la prevención de actos que constituyan competencia desleal.</p>
--	---	--

NORMAS

REGISTRO UNICO DEL CONTRIBUYENTE (RUC)

<i>(ingresos, 1981)</i>	<input type="checkbox"/> Publicada en la Gaceta, Diario Oficial No. 246 del 30 de Octubre	Dicha inscripción es de carácter obligatorio para todas las empresas que quieran comenzar sus operaciones. El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales que realicen alguna actividad económica en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.
-------------------------	---	---

4.2 Procedimientos para constituir y legalizar la Empresa.

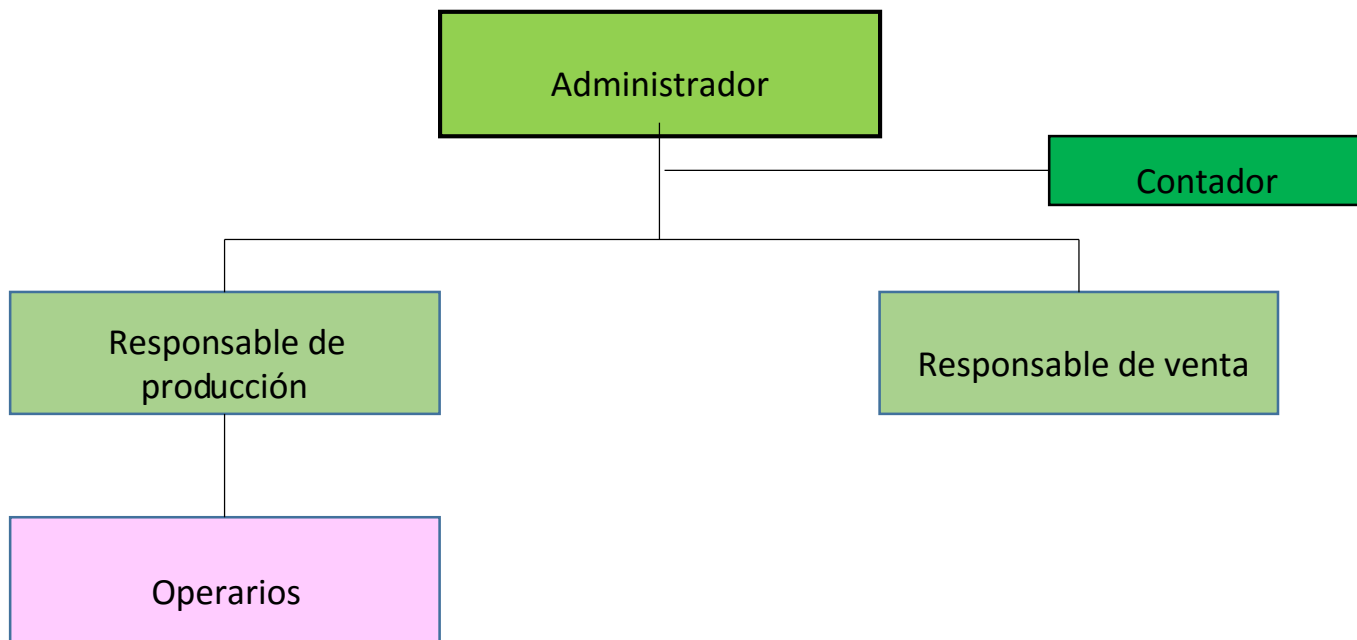
Se llevaron a cabo los siguientes trámites para la legalización de empresa de forma natural:

1. Registro mercantil.
2. Dirección General de Ingresos (DGI). Registro Único del Contribuyente (RUC)
3. Alcaldía
4. Trámites básicos para inicio de operaciones convenio DGI-MIFIC- INPYME: Persona Natural (cuota fija)

4.3 Aspectos organizacionales

Estructura Organizacional.

Estructura funcional



Por las características de la pequeña empresa se ha tomado la decisión de implementar un organigrama funcional de acuerdo a las necesidades y los recursos de la empresa, aprovechando al máximo la disposición de los colaboradores, logrando así una eficiente coordinación de funciones.

Nombre de cargo	No de personas en el cargo
Administrador	1
Responsable de Producción	1
Operario	2
Responsable de venta	1
Total	5

4.4 Gastos preliminares

Institución a pagar	Actividades	Cantidad
DGI	Obtención del Timbre fiscal	C\$15.00
ALCALDIA	Formulario de solicitud de matrícula	C\$5.00
	Tramitación de la Matrícula	C\$500.00
	Constancia de matrícula	C\$5.00
INSTITUTO NICARAGUENSE DE CODIFICACION	Registro de marca (Por categoría)	C\$3,216.00
	Solicitud de registro sanitario para alimentos	C\$20.00
	Certificado de registro sanitario	C\$50.00
ABOGADO	Acta de Constitución	C\$3,500.00
Total		C\$7,311.00

5. Plan financiero

El plan financiero para la Micro empresa productora y comercializadora de licor cremoso de café, su elaboración toma en cuenta diversos factores como: costos de publicidad, ventas, costo de mano de obra, costo de producción, costos indirectos de fabricación y la inversión total que se hará para que el proyecto sea puesto en marcha.

Este plan definirá detalladamente los ingresos de **Sunset** para distribuirlos de forma correcta para tomar decisiones asertivas que permitan no solo el crecimiento de la microempresa, sino también la satisfacción de los clientes.

Mediante los siguientes estados financieros se pretende conocer la rentabilidad de operación que tiene el proyecto.

5.1 Plan de Inversión

La inversión inicial es el resultado de diferentes datos obtenidos en el Estudio de Mercado, Estudio de Técnico, Estudio de Organización y Gestión, el cual consiste en la compra de Maquinarias, Equipos y materiales de producción, equipo administrativo, y capital de trabajo en efectivo; los cuales en su conjunto detallan los costos y gastos en los que **Sunset** deberá incurrir desde que esta comience sus operaciones.

La estimación de costo de un proyecto consiste en estimar los costos de los recursos necesarios (humanos y materiales) para completar las actividades del proyecto. En la aproximación de costos la persona que estima considera las posibles variaciones del estimado final con propósito de mejorar la administración del presupuesto del proyecto.

Para iniciar operaciones la pequeña empresa **Sunset** requiere una inversión total de **C\$149,158.89** córdobas, divididos en:

1. Inversión fija de **C\$35,326.25** córdobas.

Este rubro se agrupa en tangible e intangible, diferenciación que va a facilitar el costo del proyecto en su fase operativa. La estimación de la inversión fija se basa en cotizaciones y/o proformas de los bienes y servicios a utilizarse en la ejecución. Forma parte de la infraestructura operativa del negocio; es decir, la base para iniciar la producción para el mercado seleccionado.

Cabe mencionar que se considera como inversión a todas las compras o adquisiciones que van a formar parte de la propiedad de la empresa a constituirse en el proyecto que se está estructurando.

2. Inversión diferida de **C\$9,151.00** córdobas.

Se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del proyecto, no están sujetos a desgaste físico. Usualmente está conformada por trabajos de investigación y estudios, gastos de organización y supervisión, gastos de puesta en marcha de la planta, gastos de administración, intereses, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, imprevistos, gastos en patentes y licencias, etc.

Dentro de ésta inversión se encuentran los gastos operativos, organización y constitución de la empresa y capital de trabajo. 3. Capital de trabajo de **C\$104,681.64** córdobas.

Dinero necesario para poner en marcha el negocio durante el primer ciclo productivo, que es el tiempo transcurrido que se inician las operaciones del negocio. El capital requerido para poner en marcha está dividido entre propio y financiado.

5.2 Costo del Proyecto

MICROEMPRESA SUNSET

PLAN DE INVERSIÓN

Descripción	Total
Inversión Fija	
<i>Mobiliario y Equipo de Oficina</i>	C\$4,400.00
<i>Maquinaria</i>	C\$21,598.25
Sub total Inversión Fija	C\$25,998.25
Inversión Diferida	
<i>Gastos Constitución</i>	C\$7,351.00
<i>Publicidad</i>	C\$1,800.00
Sub total Inversión Diferida	C\$9,151.00
Capital de Trabajo	
<i>Compra de materia prima directa</i>	C\$302,243.80
<i>Compra de materia prima indirecta</i>	C\$112,176.00
<i>Sueldos y Salarios</i>	C\$38,324.00
<i>Seguro Social (Aporte Patronal)</i>	C\$8,352.00
<i>Gastos Administrativo</i>	C\$1,401.00
<i>Gastos de Venta</i>	C\$5,604.00
<i>Inventario de Materia Prima</i>	C\$55,577.96
<i>Menos % venta de contado</i>	C\$486,036.22
<i>Menos % venta de crédito</i>	
Sub total Capital de Trabajo	C\$37,642.54
Inversión Total	C\$72,791.79²⁶

Elaborado por:

Revisado por:

Autorizado por:

²⁶ Fuente equipo proyectista

MICROEMPRESA SUNSET						
ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO						
Descripción	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	TOTAL
Ventas Totales (Ingresos)	C\$3760,885	C\$3911,321	C\$4067,774	C\$4230,485	C\$4399,704	C\$20370,169
Costos de Producción (-)	C\$2892,989	C\$3008,708.33	C\$3129,056.66	C\$3254,218.93	C\$3384,387.69	C\$15669,360
Utilidad Marginal	C\$867,897	C\$902,612	C\$938,717	C\$976,266	C\$1015,316	C\$4700,808
Gastos de Administración (-)	C\$95,738	C\$95,738	C\$95,738	C\$95,738	C\$95,738	C\$478,692
Gastos de Venta (-)	C\$97,632	C\$97,632	C\$97,632	C\$97,632	C\$97,632	C\$488,159
Utilidad Bruta	C\$674,526	C\$709,242	C\$745,347	C\$782,895	C\$821,946	C\$3733,956
I.R. (-)	C\$101,179	C\$106,386	C\$111,802	C\$117,434	C\$123,292	C\$560,093
Utilidad Neta	C\$573,347	C\$602,856	C\$633,545	C\$665,461	C\$698,654	C\$3173,863
Depreciación (+)	C\$6,839	C\$6,839	C\$6,839	C\$6,839	C\$6,839	C\$34,194
Pago al Principal (-)	C\$3,721	C\$5,582	C\$8,373	C\$12,560	C\$18,839	C\$49,076
Flujo Neto de Efectivo	C\$576,465	C\$604,113	C\$632,010	C\$659,740	C\$686,653	C\$3158,981

Elaborado por : el contador

Revisado por : el Gerente General

Autorizado por : el Gerente General

5.3 Estado de resultado.

Estado de Resultado

El Estado de Ganancias y Pérdidas conocido también como Estado de Resultados, Estado de Ingresos y Gastos, o Estado de Rendimiento; es un informe financiero que da muestra la rentabilidad de la empresa durante un periodo determinado, es decir, las ganancias y/o pérdidas que la empresa obtuvo o espera tener.

Con los elementos financieros descritos a continuación (ventas, costos, gastos) se analiza que **Sunset** así como sus rendimientos operacionales demuestra que desde sus inicios posee un buen alcance de efectivo; ya que, sus utilidades son relativamente considerables por ende muestra un nivel de recuperación muy factible; sin embargo para poder emitir juicios concretos y avalados por indicadores específicos, es necesario trabajar con más años para ver el grado de factibilidad que presentara el proyecto con el transcurso de los años de vida del negocio, lo cual indica que la Micro empresa presentara utilidades considerables durante su ciclo de vida.

Los flujos de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado para una empresa. El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. Sunset en su Flujo de caja (Con y Sin Financiamiento) durante los primeros doce meses detallando de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene la pequeña empresa durante ese periodo. Los ingresos lo conforman las por venta generadas, los egresos o salidas de dinero, pago de salarios, servicios de agua o energía eléctrica, etc. La diferencia entre los ingresos y los egresos se conoce como saldo o flujo neto, por lo tanto constituye un importante indicador de la liquidez de la empresa puesto que Si el saldo es positivo.

MICROEMPRESA SUNSET						
FLUJO DE CAJA SIN FINANCIAMIENTO						
Descripción	AÑOS					
	0	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Ingresos por Ventas		C\$ 3760,885	C\$ 3911,321	C\$ 4067,774	C\$ 4230,485	C\$ 4399,704
Costos de Producción		C\$ 2892,989	C\$ 3008,708	C\$ 3129,057	C\$ 3254,219	C\$ 3384,388
Depreciación		C\$ 6,839	C\$ 6,839	C\$ 6,839	C\$ 6,839	C\$ 6,839
Utilidad Marginal		C\$ 861,058	C\$ 895,774	C\$ 931,878	C\$ 969,427	C\$ 1008,477
Gastos Administrativos		C\$ 95,738	C\$ 95,738	C\$ 95,738	C\$ 95,738	C\$ 95,738
Gastos de Venta		C\$ 97,632	C\$ 97,632	C\$ 97,632	C\$ 97,632	C\$ 97,632
Utilidad antes de Impuesto		C\$ 667,687	C\$ 702,403	C\$ 738,508	C\$ 776,056	C\$ 815,107
I.R.		C\$ 100,153	C\$ 105,360	C\$ 110,776	C\$ 116,408	C\$ 122,266
Utilidad Neta		C\$ 567,534	C\$ 597,043	C\$ 627,732	C\$ 659,648	C\$ 692,841
Inversión Fija	-C\$ 35,326					
Inversión Diferida	-C\$ 9,151					
Capital de Trabajo	-C\$ 37,316					
Flujo Neto de Efectivo	-C\$ 81,793	C\$ 567,534	C\$ 597,043	C\$ 627,732	C\$ 659,648	C\$ 692,841

5.4 Balance General de Apertura

El balance general es el estado financiero de una empresa en un momento determinado. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos (lo que organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (el patrimonio neto).

Es el documento que presenta la situación financiera del negocio, en una fecha determinada; ya que, este demuestra de manera detallada el valor de los activos que posee la Micro empresa, así como el capital con el cual empezara sus operaciones, tomando en cuenta que **Sunset** se vale por lo que es capaz de hacer y no por el valor de sus activos.

MICROEMPRESA SUNSET			
BALANCE DE APERTURA			
AÑO 2016			
Activos No Corriente			
<i>Mobiliario y Equipo de Oficina</i>	C\$ 4,400		
<i>Herramientas y Maquinaria</i>	C\$ 21,598		
Sub total No Corriente		C\$ 25,998	
Otros Activos			
<i>Gastos Organización</i>	C\$ 7,351		
<i>Publicidad al inicio de las operaciones</i>	C\$ 1,800		
Sub total Otros Activos		C\$ 9,151	
Total Activos			C\$ 35,149
-			
<u>Patrimonio</u>			
Capital Contable			
Capital Social	C\$ 35,149		
Total Patrimonio		C\$ 35,149	
Total Pasivo más capital			C\$ 35,149

5.5 Balance general de cierre

MICROEMPRESA SUNSET	
<i>balance de cierre</i>	
<i>año 2023</i>	
Activos	
Activos Corrientes	
<i>Bancos</i>	C\$ 694,960
<i>Inv. Materiales</i>	C\$ 2,282,773
<i>Inv. Prod terminados</i>	C\$ 504,832
sub total de activos corrientes	C\$ 3,482,564
total activos	C\$ 3,482,564
pasivos	
pasivos no corrientes	
<i>proveedores</i>	C\$ 684,030
Ir x pagar	C\$ 123,190
sub total de pasivos corrientes	C\$ 807,219
total pasivos	C\$ 807,219
Capital contable	
Capital social	C\$ 1,980,385
utilidad de ejercicio	C\$ 694,960
total capital contable	C\$ 2,675,345
total p+c	C\$ 3,482,564 ²⁷

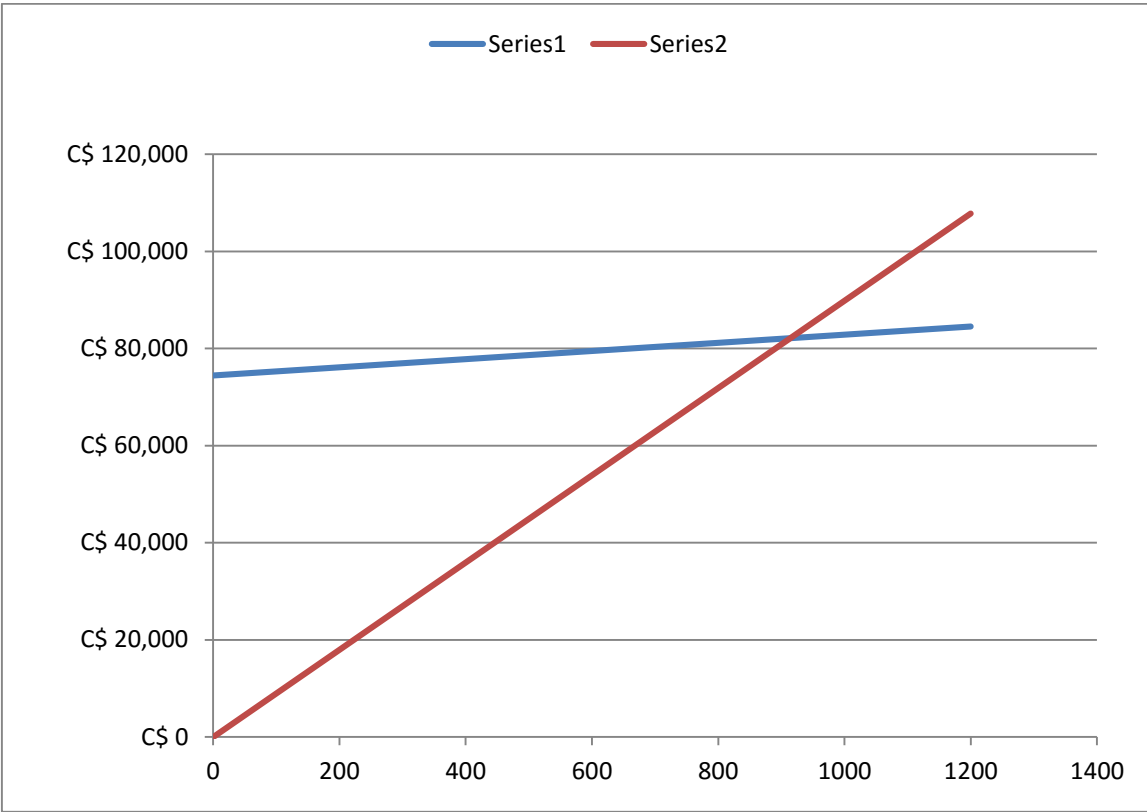
²⁷ Balance de cierre equipo proyectista

5.6 Punto de equilibrio (PDE)

Punto de equilibrio es un concepto de las finanzas que hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero (no gana dinero, pero tampoco pierde). En el punto de equilibrio, por lo tanto, una empresa logra cubrir sus costos. Al incrementar sus ventas, logrará ubicarse por encima del punto de equilibrio y obtendrá beneficio positivo. En cambio, una caída de sus ventas desde el punto de Equilibrio generará pérdidas.

COSTOS FIJOS	C\$ 74,416
PRECIO:	C\$ 90
COSTOS VARIABLES:	C\$ 8
PUNTO DE EQUILIBRIO (PE):	818.84
ingreso de equilibrio	C\$ 73,696

unidades vendidas	costo total	Ingresos Por ventas
0	C\$ 74,416	C\$ 0
100	C\$ 75,258	C\$ 8,981
200	C\$ 76,100	C\$ 17,961
300	C\$ 76,943	C\$ 26,942
400	C\$ 77,785	C\$ 35,923
500	C\$ 78,627	C\$ 44,904
600	C\$ 79,469	C\$ 53,884
700	C\$ 80,312	C\$ 62,865
800	C\$ 81,154	C\$ 71,846
900	C\$ 81,996	C\$ 80,826
1000	C\$ 82,838	C\$ 89,807
1200	C\$ 84,523	C\$ 107,769



La determinación del punto de equilibrio es un elemento muy importante para la Micro empresa, debido a que permite determinar el nivel de ventas necesarias para cubrir los costos en los que se incurre; es decir, permitirá conocer ese punto en las ventas en las que los ingresos serán igual a los egresos, ese punto neutro donde no se gana ni se pierde. Como estratégica permitirá conocer la solvencia y el nivel de rentabilidad de Sunset.

Con respecto a las unidades que Sunset debe de vender para estar en este punto de equilibrio son el total de **1,166 botellas** de Mix Coffee, a este punto de ventas la empresa no generaría utilidades, pero tampoco pérdidas, aun que el objetivo de toda empresa es generar utilidades, el conocer su punto de equilibrio, crea la brecha financiera para determinar, que tan lejos estamos de generar ganancias y que tan lejos estamos de generar pérdidas.

5.7 VAN, TIR, Relación Beneficio Costo

FLUJO DE FONDO

VAN	C\$ 2,143,838
TIR	21%

La micro empresa **Sunset** posea un valor actual neto de **C\$ 1, 164,842** con una tasa de retorno del 21% un nivel alto, lo que indica que la empresa es muy rentable para los inversionistas.

5.7.1 FLUJO DE FONDO

MICROEMPRESA SUNSET						
FLUJO DE FONDOS						
Descripción	AÑOS					
	0	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Ingresos por Ventas		C\$ 3,758,357	C\$ 3,908,691	C\$ 4,065,039	C\$ 4,227,641	C\$ 4,396,746
Costos de Producción		C\$ 2,891,044	C\$ 3,006,686	C\$ 3,126,953	C\$ 3,252,031	C\$ 3,382,112
Depreciación						
Utilidad Marginal		C\$ 867,313	C\$ 902,006	C\$ 938,086	C\$ 975,609	C\$ 1,014,634
Gastos Administrativos		C\$ 47,869	C\$ 47,869	C\$ 47,869	C\$ 47,869	C\$ 47,869
Gastos de Venta		C\$ 97,632	C\$ 97,632	C\$ 97,632	C\$ 97,632	C\$ 97,632
Gastos Financieros						
Utilidad antes de Impuesto		C\$ 721,812	C\$ 756,505	C\$ 792,585	C\$ 830,108	C\$ 869,133
I.R.						
Utilidad Neta		C\$ 721,812	C\$ 756,505	C\$ 792,585	C\$ 830,108	C\$ 869,133
Depreciación						
Inversión Fija	-C\$ 31,198					
Inversión Diferida	-C\$ 9,151					
Financiamiento						
Pago al Principal						
Flujo Neto de Efectivo	-C\$ 40,349	C\$ 721,812	C\$ 756,505	C\$ 792,585	C\$ 830,108	C\$ 869,133

6. Cronograma de Actividades

Organigrama

N°	ETAPAS	Marzo											Abril		
		21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	
1	Solución	■	■	■	■										
2	Diseño o Modelo en 3D									■	■	■			
3	Oportunidad en el Mercado			■	■	■									
4	Propuesta de valor				■	■	■	■							
5	La novedad de mi proyecto desde la base de la Propiedad Intelectual									■	■	■			
6	Ciclo del Proyecto											■	■		
7	Presupuesto														
8	Plan de Negocios						■	■	■	■					
9	Plan de Producción	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
10	Plan de organización y gestión							■	■	■	■				
11	Marco Legal (Forma Jurídica)							■	■	■					
12	PLAN FINANCIERO							■	■	■	■	■	■	■	■

7. Material Complementario



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo FAREM-Carazo

Somos estudiantes de la **UNAN – MANANAGUA, FAREM – CARAZO**; actualmente participamos en proyectos de graduación de la UNAN – MANAGUA, FAREM CARAZO con el proyecto Licor cremoso de café.

La finalidad de esta encuesta es conocer el nivel aceptación de un nuevo producto alimenticio llamado licor cremoso de café.

Agradecemos de ante mano su colaboración, la información que nos brinde será de mucha importancia para la realización de este estudio.

1. Aspectos Demográficos

1. Sexo.

1. Masculino _____ 2. Femenino _____

2. Edad

1. 18 – 30 _____ 2. 31 - 40 _____ 3. 41 – 50 _____ 4. 51 a 60 _____

3. Estado Civil.

1. Soltero (a) _____ 2. Casado (a) _____ 3. Unión de hecho _____

4. No. De Hijos

1. 1 – 2 _____ 2. 3 – 4 _____ 3. 5 a más _____ 4. Ninguno _____

5. No. De miembro familiar

1. 1-5 _____ 2. 6 - 8 _____ 3. 9 a más _____

2. Aspectos de Demanda

1. ¿consume licor?

1. Si _____ 2. No _____

(Si, su respuesta es SI continúe al inciso 2)

(Si, su respuesta es NO pase al inciso 3 del Aspecto Cliente)

2. ¿Qué tipo de bebidas alcohólicas prefiere degustar?

1. cervezas _____ 2. Vino _____ 3. Ron _____ 4. vodka _____ 5. whisky _____

6. Otro _____ 7. ninguno _____

1. ¿Le gustaría consumir un nuevo licor con sabor a café?
1. Si_____ 2. No_____
4. ¿Qué es lo que más le importa en un licor para usted?
1. Sabor_____ 2. Precio_____ 3. Marca _____ 4. Empaque_____
5. ¿De qué otra presentación de sabor preferiría esta bebida?
1. Chocolate___ 2.dulce de leche___ 3. Jamaica___
6. Al momento de su compra ¿Qué razones toma en cuenta? (Marque más de Una)
1. Marca_____ 2. Empaque___ 3. Precio___ 4.Tamaño___ 5. Ninguno_____
7. ¿Con qué frecuencia compra bebidas alcohólicas?
1. Semanal_____ 2. Mensual___ 3. Otros _____
8. ¿En qué ocasión compra más usted este tipo de bebidas?
1) Eventos sociales_____ 2. Cumpleaños_____ 3. Reuniones especiales_____ 4. Navidad_____ 5. Otros _____
9. ¿Qué cantidad de unidades en botellas o latas compra de licor?
1. 1 – 2_____ 2. 3 - 4_____ 3. 5 a más_____ 4. Otro_____
10. ¿De cuánto es su ingreso?
1. Menos de 2,000_____ 2. 2,001 – 3,800_____ 3. 3,801 – 5,000_____ 4. 5,001 a más_____ 5. No Aplica_____
11. ¿En qué lugar compra usted las bebidas?
1. Supermercados_____ 2. Pulperías_____ 3. Gasolineras_____ 4.Kioscos_____ 5.Bares___ 6. Restaurantes_____ 7.Cafeterias_____
12. ¿Qué promoción le gustaría que se realizara?
1. Combo _____ 2. Rifas _____ 3. Degustaciones_____ 4. No Aplica_____

3. Aspecto de oferta

1. ¿El precio de bebidas que se le ofrece esta accesible a su bolsillo?
1. Si_____ 2. No_____ 3. No Aplica_____
2. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una botella de licor cremoso de café?
1. De \$ 90.00 a \$100.00 Córdobas_____ 2. De \$ 110.00 a \$120.00 Córdobas _____ 3. otros_____
3. ¿Qué presentación prefiere encontrar la bebida de licor cremoso de café?
1. 375 ml_____ 2. 750 ml_____

- 3. 900 ml_____
- 4. otro_____

4. ¿En qué empaque compraría las bebidas?
 1) Botellas pasticas_____ 2. Botellas vidrio_____ 3. Otro_____

4. Aspectos de Cliente

- 1. ¿Estaría dispuesto a incluir este tipo de bebida en su consumo?
 1. Si_____ 2. No_____
- 2. ¿Qué tan seguido ingiere usted bebidas (cerveza, ron, etc)?
 2. Diario____ 2. Semanal____ 3. Mensual____
 4. Otro_____
- 3. ¿Cuáles de las siguientes marcas de bebidas es la más consumida por usted?

Directas	
1.Toña	
2.Ron flor de caña	
3.Victoria	
4.SMIRNOFF	
5.corona	
6.Otro	

- 5. ¿Qué le pareció el sabor del licor cremoso de café?
 1. Sabor agradable _____
 2. Sabor amargo _____
 3. Muy fuerte por el contenido de alcohol _____
 4. Imperceptible el nivel de alcohol _____
 5. La concentración del alcohol encaja con la del café _____
- 6. ¿le gustaría que cambiáramos algún aspecto de sabor del licor cremoso de café? ¿Qué aspecto?
 1. Menor nivel de alcohol _____
 2. Mayor nivel de alcohol _____
 3. Un sabor más dulce _____
 4. Consistencia más cremosa _____
 5. Ninguno _____
 6. Otro _____

- ¿Motivos por el cual no consume licor?
 1. Precio_____ 2.salud_____ 3.religion_____ 4. Costumbre_____

8. Bibliografía

Referencias

- ingresos, D. g. (1981). *REGISTRO UNICO DEL CONTRIBUYENTE (RUC)* . MANagua: La gaceta.
- Nicaragua, A. n. (1996). *codigo del trabajo, ley 1865*. managua: Lagaceta.
- Nicaragua, A. N. (1999). *ley de patentes de invención, modelo de utilidad y diseños industriales*.
Managua: La gaceta.
- Nicaragua, A. N. (1999). *ley no. 182. Ley de defensa del consumidor*. Managua: La gaceta.
- Nicaragua, A. N. (2001). *Ley de marcas y otros signos distintivos. Ley no. 380*. Managua: La gaceta.
- Nicaragua, A. n. (2007). *Ley general de higiene y seguridad del trabajo*. Managua: Lagaceta.
- Nicaragua, A. N. (2008). *Ley de promocion, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa. ley no. 645*. Managua: La gaceta.
- Nicaragua, A. N. (2013). *Ley de concentración tributaria. Ley no. 822*. Managua: La gaceta.

9. Anexos (gráficos, tablas, esquemas, maquetas, galería de fotos y otros).



