



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

**Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo**  
**FAREM – Carazo**  
**Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas**

**Informe Final de Seminario de Graduación para optar al Título de Licenciado de  
Contaduría Pública Y Finanzas**

**Tema:**

Plan de negocio con enfoque de emprendimiento en la IV región del país

**Subtema:**

Propuesta de plan de negocio para el diseño de la microempresa ‘**La Madriguera del Conejo, S.A**’ dedicado a la comercialización de platillos elaborados a base de la carne de conejo, en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2020.

**Autores:**

**No. de Carné**

Br. Alemán Calero Elieth Escarleth	16 – 09621 – 7
Br. Cruz Jarquín Evets Geraldina	08 – 09032 – 2
Br. Martínez Hernández Adelaida Yarelis	12 – 09113 – 5

**Tutor:**

Msc. Harle José Montiel Gómez

**Jinotepe, Febrero de 2021**

## **Dedicatoria**

En primer lugar a **Dios:** por brindarme su amor, misericordia, fortaleza, salud y guiarme en todos los momentos de mi vida, principalmente en las dificultades que son pruebas y desafíos que pude superar con su ayuda hoy, mañana y siempre, quien me fortalece y brinda seguridad y confianza en cada momento de forma incondicional.

A **mi Madre Sra. María Inés Calero Gutiérrez** un ser especial por darme la vida, su esfuerzo y amor incondicional, por motivarme y apoyarme en cada uno de mis objetivos, por estar siempre conmigo en todo momento, brindando consejos, ayuda y fortaleza, por ser un ejemplo a seguir, por haberme instruido valores que permanecerán en cada momento.

Por ultimo a mi hermana **Erika Elizabeth Alemán Calero** por su apoyo y comprensión en todo momento que se me presentaron las dificultades, por sus consejos y recomendaciones para mejorar a diario, por ser quien me alienta a lograr nuevas metas.

**Br. Elieth Escarleth Alemán Calero**

## **Dedicatoria**

A **Jehová Dios**, por su amor, su ayuda y su bondad que no tienen fin, quien nos guía, corrige y permite sonreír por todos nuestros logros en medio de las pruebas para mejorar y crecer como seres humanos en diferentes aspectos.

A **mi hijo, Padres y hermanos**, por el apoyo constante, por los valores que me han inculcado, por brindarme la oportunidad de una educación de calidad y sobre todo por ser un ejemplo de vida a seguir, por estar presente no solo en esta etapa tan importante de mi vida, sino en todo momento ofreciéndome lo mejor.

A **nuestros tutores**, por dedicarnos tiempo y compartir sus conocimientos los cuales han contribuido a nuestra formación profesional y a todos los docentes que directa e indirectamente nos han apoyado y motivados a seguir adelante a través de su valiosas Recomendaciones.

**Br. Evets Geraldina Cruz Jarquín**

## **Dedicatoria**

Dedico esta tesis primeramente, a **Dios** por ser nuestra fuente de conocimiento que me dio la valentía ,capacidad y fortaleza para alcanzar esta meta llena de aprendizaje universitario y por ser la guía que me acompañaba en este camino quien nos protegió en momento de tormenta en estas Adversidades como lo es el COVID -19 nos mantuvo sanos y fuertes.

A **mis hijas y padres** quienes siempre me han impulsado a seguir adelante y que son mi mayor inspiración, porque siempre me alentaron a dar lo mejor de mí y perseverar sin desmayar, por que estuvieron ahí a pesar de todas las dificultades y aflicciones que se presentan en el diario vivir.

A todos aquellos **maestros** que además de enseñarme una metodología, me inspiraron a dar lo mejor de mi seguir adelante y darme cuenta que no solo es saber lo que cuenta si no también quienes son como personas combinadas con un conocimiento científico y quedaron huellas en el paso de mi camino en el aprendizaje de la carrera.

A **mí misma** por la luchas que enfrente día a día y que a pesar de todo pude vencer y mantenerme en pie hasta la finalización de esta gran meta.

**Br. Adelaida Yarelis Martínez Hernández**

## Agradecimientos

Agradezco principalmente a **Dios** nuestro padre celestial por permitirme la vida y darme fuerza necesaria para culminar mis estudios universitarios con salud, por ser quien tiene el control de mi vida en medio de mis angustias y alegría, gracias.

A si mismo expreso mi agradecimiento a **mi madre Sra. María Inés Calero Gutiérrez** como reconocimiento a su esfuerzo por sacarme adelante, frente las adversidades y por darme el apoyo para finalizar mis estudios, gracias.

A mi hermana **Erika Elizabeth Alemán Calero** por creer, confiar en mi capacidad y habilidades para culminar la carrera de contaduría pública y finanzas, gracias.

Por último, **todos los profesores** que ha estado conmigo y me han apoyado por medio de su conocimiento y enseñanza que me ayudaron para culminar mis estudios, sobre todo a **mi tutor Harle José Montiel Gómez**, quien ha compartido su conocimiento e instruido para lograr culminar esta etapa importante, gracias .

**Br. Elieth Escarleth Alemán Calero**

## **Agradecimiento**

**A Dios** por haberme llevado de su mano en este aprendizaje universitario, por ser la guía que me acompañaba en este camino, quien nos protegió en momentos de tormenta en estas Adversidades como lo es el COVID -19 ya que nos mantuvo sanos y fuertes.

**A mi hijo Ángel Ezequiel** quien siempre me acompaño, **A mi Padre Sindulfo Jarquín** quien siempre me alentó a dar lo mejor de mí, **a mi Madre Marcia Jarquín** quien me apoyo con sus conocimientos culinarios apoyándome, dándome ánimo, **a mis Hermanos (Lourdes Jarquín, Desiree Jarquín, Marsell Jarquín)** por ser parte fundamental que este sueño pueda hacerse realidad, a través de su amor, apoyo y ánimo.

**A nuestros Maestros Msc. Harle Montiel, Lic. Guillermo Acevedo, Msc. Raúl Medrano, Msc Silvia Carranza** por haber estado dispuestos a atender nuestras inquietudes en el momento que se requería, por creer en nosotros y regalarnos el pan del saber, por su dedicación que ha contribuido a nuestros desarrollo personal y académico.

**Br. Evets Geraldina Cruz Jarquín**

## **Agradecimientos**

**A Dios** por su amor incondicional y eterno me permite sonreír ante todos los logros que son resultado de su ayuda, y por la guía y la luz que nos brinda a diario. Este trabajo ha sido una gran bendición en todo sentido y te lo agradecemos padre, y no cesan las ganas de decir que gracias a ti esta meta está cumplida.

**A mis hijas y padres**, por el apoyo constante en todo momento, por los valores que nos han inculcado y por brindarnos la oportunidad de una educación de calidad y sobre todo por ser un ejemplo de vida a seguir, por estar presente no solo en esta etapa tan importante de nuestras vidas, sino en todo momento ofreciéndonos lo mejor para nosotros.

**A nuestros tutores**, por dedicarnos tiempo y compartir sus conocimientos los cuales han contribuido a nuestra formación profesional y a todos los docentes que directa e indirectamente nos han apoyado y motivados a seguir adelante a través de su valiosas Recomendaciones en el transcurso de mi preparación.

**Br. Adelaida Yarelis Martínez Hernández**

## Valoración Docente



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

2021: "Año del Bicentenario de la Independencia de Centroamérica"

05 de febrero del año 2021

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

Estimado Doctor.

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

Nº	Apellidos y Nombres	Carné
1	Br. Alemán Calero Elieth Escarleth	16-0962-17
2	Br. Cruz Jarquín Evets Geraldina	08-0903-22
3	Br. Martínez Hernández Adelaida Yarelis.	12-0911-35

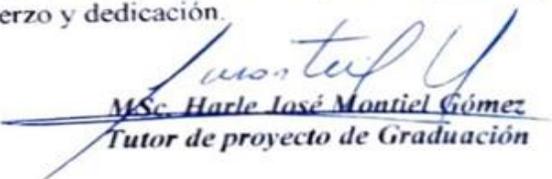
**Siendo el subtema:** Propuesta de plan de negocio para el diseño de la microempresa "La Madriguera del Conejo" dedicado a la comercialización de platillos elaborados a base de la carne de conejo, en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2020.

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

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

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

Atentamente;

  
MSc. Harle José Montiel Gómez  
Tutor de proyecto de Graduación

Cc/ Archivo

¡A la libertad por la Universidad!

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

## **Resumen**

En este trabajo se presenta una propuesta de plan de negocio con enfoque de emprendimiento para la creación de la microempresa “La Madriguera del Conejo, S, A”, el cual consiste en la implementación de un comedor donde se oferten platillos en los que se incluya la carne de conejo, dicho documento consta de la gestión estratégica, mercado, operativa, organizativa, y financiera para la evaluación de la viabilidad del proyecto.

En la gestión estratégica se define la importancia y las características diferenciadoras que tiene la microempresa “La Madriguera del Conejo, S.A”, la misión y la visión; además de los valores que este negocio posee.

El estudio de mercado se realizó en el municipio de Jinotepe, obteniendo como resultado que el 72% de las personas tienen aceptación por el producto de la Madriguera del Conejo, S.A, ahora bien, se pretende abarcar únicamente el 30 % de la demanda para el inicio de las operaciones, por lo que desde este punto de vista el proyecto resulta viable, tomando en cuenta las características de consumo de la población del municipio de Jinotepe con respecto a este tipo de carne magra.

En la gestión operativa, se detalla todo lo correspondiente a los materiales necesarios para el proceso de producción, así como, la distribución de la planta al iniciar operaciones, los equipos de producción necesarios, además de definir la ubicación de la microempresa y las buenas prácticas laborales a implementar en el negocio.

En la gestión organizativa se plantean los aspectos legales, las actividades y gastos que necesita La Madriguera del Conejo, S.A. para inicio de sus operaciones, y las funciones de los cargos que tendrá cada persona que labore en la entidad acorde a su necesidad.

La gestión financiera nos refleja la inversión total inicial que se estimó en C\$ 556,675.39, la cual comprende la compra de los activos fijos, el pago de los activos intangibles, y el capital de trabajo, conjuntamente, la realización de presupuestos de para las actividades originadas en el negocio. Por medio de la evaluación financiera se logra visualizar la viabilidad del negocio con los indicadores de logros VAN y TIR según el cual indica la rentabilidad en base a Flujo de efectivo, Estado de Resultado Proyectado y Estado de Situación Financiera Proyectado en un periodo de tres años para la microempresa La Madriguera del Conejo, S.A.

## Contenido

1.	Introducción del tema y subtema .....	1
2.	Justificación.....	2
3.	Objetivos .....	3
3.1.	Objetivo general .....	3
3.2.	Objetivos específicos.....	3
4.	Desarrollo del subtema.....	4
4.1.	Gestión estratégica .....	4
4.1.1.	Definición del negocio .....	4
4.1.2.	Características diferenciadoras.....	6
4.1.3.	Visión .....	7
4.1.4.	Misión.....	7
4.1.5.	Valores .....	7
4.1.6.	Análisis FODA.....	8
4.1.7.	Objetivos estratégicos .....	9
4.2.	Gestión de Mercado .....	10
4.2.1.	Estudio de mercado .....	10
4.2.2.	Estrategias de mercado.....	39
4.2.3.	Precio de venta .....	45
4.2.4.	Estimación de Ventas .....	46
4.2.5.	Presupuesto de mercadotecnia .....	49
4.3.	Gestión Operativa .....	50
4.3.1.	Objetivos de producción.....	50
4.3.2.	Materiales necesarios .....	50
4.3.3.	Capacidad de producción o servicio.....	53

4.3.4.	Equipos de producción .....	54
4.3.5.	Proceso de producción o ciclo de servicio .....	69
4.3.6.	Flujograma de procesos.....	71
4.3.7.	Distribución de plantas.....	79
4.3.8.	Localización .....	88
4.3.9.	Buenas prácticas laborales .....	91
4.4.	Gestión Organizativa.....	94
4.4.1.	Aspectos legales y tributarios.....	94
4.4.2.	Actividades y gastos preliminares.....	103
4.4.3.	Estructura Organizativa.....	105
4.4.4.	Necesidad de persona .....	106
4.4.5.	Principales Funciones.....	111
4.4.5.	Equipos de oficina.....	123
4.5.	Gestión Financiera .....	134
4.5.1.	Inversión.....	134
4.5.2.	Presupuesto.....	139
4.5.3.	Evaluación financiera .....	155
5.	Conclusiones .....	161
6.	Bibliografía.....	162
7.	Anexos.....	165

## Índice de Tablas

Tabla 1 Análisis FODA.....	8
Tabla 2 Objetivos Estratégicos.....	9
Tabla 3 Tabla Nutricional de la carne de conejo.....	11
Tabla 4 Competencia Indirecta .....	22
Tabla 5 Análisis de la competencia indirecta.....	23
Tabla 6 Segmentación de Mercado .....	27
Tabla 7 Evaluación de los proveedores directos .....	29
Tabla 8 Proveedores de materiales indirectos .....	30
Tabla 9 Proyección de la demanda total .....	31
Tabla 10 Proyección de la Demanda Real .....	32
Tabla 11 Cálculo del promedio de visitas en un mes.....	35
Tabla 12 Frecuencia de consumo en base a la demanda real.....	36
Tabla 13 Incremento anual de la demanda a cubrir .....	38
Tabla 14 Estrategia del producto.....	39
Tabla 15 Estrategia de Precio.....	40
Tabla 16 Estrategia de Plaza .....	41
Tabla 17 Estrategia de Comunicación.....	42
Tabla 18 Ventas físicas .....	47
Tabla 19 Ventas monetarias en el primer semestre.....	48
Tabla 20 Ventas Monetarias en el segundo semestre.....	48
Tabla 21 Presupuesto de mercadotecnia .....	49
Tabla 22 Materiales necesarios para Brochetas de carne de conejo .....	51
Tabla 23 Materiales necesarios para un mes.....	52
Tabla 24 Capacidad de producción promedio.....	53
Tabla 25 Incremento anual de producción del 9 % .....	54
Tabla 26 Resumen de equipos de producción.....	54
Tabla 27 Cocina de gas de 4 quemadores .....	55
Tabla 28 Cilindro de gas .....	55
Tabla 29 Equipo de refrigeración (Freezer).....	56

Tabla 30 Licuadora .....	56
Tabla 31 Parrilla.....	57
Tabla 32 Horno Microondas .....	57
Tabla 33 Balanza.....	58
Tabla 34 Arroquera .....	58
Tabla 35 Cafetera .....	59
Tabla 36 utensilios para la producción y prestación de servicios .....	61
Tabla 37 gastos en utensilios y suministros .....	63
Tabla 38 Maquinaria y utensilios .....	64
Tabla 39 Depreciación de la cocina industrial .....	64
Tabla 40 Depreciación del Freezer .....	65
Tabla 41 Depreciación de licuadora.....	65
Tabla 42 Depreciación del asador .....	66
Tabla 43 Depreciación del Horno Microondas .....	66
Tabla 44depreciación de bascula de cocina .....	67
Tabla 45 Depreciación de arroquera .....	67
Tabla 46 Depreciación de Cafetera .....	68
Tabla 47 Depreciaciones del equipo de producción .....	68
Tabla 48 Flujograma de compras y almacén.....	71
Tabla 49 Flujograma de cocina .....	72
Tabla 50 Flujograma de salón comedor .....	73
Tabla 51 Flujograma de la condimentación de la carne.....	74
Tabla 52 Cocción de las brochetas de la carne de conejo .....	74
Tabla 53 Flujograma de cocción de la carne de conejo asada .....	75
Tabla 54 Flujograma de cocción del arroz.....	75
Tabla 55 Flujograma de elaboración de los tostones .....	76
Tabla 56 Flujograma de elaboración del pico de gallo .....	76
Tabla 57 Flujograma de elaboración de ensalada de lechuga .....	77
Tabla 58 Normas de seguridad.....	91
Tabla 59 Normas de higiene .....	92
Tabla 60 Normas ambientales.....	93

Tabla 61 Normas sociales .....	93
Tabla 62: Leyes que rigen a la microempresa.....	96
Tabla 63 N° de cargos .....	107
Tabla 64 Mano de Obra Directa.....	107
Tabla 65 Mano de Obra Indirecta .....	107
Tabla 66 Mano obra de Administración y ventas .....	108
Tabla 67 Nómina Mensual de la microempresa.....	109
Tabla 68 Nomina Anual de la microempresa.....	110
Tabla 69 Computadora.....	123
Tabla 70 impresora.....	123
Tabla 71 Escritorio .....	124
Tabla 72 Silla de escritorio .....	124
Tabla 73 Archivador metálico.....	125
Tabla 74 Equipo de sonido.....	125
Tabla 75 Smart TV.....	126
Tabla 76 Depreciación de computadora portátil .....	127
Tabla 77 Depreciación de impresora.....	127
Tabla 78 Depreciación de Escritorio.....	128
Tabla 79 depreciación silla de escritorio.....	128
Tabla 80 Depreciación de archivador metálico.....	129
Tabla 81 Depreciación de SMART TV .....	129
Tabla 82 Depreciación de Equipo de sonido.....	130
Tabla 83 Útiles de oficina .....	131
Tabla 84 Papelería de oficina.....	131
Tabla 85 Útiles de limpieza.....	133
Tabla 86 Activos No Corrientes.....	134
Tabla 87 Activos Intangibles .....	136
Tabla 88 Capital de trabajo .....	137
Tabla 89 Inversión Total .....	138
Tabla 90 Fuente de Financiamiento .....	138
Tabla 91 Ventas físicas .....	139

Tabla 92 Ventas monetarias en el primer semestre.....	140
Tabla 93 Ventas Monetarias en el segundo semestre.....	140
Tabla 94 Presupuesto de Egresos de Ventas .....	141
Tabla 95 Presupuesto de Egresos de administración .....	142
Tabla 96 Resumen de Costos de Producción Anuales .....	143
Tabla 97 Costos de producción anual de Brochetas de conejo .....	145
Tabla 98 Costos de producción anual de asados de carne de conejo .....	147
Tabla 99 Estructura de costos anual de Refrescos .....	148
Tabla 100 Presupuesto de efectivo.....	151
Tabla 101 Estado de Situación Financiera de Apertura .....	152
Tabla 102 Estado de Resultados Proyectado .....	153
Tabla 103 Estado de Situación Financiera Proyectado .....	154
Tabla 104 Flujo de fondos del Comedor.....	157

## Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Características diferenciadoras .....	6
Ilustración 2 Presentación del platillo de brochetas .....	14
Ilustración 3 Presentación del platillos de carne de conejo asado .....	14
Ilustración 4 Cara Externa del Menú .....	15
Ilustración 5 Cara Interna del Menú.....	16
Ilustración 6 Logotipo .....	18
Ilustración 7 Marca de la Microempresa.....	19
Ilustración 8 Publicidad por red social de Facebook.....	43
Ilustración 9 Red social de WhatsApp.....	44
Ilustración 10 Plano del Comedor ‘‘La Madriguera del Conejo’’ .....	82
Ilustración 11 plano de la entrada al comedor.....	83
Ilustración 12 plano de las áreas de producción y administración.....	84
Ilustración 13 Fachada del comedor .....	85
Ilustración 14 Fachada del comedor de los lados.....	86
Ilustración 15 fachada de la microempresa del lado frontal .....	87
Ilustración 16 Macrolocalización de la empresa .....	88
Ilustración 17 Pasos para la inscripción de registro mercantil.....	96
Ilustración 18: Registro de la DGI .....	97
Ilustración 19 Pasos de inscripción en la alcaldía.....	97
Ilustración 20: pasos de inscripción del INSS.....	98
Ilustración 21: Pasos para la licencia de higiene y seguridad .....	98
Ilustración 22 pasos para la inscripción de la marca.....	99
Ilustración 23 Requisitos de licencia sanitaria .....	100
Ilustración 24 Organigrama mixto horizontal / vertical.....	106

## Índice de graficas

Grafica 1 Platos que desean degustar.....	12
Grafica 2 Carne que consumen con mayor frecuencia.....	20
Grafica 3 Frecuencia con la que comen en restaurantes .....	21
Grafica 4 Edad.....	24
Grafica 5 Sexo.....	25
Grafica 6 Factores que influyen en la decisión de compra .....	26
Grafica 7 Ingresos económicos .....	26
Grafica 8 Conocimiento de los beneficios de la carne de conejo.....	27
Grafica 9 Demanda de platos con carne de conejo .....	31
Grafica 10 ¿Ha probado la carne de conejo?.....	33
Grafica 11 El sabor de la carne de conejo ha sido de su agrado .....	34
Grafica 12 Frecuencia de consumo .....	35
Grafica 13 Precio según encuestas .....	45
Grafica 14 Aumento y disminuciones de las ventas estimadas.....	47
Grafica 15 Comparación de ventas con los costos.....	150

## 1. Introducción del tema y subtema

La presente propuesta de plan de negocio con enfoque de emprendimiento, para el diseño de la microempresa **“La Madriguera del Conejo, S.A”**, dedicado a la comercialización de platillos elaborados a base de la carne de conejo, en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2020, suministra al emprendedor e innovador información sobre la viabilidad y rentabilidad de la microempresa, para posteriormente poner en marcha el comedor y así mismo satisfacer las necesidades que tienen las personas, de platillos innovadores que ofrezcan una alimentación saludable y con un delicioso sabor.

En el plan de emprendimiento se incluyen la gestión estratégica, mercado, operativo, organizacional y financiero. La gestión de mercado contiene la realización de la descripción de la innovación, comparación del producto con la competencia, Mercado, principales clientes y proveedores, la determinación del total de la demanda, estimación de venta, estrategias de marketing y el presupuesto de mercadotecnia, lo que permite obtener la viabilidad, y posteriormente, la incursión del producto en el mercado.

La siguiente, es la gestión operativa, donde se especifican los materiales necesarios y capacidad para la producción, el capital fijo, el proceso de producción, la distribución física de la empresa, la localización y las buenas prácticas laborales, con sus costos y gastos a utilizar, aquí se obtiene información sobre los recursos técnicos que se necesitan para formar el comedor. En la gestión organizacional se determinan todas las gestiones dentro del marco legal, se diseña la estructura organizativa del comedor, la presentación de las actividades y gastos preliminares, necesidad de personas y sus principales funciones, equipos de oficinas y gastos administrativos, todo esto se realiza para la constitución de la microempresa.

Por último, se encuentra el plan financiero aquí se identifica y evalúa el monto de inversión, los presupuestos de ingreso, egresos, efectivo, producción, punto de equilibrio, y los estados financieros proyectados, así como la evaluación financiera del proyecto, todos estos estudios ayudan a determinar la rentabilidad del Comedor. El plan de emprendimiento permite tener una mejor comprensión de la ejecución del comedor, al mismo tiempo obliga a investigar, reflexionar y visualizar todos los factores, tanto internos como externos, que incidirán en la implementación de la microempresa **“La Madriguera del Conejo”**.

Ahora bien, los métodos y técnicas utilizados en la investigación son la observación y el método inductivo, así como las fuentes primarias en las que se incluyen la observación, encuesta y entrevista, de igual forma se utilizan las fuentes secundarias como documentos e internet todos ellos fundamentales para la recopilación de información.

## 2. Justificación

El presente plan de negocio se basa en la realización de un comedor donde se ofrezcan platillos que incluyan la carne de conejo, procurando brindar una alimentación saludable y con deliciosos sabores, en búsqueda de la satisfacción a los deseos y necesidades de las personas basándose en la información recopilada.

La innovación de este proyecto se da al observar un mercado inexplorado, con oportunidades y necesidades de nuevos emprendimientos; que van de la mano a cambios en la cultura de consumo de las personas con respecto a este tipo de carnes. Por lo tanto, resulta ser motivador debido a la oportunidad de trabajo que se origina y a las favorecedoras expectativas depositadas en esta idea de negocio.

De igual forma, representa un reto el lograr desarrollar esta idea de forma exitosa, para lo que es primordial invertir grandes esfuerzos y recursos que permitan un apto crecimiento y optimización de los resultados una vez creado El Comedor “**La Madriguera del Conejo**“, por lo tanto, la elaboración de los diferentes planes de gestión permitirá conocer y determinar las acciones a realizar en respuesta a las incógnitas que se originen anticipados a su ejecución.

Para llevar a cabo el plan de negocio se acude al empleo de técnicas de investigación, como son la encuesta, observación y documentación, además, la utilización de métodos para obtención de información necesaria todo esto con el fin de poner en práctica los conocimientos obtenidos hasta la fecha dentro de la carrera de contaduría pública y finanzas, así mismo fortalecerlo y llegar posteriormente a la puesta en marcha de este negocio, permitiendo generar dinero, ser una fuente de empleo, entre otras.

Ahora bien, se pretende incentivar a las personas el hábito y la importancia del consumo de la carne de conejo, debido a las propiedades nutritivas que brinda que la convierten en una excelente opción para su consumo, además, de convertir a la microempresa en un líder del mercado, por medio de la captación y fidelización de los clientes, a fin de crear y desarrollar un negocio innovador de grandes beneficios y oportunidades.

### 3. Objetivos

#### 3.1. Objetivo general

Proponer un plan de negocio para la microempresa ‘‘**La Madriguera del Conejo**’’ dedicada a la preparación de platillos a base de la carne de conejo, ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2020.

#### 3.2. Objetivos específicos

1. Realizar la gestión estratégica de la microempresa ‘‘**La Madriguera del Conejo, S.A**’’ para definir y analizar los aspectos generales del entorno interno y externo del plan de negocio.
2. Elaborar la gestión de mercado para la identificación de la información necesaria en la toma de decisiones con respecto a los consumidores, competidores, proveedores, proyecciones y estrategias para la viabilidad comercial del producto.
3. Estructurar la gestión operativa para la microempresa ‘‘**La Madriguera del Conejo, S.A.**’’ especificando los costos de producción, mantenimiento de equipos y gastos generales de la misma.
4. Crear una estructura organizacional y marco legal con el fin de definir funciones y establecer leyes que permitan la constitución formal de la microempresa dentro de la gestión organizacional.
5. Establecer una gestión financiera para definir la inversión y presupuesto, así como la evaluación financiera por medio de indicadores de viabilidad del plan de negocio.

## 4. Desarrollo del subtema

### 4.1. Gestión estratégica

#### 4.1.1. Definición del negocio

En primer lugar, es necesario definir el termino **Producto** según Kotler & Armstrong es “Cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad.” (Kotler & Armstrong, 2007).

Por lo tanto, la presente propuesta del plan de emprendimiento, está basada en el diseño de una microempresa “La Madriguera del Conejo, S.A” dedicado a la comercialización de platillos en los que se incluya la carne de conejo, a modo de una alternativa o sustituto de otras carnes de alimento con un delicioso sabor y saludable, sin olvidar la cultura nicaragüense en referencia a sus hábitos de consumo.

La idea del comedor con la especialidad de la carne de conejo surge al ser este prácticamente un mercado inexplorado, ya que no, existe una oferta precisa de este tipo de platillos en el municipio de Jinotepe, con el que se pretende satisfacer las necesidades de consumidores, introduciendo una empresa de servicios que ofrezca deliciosas recetas llenas de sabor, vistosas y elegantes, dando lugar a la creatividad culinaria al combinar algo de consumo poco común como lo es la carne de conejo con la cultura nicaragüense en referencia a sus hábitos de alimentación.

Debido, a que la microempresa “La Madriguera del Conejo, S.A” pretende ofrecer carne de conejo asada o en brochetas para las personas que estén interesados en degustar del exquisito sabor de la carne de conejo y deseen ahorrar tiempo y esfuerzos en la cocina.

Por otro lado, en Nicaragua es usual el consumo de carnes rojas como la de res y cerdo, además de las carnes blancas como el pollo y el pescado, por lo tanto, para la microempresa es primordial captar la atención de la población jinotepina al destacar las características de la carne de conejo en referencia a sus propiedades nutricionales y sabor, ya que es una carne magra, con un bajo contenido de grasa y colesterol.

Para fortalecer el poder adquisitivo de la población y que estos tengan la seguridad y confianza de la calidad y frescura de la carne de conejo que ofrecerá la microempresa, se pretende comercializar los productos por medio del canal de distribución directo con los clientes sabiendo que la constancia de la demanda está directamente relacionada al acceso y calidad del producto.

Ahora bien, para garantizar la calidad de la carne de conejo o canal como se le denomina en las actividades cunículas a la carne de conejo una vez finalizado el proceso de sacrificio, es necesario cumplir ciertos requisitos que se originan durante el proceso de producción, donde se les exigirá a los proveedores el cumplimiento de los mismos para obtener conejos si defectos o enfermedades que imposibiliten el consumo de su carne, todo esto por medio de la selección minuciosa y detallada del ganado menor.

Ahora bien, la microempresa estará constituida como una persona jurídica y como se ha expresado anteriormente esta tendrá como actividad principal la comercialización de platillos creados a base de la carne de conejo, por lo tanto se pretende establecer lugares apropiados para el proceso productivo y de las necesidades que se originen en cada una de las etapas.

Para el inicio de sus operaciones se realizara la búsqueda de proveedores de conejos cuyas características serán:

- Conejos con edad mayor a las de 12 semanas.
- Con un peso idóneo para el aprovechamiento de su carne

- Que no presenten defectos como enfermedades o bacterias
- Que tengan puestas las vacunas para garantizar si es apto o no consumir su carne

La oferta estará dirigida a las personas dispuestas a comprar nuestros productos y económicamente activos con ingresos superiores a los C\$ 5,000.00 (cinco mil córdobas netos), ya que estos poseen un mayor poder adquisitivo de nuestro producto. Conjuntamente, se planea hacer uso de una propiedad localizada cerca del Hospital Regional Santiago de Jinotepe para la producción y venta de nuestros productos.

#### 4.1.2. Características diferenciadoras

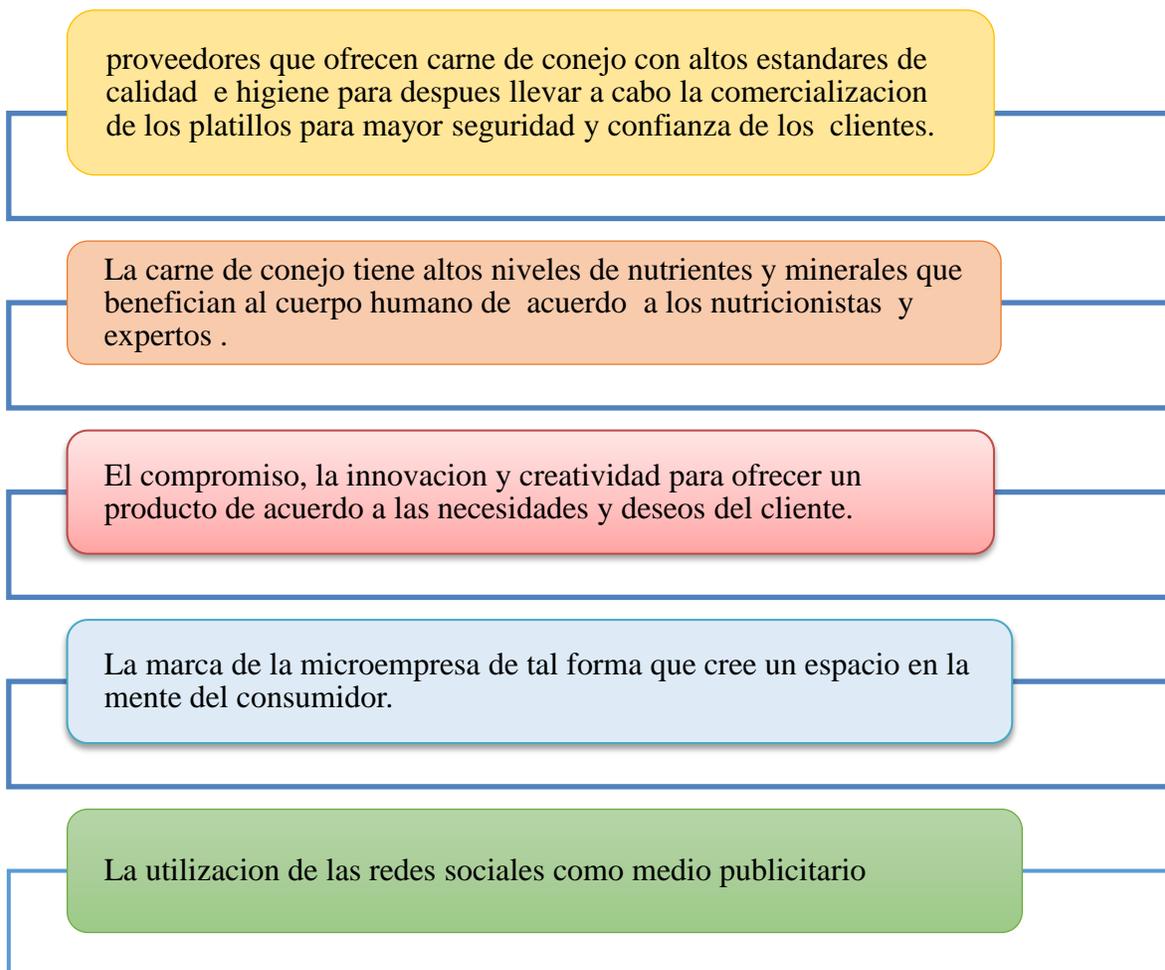


Ilustración 1 Características diferenciadoras

### *4.1.3. Visión*

Ser reconocida como una empresa líder al ofertar platillos con la especialidad de la carne de conejo en el municipio de Jinotepe, Departamento de Carazo a través de la alta calidad, excelencia en el servicio, para lograr un posicionamiento en la mente del consumidor y con la capacidad de adaptarse a sus deseos y necesidades en la búsqueda de oportunidades de crecimiento.

### *4.1.4. Misión*

Somos una microempresa dedicada a la elaboración de platillos con carne de conejo para las personas del municipio de Jinotepe, con constante innovación y alta calidad y excelencia en el servicio, logrando plena satisfacción de los clientes por encima de sus expectativas y contribuyendo al desarrollo económico del país.

### *4.1.5. Valores*

Nuestros valores como microempresa “**La Madriguera del Conejo**” permiten asumir con responsabilidad nuestros retos, ajustándonos a las normas y políticas que hacen la diferencia ante las otras empresas

#### **Excelencia:**

Por excelencia en atención, servicio por parte de nuestros colaboradores y alta calidad de nuestros productos.

#### **Integridad:**

Somos una empresa emprendedora con altos valores morales y éticos innovando día con día en el departamento de Carazo

#### **Responsabilidad**

Con nuestros clientes ante la entrega a tiempo y alta calidad de nuestro producto.

#### **Compromiso:**

Para ofrecer una buena atención al cliente y alta calidad del producto con el fin de obtener una plena satisfacción.

#### 4.1.6. Análisis FODA

Fortaleza	Debilidades
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La microempresa contiene un producto con alto estándar nutritivo.</li> <li>2. Posee un segmento de mercado nuevo e inexplorado para su aprovechamiento</li> <li>3. Mantener una relación directa con los clientes</li> <li>4. Motivación e interés</li> <li>5. Local propio y atractivo</li> <li>6. Servicio de alta calidad e higiene</li> <li>7. Dominio del idioma inglés para establecer relación con posibles clientes extranjeros.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La microempresa no contiene experiencia dentro del mercado.</li> <li>2. No contar con equipo de transporte para las actividades de compra de materiales y suministros.</li> <li>3. Falta de cultura en el consumo de la carne de conejo por parte de los posibles clientes.</li> </ol>
Oportunidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Negocio novedoso</li> <li>2. Gran potencial al ser un nuevo segmento de mercado</li> <li>3. La capacidad de trabajo y el deseo de crecer.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Poca afluencia de comensales debido a la pandemia del COVID-19</li> <li>2. Baja aceptación del producto por la población debido a los hábitos de consumo en preferencia a otras carnes.</li> <li>3. Tendencia por parte de los clientes a una mayor exigencia de calidad del servicio y producto</li> <li>4. Proveedores de conejos que no tengan la capacidad de proporcionar semanalmente la cantidad que requerimos</li> </ol>

Tabla 1 Análisis FODA

#### 4.1.7. *Objetivos estratégicos*

<b>Área de Gestión</b>	<b>Objetivos Estratégicos</b>
<b>Comercio</b>	Ofrecer platillos a base de carne de conejo para satisfacer los deseos y necesidades de los clientes que contengan características nutricionales, así como captar la atención y fidelidad del consumidor para empezar a venderlos a la población económicamente activa de la zona urbana de Jinotepe a través del contacto directo con los clientes.
<b>Operativo</b>	Controlar y asegurar la calidad de los productos alimentarios en el que se ofrezcan platillos con exquisito sabor, además del seguimiento de las medidas de higiene y salubridad que se demanden en este tipo de actividades para la seguridad y bienestar del consumidor.
<b>Persona</b>	Promover los valores humanísticos, así como las habilidades, capacidades y aptitudes que conformen un entorno profesional y humano, para confrontar las necesidades y desafíos hacia la plena satisfacción de los clientes, además de generar empleos a otras familias.
<b>Legal</b>	Cumplir y seguir las leyes, normas y reglamentos establecidos de tal forma que se garanticen el cumplimiento de las responsabilidades adquiridas en el entorno económico y social y con el estado para el desarrollo de cada uno de ellos.
<b>Financiero</b>	Incrementar las ventas de tal forma que se generen mayores utilidades y rentabilidad para la sobrevivencia y crecimiento de la microempresa ‘‘La Madriguera del Conejo, S.A’’ que permita continuar ofreciendo nuestros servicios a los clientes.

Tabla 2 **Objetivos Estratégicos**

## 4.2. Gestión de Mercado

- **Objetivos**

- 1) Planear un estudio de mercado que permita visualizar la información necesaria suministrada por los consumidores, para conocer las oportunidades y riesgos de la idea de negocio.
- 2) Desarrollar estrategias para garantizar la viabilidad del producto y su aceptación en el mercado, originando un incremento del número de comensales para la microempresa la madriguera del conejo.
- 3) Definir y realizar proyecciones de venta para cada producto, así como, la estimación de ventas en unidades físicas y monetarias para las futuras tomas de decisiones para la microempresa.

### 4.2.1. Estudio de mercado

El estudio de mercado es la parte del plan de innovación y emprendedurismo en donde se investiga la respuesta del mercado ante un producto (Salinas, 2012, pág. 50); en este caso el grado de aceptación que tendrá el Comedor “**La Madriguera del Conejo, S. A**”.

#### 4.2.1.3. Descripción del producto o servicio.

➤ **Beneficio del producto**

- **Características de la carne**

Según el Dr. Jaime Camps Rabada toda la musculatura del conejo domestico es totalmente blanca, con un bajo contenido en fibras conjuntivas, que son las responsables de la dureza de la carne. La objección de la carne de conejo es seca debido al bajo contenido en grasas, por lo tanto la carne de conejo es la más baja en colesterol, sodio y grasa y la más alta en proteína.

En referencia a las proteínas que aportan al cuerpo son de alto valor biológico y tiene valores de aminoácidos, muy próximos a las proteínas del huevo (estándar según FAO - OMS)

<b>Peso Canal</b>	<b>Proteínas</b> %	<b>Grasa</b> %	<b>Agua</b> %	<b>Colesterol</b> Grs./ 100grs	<b>Valor biológico</b> Huevo=100
1 kg	19 – 25	3 – 6	70	25 - 50	80

**Tabla 3** Tabla Nutricional de la carne de conejo

La carne de conejo domestico puede recomendarse a todas las personas que:

1. Quieran mantener su agilidad y figura
2. Tengan problemas de digestión delicadas
3. Padezcan trastornos hepáticos
4. Tengan hipercolesterolemia
5. Inicien problemas circulatorios o de corazón
6. Sean ancianos o niños de corta edad.
7. Quienes deseen incluirlo como una cultura de consumo  
(Camps Rabada)

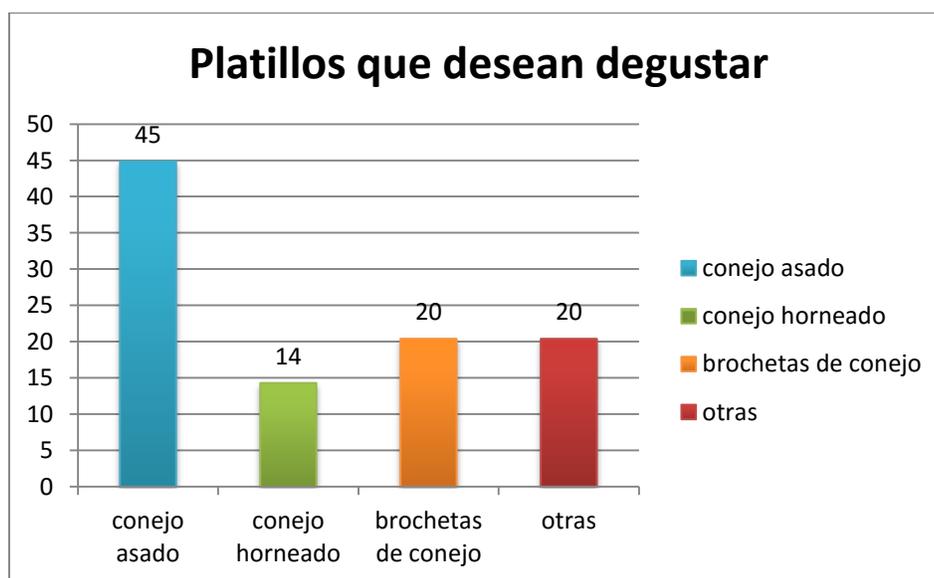
Los productos que se ofertaran en la comidería estarán respaldados por el cumplimiento de las Normas y requerimientos establecidos por la Ley de Inspección sanitaria de la Carne y de los demás ingredientes para brindar seguridad y confianza con respecto a la calidad en salubridad para el consumo de nuestros productos.

El comedor “ La Madriguera del Conejo, S.A.” ofrecerá dos tipos de platillos basándose en las encuestas que se realizaron a la población de Jinotepe y procesadas por medio del programa SPSS, por lo tanto, la presentación de los platillos será el siguiente:

- **Presentación de los platillos con carne de conejo**

En base a los datos recopilados por el pilotaje que se efectuó en el municipio de Jinotepe se determinó que las personas encuestadas desean consumir carne de conejo asada y brochetas de carne de conejo, debido a que esto es un sustituto de las comidas que se encuentran frecuentemente en otros establecimientos y por ser un producto innovador con el que se brinden beneficios para el organismo, dado a la cantidad de nutrientes que aportan para el ser humano y en especial en este tiempo en el que se enfrenta una pandemia como lo es el COVID-19, la cual afecta el sistema inmunológico.

Por lo tanto, es importante mantener una alimentación saludablemente conservando una dieta balanceada, llena de nutrientes que refuercen el sistema inmunológico y brinde protección para combatir el actual virus, por lo que estos serán los platos que ofrecerá El Comedor La Madriguera del Conejo.



Grafica 1 Platillos que desean degustar

Fuente: Equipo Investigador

- **Guarnición**

Por preferencia de las personas se ofrecerá tostones y arroz en concepto de guarnición para el acompañamiento de la carne de conejo en sus dos presentaciones, lo que permitirá ofertar un plato llamativo y delicioso a los clientes del negocio.

- **Tipo de ensalada**

Las ensaladas más predominantes fueron el pico de gallo y la ensalada de lechuga, por lo que estas serán las acompañantes de nuestros platillos, las cuales a su vez ofrecen un balance ideal en la dieta de consumo que debe de tener una persona por brindar componentes como vitaminas, calcio, potasio, magnesio entre otros, que ayudan a combatir enfermedades y reforzar el sistema inmunológico.

- **Tipo de bebida**

La bebida más predominante fue los refrescos naturales, debido a la diversificación que puede existir de estos y por ser un insumo de origen natural, así de igual forma representa un beneficio para la microempresa, ya que se pueden ofertar en base a los frutos de temporada para variar los tipos de refrescos naturales,

Por lo tanto, según la información recopilada las personas tienen preferencias por alimentos y bebidas que brinden seguridad, bienestar y beneficios para el cuerpo humano por los nutrientes y propiedades que poseen estos para tener una buena salud.



Ilustración 2 Presentación del platillo de brochetas

Fuente: Equipo Investigador



Ilustración 3 Presentación del platillos de carne de conejo asado

Fuente: Equipo Investigador

Por otra parte dentro de la innovación para una mejor atención a los clientes se realizara un menú en el que se especifiquen cada uno de los platillos, bebidas y demás que se estará ofertando en físico con la interacción directa con nuestros clientes en el comedor que llevara el nombre de **“La Madriguera del Conejo, S.A”** todo esto para la satisfacción de los deseos y necesidades del cliente.

Por lo tanto, para la elaboración de este menú se tomaron en cuenta ciertos criterios, basados en estudios psicológicos, tales como:

- ✚ Ofrecer información perfectamente estructurada y ordenada, con ayuda de columnas e imágenes de los platos ofertados.
- ✚ Descripción breve y detallada de los platos que se ofrecerán.
- ✚ Ofrecer pocos platillos para disminuir la sensación de estrés por parte de los clientes al momento de seleccionar el plato a degustar.

Ilustración 4 Cara Externa del Menú



Fuente: Equipo Investigador

## Ilustración 5 Cara Interna del Menú



Fuente: Equipo Investigador

### ➤ Eslogan

El eslogan “frase o grupo de palabras, también originales, que representan la imagen de la empresa o su producto”. (Alcaraz, 2008). De igual forma este está representado en el logotipo de la microempresa.

“Al degustarlo descubrirás el secreto para una alimentación deliciosa y saludable”

### ➤ Logotipo

Para realizar una identidad a la microempresa “La Madriguera del Conejo, S.A” que consiste en un comedor donde se oferten platillos con la especialidad de recetas con carne de conejo que sean exquisitos y llamativos para las personas para lo cual se diseñó un logotipo, que consiste en la unión de texto en este caso el nombre y la imagen utilizada como ilustrativo debido a que representa de manera explícita la actividad del negocio.

Ahora bien, la psicología de los colores juega un papel importante para captar la atención del cliente por lo cual a continuación se explica cada uno de los colores que son utilizados:

1. Blanco: como símbolo de momentos de paz y simplicidad con un toque de limpieza e higiene
2. Negro: se utiliza este color en el logotipo ya que representa la elegancia, el poder y la seriedad que se desea transmitir a los clientes.
3. Verde: como el símbolo de armonía, de crecimiento y frescura.
4. Azul: un toque de este color como símbolo de lealtad, estabilidad y confianza que se desea transmitir.
5. Amarillo: para transmitir felicidad y relacionar la figura con la marca del producto (Garcia Marquez)

Además, las formas e imágenes que constituyen parte del logotipo tienen una relación estrecha con el mensaje que se desea transmitir para captar la atención de las personas.

- ✓ Circulo: en representación de la innovación, creatividad, así como la búsqueda de la perfección para ofrecer un mejor servicio a las personas.
- ✓ Un rectángulo es con el objetivo de brindar estabilidad y orden.
- ✓ Imagen de conejo: para hacer referencia a la actividad del negocio ya que se utilizara la carne de conejo para los platillos que se estarán ofertando.
- ✓ Imágenes de ramitas de color verde para mostrar el deseo de crecimiento y la frescura que tiene nuestro producto.
- ✓ Imagen de una llama de fuego para hacer referencia a que se ofrecerá platillos elaborados a la parrilla y relacionarlos con la marca ‘‘Yummy Rabbit’’.
- ✓ Utensilios de cocina: Para hacer referencia a la cocción de los alimentos
- ✓ Imágenes de platos con carne de conejo para captar la atención del cliente y motivarlos a degustar de los platillos que ofrece la microempresa.



Ilustración 6 Logotipo

Fuente: Equipo investigador

### ➤ Marca

La marca según Fischer y Espejo (2011), “es un nombre, término simbólico o diseño que sirve para identificar los productos o servicios de un vendedor o grupo de vendedores, para diferenciarlos de los productos de los competidores” (pág. 119).

- El texto de la marca “**Yummy Rabbit**” hace referencia al delicioso sabor de la carne de conejo ya que transmite un deseo de compra para la captación del cliente.
- El eslogan de la marca “**Aventúrese a deleitarlo con satisfacción**” para motivar al cliente y a quienes nunca han degustado de la carne de conejo a descubrir el sabor y beneficios que ofrece esta carne magra. Por lo tanto que la marca esté relacionada con el logotipo de la microempresa.

- El color rojo para resaltar la imagen ya que es un color enérgico, potente, elegante y transmite calidez al espectador.
- Azul para transmitir lealtad y confianza, así como, la responsabilidad que adquiere nuestra microempresa con los clientes.
- Amarillo para transmitir felicidad y energía
- Blanco como símbolo de momentos de paz y simplicidad con un toque de limpieza e higiene
- Negro: se utiliza este color ya que representa la elegancia, el poder y la seriedad que se desea transmitir a los clientes.
- Verde: como el símbolo de armonía, de crecimiento y frescura.
- Rectángulo como símbolo de estabilidad y resistencia
- La llama de fuego para hacer referencia a la cocción de los alimentos



Ilustración 7 Marca de la Microempresa

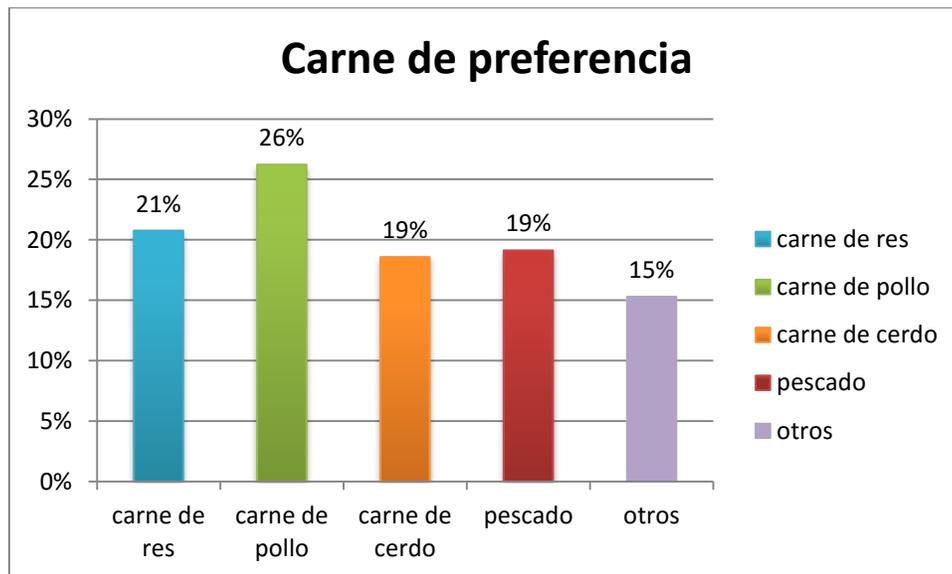
Fuente: Equipo Investigador

#### 4.2.1.4. Análisis de la Competencia.

La competencia son “los proveedores más importantes que ofrecen un producto similar, y analizar cuál es su cuota de participación en el mercado, cómo trabajan, cuáles son sus fortalezas, debilidades y cómo el mercado los valora”. (CEI, Manual Básico de Plan de Negocios para Pequeñas y Medianas Empresas Rurales, 2010, pág.10).

Para poder analizar el nivel de aceptación de la carne de conejo en el municipio de Jinotepe, se determinó por medio del pilotaje elaborado a la población lo siguiente:

- Las carnes que se consumen con mayor frecuencia ya sea debido a los hábitos de consumo se encuentra que la más predominante es la carne de pollo, seguida por la carne de res, posterior a esta la carne de cerdo y por último la carne de pescado, por lo que la participación de la carne de conejo es nula con respecto a la no existencia de ofertas precisas en el sector al que se planea dirigir esta idea de negocio.

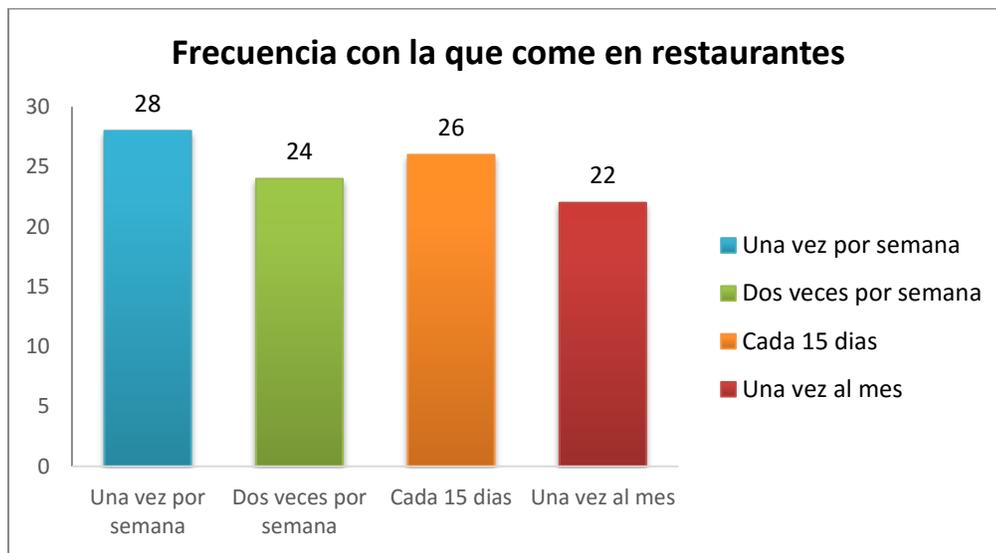


Grafica 2 Carne que consumen con mayor frecuencia

Fuente: Equipo investigador

Para el análisis de la competencia se proporcionara información sobre la frecuencia con que los encuestados van a comer a restaurantes, por consiguiente, se obtuvo que la de mayor

predominancia es una vez por semana, seguido por la asistencia quincenal, ahora bien en comparación con otras medidas de tiempo la diferencia es mínima, así que, la población jinotepina asiste con mucha frecuencia a comer a restaurantes, por lo que sería relevante captar la atención y fidelidad de los mismos para que consuman los platillos que ofrecemos por medio de estrategias del marketing para lograr dichos objetivos.



Grafica 3 Frecuencia con la que comen en restaurantes

Fuente: Equipo Investigador

Al haber determinado la competencia en el municipio de Jinotepe en referencia a las preferencias por el consumo de carne y a la frecuencia con la que asisten a otros restaurantes, es importante destacar que forma parte de nuestra competencia, los lugares en los que se oferten comidas como restaurantes, por lo tanto se procede a dividirla en:

1. **Los competidores directos:** la idea de negocio basado en la elaboración de platillos a base de la carne de conejo no posee actualmente una competencia directa en el municipio de Jinotepe, debido a que aún no existen lugares donde se ofrezcan este tipo de comidas en los que se incluyan la carne de conejo.
2. **competencia indirecta:** por medio de la elaboración de pilotaje de encuestas realizadas en el municipio de Jinotepe se corrobora que un tipo de competencia indirecta que es

verdaderamente significativo es la de productos sustitutos la que comprenden otro tipos de carnes como la de pollo, cerdo, res, ya que la prefiere consumir este tipo de carnes debido a la cultura y hábitos que poseen los nicaragüense. Por lo tanto, todo pequeño o mediano negocio que ofrezcan platillos con alimentos similares forman parte de nuestra competencia indirecta.

- 3. Productos Sustitutos** En el comedor en el que se elaboraran patillos con carne de conejo en su principal competencia indirecta se encuentran los bienes sustitutos en este caso incluyen los centros de ventas de comida rápida que hoy en día ha tomado gran ventaja ante el otro tipo de competencia, al igual que pequeños negocios que oferten comidas similares y que satisfagan el deseo o necesidad de alimentación de las personas. Los principales oferentes son:

**Tabla 4 Competencia Indirecta**

<b>Lugar</b>	<b>Ventaja</b>	<b>Desventaja</b>
1. Restaurante y bar "Free Time" (B° JASS costado Este del portón de la morgue)	Ubicación apropiada debido a su cercanía al Hospital Regional Santiago	Satisface únicamente al segmento perteneciente a adultos por el ambiente y platillos que ofrece.
2. Restaurante El Hípico (Detrás del hospital regional Santiago de Jinotepe del portón de la morgue 4 c al sur 1/2 c al este y 1/2 c al sur.	Sus precios son bajos y tiene un ambiente campestre	Está ubicado en una calle cerrada por lo que se convierte en poco accesible
3. Hamburguesas y asados Daniela (Del portón de la Morgue 150 vrs al sur).	Ubicación apropiada	Tardanza en el servicio debido a que no hay suficiente personal.
4. Comedor "Los Yeyos"	Ubicación apropiada	En la atención al cliente

**Fuente: Equipo Investigativo**

- **Análisis Competitivo de la Competencia Indirecta**

La siguiente tabla expone los criterios empleados para evaluar las ventajas que posee la competencia indirecta conforme al servicio que brinda a sus clientes, de tal manera que permita tomar decisiones con la información recopilada para lograr penetrar al mercado y hacer frente a las estrategias y actividades ya establecidas e implementadas por estos restaurantes, de tal forma que la microempresa ‘‘La Madriguera del Conejo’’ marque la diferencia por medio de sus platillos y buen servicio a los consumidores en el municipio de Jinotepe.

**Escala de evaluación:** Malo 1. 2. 3. 4. 5 Excelente

Concepto	Restaurante y bar ‘‘Free Time’’	Comedor ‘‘Los Yeyos’’	Hamburguesas Daniela
Trafico de clientes	5	5	5
Precios	3	5	5
Reputación	5	3	5
Calidad de la atención	5	3	4
Aspecto de Local	4	3	3
Ubicación del Local	5	5	5
Comodidad del local	5	4	4
Políticas de ventas			
Disponibilidad del producto	5	3	5
Imagen			
Promociones	5	2	3
<b>Puntajes</b>	<b>42</b>	<b>33</b>	<b>39</b>

Tabla 5 Análisis de la competencia indirecta

#### 4.2.1.5. Segmento de mercado.

La segmentación de mercado se basa en que “los consumidores se pueden agrupar y atender de diversas maneras con base en factores geográficos, demográficos, psicográficos, y conductuales. El proceso de dividir un mercado en distintos grupos de compradores con base en sus necesidades, características o comportamientos, y que podrían requerir productos o mezclas de marketing diferentes.” (Kotler y Armstrong, 2008, p.50)

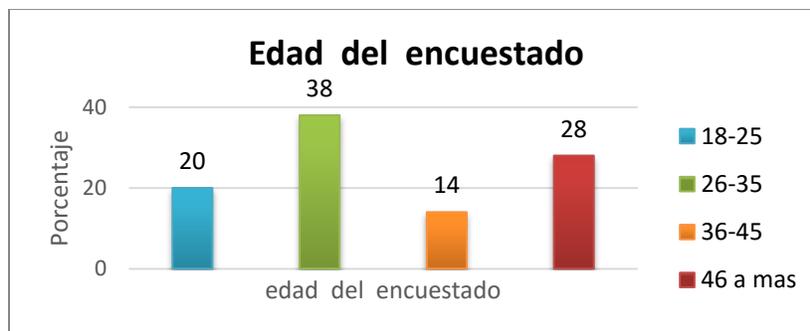
Como anteriormente se mencionaba el segmento de mercado está dirigido a las personas que se encuentren en la PEA ocupada ya que son quienes poseen el poder adquisitivo para nuestro producto la cual consiste en una cantidad de 5,612 personas.

#### Comportamiento del cliente

Para la segmentación del mercado es muy importante el análisis del comportamiento del cliente con el objetivo de conocer a profundidad de formar una idea para tomar decisiones con las que se pretende satisfacer los deseos y necesidades de los clientes potenciales de la microempresa, por lo tanto se realizará lo siguiente:

- **La edad**

En base a las encuestas realizadas se puede apreciar que las personas que se encuentran entre las edades de 26 a 35 años, así como las personas de 46 años a más son quienes presentan un mayor relevancia según los datos proporcionados en la gráfica, sin embargo, cabe destacar que los adultos mayores están realmente interesados en consumir nuestros platillos, ya que tienen la necesidad de ingerir alimentos que sean ricos en nutrientes y que no perjudiquen su salud.

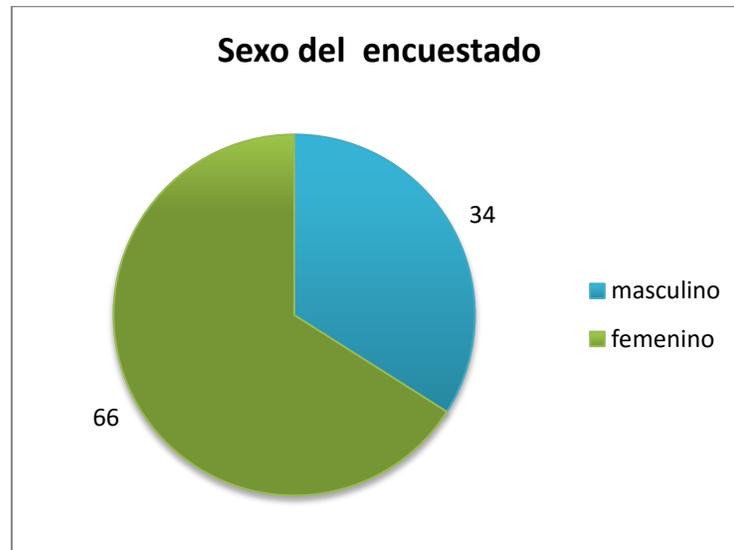


Grafica 4 Edad

Fuente: Equipo investigador

- **Sexo**

En referencia al sexo se observa que predomina más el sexo femenino, sin embargo se tomaran en cuenta ambos sexos, ya que se pretende crear un ambiente familiar en el que puedan llegar personas de todas las edades para compartir un tiempo agradable con los seres queridos.

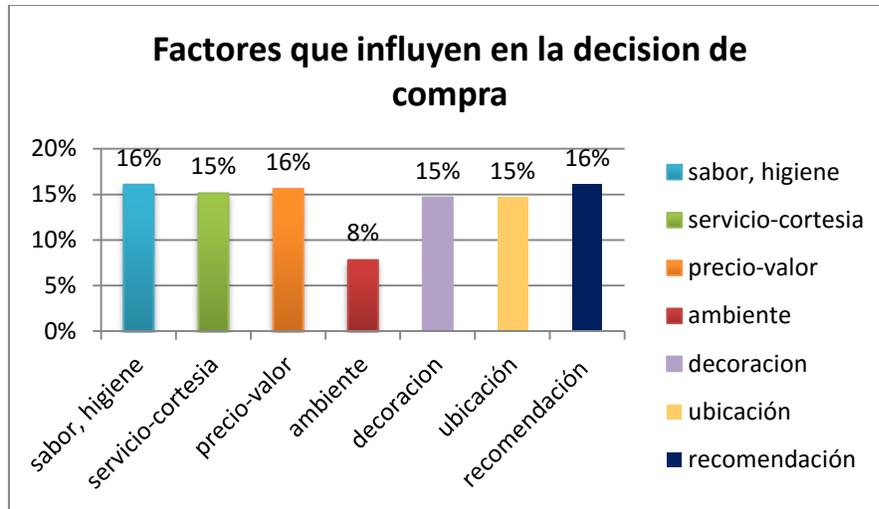


Grafica 5 Sexo

Fuente: Equipo Investigador

- **Factores que influyen en la decisión de compra de los clientes potenciales**

Los clientes potenciales toman en cuenta un sin número de factores que influyen en su decisión de compra siendo las de mayor relevancia el sabor e higiene, el precio-valor y por último la recomendación del establecimiento, lo que significa que estos son criterios claves a los que se debe de prestar atención para logara la plena satisfacción de los clientes, además las personas de forma indirecta realizaran publicidad de boca a boca por lo que es necesario crear estrategias para brindar un servicio con el que se fidelice al cliente para que asista a nuestro establecimiento.

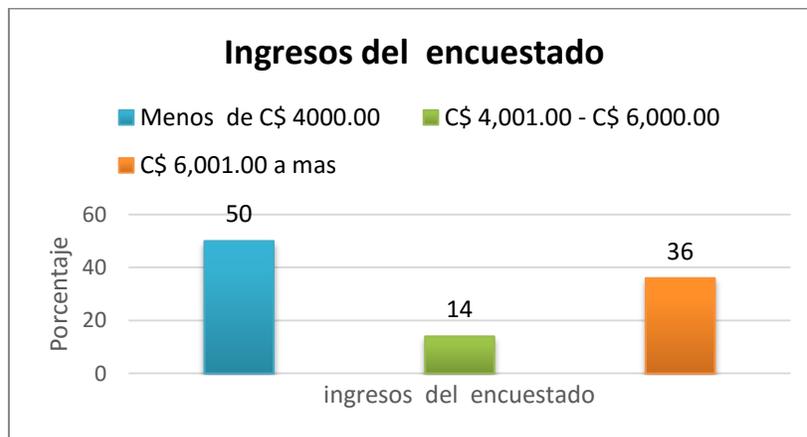


Grafica 6 Factores que influyen en la decisión de compra

Fuente: Equipo Investigador

- **Ingresos económicos**

El ingreso económico según la encuesta aplicada refleja la predominancia de los ingresos menores a los C\$ 4,000.00, por lo tanto, en base al poder adquisitivo de las personas se estima que la atención estará dirigida a las personas que tienen un ingreso económico arriba del salario mínimo, sin embargo cabe destacar que un gran porcentaje de la población que tiene ingresos menores al del salario mínimo están dispuestos a comprar en nuestro establecimiento.



Grafica 7 Ingresos económicos

Fuente: Equipo Investigador

- **Conocimiento de los beneficios de la carne de conejo**

Según los datos que se recopilaron por medio de las encuestas es posible conocer que la mayoría de la población desconoce los beneficios que posee la carne de conejo, por lo que es necesario implementar una estrategia de publicidad en la que predomine o se destaquen las ventajas de consumir carne de conejo y obtener de esta forma una mayor participación en el mercado, debido a que las personas en la actualidad están en búsqueda de alimentos que tengan una gran nutrición y ayuden a satisfacer sus necesidades y deseos sin dejar a un lado el exquisito sabor del platillo.



Grafica 8 Conocimiento de los beneficios de la carne de conejo

Fuente: Equipo Investigador

N°	Segmentación	Perfil del Segmento
1	<b>Edad</b>	Personas entre 18 años a mas
2	<b>Sexo</b>	Ambos sexos
3	<b>Ingreso</b>	Personas con un ingreso desde el salario mínimo a mas
4		Población económicamente ocupada
5	<b>Demográfico</b>	Municipio de Jinotepe

Tabla 6 Segmentación de Mercado

Fuente: Equipo investigador

#### *4.2.1.6. Principales clientes.*

En referencia al giro del negocio se ha determinado que los principales clientes para el consumo de los platillos elaborados con carne de conejo será población económicamente activa del municipio de Jinotepe, ya que esta es quien posee el poder adquisitivo del producto que se ofrecerá en el comedor “La Madriguera del Conejo”, no obstante el producto puede ser adquirido por la población en general y a la misma vez consumido por niños, adultos y personas de la tercera edad.

No obstante, es importante enfatizar que nuestros clientes deberán enfrentar alternativas respecto a elegir entre adquirir productos sustitutos a la carne de conejo ya sea por los hábitos de consumo de la personas del municipio de Jinotepe.

#### *4.2.1.5. Proveedores.*

Para poder ofrecer nuestros servicios es necesario definir los proveedores para cada una de las necesidades que se originen en el proceso de producción, así que, a continuación se tratara de definir los principales proveedores de nuestro negocio.

#### **✚ Proveedores de materia prima directa**

##### **❖ Proveedores de la carne de conejo**

Una de las limitantes que posee esta idea de negocio es la poca oferta de la carne de conejo en el mercado nicaragüense, además de que garantice un precio accesible y la cantidad demandada, por lo que, por medio de la evaluación de la tabla siguiente se examinara cada proveedor en referencia a los beneficios que nos ofrecen, para satisfacer nuestras necesidades de la materia prima de nuestros productos. Por lo que el Sr. Jarquín es considerado el mejor proveedor de la

carne de conejo por la ubicación, precios, calidad, y demás requisitos que ayudan a ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes.

**Escala de evaluación:** Malo 1. 2. 3. 4. 5. Excelente

<b>Criterios</b>	<b>Carnes Gourmet</b>	<b>Sr. Jarquín</b>
1. Precios	2	5
2. Financiación	1	1
3. Plazos	3	5
4. Descuentos	1	1
5. Disponibilidad	2	4
6. Calidad	5	5
7. Rapidez	2	5
8. Garantías	2	5
9. Servicio	3	5
10. Reputación	5	5
11. Responsabilidad	5	5
<b>Puntajes</b>	<b>31</b>	<b>46</b>

Tabla 7 Evaluación de los proveedores directos

Fuente: Equipo investigador

La tabla anterior plantea los criterios de evaluación de los proveedores de la carne de conejo con respecto a la calidad y eficiencia que hay por parte de los oferentes que permitirá seleccionar aquel que ofrezca mayores beneficios para la microempresa.

#### Proveedores de Insumos Indirectos

Se tratara de definir los proveedores de cada uno de los insumos necesarios para la elaboración de los platos que se ofertaran a la población del municipio de Jinotepe, para la definición de estos se tomaron en cuenta los criterios de evaluación empleados en el inciso anterior, cabe destacar que una de las ventajas de estos tipos de insumos es que no es necesario depender únicamente de un solo proveedor, debido a la gran oferta existente.

**Tabla 8 Proveedores de materiales indirectos**

<b>Proveedor</b>	<b>Material</b>	<b>Ubicación</b>
Héctor Guido	Carbón	Mercado Municipal de Jinotepe
Walter Gutiérrez	Especias	Mercado Municipal de Jinotepe
No definido	Perecederos	Mercado Municipal de Jinotepe

**Fuente: Equipo Investigador**

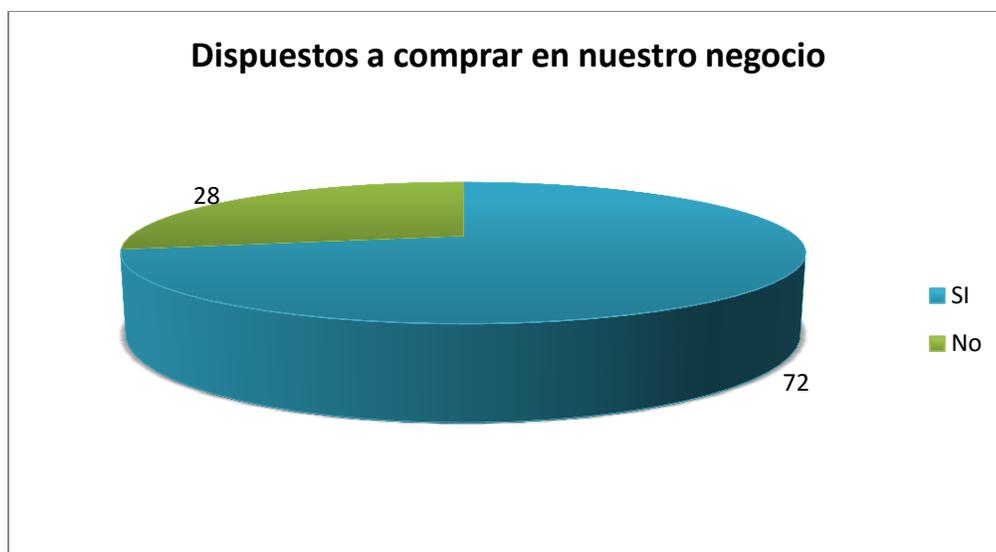
#### ***4.2.1.6. Análisis de la demanda.***

El Análisis de la Demanda permite conocer la aceptación por parte de la población de un restaurante en el que se ofrezcan platillos con carne de conejo, lo que constituye una parte esencial del estudio de Mercado.

Para este análisis serán considerados tres tipos de demanda los cuales son: Demanda Real, Demanda Presente y Demanda Futura; las que se determinarán por medio de la información recolectada en los cuestionarios, pues no se cuenta con antecedentes ni datos históricos oficiales que permitan proyectarla en base a esta información.

##### ***4.2.1.6.1. Demanda Total***

Según los resultados obtenidos de la encuestas en relación con la aceptación del Comedor “La Madriguera del Conejo” por parte de los encuestados se determinó que un 72% de estas personas estarían dispuesto a comprar platillos en el establecimiento el cual es equivalente a 4,085 personas, esto refleja que a pesar del poco consumo de la carne de conejo debido a la cultura que poseen los nicaragüenses, por ser una carne gourmet y que para muchos es considerada como una carne con un precio mayor al poder adquisitivo de las personas, estas mismas tiene la disponibilidad y el deseo de asistir al establecimiento para degustar de esta deliciosa carne magra.



Grafica 9 Demanda de platillos con carne de conejo

Fuente: Equipo Investigador

Para calcular la demanda real se hará uso de las siguientes formulas

1.  $DT = 5,612$

Este dato se tomó de las proyecciones realizadas para el año 2020 según el censo Económico Urbano de Carazo del año 2010 con respecto al personal ocupado

**Nota:** ver el anexo para saber el método de proyección y la obtención de la muestra para realizar la encuesta.

Tabla 9 Proyección de la demanda total

Año 2021	Año 2022	Año 2023
5,674	5,736	5,799

Fuente: Equipo Investigador

Las proyecciones de la demanda total se realizaron tomando en cuenta el incremento de la población del 1.1% tomado este dato del banco central de Nicaragua,

➤ **Demanda real =demanda total (DT) X porcentaje de aceptación del producto**

<b>Demanda real=</b>	5,674 x 72%=	4,085.09
----------------------	--------------	----------

Demanda real de la población económicamente activa del municipio de Jinotepe

La obtención de la demanda real se determinó de la demanda total que anteriormente se mencionaba como se obtuvo y se multiplica por la aceptación de producto que fue de un 72 % que este porcentaje se determinó mediante la encuesta realizada a la población de Jinotepe que tienen edades mayor a los 18 años.

**Tabla 10 Proyección de la Demanda Real**

<b>Año 2021</b>	<b>Año 2022</b>	<b>Año 2023</b>
4,085	4,130	4,175

**Fuente: Equipo Investigador**

Para la proyección de la demanda real se realiza tomando en cuenta el incremento de la población que tiene un porcentaje de 1.1% anual de acuerdo al banco central de Nicaragua, la proyección que se realizara en base a los tres años subsecuentes al año actual.

➤ **Demanda presente**

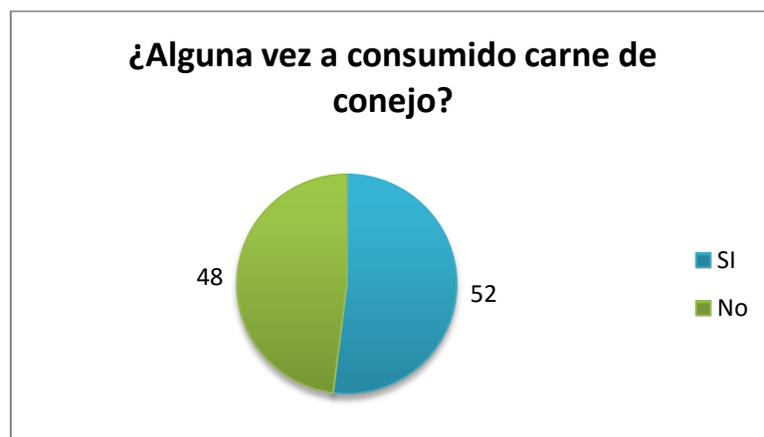
Para la obtención de esta demanda se consideró que en la actualidad en la ciudad de Jinotepe, no existe un restaurante que se dedique a la venta exclusiva de comida que lleve carne de conejo, por lo que en este caso la demanda presente es igual a la demanda real la cual es de un 72% equivalente a 4,085 personas.

### ➤ Demanda futura

La demanda futura está compuesta por las personas que no forman parte de la demanda presente pero que en el futuro podrían formar parte de esta. Para realizar el cálculo se tomó en cuenta el porcentaje correspondiente a las personas que confesaron su negativa a consumir carne de conejo que es un 28% correspondiente a 1,589 personas para el año 2021 de la PEA0, que es el que se considera como el mercado actualmente no motivado.

Ahora bien, es importante destacar que debido a la cultura del país con respecto al consumo de la carne de conejo este no es muy frecuente, por lo tanto, es importante realizar una estrategia de marketing que permita captar y persuadir a las personas de incluir la carne de conejo en sus hábitos de alimentación o dieta, ya que esta posee un sin número de nutrientes y beneficios para el ser humano que ayudan a mantener un cuerpo saludable.

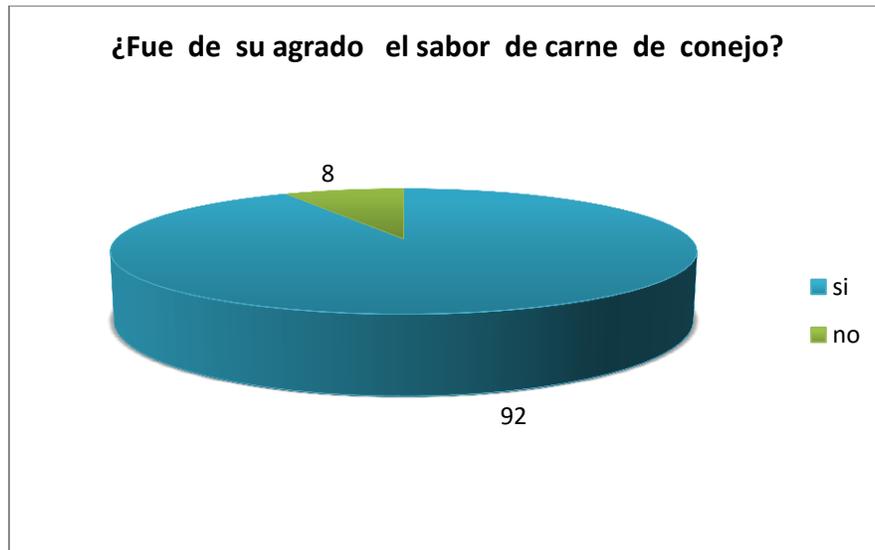
Así que, de acuerdo a la siguiente grafica la demanda puede incrementar, ya que existe un 48% de la población que aún no han degustado la carne de conejo, por lo que la experiencia que tenga cuando prueben la carne de conejo por primera vez es importante debido a que de esto depende el incremento de la demanda de nuestro producto por lo que se creara una estrategia para dar a conocer más los platillos.



Grafica 10 ¿Ha probado la carne de conejo?

Fuente: Equipo Investigador

La siguiente grafica numero 14 expone y justifica la expectativa positiva sobre el incremento de la demanda que se genera con el porcentaje referente a las personas que un no han degustado de la carne de conejo, ya que el porcentaje del 92% plantea que quienes han comido carne de conejo consideran que el sabor de la carne de conejo ha sido de su agrado.



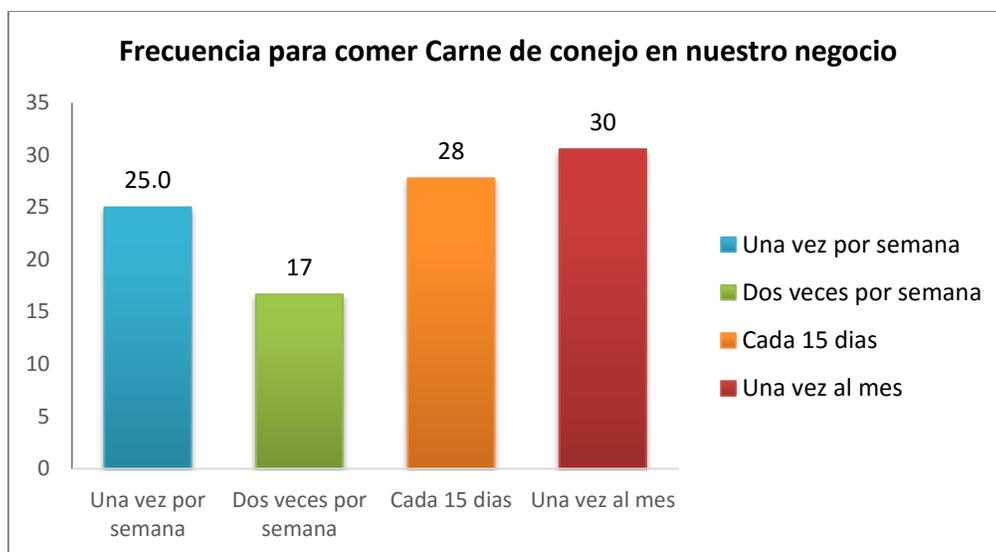
Grafica 11 El sabor de la carne de conejo ha sido de su agrado

Fuente: Equipo Investigador

### ❖ Frecuencia de consumo

Para analizar a más profundidad el comportamiento del cliente es necesario conocer la frecuencia con que este iría a nuestro establecimiento a comer carne de conejo, lo que será de utilidad para realizar las proyecciones de ventas de nuestros productos.

Por lo tanto, a través de las encuestas realizadas a los individuos se obtuvieron los siguientes datos que representan las frecuencias de visitas que estarían dispuestas a realizar las personas que participaron en el pilotaje elaborado, quienes manifestaron su interés por visitar el Comedor “La Madriguera del Conejo” en la ciudad de Jinotepe.



Grafica 12 Frecuencia de consumo

Fuente: Equipo Investigador

Con el objetivo de realizar las estimaciones de los resultados obtenidos con el pilotaje realizado a la población total en base al PEAO en la ciudad de Jinotepe se estandarizó el espacio temporal a un periodo de un mes, obteniendo los siguientes resultados:

Frecuencia de visitas	Calculo para obtención del promedio	Equivalente de visitas en un mes	Porcentaje del total que selecciono esta opción
Una vez por semana	1 x 4 semanas del mes =	4	25%
Dos veces por semana	2 x 4 semanas del mes =	8	17%
Cada 15 días	1 x 2 quincenas del mes=	2	28%
Una vez al mes	1	1	30.0%

Tabla 11 Calculo del promedio de visitas en un mes

Fuente. Equipo Investigador

Con los datos estandarizados se prosiguió a realizar las estimaciones sobre el total de la PEAO tomando en cuenta la característica de que el número de los individuos de la población se

verá disminuido debido a que solo el 72% que sería de 4,085 personas del total son quienes estarían dispuestos a visitar el establecimiento según la información que se obtuvo con las encuestas.

Por lo tanto, la estimación total de visitas mensuales de la población del municipio de Jinotepe al Comedor “**La Madriguera del Conejo**”, se representa en la siguiente tabla donde se detallan el número de visitas mensuales que las personas estarían dispuestas a realizar, en base a los porcentajes que se determinaron por medio del análisis de las encuestas, sin embargo, por varias limitantes en la capacidad de producción se tomara únicamente a las personas equivalentes a la frecuencia de compra mensual creando un escenario cercano a la realidad debido al inicio de operaciones.

Frecuencia de visitas	Equivalente de visitas al mes	Porcentaje del total que selecciono esta opción	Total Municipio de Jinotepe	Total de visitas al mes
Una vez por semana	4	25%	1, 021	4,084
Dos veces por semana	8	17%	694	5,552
Cada 15 días	2	28%	1, 144	2,288
Una vez al mes	1	30%	1,226	1,226
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>	<b>4,085</b>	<b>13,150</b>

Tabla 12 Frecuencia de consumo en base a la demanda real

Fuente: Equipo Investigador

**Visitas mensuales promedio por persona** =  $1, 226 / 1,226 = 1$  visitas mensuales promedio

**Visitas Anuales promedio por persona** =  $1 \times 12 = 12$  visitas anuales por persona

Cabe mencionar que la mayoría de las personas encuestadas un 30% mostro interés en visitar el establecimiento por lo menos 1 vez al mes y un 28% cada 15 días equivalente a 1,226 y 1,144

respectivamente con respecto a la población. Ahora bien, el número de visitas en base a la frecuencias de compra mensual es de un total de 1,226 visitas mensuales, porcentaje que podría aumentar debido a que la respuesta a esta interrogante se hizo sin que las personas tuvieran conocimiento del precio, calidad y servicio que ofrece el Comedor “La Madriguera del Conejo”, así como las personas que forman parte de la frecuencia de compra de dos y una vez por semana.

#### **1.2.1.6.2. Participación del mercado**

La participación de mercado es un índice de competitividad que nos indica que tan bien se desempeña el Comedor “La Madriguera del Conejo” en el mercado con relación a nuestros competidores.

##### **➤ Medición del potencial de mercado total**

###### **❖ Numero de posible usuarios**

Este se refiere a la cantidad de personas en la ciudad de Jinotepe que conforman el mercado objetivo de consumo de comida a base de carne de conejo que corresponde a 4, 085 personas de acuerdo a los porcentajes obtenidos en la investigación de las cuales se toma aquellas personas que están dispuestos a ir al comedor con una frecuencia de compra de una vez por mes que corresponde a un total de 1, 226 personas (**ver tabla 13**), sin embargo se planea cubrir la demanda con el supuesto de que estas personas realicen por lo menos una visita mensual al establecimiento y en base a la capacidad de producción que tendrá.

###### **❖ Tasa Máxima de Compra**

Esta tasa estará representada por la cantidad máxima de dinero que el mercado meta puede generar tomando en cuenta los resultados que se obtuvieron en la investigación.

Población= 1,226

Visitas promedio mensuales= 1 visita

Visitas promedio anuales= 12 visitas

Consumo promedio por visita de brochetas = C\$ 225

Tasa Máxima de Compra Anual =  $1,226 \times 12 \times \text{C\$ } 225 = \text{C\$ } 3,310,200$

Tasa Máxima de compra Mensual=  $\text{C\$ } 3,310,200 / 12 = \text{C\$ } 275,850$

Tasa Máxima de compra diarias=  $\text{C\$ } 275,850 / 26 = \text{C\$ } 10,610$

**Demanda a satisfacer:  $4,085 \times 30\% = 1,226$**

Por lo tanto, la participación del mercado será de un aproximado del 30% sobre la demanda real en base a cifras de la PEA del municipio de Jinotepe, debido a las limitantes que posee la microempresa, ya que, será un emprendimiento que iniciará operaciones, y por lo tanto su capacidad productiva no es suficiente para cubrir la demanda determinada, así como, la limitante correspondiente a la capacidad que tiene nuestro proveedor de la carne de conejo, para satisfacer el volumen de carne que se requiere para la producción, por lo que el proveedor, incrementará su producción paralelamente a la nuestra para satisfacer dicha cantidad.

Ahora bien, se estima que a medida que la microempresa va tomando posición en el mercado se aumentará la capacidad productiva anualmente un 9% de esta, y poder obtener mayores resultados como se puede ver en la siguiente tabla.

**Tabla 13 Incremento anual de la demanda a cubrir**

<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
1,226	1,336	1,456

**Fuente: Equipo Investigador**

### 1.2.2. Estrategias de mercado

Según Kotler y Armstrong define la Estrategia de Marketing como: "La lógica de mercadotecnia con el que la unidad de negocios espera alcanzar sus objetivos de mercadotecnia, y consiste en estrategias específicas para mercados meta, posicionamiento, la mezcla de mercadotecnia y los niveles de gastos en mercadotecnia “para esto se lleva a cabo mediante las 4 P (producto, precio, plaza y promoción).

Tabla 14 Estrategia del producto

Estrategia de producto	Justificación	Fines	Actividades	Evaluación
1. Penetración de mercado	Objetivo de introducir los productos a ofrecer en los segmentos	Dar a conocer el comedor “ <b>La Madriguera del Conejo</b> ” bajo la marca “ <b>Yummy Rabbit</b> ” a los posibles clientes de la microempresa.	La utilización de publicidad (Radio y redes sociales), conjuntamente con el marketing de contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resultados de ventas.</li> <li>• Utilidades de la empresa</li> <li>• Comentarios positivos por parte de la población</li> </ul>
2. Diferenciación de una nueva marca en el mercado	Debido al poco consumo de la carne de conejo se planea diferenciar el mismo por medio de la marca del producto, de tal forma que se cree un prestigio con el que se logre posicionarse en la mente del consumidor para hacer de esta un habito de consumo permanente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar a conocer a la población las principales características que tiene los platillos con carne de conejo, de tal forma que se manifieste una relación estrecha con los clientes y estos se familiaricen con la microempresa</li> </ul>		

Fuente: Equipo investigativo

Tabla 15 Estrategia de Precio

Estrategia de precio	Justificación	Fines	Actividades	Evaluación
Diferenciación por precio	1. Estrategia de fijación de precio basado en los costos de producción y márgenes de ganancia con el objetivo de lograr una participación en el mercado potencial.	2. Dar un precio que se diferencie de los existentes en el mercado	Ofrecer mayores beneficios que justifican el precio en comparación al de la competencia pero con la diferencia que el comedor ofrecerá platillos innovadores que tienen un exquisito sabor.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resultados de ventas.</li> <li>• Utilidades de la empresa</li> </ul>
Fijación de precios discriminativo	Se hace para tomar en cuenta las diferencias en consumidores y productos, estas pueden ser con base en el cliente, la forma del producto, el tiempo, por tal motivo para la fijación de precio estará segmentado en base a la presentación de cada platillo según los deseos de la población definidos por medio del estudio de mercado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar seguridad y comodidad al cliente con respecto al precio</li> <li>• Brindar accesibilidad de consumo en base a su poder adquisitivo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer un precio menor del plato de carne de conejo asado en comparación al plato de brochetas debido que se incurre en menos costos de producción y tiempo de elaboración.</li> </ul>	

Fuente: Equipo Investigativo

Tabla 16 Estrategia de Plaza

Estrategia de plaza	Justificación	Fines	Actividades	Evaluación
Plaza	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategias de Pull “jalón o aspiración”: Esta estrategia concentra los esfuerzos de promoción sobre el consumidor final, evitando a los intermediarios. El objetivo es crear en el consumidor unas actitudes positivas hacia el producto o la marca de tal manera que el cliente demande. (Fiche y Espejo, 2011)</li> <li>• Estrategia de distribución directa, no tiene niveles de intermediarios está compuesto por un fabricante que vende de manera directa a los consumidores.</li> <li>• Señalización de vías de acceso al negocio para dar una mejor referencia de la ubicación de nuestro local de forma visual por medio de un rotulo en la esquina de la calle donde estaremos posicionados para brindar nuestros servicios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llegar a los consumidores del municipio de Jinotepe en un determinado periodo de tiempo.</li> <li>3. Incursionar en el resto del departamento de Carazo.</li> </ul>	<p>4. Ubicar nuestros productos solamente en un punto de venta que sea exclusivo</p> <p>✓ Dirigirse únicamente con una sola oferta al segmento.</p>	Mayor demanda del producto.

Fuente: Equipo Investigativo

Tabla 17 Estrategia de Comunicación

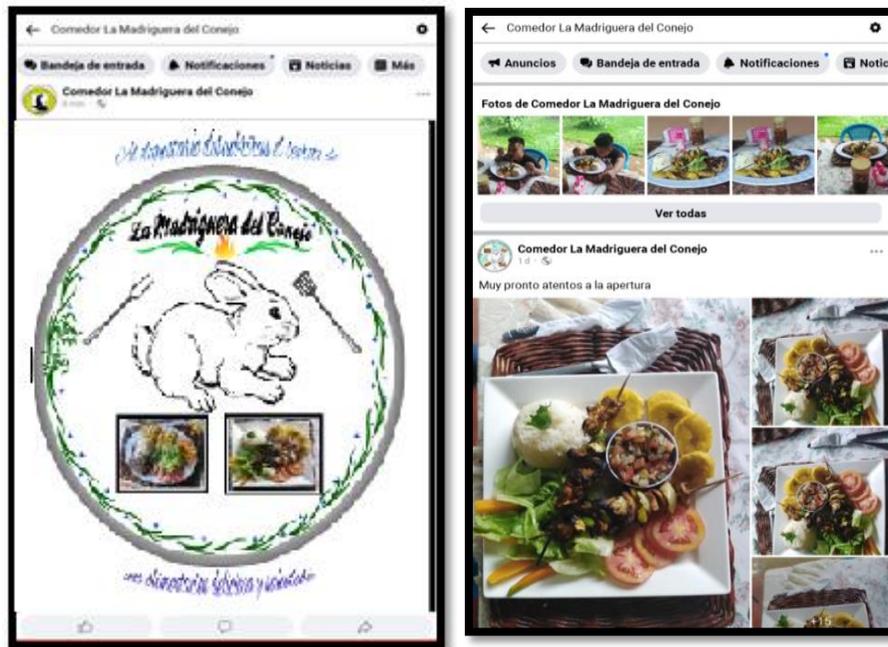
Estrategia de comunicación	Justificación	Fines	Actividades	Evaluación
Publicidad por radio	✓ Publicidad por Radio Okey 103.3 FM para dar a conocer nuestro local en el municipio de Jinotepe y las promociones y actividades que se ofrecen constantemente a nuestros clientes	✓ Llegar a los consumidores del municipio de Jinotepe en un determinado periodo de tiempo	✓ Actualizaciones de la información ofrecida a nuestros clientes.	✓ Incremento de las ventas ✓ Mayores utilidades
Promoción	✓ Realización de descuentos y rifas en días especiales para incentivar a los clientes que asistan a nuestro negocio			
Redes sociales	✓ En Facebook y WhatsApp para crear una relación cercana y dar respuestas a dudas o sugerencias que realicen las personas con respecto a los servicios que ofrece nuestro negocio			
Marketing de contenidos	✓ Para incentivar el consumo de la carne de conejo y proporcionar información sobre esta carne.			

Fuente: Equipo Investigador

Las estrategias de comunicación se determinaron en base a las encuestas realizadas a la población del municipio de Jinotepe, cabe destacar que sus costos de inversión se expresan en la tabla 22 correspondiente al inciso de presupuesto de mercadotecnia. A continuación se detallan los resultados:

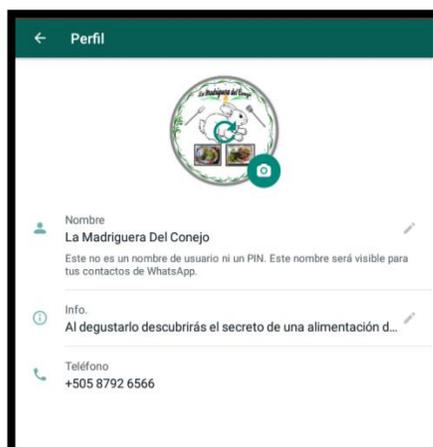
- ✓ La publicidad por radio se efectuara de forma permanente y esta es quien define las estrategias de comunicación para dar a conocer a la microempresa logrando captar la atención de las personas. Con un costo de inversión de C\$1000 mensuales.
- ✓ Se utilizara las redes sociales como un medio de publicidad y de comunicación con los clientes tanto potenciales como los actuales en el que se permita interactuar con los mismos y dar a conocer los servicios que se ofertaran por lo menos con actualizaciones semanales de la información. Con un costo de inversión de C\$200 mensuales.

Ilustración 8 Publicidad por red social de Facebook



Fuente: Equipo Investigador

### Ilustración 9 Red social de WhatsApp

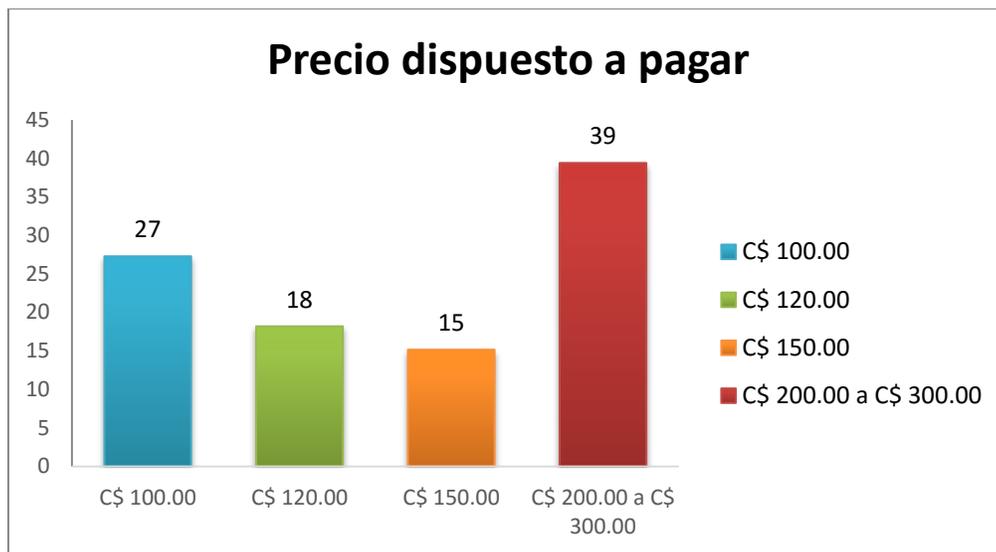


Fuente: Equipo Investigador

- ✓ **Rotulo:** se ubicara un rotulo con un medida de 1 m<sup>2</sup> en la esquina de la calle, como estrategia para guiar a los clientes hacia el establecimiento, por lo tanto, la Dirección de Urbanismo de la Alcaldía pide los siguientes requisitos:
- Carta de solicitud a directora de urbanismo
  - Copia de matricula
  - Copia de numero RUC
  - Fotomontaje
  - Tasa a pagar.

### 1.2.3. Precio de venta

Para la determinación del precio de venta del producto se efectuará en base al costo de producción más el margen de utilidad que se espera obtener por la venta, sin embargo, es posible analizar el precio que la población jinotepina está dispuesta a pagar por la compra de un servicio de carne de conejo. Se ofrecerá un precio de venta unitario para el servicio de brochetas de conejo de C\$ 240.00 y para el de carne asada de conejo de C\$ 210.00.



Grafica 13 Precio según encuestas

Fuente: Equipo Investigador

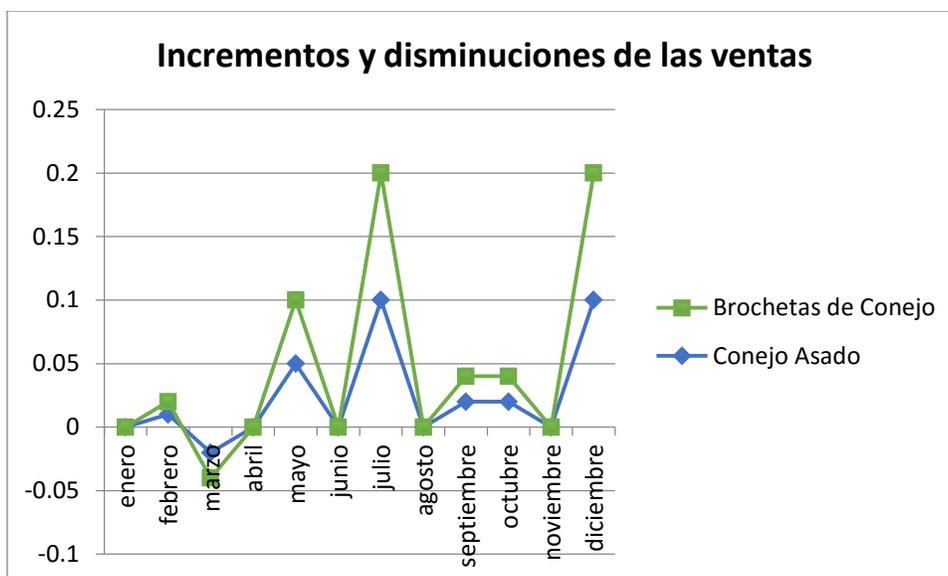
#### *1.2.4. Estimación de Ventas*

El Comedor "La Madriguera del Conejo" tiene como principal fuente de ingresos las ventas, ya que son los que permiten a la microempresa continuar con sus operaciones y pagar los egresos que se originen, por lo que es importante conocer el comportamiento o variación de las ventas por medio de las estimaciones.

Debido a que no existe información precedente que permita realizar las estimaciones de ventas futuras se utilizará como técnica de proyección las encuestas de pronósticos de los clientes, las cuales serán de gran utilidad a mediano plazo, sobre las ventas en unidades físicas y monetarias para los siguientes periodos. Esta técnica pertenece al método cualitativo el cual es de ayuda para reforzar el desarrollo del emprendimiento en base al comportamiento y las necesidades que el cliente posee.

Por lo tanto, una vez conocida la demanda se puede hacer una estimación de venta, de acuerdo al porcentaje que se desea cubrir, esto se hará por medio de las proyecciones de venta en el primer año, además de tomar en cuenta la capacidad que tiene el proveedor de la carne de conejo seleccionado para abastecernos, por lo tanto se estimara un 70% de la producción únicamente para la carne de conejo asada y la diferencia porcentual para los platos de brochetas de conejo.

Así que, para tener un mejor cálculo a continuación se muestra en la siguiente tabla los diferentes platos y la cantidad proyectada a vender. Dentro de la estimación de venta en el mes de julio y diciembre hay un incremento de un 10 % debido a que en estos meses se celebran varias festividades y las personas compran más para esas temporadas del año. Ahora bien, la venta monetaria anual corresponde a una cifra de **C\$ 4, 285,350.00** en el año 2021, equivalente en ventas físicas a **18, 435** platos



Grafica 14 Aumento y disminuciones de las ventas estimadas

Fuente: Equipo Investigador



## Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"

Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas													
Año 2021													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago.	Sep.	Oct	Nov	Dic	Total
<b>Conejo asado</b>	630	636	624	630	662	630	693	630	643	643	630	693	<b>7,743</b>
<b>Brochetas de conejo</b>	270	273	267	270	284	270	297	270	275	275	270	297	<b>3,318</b>
<b>otros ingresos (refrescos naturales)</b>	900	909	891	900	945	900	990	900	918	918	900	990	<b>11,061</b>
<b>Total</b>	<b>1,800</b>	<b>1,818</b>	<b>1,782</b>	<b>1,800</b>	<b>1,890</b>	<b>1,800</b>	<b>1,980</b>	<b>1,800</b>	<b>1,836</b>	<b>1,836</b>	<b>1,800</b>	<b>1,980</b>	<b>22,122</b>

Tabla 18 Ventas físicas

Fuente: Equipo Investigador

 <b>Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"</b>							
Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias							
1er Semestre							
Descripción	CU	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Conejo asado	C\$210.00	C\$132,300.00	C\$133,623.00	C\$130,977.00	C\$132,300.00	C\$138,915.00	C\$132,300.00
Brochetas de conejo	C\$240.00	64,800.00	65,448.00	64,152.00	64,800.00	68,040.00	64,800.00
otros ingresos (refrescos naturales)	C\$ 11.00	9,900.00	9,999.00	9,801.00	9,900.00	10,395.00	9,900.00
<b>Total</b>		<b>C\$207,000.00</b>	<b>C\$209,070.00</b>	<b>C\$204,930.00</b>	<b>C\$207,000.00</b>	<b>C\$217,350.00</b>	<b>C\$207,000.00</b>

Tabla 19 Ventas monetarias en el primer semestre

Fuente: Equipo Investigador

 <b>Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"</b>								
Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias								
2do Semestre								
Descripción	CU	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Conejo asado	C\$210	C\$145,530.00	C\$132,300.00	C\$134,946.00	C\$134,946.00	C\$132,300.00	C\$145,530.00	<b>C\$1,625,967.00</b>
Brochetas de conejo	C\$240	71,280.00	64,800.00	66,096.00	66,096.00	64,800.00	71,280.00	<b>796,392.00</b>
otros ingresos (refrescos naturales)	C\$ 11	10,890.00	9,900.00	10,098.00	10,098.00	9,900.00	10,890.00	<b>121,671.00</b>
<b>Total</b>		<b>C\$227,700.00</b>	<b>C\$207,000.00</b>	<b>C\$211,140.00</b>	<b>C\$211,140.00</b>	<b>C\$207,000.00</b>	<b>C\$227,700.00</b>	<b>C\$2,544,030.00</b>

Tabla 20 Ventas Monetarias en el segundo semestre

Fuente: Equipo investigador

1.2.5. Presupuesto de mercadotecnia

 <b>Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"</b> <b>Presupuesto de Mercadotecnia</b>					
Descripción	Cantidad		Costo Unitario	Costo Total Anual	Distribución de costo mensual
Redes sociales	Permanente		C\$ 50.00 semanal	C\$2,400.00	C\$200.00
Radio OKEY	Permanente		C\$ 1, 000 mensual	12,000.00	1,000.00
Descuentos del 10%	35 asados	Una vez al año	20.00	1,075.00	89.58
	15 brochetas		25.00		
Rifas	3 platos de carne asada cada 6 meses		200.00	2,200.00	183
	2 platos de brochetas		250.00		
Rotulo 1 m <sup>2</sup>	Permanente		250 anual	250.00	21
<b>Total</b>				<b>C\$17,675.00</b>	<b>C\$1,493.92</b>

Tabla 21 Presupuesto de mercadotecnia

Fuente: Equipo Investigador

### 4.3.Gestión Operativa

La gestión operativa o plan de producción “se basa en la transformación de insumos, a través de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores”. Por tal motivo se realiza el plan de producción, donde “hay que tomar en cuenta la capacidad para cubrir su demanda proyectada para su mercado.” (CEI, 2010, pág.12)

#### 4.3.1. *Objetivos de producción*

1. Realizar un equipo eficiente y capaz de cubrir la producción esperada en el proceso productivo del negocio.
2. Distribución de las áreas en las que se dará el proceso productivo para el mejoramiento de nuestro emprendimiento.
3. Dar a conocer las buenas prácticas laborales e higiénicas ejercidas en el establecimiento con la finalidad de ofrecer un buen servicio por medio de los platillos elaborados para los comensales.
4. Evaluar si el negocio puede lograr una mayor eficiencia o mejorar la calidad de elaboración de su producto o servicio.

#### 4.3.2. *Materiales necesarios*

La materia prima “se refiere a los elementos, partes o sustancias de las que está compuesto el producto de la empresa o a los insumos necesarios para prestar un servicio. Es conveniente que, cuando se especifiquen las cantidades a utilizar de materia prima, se contemple cuánto se requerirá por un volumen dado de producción o en relación con cierto periodo.” (Alcaraz, 2008, pág.132).

La siguiente tabla muestra los materiales necesarios para la elaboración de ambos platos de forma separada en base a un periodo de un mes, de igual forma, registraremos las características

más relevantes y las cantidades a utilizar en la elaboración de cada platillo según las metas propuestas en el mes y su rendimiento

 <b>Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"</b> <b>Materiales necesarios para primer mes de producción</b>			
Segmento	Materiales para el primer mes	Costo Unitario	Costo Mensual
<b>Brochetas de Carne de Conejo</b>	<b>Materiales Directo para 270 platos</b>		<b>C\$ 28,900.45</b>
	135 libras de carne de conejo	C\$ 102.80	C\$ 13,890.48
	50 libras de Arroz	16.00	719.92
	45 unidades de Lechuga	26.25	1,181.25
	45 cubos de tomate	50.00	2,250.00
	135 unidades de Plátanos	5.10	688.50
	<b>Total de materiales Directo</b>	<b>C\$ 200.15</b>	<b>C\$ 18,730.15</b>
	<b>Materiales Indirecto para 270 platos</b>		
	34.72 libras de Cebolla dulce	C\$ 17.17	C\$ 598.47
	45 docenas de Chiltoma	42.40	1,908.00
	45 libras de Zanahoria	20.20	908.64
	22 1/2 docenas Naranja Agria	40.80	918.00
	18 ristra de Ajo	15.15	272.70
	45 libras Cúrcuma	30.60	1,376.84
	54 sobres de Pimienta	5.00	270.00
	45 sobres Orégano	5.00	225.00
	6 libras de Sal	5.00	29.76
	5.40 Bolsa de palillos	25.00	135.00
	45 moños de Culantro	5.00	225.00
	45 ramos de Apio	10.00	449.98
	67 1/2 litros de Aceite	38.00	2,565.00
	4 docenas de limón	15.30	60.75
	45 unidades de Cebolla de tallo	5.05	227.16
<b>Total de materiales indirecto</b>	<b>C\$ 274.62</b>	<b>C\$ 10,170.30</b>	

Tabla 22 Materiales necesarios para Brochetas de carne de conejo

Fuente: Equipo Investigador



**Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"**  
**Materiales necesarios para primer mes de producción**

Segmento	Materiales para el primer mes	Costo Unitario	Costo Mensual
<b>Carne de Conejo Asado</b>	<b>Materiales directos para 630 platos</b>		
	31.28libras de carne de conejo	C\$ 80.00	C\$ 25,222.67
	105 libras de Arroz	16.00	1,679.81
	105 unidades de Lechuga	26.25	2,756.25
	315 unidades de Plátanos	5.10	1,606.50
	105 cubos de Tomates	50.00	5,250.00
	<b>Total de materiales Directo para 630 platos</b>	<b>C\$ 177.35</b>	<b>C\$ 36,515.22</b>
	<b>Materiales Indirecto</b>		
	105 unidades Cebolla de tallo	C\$ 5.05	C\$ 530.04
	81 libras de Cebolla dulce	17.17	1,396.42
	105 libras de Zanahoria	20.20	2,120.15
	52 1/2 docenas de Naranja Agria	40.80	2,142.00
	42 ristras de Ajo	15.15	636.30
	105 libras de Cúrcuma	30.60	3,212.63
	14 libras de Sal	5.00	69.45
	126 sobres Pimienta	5.00	630.00
	105 Orégano	5.00	525.00
	9 docenas de Limón	15.30	141.75
	105 moños Culantro	5.00	525.00
	157 1/2 litros de Aceite	38.00	5,985.00
	105 docenas de chiltoma	42.40	4,452.00
	105 ramos de apio	10.00	1,050.00
	<b>Total de materiales indirectos</b>	<b>C\$ 202.27</b>	<b>C\$ 23,415.74</b>
<b>Total Materiales directos</b>	<b>C\$ 377.50</b>	<b>C\$ 55,245.38</b>	
<b>Total Materiales indirectos</b>	<b>C\$ 476.89</b>	<b>C\$ 33,586.04</b>	
<b>TOTAL</b>		<b>C\$ 88,831.41</b>	

Tabla 23 Materiales necesarios para un mes

Fuente: Equipo Investigador

### 4.3.3. Capacidad de producción o servicio

La capacidad instalada “se refiere al nivel máximo de producción que puede llegar a tener una empresa con base en los recursos con los que cuenta, principalmente en cuanto a maquinaria, equipo e instalaciones físicas”. (Alcaraz, 2008, pág.135.)

La capacidad que tiene el Comedor “La Madriguera del Conejo” como se demuestra en la siguiente tabla en la que se toma en cuenta el proceso de producción de acuerdo a las maquinarias y también debe ser acorde con el mercado (mercado potencial y planes de ventas), así como con los recursos limitantes de la empresa (mano de obra, disponibilidad de materia prima, entre otras), por lo tanto una de las limitantes actuales es la disponibilidad de la materia prima que sería la carne de conejo, debido a la poca oferta existente en los departamentos de la IV Región del país.

 <b>Comedor ‘La Madriguera del Conejo. S.A’</b> <b>Capacidad de producción promedio</b> <b>Primer año de operaciones</b>			
Periodo	Producción		Total
	Brochetas de carne de conejo	Asados de carne de conejo	
1 día	12 unidades	27unidades	<b>38unidades</b>
1 semana	69 unidades	161 unidades	<b>230 unidades</b>
1 mes (26 días laborales)	277 unidades	645unidades	<b>922 unidades</b>
Anual	3,318 unidades	7,743unidades	<b>11,061 unidades</b>

Tabla 24 Capacidad de producción promedio

Fuente: Equipo Investigador

La siguiente tabla muestra la proyección a un periodo de 3 años sobre las ventas en unidades físicas con un incremento del 9% anual, para la que se segmento ambos platos y se detallan sus cifras correspondientes para cada año.

 <b>Comedor "La Madriguera del Conejo. S.A"</b> <b>Proyección de producción anual</b> <b>Primeros tres años</b>			
<b>Producción (unidades)</b>	<b>Año 1 (2021)</b>	<b>Año 2 (2022)</b>	<b>Año 3 (2023)</b>
<b>Asado de carne de conejo</b>	7,743	8,440	9,199
<b>Brochetas de carne de conejo</b>	3,318	3,617	3,942
<b>Total</b>	<b>11,061</b>	<b>12,056</b>	<b>13,142</b>

Tabla 25 Incremento anual de producción del 9 %

Fuente: Equipo Investigador

#### 4.3.4. Equipos de producción

Las propiedades, planta y equipo son bienes tangibles que tienen por objeto: *a)* el uso o usufructo de los mismos en beneficio de la entidad; *b)* la producción de artículos para su venta o para el uso de la propia entidad, y *c)* la prestación de servicios a la entidad, a su clientela o al público en general. La adquisición de estos bienes denota el propósito de utilizarlos y no de venderlos en el curso normal de las operaciones de la entidad (Romero Lopez, 2012).

<b>N°</b>	<b>Activo fijo</b>	<b>Área</b>	<b>Cantidad</b>
1	Terreno		1
2	Cocina industrial	Producción	1
3	Freezer	Producción	1
4	Cilindro de gas	Producción	1
5	Asador	Producción	1
6	Microondas	Producción	1
7	Licuadaora	Producción	1
8	Mesas	Producción	7
9	Bascula de cocina	producción	1
<b>10</b>	Arrocera	producción	1
<b>11</b>	Cafetera	producción	1

Tabla 26 Resumen de equipos de producción

Fuente: Equipo Investigador

Ficha Técnica n°1

Cantidad	Equipo	Marca
1	Cocina Industrial	Metalurgia Alfonso Jarquín
Imagen de referencia	Proveedores	Precio
	Metalurgia del Señor Alfonso Jarquín Ba José Antonio Sánchez Salazar del ultimo portón de la Morgue 1c al sur 1 c al Este.	Precio unitario C\$
		2,200
Cocina industrial de 2 Quemadores de 5” de diámetro Base de acero inoxidable Bandeja de recolección de residuos completamente a gas Incluye regulador y manguera Medidas : 33cm de ancho x 19 cm de fondo x 33.5 cm de alto		

Tabla 27 Cocina de gas de 4 quemadores

Fuente: Proforma

Ficha técnica n° 2

Cantidad	Equipo	Marca
1	Cilindro de gas de 25 libras ya relleno	Tropigas
Imagen de referencia	Proveedores	Precio
	Almacén Express venta de gas butano de la farmacia divino Niño 1 ½ al Sur costado este del comedor “Chayo Diablo”	Precio unitario C\$
		1,200

Tabla 28 Cilindro de gas

Fuente: Proforma

Ficha técnica n° 3

Cantidad	Equipo	Marca
1	Freezer de 5 pies cúbicos	Premier
Imagen de referencia	Proveedores	Precio
	Electromuebles “Mercedes” Dirección: de la caimana 110 vrs al Norte Managua Cel: 8954-1628	Precio unitario C\$
		6,500.00

Tabla 29 Equipo de refrigeración (Freezer)

Fuente: Proforma

Ficha Técnica n°4

Cantidad	Equipo	Marca
1	Licadora de 350 watts 4 velocidades roja	Premier
Imagen de referencia	Proveedores	Precio
	Lilly store Jinotepe, portón principal del Mercado Nuevo 130 metros al sur Ruc 2020407830000R Cell: 7515-8826	Precio unitario C\$
		720.00

Tabla 30 Licuadora

Fuente: Proforma

Ficha técnica n° 5

Cantidad	Equipo	Marca
1	Asador o parrilla	
Imagen de referencia	Proveedores	Precio
	Metalurgia del Señor Alfonso Jarquín Ba José Antonio Sánchez Salazar del ultimo portón de la Morgue 1c al sur 1 c al Este.	Precio unitario C\$
		1,500.00
<p>Un asador de 75 cm de Altura, 45 cm de Ancho Lamina frontal de 25 cm de alto 40 x 80 x 40 x 80 de largo, plataforma de 6 pulgadas, parrilla 35 cm x 70 para la cocción de la carne de conejo.</p>		

Tabla 31 Parrilla

Fuente: Proforma

Ficha Técnica n°6

Cantidad	Equipo	Marca
1	Horno microondas 1.1 pies	Daewoo
Imagen de referencia	Proveedores	Precio
	Lilly store Jinotepe, portón principal del Mercado Nuevo 130 metros al sur Cell: 7515-8826	Precio unitario C\$
		2,200

Tabla 32 Horno Microondas

Fuente: Proforma

Ficha técnica n° 7

Cantidad	Equipo	Marca
1	Bascula de cocina Electrica con tazon capacidad de 11 Libras / 5 KG de acero Inoxidable	Camry
Imagen de referencia	Proveedores	Precio
	Ferretería Ana Lucia Cartera B productos ferreteros del Mercado Municipal de Jinotepe Jorge Matus Téllez Módulo 7	Precio unitario C\$
		1,500.00

Tabla 33 Balanza

Fuente: Proforma

Ficha Técnica N° 8

Cantidad	Equipo	Marca
1	Arrocera	OSTER
Imagen de referencia	Proveedores	Precio
	Tienda de Electrodomésticos Heydi Macanche del puente de Belén 1 c al Norte	Precio unitario C\$
		C\$ 2,950
Se usa principalmente para cocinar arroz al vapor		

Tabla 34 Arrocera

Fuente: Proforma

**Ficha Técnica N° 9**

Cantidad	Equipo	Marca
1	Cafetera	Oster
Imagen de referencia	Proveedores	Precio
	Tienda de Electrodomésticos TOTO del portón principal del Mercado Jorge Matus Téllez Jinotepe – Carazo 150 Metros Al Norte	C\$ 1,200.00
<p><b>Función</b> Sirve para preparar café como bebida caliente</p>		

**Tabla 35 Cafetera**

**Fuente: Proforma**

## Utensilios para la producción y prestación de servicios

Ficha técnica n° 10

Descripción	Imagen	Modelo	Funciones	Cant	Precio	Total
<b>UTENSILIOS DE COCINA</b>						
Cuchillos		Acero Inoxidable	Instrumento para cortar , formado con una de metal con un filo ,terminado en punta y con mango para sostener	3	65	195
Porta cucharas		De plástico	Organiza los cubiertos de manera que todo este en orden	1	50	50
Cucharas para cocina lisa		18 pg Acero Inoxidable		1	30	30
Panas		Plásticas # 14	Recipiente para poner alimentos etc	3	75	225
Cazuelas		Acero Inoxidable de 5 lbr	Recipiente para cocinar arroz etc.	2	110	220
Pinzas		8 pg acero inoxidable	Se utilizan para saltar vegetales o carnes ( a la plancha o parrilla)	2	65	130
<b>Subtotal</b>					<b>C\$395</b>	<b>C\$850</b>

Descripción	Imagen	Modelo	Funciones	Cant	Precio	Total
<b>CRISTALERIA Y LOZA</b>						
Cubiertos		Acero inoxidable	Instrumentos empleados de forma manual para comer, cortar, preparar especialmente para ingerir alimentos	36	15	540
Platos		Cuadrado Orfox de Porcelana	Es atractivo por su forma original, no requiere de tantos detalles decorativos	15	103	1,545
Azucareras		China	Portar azúcar de fácil acceso en la mesa	6	45	270
<b>Subtotal</b>					C\$163	C\$2,355
<b>MOBILIARIO</b>						
Comedores				7	650	4,550
Sillas Plásticos de		Aruba		28	150	4,200
Caja chica		Acero Inoxidable	Permite tener a las mano una suma de dinero determinado para realizar y controlar gastos en efectivo	1	420	420
<b>Subtotal</b>					<b>C\$1,220</b>	<b>C\$11,525</b>
<b>Total</b>						<b>C\$ 12,375</b>

Tabla 36 utensilios para la producción y prestación de servicios

Fuente: Proforma

## Ficha Técnica N° 11 Gastos Otros utensilios y suministros

Descripción	Imagen	Modelo	Funciones	Cant	Precio	Total
<b>MANTELERIA</b>						
Servilletas desechables		Servilletas de papel	Elementos higiénicos para secar superficies mojadas o húmedas, secar las manos, mojadas etc. se coloca cerca de los comensales para su debido uso	12	20	240
Manteles (6 meses)		De plástico de 1 ½ yardas	Proteger la mesa de manchas y humedades producidas durante la comida	12	120	1,440
Servilleteros (semestral)		De plástico	Recipiente para poner servilletas desechables en la mesa	8	20	160
Delantales (semestral)		De tela	Prenda protectora externa se usa para razones higiénicas o para proteger la ropa	6	80	480
Toallas de cocinas (cada 4 meses)		Zeppoli 100% Algodón	Es utilizado en las labores del secado y limpieza fundamental en la cocina	1 Paq de 12 unidades	250	250
Cofias (semestral)		Tela lino	Gorro que se utiliza para mantener recogido o escondido el cabello por razones de higiene,	6	20	120
<b>Subtotal</b>					<b>C\$510</b>	<b>C\$2,690</b>

Tabla 37 gastos en utensilios y suministros

Descripción	Imagen	Modelo	Funciones	Cant	Precio	Total
Platos ovalados (cada 6 meses)		Plástico tostado Tamaño 9.4"x6.2"	Para servir deja que cada comida sea inolvidable	25	95	2,375
Vasos (cada 6 meses)		China 12 onza	Recipiente que sirve para tomar bebidas	30	30	900
Saleros (cada 6 meses)		Saleros plásticos	Se coloca en la mesa para servir sal al gusto.	6	50	300
Tabla de picar (cada 6 meses)		La Cobacha	Este utensilio se usa principalmente en la cocina para picar y cortar alimentos	2	150	300
Rayador (cada 6 meses)		Cónico Plástico	Es un utensilio de cocina empleado para picar muy finamente (rayar) , algunos alimentos con carácter sólidos , tales como frutas ,verduras, pan tostado etc.	1	65	65
Recipientes de Almacenajes (cada 6 meses)		De plástico	Dispone de una cavidad para guardar ciertos alimentos como arroz, azúcar etc.	5	15	75
Balde (cada 6 meses)		Plástico de 10 litros	Recipiente para guardar líquidos algunos tipos de comida etc.	3	65	195
Contenedores (desechables)				25	5	125
<b>Subtotal</b>					<b>C\$475</b>	<b>C\$4,335</b>
<b>Total</b>						<b>C\$ 7,025</b>

<b>Maquinaria y utensilios</b>	<b>C\$ 32, 345.00</b>
Maquinaria Y Equipo	C\$ 19,970.00
Utensilios	12,375.00

Tabla 38 Maquinaria y utensilios

<b>Otros gastos de utensilios y suministros</b>	<b>C\$ 7, 025.00</b>
---	----------------------

- Vida útil de maquinaria
  - Para la vida útil se realiza las depreciaciones haciendo referencia al reglamento de la ley 822 (Ley de concertación tributaria) ver la tabla en anexo de depreciaciones y amortizaciones según el arto 34.
  - El método de depreciación utilizado es el método de línea recta establecido en el artículo 19 de la ley de equidad fiscal, el establecido de forma paralela en su reglamento en el artículo 63.

Tarjeta auxiliar				
Activos Fijos				
	<b>Cuenta:</b>	Maquinaria y equipo de producción		
	<b>sub cuenta:</b>	Cocina industrial		
	<b>sub cuenta:</b>			
Años	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	C\$ 2,200.00			2, 200.00
1		C\$ 440.00	440.00	1, 760.00
2		440.00	880.00	1, 320.00
3		440.00	1, 320.00	880.00
4		440.00	1, 760.00	440.00
5		440.00	2, 200.00	0
meses	Costo del activo	Depreciación mensual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	2, 200.00			2, 200.00
1		36.67	36.67	2,163.33
.....				
60		36.67	2, 200.00	

Tabla 39 Depreciación de la cocina industrial

Fuente: Equipo Investigador

Tarjeta auxiliar				
Activos Fijos				
	<b>Cuenta:</b>	Maquinaria y equipo de producción		
	<b>sub cuenta:</b>	Freezer		
	<b>sub cuenta:</b>			
Años	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
<b>0</b>	<b>6,500.00</b>			<b>6,500.00</b>
1		1,300.00	1,300.00	5,200.00
2		1,300.00	2,600.00	3,900.00
3		1,300.00	3,900.00	2,600.00
4		1,300.00	5,200.00	1,300.00
5		1,300.00	6,500.00	0
meses	Costo del activo	Depreciación mensual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	6,500.00			6,500.00
1		108.33	108.33	6,391.67
.....				
60		108.33	6,500.00	

Tabla 40 Depreciación del Freezer

Fuente: Equipo Investigador

Tarjeta auxiliar				
Activos Fijos				
	<b>Cuenta:</b>	Maquinaria y equipo de producción		
	<b>sub cuenta:</b>	Licuadora		
	<b>sub cuenta:</b>			
Años	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
<b>0</b>	<b>720.00</b>			<b>720.00</b>
1		144.00	144.00	576.00
2		144.00	288.00	432.00
3		144.00	432.00	288.00
4		144.00	576.00	144.00
5		144.00	720.00	0
meses	Costo del activo	Depreciación mensual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	720.00			720.00
1		12.00	12.00	708.00
.....				
60		12.00	720.00	

Tabla 41 Depreciación de licuadora

Fuente: Equipo Investigador

Tarjeta auxiliar				
Activos Fijos				
	<b>Cuenta:</b>	Maquinaria y equipo de producción		
	<b>sub cuenta:</b>	Asador o parrilla		
	<b>sub cuenta:</b>			
Años	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
<b>0</b>	<b>1, 500.00</b>			<b>1, 500.00</b>
1		300.00	300.00	1, 200.00
2		300.00	600.00	900.00
3		300.00	900.00	600.00
4		300.00	1, 200.00	300.00
5		300.00	1, 500.00	0
meses	Costo del activo	Depreciación mensual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	1, 500.00			1, 500.00
1		25.00	25.00	1,475.00
.....				
60		25.00	1,500.00	

Tabla 42 Depreciación del asador

Fuente: Equipo Investigador

Tarjeta auxiliar				
Activos Fijos				
	<b>Cuenta:</b>	Maquinaria y equipo de producción		
	<b>sub cuenta:</b>	Horno microondas		
	<b>sub cuenta:</b>			
Años	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
<b>0</b>	<b>2200</b>			<b>2, 200.00</b>
1		440.00	440.00	1, 760.00
2		440.00	880.00	1, 320.00
3		440.00	1, 320.00	880.00
4		440.00	1, 760.00	440.00
5		440.00	2, 200.00	0
meses	Costo del activo	Depreciación mensual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	2, 200.00			2, 200.00
1		36.67	36.67	2,163.33
.....				
60		36.67	2,200.00	

Tabla 43 Depreciación del Horno Microondas

Fuente: Equipo Investigador

Tarjeta auxiliar				
Activos Fijos				
	<b>Cuenta:</b>	Maquinaria y equipo de producción		
	<b>sub cuenta:</b>	Bascula de cocina		
	<b>sub cuenta:</b>			
Años	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
<b>0</b>	<b>1500</b>			<b>1500</b>
1		300	300	1200
2		300	600	900
3		300	900	600
4		300	1200	300
5		300	1500	0
meses	Costo del activo	Depreciación mensual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	1500			1500
1		25.00	25.00	1,475.00
.....				
60		25.00	1,500.00	

Tabla 44 depreciación de bascula de cocina

Fuente: Equipo Investigador

Tarjeta auxiliar				
Activos Fijos				
	<b>Cuenta:</b>	Maquinaria y equipo de producción		
	<b>sub cuenta:</b>	Arrocera		
	<b>sub cuenta:</b>			
Años	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
<b>0</b>	<b>2950</b>			<b>2950</b>
1		590	590	2360
2		590	1180	1770
3		590	1770	1180
4		590	2360	590
5		590	2950	0
meses	Costo del activo	Depreciación mensual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	2950			2950
1		49.17	49.17	2,900.83
.....				
60		49.17	2,950.00	

Tabla 45 Depreciación de arrocera

Fuente: Equipo Investigador

Tarjeta auxiliar				
Activos Fijos				
	Cuenta:	Maquinaria y equipo de producción		
	sub cuenta:	Cafetera		
	sub cuenta:			
Años	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	1200			1200
1		240	240	960
2		240	480	720
3		240	720	480
4		240	960	240
5		240	1200	0
meses	Costo del activo	Depreciación mensual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	1200			1200
1		20.00	20.00	1,180.00
.....				
60		20.00	1,200.00	

Tabla 46 Depreciación de Cafetera

Fuente: Equipo Investigador

En la siguiente tabla se determina de forma concisa las depreciaciones del capital fijo del comedor ‘‘La Madriguera del Conejo’’, ya establecidas en las cédulas anteriores.

 <b>Comedor ‘‘La Madriguera del Conejo, S.A’’</b> <b>Tabla de depreciación de Equipos de producción</b>						
Tipo de maquinaria	Cant.	Precios	CT	vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
Cocina industrial	1	C\$2,200.00	C\$2,200.00	5	C\$ 440.00	C\$36.67
Freezer	1	6,500.00	6,500.00	5	1,300.00	108.33
Licadora	1	720.00	720.00	5	144.00	12.00
Asador o parrilla	1	1,500.00	1,500.00	5	300.00	25.00
Horno microondas	1	2,200.00	2,200.00	5	440.00	36.67
Bascula de cocina	1	1,500.00	1,500.00	5	300.00	25.00
Arrocera	1	2950	2950	5	590	49.17
Cafetera	1	1200	1200	5	240	20.00
<b>total</b>		<b>C\$18,770.00</b>	<b>C\$18,770.00</b>		<b>C\$ 3,754.00</b>	<b>C\$312.84</b>

Tabla 47 Depreciaciones del equipo de producción

Fuente: Equipo Investigador

#### 4.3.5. *Proceso de producción o ciclo de servicio*

“El proceso productivo es el conjunto de tareas y procedimientos requeridos que realiza una empresa para efectuar la elaboración de bienes y servicios” (Quiroa). Es decir son las fases o pasos que se realizan para elaborar un producto o servicio.

A continuación se describe el proceso de producción de la microempresa “La Madriguera del Conejo” (ver Flujograma mas adelante)

##### **Compras y almacén**

- ✓ **Compra de materia prima:** Las actividades correspondientes son fundamentales, ya que requiere de una selección minuciosa de los insumos o materia prima que serán transformados hasta la presentación final del plato a los clientes que lleguen al comedor.
- ✓ **Transporte de la materia prima e insumos:** Se procura evitar daños a las materias primas debido a las características de cada uno de los materiales necesarios para la elaboración de los platos.
- ✓ **Recepción de materia prima:** Registro de las entradas de los insumos, conteo y selección por categorías en las que se especifiquen las cantidades, fechas y precios de cada uno, para lo que es recomendable llevar un control por medio del método PEPS (Primeras entradas, Primeras salidas).
- ✓ **Almacén de materia prima:** En base a las características de cada insumo serán seleccionados y debidamente almacenados en lugares previamente establecidos en base a sus características, necesidades y precauciones de almacenamiento para evitar contaminación por contacto con otros materiales. Además de llevar control de las existencias de cada insumo especialmente para los que se efectúen las compras en periodos más largos como el arroz o aceite.
- ✓ **Distribución de materia prima:** Se refleja la salida de la materia prima del almacén, para el traslado al área de la cocina donde serán transformados a cada platillo.

##### **Cocina**

- ✓ **Lavado y desinfectado de materias primas:** Como norma de higiene elemental para eliminar impurezas o contaminación.

- ✓ **Preparación:** Esta actividad es específicamente para la condimentación de la carne de conejo, la cual requiere de un periodo de por lo menos un día de anticipación al proceso de cocción, para lograr que adquiera el exquisito sabor que brindan las especias.
- ✓ **Cocción y elaboraciones culinarias básicas:** Estas a su vez se subdivide en las formas de preparación de cada una de los insumos que formaran parte de la presentación final del plato. (Ver Flujograma mas adelante)
- ✓ **Limpieza y mantenimiento del equipo de cocina:** Indispensable para garantizar el aseo e higiene de los alimentos, antes, durante y después del proceso productivo.
- ✓ **Producido:** Es la presentación final del plato un vez realizado la unión de todos los ingredientes

#### **Salón comedor**

- ✓ **Servicio:** Desde la llegada del cliente para dar la bienvenida, orientar al cliente sobre las medidas de higiene y seguridad contra el Covid-19, ofrecer el menú, tomar la orden, realizar la orden al área de cocina, traslado del plato final y bebida hasta el cliente.
- ✓ **Ventas:** recepción de los pagos en efectivo, despedir al cliente e instarlo a regresar pronto
- ✓ **Limpieza:** Una vez el cliente ha sido despedido ejecutar la limpieza del área para evitar transmisión de virus y enfermedades debido a la actual pandemia del Covid-19, así como de residuos de desperdicios que dejen los clientes.

Procesos Internos	Procesos Claves
Procesos Operativos	Permitir transformar la materia prima, para generar el producto que incide directamente en la satisfacción del cliente.
Procesos Administrativos	Buscar alcanzar las metas u objetivos propuestos dentro del comedor “La Madriguera del Conejo” planificando, organizando, direccionando y controlando cada una de las actividades dentro de la microempresa.
Procesos Comerciales	Actividades que contribuyen a crear una relación cercana con los clientes potenciales con el objetivo de brindar satisfacción y confianza para fidelizar su consumo a los servicios que ofrece la microempresa.

### 4.3.6. Flujograma de procesos

Tabla 48 Flujograma de compras y almacén

Área: Producción			Resumen					Propuesta
			Actividad		Actual			
Actividad: Compras y almacén			Operaciones					
			Transporte					
			Control					
			Demora					
			Almacenamiento					
Fecha de realización : 16/11/20			Actividad					
Descripción		Tiempo						Observaciones
<b>1. Inicio</b>								
<b>2. Compras de materia prima</b>	<b>subtotal</b>	<b>1 hora y 10 minutos</b>						
2.1. Previa solicitud de la carne de conejo al proveedor		15 minutos						3 veces a la semana
2.2. Compra de los insumos y materia prima de perecederos		20 minutos						Compras diarias
2.3. Compra de arroz, aceite, azúcar, sal		20 minutos						2 veces en el mes
2.4. Compra de carbón y otros insumos		15 minutos						2 veces en el mes
<b>3. Transporte de materia primas e insumos</b>	<b>Subtotal</b>	<b>10 minutos</b>						
<b>4. Recepción de materia prima</b>	<b>Subtotal</b>	<b>25 minutos</b>						
4.1. Conteo y selección		10 minutos						
4.2. Registros		15 minutos						
<b>5. Almacén de materia prima</b>	<b>Subtotal</b>	<b>10 minutos</b>						
<b>6. Distribución de la materia prima</b>	<b>Subtotal</b>	<b>20 minutos</b>						
6.1. Determinación de la cantidad		15 minutos						
6.2. Traslado al área de cocina		5 minutos						
7. Fin								
<b>Total</b>		<b>2 horas y 15 minutos</b>						

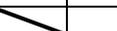
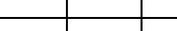
Fuente: Equipo Investigador

Tabla 49 Flujoograma de cocina

Área: Producción			Resumen					
			Actividad			Actual	Propuesta	
Actividad: Cocina			Operaciones					
			Transporte					
			Control					
			Demora					
			Almacenamiento					
Fecha de realización : 16/11/20			Actividad					
Descripción		Tiempo						Observaciones
1. Inicio								
2. Lavado y desinfección de materia prima	Subtotal	10 minutos						
3. Preparación de la carne		28 minutos						Ver tabla 39
4. Encender el carbón en el asador		10 minutos						
5. Cocción y elaboraciones culinarias básicas		2 horas y 22 minutos						
4.1. brochetas de carne de conejo		20 minutos						Ver tabla 40
4.2. carne asada		21 minutos						Ver tabla 41
4.3. Cocción del arroz		39 minutos						Ver tabla 42
4.4. Elaboración de tostones		20 minutos						Ver tabla 43
4.5. Elaboración de pico de gallo		30 minutos						Ver tabla 44
4.6. Elaboración de ensalada de lechuga		12 minutos						Ver tabla 45
5. Limpieza y mantenimiento del equipo de cocina		10 minutos						
6. Producido (emplatado)		10 minutos						
7. Fin								
<b>Total</b>		<b>3 horas y media</b>						

Fuente: Equipo Investigador

Tabla 50 Flujoograma de salón comedor

Área: Producción		Resumen						
		Actividad	Actual	Propuesta				
Actividad: Salón Comedor		Operaciones						
		Transporte						
		Control						
		Demora						
		Almacenamiento						
Fecha de realización : 16/11/20		Actividad						
Descripción		Tiempo						Observaciones
<b>1. Inicio</b>								
<b>2. Servicio</b>	<b>Subtotal 1</b>							
2.1. Bienvenida al cliente		1 minuto						3 veces a la semana
2.2. Orientaciones sobre las medidas de higiene en prevención del Covid-19		5 minutos						Compras diarias
2.3. Ofrecer el menú		2 minutos						
2.4. Tomar la orden		1 minuto						
2.5. Realizar la orden al área de cocina		2 minutos						
2.6. Traslado del plato y bebida al cliente		3 minutos						
<b>3. Ventas</b>								
3.1. Recepción del pago en efectivo		5 minutos						
3.2. Despedir al cliente		1 minuto						
<b>4. Limpieza</b>		5 minutos						
<b>5. Fin</b>								
<b>Total</b>		<b>25 minutos</b>						

Fuente: Equipo Investigador

Tabla 51 Flujograma de la condimentación de la carne

Área: Producción		Resumen					Actual	Propuesta
		Actividad						
Actividad: Condimentación de la carne		Operaciones						
		Transporte						
		Control						
		Demora						
		Almacenamiento						
Fecha de realización : 16/11/20		Actividad						
Descripción	Tiempo						Observaciones	
1. Inicio								
2. Corte de la carne en piezas o chuletas	15 minutos							
3. Lavado de la carne con naranja agria o limón	5 minutos							
4. Licuar ajo, cebolla de tallo, cúrcuma, orégano y pimienta	1 minuto							
5. Agregar a la carne el licuado	1 minuto							
6. Agregar naranja agria o limón al gusto	1 minuto							
7. Agregar sal al gusto	1 minuto							
8. Mezclar y pichar la carne para mayor absorción del condimento.	2 minutos							
9. Reposar en refrigeración 1 día antes de la cocción	2 minutos							
10. Fin								
<b>Total</b>	<b>28 minutos</b>							

Tabla 52 Cocción de las brochetas de la carne de conejo

Área: Producción		Resumen					Actual	Propuesta
		Actividad						
Actividad: Cocción de las brochetas de la carne de conejo		Operaciones						
		Transporte						
		Control						
		Demora						
		Almacenamiento						
Fecha de realización : 16/11/20		Actividad						
Descripción	Tiempo						Observaciones	
1. Inicio								
2. Corte de Chiltomas y cebollas	5 minutos							
3. Realización de las brochetas	10 minutos							
4. Colocar en el asador las brochetas	1 minuto							
5. Hidratar las brochetas con el condimento	1 minuto							
6. Reposar las brochetas para servir	3 minutos							
7. Fin								
<b>Total</b>	<b>20 minutos</b>							

Tabla 53 Flujoograma de cocción de la carne de conejo asada

Área: Producción		Resumen					Actual	Propuesta
		Actividad						
Actividad: Cocción de la de la carne de conejo asada		Operaciones						
		Transporte						
		Control						
		Demora						
		Almacenamiento						
Fecha de realización : 16/11/20		Actividad						
Descripción		Tiempo						Observaciones
1. Inicio								
2. Colocar las piezas en el asador		2 minuto						
3. Hidratar las piezas con el condimento		1 minuto						
4. Cocción de la carne		15 minutos						
5. Reposar las piezas para servir		3 minuto						
6. Fin								
<b>Total</b>		<b>21 minuto</b>						

Tabla 54 Flujoograma de cocción del arroz

Área: Producción		Resumen					Actual	Propuesta
		Actividad						
Actividad: Cocción del arroz		Operaciones						
		Transporte						
		Control						
		Demora						
		Almacenamiento						
Fecha de realización : 16/11/20		Actividad						
Descripción		Tiempo						Observaciones
1. Inicio								
2. Lavado del arroz		5 minuto						
3. Corte de cebollas, Chiltomas y zanahorias		5 minuto						
4. Agregar aceite en una olla		1 minuto						
5. Agregar cebolla		1 minuto						
6. Agregar arroz, Chiltoma y zanahoria		1 minuto						
7. Sofreír el arroz		5 minuto						
8. Agregar agua al arroz		1 minuto						
9. Cocción del Arroz		20minuto						
10. Fin								
<b>Total</b>		<b>39minutos</b>						

Tabla 55 Flujograma de elaboración de los tostones

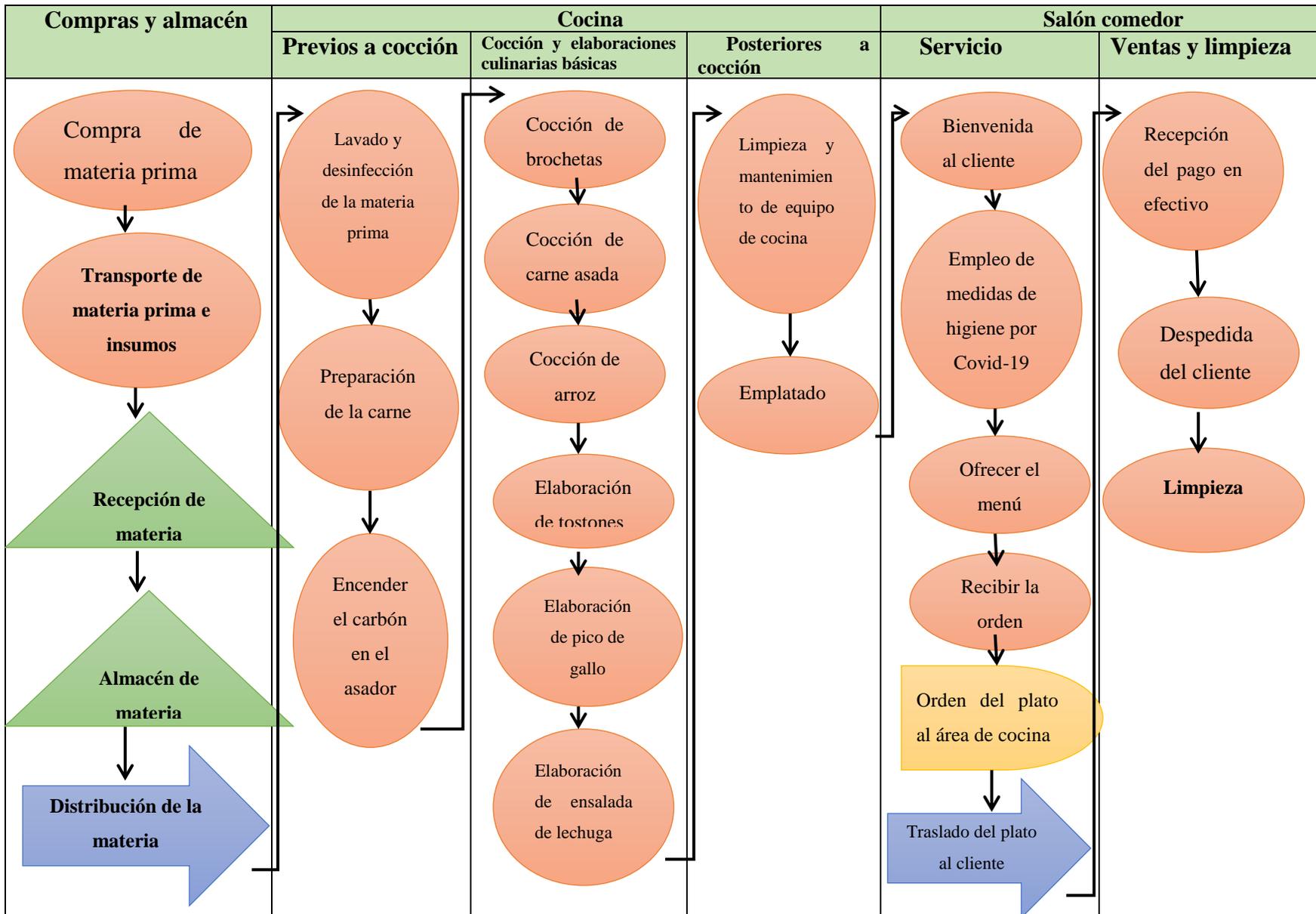
Área: Producción		Resumen					
		Actividad				Actual	Propuesta
<b>Actividad:</b> Elaboración de los tostones		Operaciones					
		Transporte					
		Control					
		Demora					
		Almacenamiento					
<b>Fecha de realización :</b> 16/11/20		<b>Actividad</b>					
Descripción	Tiempo						Observaciones
1. Inicio							
2. Pelado de los plátanos	5 minutos						
3. Corte de los plátanos en anillos	8 minutos						
4. Agregar aceite en una olla	1 minuto						
5. Agregar los plátanos a la olla de aceite caliente	1 minuto						
6. Aplastar los plátanos ya semi freídos	1 minuto						
7. Agregar los plátanos aplastados al aceite caliente	1 minuto						
8. Sacar los tostones ya freídos	1 minuto						
9. Dejar reposar los tostones	3 minuto						
<b>10. Fin</b>							
<b>Total</b>	<b>20 minutos</b>						

Tabla 56 Flujograma de elaboración del pico de gallo

Área: Producción		Resumen					
		Actividad				Actual	Propuesta
<b>Actividad:</b> Elaboración de pico de gallo		Operaciones					
		Transporte					
		Control					
		Demora					
		Almacenamiento					
<b>Fecha de realización :</b> 16/11/20		<b>Actividad</b>					
Descripción	Tiempo						Observaciones
1. Inicio							
2. Corte de tomates en cuadros	10 min						
3. Corte de cebollas en cuadros	10 min						
4. Corte de culantro	7 min						
5. Mezcla de tomate, cebolla y culantro	2 min						
6. Agregar limón y sal al gusto	1 min						
<b>7. Fin</b>							
<b>Total</b>	<b>30 min</b>						

Tabla 57 Flujograma de elaboración de ensalada de lechuga

Área: Producción			Resumen					Propuesta	
			Actividad						Actual
Actividad: Elaboración de ensalada de lechuga			Operaciones						
			Transporte						
			Control						
			Demora						
			Almacenamiento						
Fecha de realización : 16/11/20			Actividad					Observaciones	
Descripción		Tiempo							
1. Inicio									
2. Corte de la lechuga		5 min							
3. Corte de los tomates en rodajas		5 min							
4. Agregar limón y sal al gusto		1 min							
5. Agregar tomate hasta el emplatado		1 min							
6. Fin									
<b>Total</b>		<b>12 min</b>							



#### 4.3.7. *Distribución de plantas*

Para la realización de la distribución física se toma en cuenta:

- Las relaciones de trabajo entre las unidades que la componen.
- Los sistemas de información y procesos de comunicación establecidos.
- Naturaleza, volumen, frecuencia y modo de desarrollo de las funciones asignadas a cada unidad, procurando seguir una secuencia lógica que permita una adecuada supervisión del trabajo y comodidad en su realización.

#### **Ubicación y distribución física de la Empresa El Comedor” La Madriguera del Conejo“**

El terreno tiene una medida de 153.30 Metros cuadrados (7 m x 21.90 m) como área total; es indispensable realizar una distribución de la siguiente manera, el comedor como tal está dividido por áreas de trabajo tales como:

✚ **Área de cocina:** El área de cocina está comprendida por 9.36 Metros Cuadrados lo cual está comprendido (3.60 de largo y 2.60 de Ancho) este espacio hace referencia a la estantería, mobiliarios y equipos de trabajo que se necesitara para la elaboración del producto.

- **Área de lavado:** aquí se lavan los percederos que utilizaremos para la elaboración de nuestras dos presentaciones de platillos como es la brocheta asada y el conejo asado, para así eliminar todo tipo de impurezas que contengan algunos ingredientes principales que conllevara nuestro platillo como es la lechuga, el tomate, zanahoria, cebolla, Chiltoma entre otros.
- **Área de pesado:** es muy importante tomar en cuenta el pesado de los ingredientes principales para la elaboración de nuestras dos presentaciones de nuestros platillos ya que nos permite controlar el peso exacto, con respecto a la cantidad comprada.

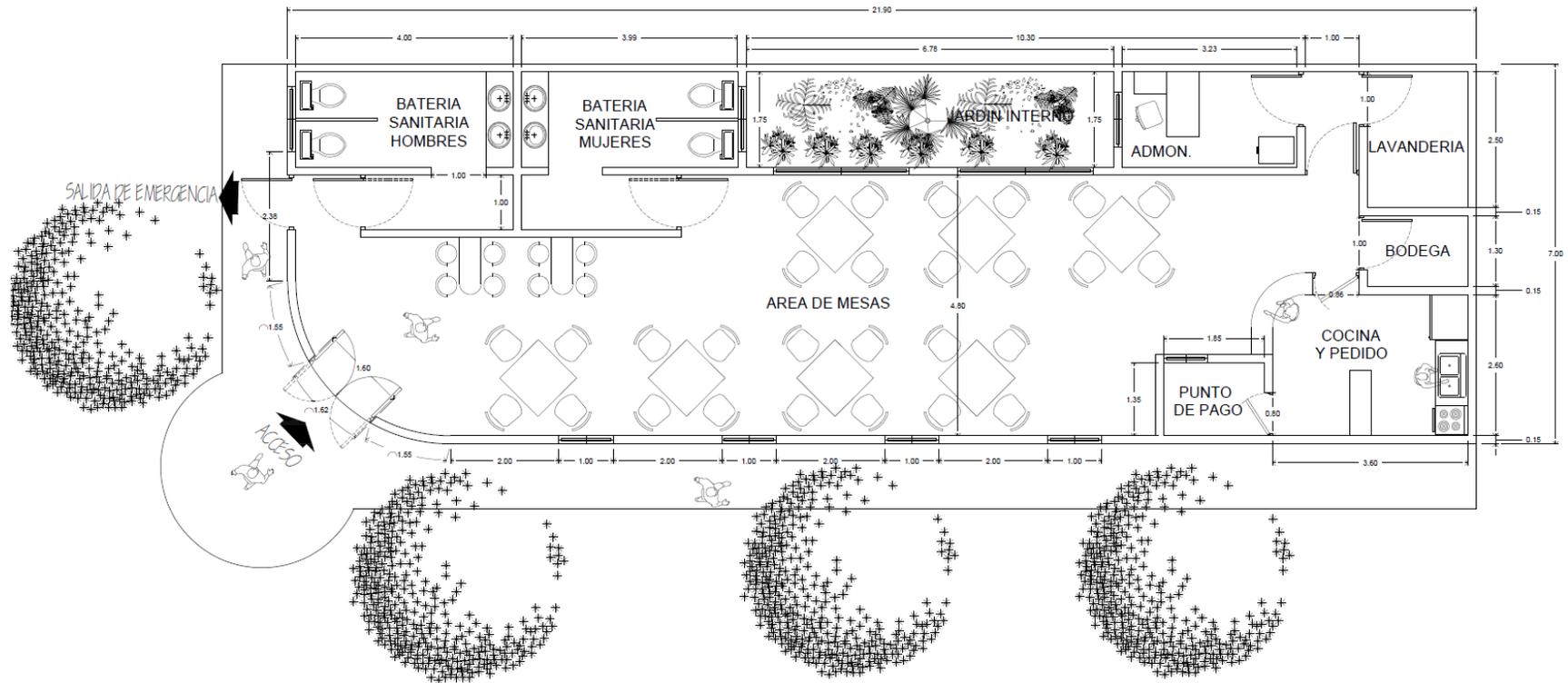
- **Enfriamiento:** cabe destacar que es importante darle un tiempo minimizado de enfriamiento en algunos ingredientes principales de nuestros platillos como es la elaboración los tostones esto se da ya que al salir del aceite caliente este trae altas temperaturas, una vez enfriado se les agrega a nuestros platillos los demás ingredientes.
- ✚ **Bodega:** Esta área está comprendida por 2.60 metros cuadrados (2 m de largo x 1.30 m de ancho) está ubicada en la parte trasera del comedor donde se guardará nuestros insumos necesarios para la elaboración de nuestros platillos como los abarrotos.
- ✚ **Área de lavandería:** esta área está comprendida por 4.50 metros cuadrados (2 m de largo x 2.50 m de ancho) está ubicada en la parte trasera del comedor costado este del área de la bodega donde se realizan tareas de lavado de las mechas de lampazos, se hace el lavado de los pañuelos de cocina por consiguiente se guarda en esta área todos los instrumentos que necesitamos para la limpieza del comedor “La Madriguera del Conejo”.
- ✚ **Área de Administración:** esta área está comprendida 4.98 metros cuadrados (1.75 m de largo x 3.23 m de ancho) esta área es la que se ocupa del funcionamiento del negocio en sentido general, desde contrataciones, pagos a personal etc. Por lo general esta área es multifuncional lo que respecta a la contabilidad recursos humanos y administración para la toma de decisiones y el control del Comedor” La Madriguera del Conejo”.
- ✚ **Área de pago** esta área está comprendida por 3.20 metros cuadrados (1.85 m de largo x 1.35 m de ancho) esta área es la que se ocupa del recibo del comprobante de pago de la cuenta del cliente del Comedor “La Madriguera del Conejo”.
- ✚ **Área verde** está comprendida por 8.53 metros cuadrados (1.75 m de ancho x 6.78 m de largo) se caracteriza por la presencia de vegetación ya que esta se convierte en autentico pulmón produciendo oxígeno reduciendo la contaminación acústica amortiguando los ruidos de los sonidos dentro del Comedor “La Madriguera del Conejo”. Mejorando el bienestar emocional de nuestros clientes reduciendo el estrés de la espera de su pedido observando así un lugar acogedor dentro de nuestro establecimiento teniendo así contacto con la naturaleza.

✚ **Área de Servicios Higiénicos** esta área está comprendida por baños higiénicos para mujeres que tiene 5.74 metros cuadrados (1.75 m de ancho x 3.99 m de largo) baños higiénicos para varones comprende 5.75 metros cuadrados (1.75 m de ancho x 4 m de largo) este espacio está definido conforme a las practicas destinándose a la satisfacción de nuestras necesidades fisiológicas de la limpieza corporal prestando servicios a nuestros clientes dentro de nuestro establecimientos garantizando las prestaciones básicas en condiciones de higiene y seguridad.

Tomando en cuenta las medidas de higiene con respecto a la Pandemia que estamos viviendo actualmente **COVID 19** Esta área se dejó en un lugar de fácil acceso para nuestros clientes haciendo uso de ellos en el lavado de mano.

✚ **Área de Salón:** Esta área está comprendida por 21.25 metros cuadrados (4.80 m de ancho x 16.45 m de largo) este es el espacio más importantes de nuestro local porque es el punto de encuentro donde recibimos a nuestros clientes teniendo en cuenta el distanciamiento social de 1 metro de distancia con lo que respecta a la ubicación de nuestras mesas debido a la pandemia que estamos viviendo como es el **COVID 19**.

Ilustración 10 Plano del Comedor “La Madriguera del Conejo”



Diseñado por: Evets Geraldina Cruz Jarquín

Elaborado por : Manuel Munguía Chacón (Arquitecto)

Ilustración 11 plano de la entrada al comedor

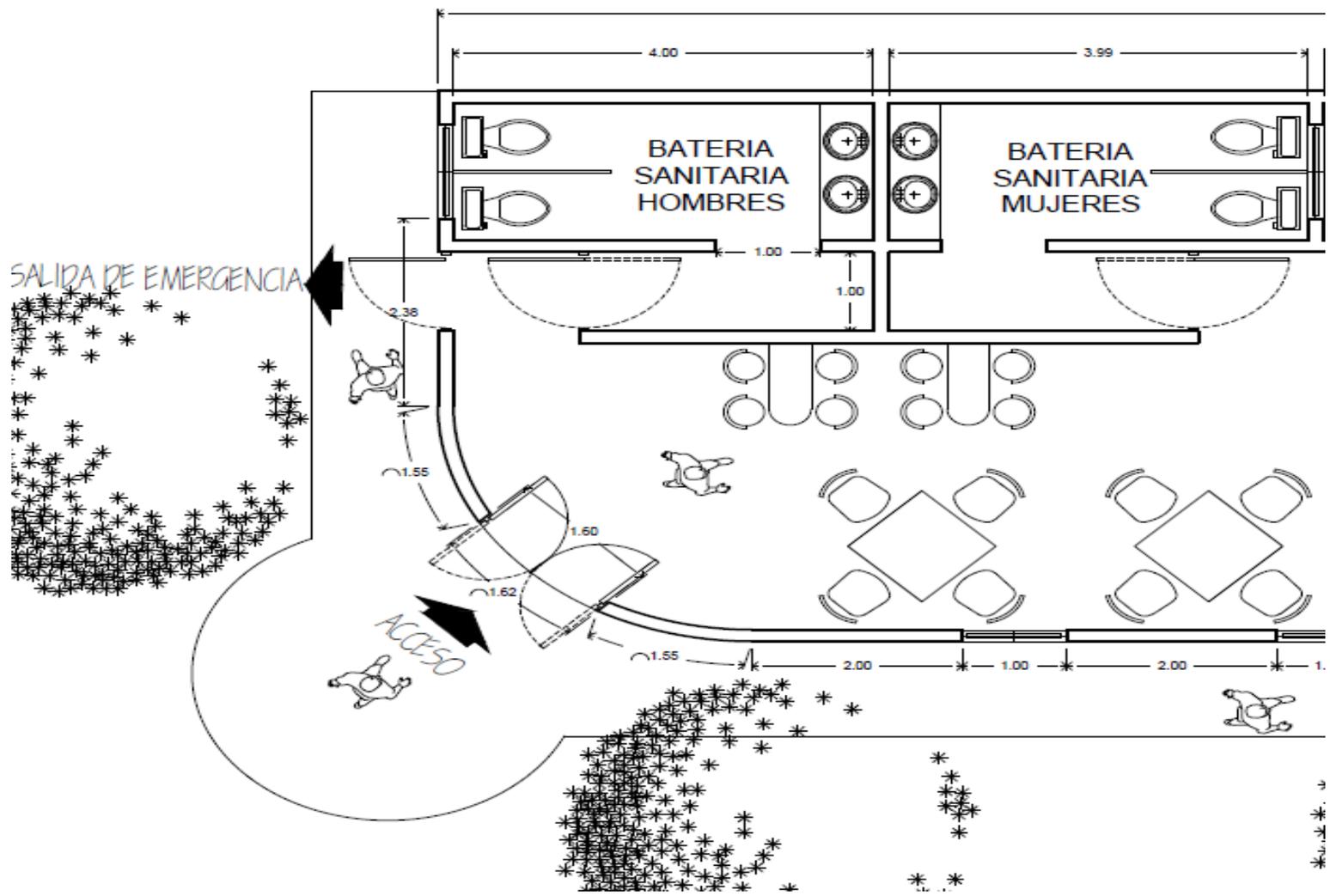
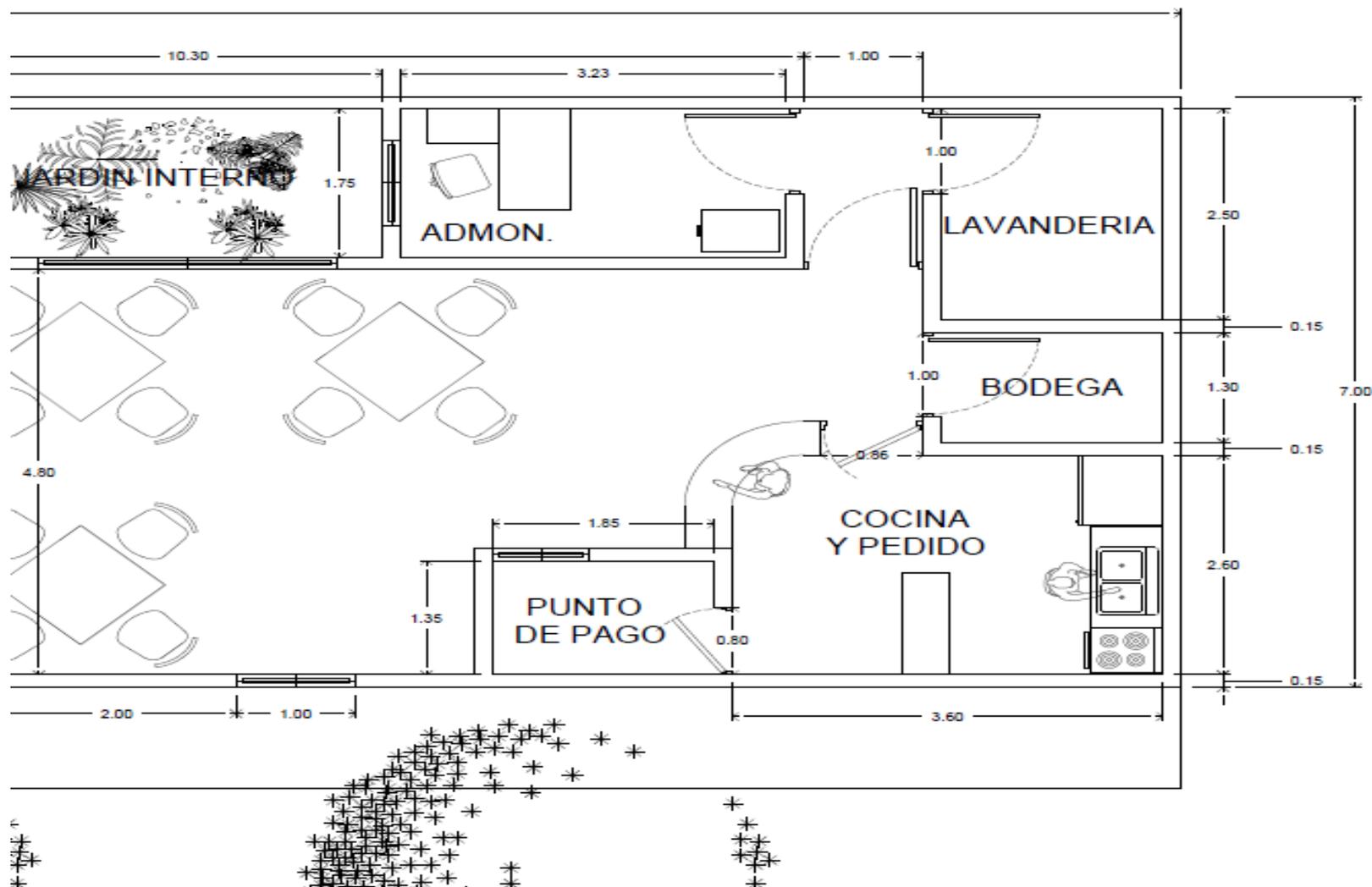


Ilustración 12 plano de las áreas de producción y administración



Diseñado por: Evets Geraldina Cruz Jarquín

Elaborado por: Manuel Munguía Chacón (Arquitecto)

Ilustración 13 Fachada del comedor



Elaborado por: Manuel Munguía Chacón (Arquitecto)

Ilustración 14 Fachada del comedor de los lados



Elaborado por: Manuel Munguía Chacón (Arquitecto)

Ilustración 15 fachada de la microempresa del lado frontal



Elaborado por: Manuel Munguía Chacón (Arquitecto)

#### 4.3.8. Localización

Para la determinación de la ubicación del Comedor “La Madriguera del Conejo” es necesario analizar cual lugar resulta ser más apropiado para la localización del negocio, por lo tanto, se realizó mediante:

##### 1. Macrolocalización

Para determinar la Macrolocalización del Comedor “La Madriguera del Conejo” se debe estudiar una serie de factores que son:

##### ➤ Aspecto Geográfico

La Macrolocalización del Comedor “La Madriguera del Conejo” estará ubicada en el municipio de Jinotepe en el departamento de Carazo, ya que, es donde se encuentra el mercado meta al que está dirigido, así como, por las características de la microempresa. El municipio de Jinotepe está ubicada en la zona pacifica de Nicaragua con una extensión territorial de 292 km<sup>2</sup> y una superficie de 280.52km<sup>2</sup> este municipio cuenta con 30 barrios urbano y 23 rurales



Ilustración 16 Macrolocalización de la empresa

Fuente: Wikipedia

➤ **La materia prima**

La materia prima constituye el insumo básico del proceso de elaboración del producto, por lo que se indagó cuidadosamente la existencia de las materias primas y sus precios, ya que es fundamental la cercanía de los proveedores al ser requeridos insumos que sufren deterioros en un corto periodo de tiempo debido a su naturaleza, por lo que los proveedores están ubicados en la ciudad de Jinotepe.

➤ **Cercanía del mercado**

Este factor influye en la toma de decisiones con respecto a donde se van a ubicar las instalaciones del Comedor “La Madriguera del Conejo”, ya que, la cercanía del mercado otorga muchas ventajas y permite influir sobre las decisiones de compra de las personas del entorno, debido al impacto social de la misma, por tal motivo, se ubicó la empresa donde se encuentra el mercado meta del municipio de Jinotepe en el departamento de Carazo.

➤ **Mano de obra disponible**

La mano de obra requerida para la microempresa es un punto indispensable para esto se requiere de personal que se encuentran dentro del municipio de Jinotepe.

➤ **Medios y costos de transporte**

Para la ubicación de la empresa se toma en cuenta la existencia de carreteras, medios de transportación terrestre y algunos aspectos relacionados como la confiabilidad, los tiempos, las distancias y los costos, es un punto primordial para la ubicación, ya que llegan también diferentes personas de otros municipios por su cercanía a lugares muy visitados.

➤ **Vías de comunicación**

Las vías de comunicación constituida por: vías o instalaciones de accesos, vías de circulación y estacionamientos, bodegas, áreas verdes, entre otros, se determina básicamente por el proceso y los equipos y como complemento de la obra física del producto, es por eso que la microempresa “La Madriguera del Conejo” debe estar ubicada en un lugar con acceso a vías que comunican a las personas y que sirva para llevar sus productos o servicios a sus futuros clientes.

## **2. Microlocalización**

Una vez elegida la Macrolocalización se hace un análisis para llevar a cabo la selección más adecuada del establecimiento se llegó a la decisión de que debe ser una zona que este cerca de sus principales proveedores, así como de los clientes en la ciudad, en el que se consideran las vías de acceso y permita al cliente que tenga un fácil acceso a la microempresa “La Madriguera del Conejo” y también para ciudades aledañas. Por lo que, para la obtención de la Microlocalización se tomó en consideración los siguientes factores:

### **➤ Energía eléctrica**

Es un factor importante, a medida que la tecnificación para la preservación y elaboración de los insumos y alimentos, el empleo de equipo de refrigeración y otras máquinas, por tal motivo es importante tener un acceso confiable a la energía eléctrica. En cambio, una conexión con la red telefónica es de buen servicio, sobre ya sea por los pedidos o solicitud de materia prima en caso de emergencia.

### **➤ Transporte urbano**

En el municipio de Jinotepe existe el número suficiente de empresas dedicadas al autotransporte público en el que pueden proporcionar sus servicios para el transporte de los insumos requeridos para la elaboración del producto, por lo que no se contempla alguna limitante en éste sentido.

### **➤ Agua potable**

La ubicación del terreno ya se cuenta con red de agua potable municipal, red de drenaje sanitario, pavimentación, acceso rápido, que son factores importantes para crear un ambiente agradable y ofrecer los productos a los clientes.

### **➤ Seguridad**

El lugar donde se encontrará ubicado el Comedor “La Madriguera del Conejo” es una zona segura, no incurre en peligros por la ubicación en la que se encuentra, siempre y cuando se tomen las medidas necesarias en referencia a la actual pandemia del COVID-19.

#### 4.3.9. Buenas prácticas laborales

 <b>Comedor “La Madriguera del Conejo, S.A”</b>		
Normas de seguridad		
N°	Buenas Practicas	Descripción
1).	<b>Al limpiar equipo del restaurante</b>	<b>1. Cuchillos:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Limpiar del lado desafilado, con la hoja orientada al en dirección contraria a usted.</li> <li>Al transportar cuchillos, apuntar la hoja hacia abajo</li> <li>Almacene la cuchillería en canastas, mangos para arriba.</li> </ol> <b>2. Cristalería y vajilla:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Vasos de vidrio, tratar los bordes con cuidado, especialmente cuando están fríos, ya que el vidrio es más frágil.</li> <li>No golpear vasos unos contra otros, ya que se debilitan internamente.</li> <li>No sobrecargar la estantería</li> <li>Abrir cajones de cubiertos lentamente (sobre todo si están llenos)</li> </ol>
2).	<b>Vestuario del personal</b>	<b>1. Calzado:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Usar calzado sólido y apropiadamente ajustado para reducir el riesgo de resbalo, tropiezos y caídas.</li> <li>El calzado que cubre el pie retrasa la penetración de calor a los pies debido a derrames de líquidos calientes.</li> </ol> <b>2. Ropa:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>No usar faldas largas con colas ya que aumentan el riesgo de tropiezos.</li> <li>No usar mangas largas y sueltas ya que pueden enredarse en las manillas de puertas o prenderse en fuego con mayor facilidad.</li> </ol> <b>3. Cabello:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Recoger el cabello para evitar accidentes</li> </ol>
3).	<b>Limpiando las mesas</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>No sobrecargue las charolas; asegure distribuir el peso uniformemente por la charola.</li> <li>Detenga la charola con las dos manos, especialmente si está completamente llena.</li> <li>No cargue más de lo que se puede llevar fácilmente sin peligro. Deseche con mucho cuidado vidrio o platos rotos en un contenedor designado.</li> <li>Amontone platos del mismo tamaño juntos</li> </ol>
4).	<b>Terminando servicios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apague equipo eléctrico.</li> <li>• No amontone sillas y mesas arriba de lo alto del pecho.</li> <li>• No amontone muebles en rutas de evacuación, en pasillos, o atrás de puertas.</li> </ul>

Tabla 58 Normas de seguridad



## Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"

### Normas de Higiene

N°	Buenas Practicas	Descripción
1.	Higiene personal	<ol style="list-style-type: none"><li>1. No comer, beber, fumar en la zona de manipulación de alimentos</li><li>2. Usar vestimenta adecuada: gorro o pañuelo que recoja todo el cabello, calzado cerrado y antideslizante.</li><li>3. No usar joyas, ya que acumulan gran cantidad de bacterias y dificultan la limpieza de la manos</li><li>4. No llevar perfumes o lociones fuertes ya que los alimentos absorben los aromas</li><li>5. Llevar las uñas cortas, limpias y sin esmaltes.</li><li>6. Lavar las manos con frecuencia</li><li>7. Usar mascarillas para la manipulación de alimentos como medidas de prevención para el covid-19</li><li>8. Proteger heridas de la piel con vendajes impermeables</li></ol>
2.	Almacenaje en seco	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Inspeccionar el producto que se tenga que almacenar y cambiar o retirar envases sucios, rotos o en mal estado.</li><li>2. Evitar que los productos queden abiertos</li><li>3. Evitar el contacto directo de los productos con el suelos</li><li>4. Colocar los alimentos más nuevos detrás o debajo de los ya existentes.</li><li>5. Disponer de una zona identificada de productos caducados o con golpes, para evitar el uso de productos en mal estado</li><li>6. No almacenar productos alimenticios con los de limpieza u otros productos químicos</li></ol>
3.	Almacenaje en refrigeración	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Evitar que los productos queden abiertos</li><li>2. Respetar el orden en las estanterías: alimentos apunto de consumir en la parte superior, y alimentos por procesar en la parte inferior.</li><li>3. Separar los distintos tipos de alimentos para evitar contaminaciones cruzadas y fácil localización.</li><li>4. Evitar contacto directo de los productos con el suelo.</li><li>5. Mantener la puerta cerrada y limpiar los equipos de refrigeración periódicamente y no introducir envases sucios.</li></ol>
4.	Manipulación de alimentos	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Es obligatoria seguir las buenas prácticas de higiene personal</li><li>2. No manipular productos crudos y cocinados a la vez. Utilizar pinzas, tablas de cortar, cucharas, y utensilios diferentes por cada alimento</li><li>3. Limpiar, desinfectar los utensilios y superficies cada vez que se cambie el tipo de alimento y siempre que sea necesario hacerlo.</li></ol>

Tabla 59 Normas de higiene

 <b>Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"</b>		
N°	Buenas Practicas	Descripción
3	Normas Ambientales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reducir, reutilizar y reciclar</li> <li>2. Hacer uso racional del agua</li> <li>3. Aprovechamiento de la luz natural</li> <li>4. Ahorro de energía eléctrica</li> <li>5. Sustitución de las antiguas bujillas incandescentes por las ahorrativas</li> <li>6. Utilizar la cantidad justa de productos y procurar no utilizar productos agresivos con el medio ambiente</li> </ol>

Tabla 60 Normas ambientales

 <b>Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"</b>		
N°	Buenas Practicas	Descripción
4	Normas Sociales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Motivar al personal:</b> Animar al personal, reconocer su trabajo bien hecho y reforzar todos los aspectos que puedan mejorar la satisfacción del personal.</li> <li>2. <b>Desarrollar el espíritu emprendedor del persona:</b> Aprovechar el talento de cada persona según el puesto de trabajo, en el cual se pueda desarrollar, potenciando la creatividad y fomentando un clima de confianza para que las personas que trabajan en la empresa se sientan impulsadas a hacer nuevas propuestas de mejora .</li> <li>3. <b>Prestar atención a la salud del personal:</b> Cuidar que el personal trabaje de manera apropiada y fomentar los hábitos saludables en su labor, ya que el estado físico está relacionado con el estado emocional de cada persona.</li> <li>4. <b>Fomentar la equidad:</b> Impulsar el espíritu de compañerismo evitando agravios entre los colaboradores con una formula pequeña como es ser imparcial y sobre todo siendo transparente a la hora de tomar decisiones que puedan afectar a las condiciones laborales del personal</li> <li>5. <b>promover la formación continua del personal:</b> Estar pendiente de las necesidades y el desarrollo profesional que puede tener el personal dentro de la empresa facilitando su enriquecimiento profesional</li> <li>6. <b>Dar valor a los tiempos de descanso:</b> Hacer que las pausas y tiempos de descanso también sean productivos instando a que compartan tiempo para aportar nuevas ideas de forma relajante y comunicativa</li> </ol>

Tabla 61 Normas sociales

## 4.4. Gestión Organizativa

### Objetivos específicos

1. Describir los aspectos legales, las actividades y gastos preliminares que se incurrirán para la formalización de la microempresa como una persona jurídica en concepto de obligaciones y requisitos.
2. Realizar la estructura organizativa con la finalidad de visualizar la necesidad de personas y las principales funciones, así como los gastos que se originen para el funcionamiento de la microempresa.
3. Determinar los equipos de oficina, sus costos y gastos necesarios para las áreas en las que se requiera.

Consiste en la estructuración, formalización y constitución de la empresa, para la cual es necesario determinar una serie de factores como el diseño de la estructuras organizacional y los aspecto legales con los que se debe de cumplir.

#### *4.4.1. Aspectos legales y tributarios*

La razón social será la Siguiete: **“La Madriguera del Conejo”** como una persona natural principalmente por el beneficio de tener trámites más sencillos y rápidos, ante la Institución del registro mercantil, en el departamento de Carazo, así como en la Alcaldía Municipal (matricula) y en la Dirección General de Ingresos (DGI), para obtener el número RUC, cumpliendo con todos los requisitos de índole legal.

Estará regida por la Ley 645 la Ley de promoción fomento desarrollo de las micro, pequeñas y medianas Empresa, en este contexto es necesario establecer el marco Legal de promoción y fomento de las micro, pequeña y medianas empresas, que contribuyen a promover el desarrollo empresarial de las Mipyme, y el desarrollo económico nacional a través del fomento y creación de nuevas empresas de este sector en un contexto competitivo nacional e internacional, con una dinámica propia de generar empleos estables en el municipio de Jinotepe Departamento de Carazo y así mejorar el nivel de vida de los nicaragüenses y la incursión de nuevos mercado que contribuyen a la riqueza nacional.

<b>LEY</b>	<b>ARTICULO</b>	<b>IMPACTO</b>
<b>Código de trabajo:</b> Prestaciones 13vo mes o Aguinaldo - Vacaciones - Indemnización	Arto. 93-95 CT Arto. 76 CT	El código laboral funciona como guía para establecer salarios, sanciones por el cumplimiento, obligaciones así como el empleador en los diferentes periodos de año.
<b>Ley de higiene y seguridad ocupacional y de los riesgos profesionales</b>	Título V Arto. 100-129	Esta ley beneficia tanto a los colaboradores como a la empresa, con el uso de las disposiciones de esta ley se establecen normas y parámetros para asegurar y proteger la vida de todos los colaboradores, aunque esto requiera de inversiones significativa para la empresa.
<b>Ley de justicia tributaria y comercial</b>	Ley No.257	Esta ley tiene por objeto establecer una política impositiva, en consonancia con los principios de generalidad, neutralidad y equidad de los tributos, y de facilitación de las actividades económicas en el marco de la democracia económica y social. Dicta los referentes en cuanto a las retenciones o exenciones de IGV.
<b>Ley de marcas y otros signos distintivos</b>	LEY No. 380, Aprobada el 14 de Febrero del 2001	Esta ley tiene como objetivo establecer las disposiciones que regulan la protección de las marcas y otros signos distintivos. 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.
<b>Ley de concertación tributaria.</b>	Reglamento de la Ley 822	El IR creado por el art. 3 de la LCT , es un impuesto directo y personal que grava las rentas de actividades económicas , las rentas de capital y ganancias y pérdidas de capital de fuente Nicaragüense ; obtenidas por el contribuyentes, residentes o no residentes , lo mismo que cualquier incremento de patrimonio no justificado y las rentas que no estuviesen expresamente exentas o exageradas por la Ley.
(Ley MYPYME) <b>Ley de promoción , fomento y desarrollo de la pequeña ,micro y mediana empresa</b>	Ley 645 y reglamento	Esta Ley tiene un impacto positivo en la empresa ya que se puede acceder a diversos beneficios como incentivos fiscales a programas de apoyo, La Empresa podrá hacer sus trámites ante el MIFIC de manera más rápida, ahorrando de esta forma tiempo y dinero.

<b>Ley general de los registros públicos</b>	Ley 698 aprobada el 27 de agosto del 2009	La presente Ley tiene por objeto la creación, regulación, organización, régimen administrativo, funcionamiento y procedimiento de los Registros Públicos integrados en el Sistema Nacional de Registros.
<b>Ley de Municipios</b>	Ley 40 Capítulo 2 de los Ingresos Municipales	La autonomía es el derecho y la capacidad efectiva de las Municipalidades para regular y administrar, bajo su propia responsabilidad y en provecho de sus pobladores , los asuntos públicos que la constitución y las leyes le señalen .Los ingresos tributarios se crearan y regularan en la legislación tributaria municipal, la que establecerá para cada uno de ellos su incidencia los rangos de tipos impositivos máximos y mínimos , así como las garantías a los contribuyentes

Tabla 62: Leyes que rigen a la microempresa

Fuente: Equipo Investigador

De acuerdo a la ley de la Mipyme en el arto.4 que habla de clasificación la idea del negocio será considerada como una microempresa, que iniciara operaciones con un total de 6 trabajadores. Será inscrita como una pequeña empresa para obtener un sin número de beneficios. Estaremos Regidos ante las instancias siguientes: La DGI, Alcaldía municipal de Jinotepe, Instituto de Seguro Social (INSS), MINSA, MITRAB.

### Inscripciones

Dentro del procedimiento para constituir y legalizar la empresa como una persona natural se llevarán a cabo los siguientes:

#### a) Registro Público de la Propiedad, Inmueble, Mercantil y Garantías

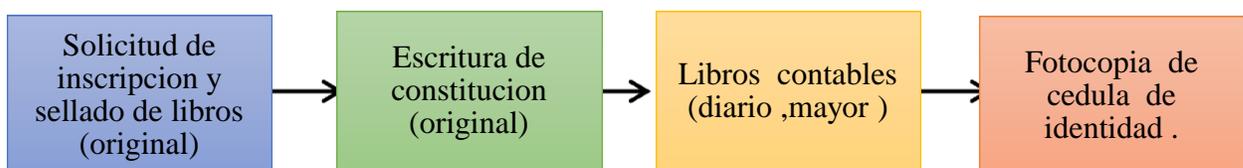


Ilustración 17 Pasos para la inscripción de registro mercantil

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

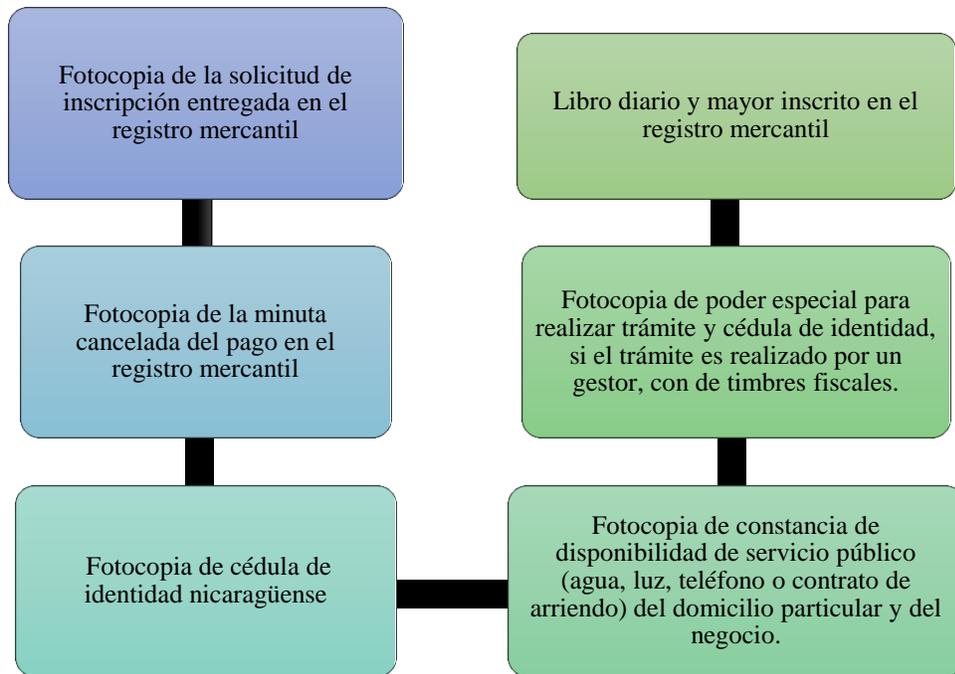


Ilustración 18: Registro de la DGI

**c) Alcaldía Municipal de Jinotepe**

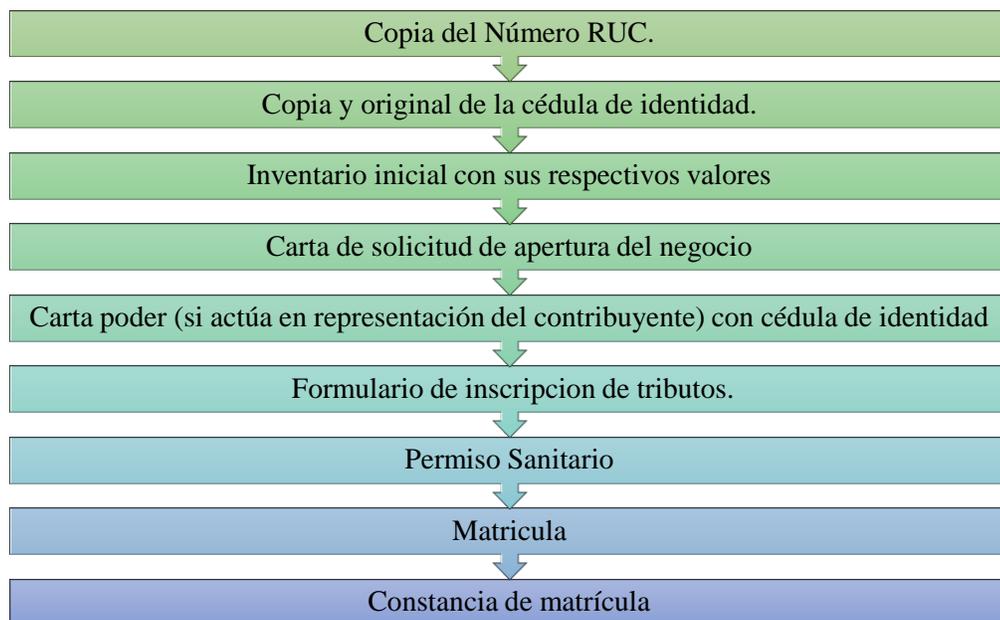


Ilustración 19 Pasos de inscripción en la alcaldía

d) Trámites para afiliarse como patrono al INSS (El trámite se realiza en el Departamento de afiliación y fiscalización.) como el comedor “**La Madriguera del Conejo**” se registra como persona natural por tal motivo se procede a lo siguiente:

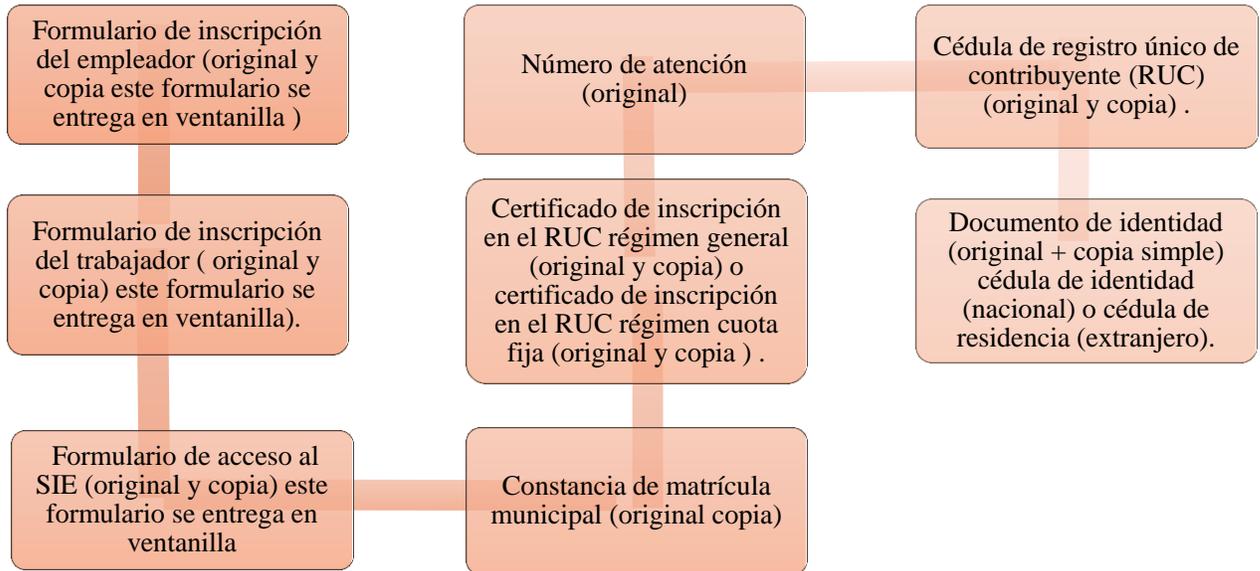


Ilustración 20: pasos de inscripción del INSS

e) **Licencia de higiene y seguridad del trabajo (HST) – MITRAB**

Todo empleador tiene la obligación de tener su licencia HST vigente para poder iniciar operaciones. Este proceso conlleva hacer gestiones ante el INSS, MITRAB, entidades de capacitación y medicas

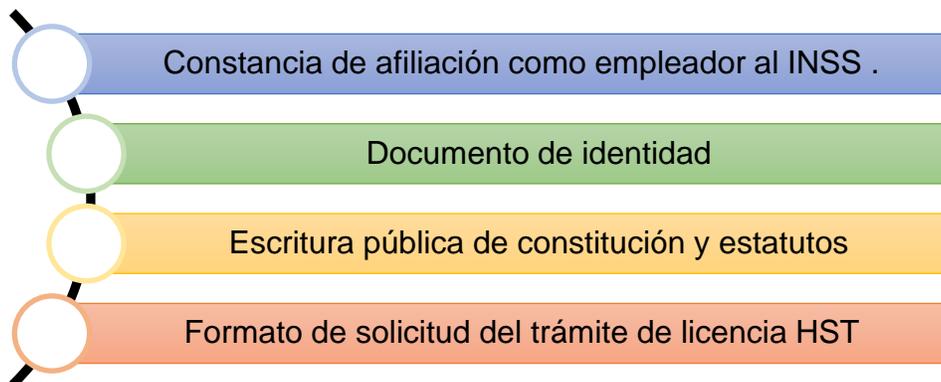


Ilustración 21: Pasos para la licencia de higiene y seguridad

## f) Registro de la marca o de la propiedad intelectual

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

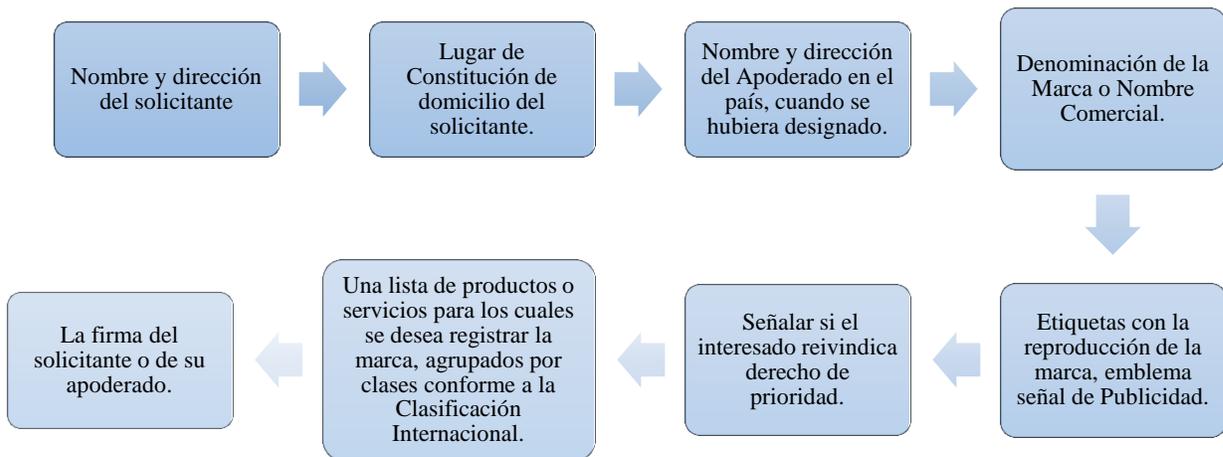


Ilustración 22 pasos para la inscripción de la marca

## g) Permiso sanitario

Para obtener la licencia sanitaria del negocio se tiene que acudir al Ministerio de Salud del municipio de Jinotepe, debido a las características de la microempresa, por lo que se debe de cumplir con los siguientes requisitos:



Ilustración 23 Requisitos de licencia sanitaria

Fuente: Equipo Investigador

#### h) Bomberos

Presentarse personalmente o por medio del apoderado a la delegación de bomberos de la localidad del negocio, posterior a eso deberá:

- Registrarse en el libro de servicios de la delegación de bomberos.
- Trasladarse con el inspector al local o negocio para realizar la inspección en situ. De resultar aprobada la inspección deberá:
- Llenar el formulario de inspección y presentar los siguientes documentos:
  - Fotocopia de cedula de identidad, si es persona natural o numero RUC en caso de ser persona jurídica
  - Original y fotocopia del Boucher de pago de arancel de acuerdo con la ley 837 art 92, según el índice de peligrosidad.
- En caso que el local requiera, según la norma técnica obligatoria nicaragüense de protección de incendios, deberá presentar el plan de emergencia y evacuación
- Se entrega la certificación de Inspección de Bomberos. El tiempo máximo de este proceso es de 48 horas.

Es importante saber:

En caso de que no cumpla con los requisitos de seguridad establecidos, como resultado de la inspección en situ, se entrega las recomendaciones al solicitante, las que deberá de cumplir sometiéndose a una re inspección en Situ.

La clasificación del local se da de conformidad a los criterios de riesgos, superficie, altura, número y tipo de ocupantes, características de ocupación, resistencia de fuego del edificio, carga combustible y el nivel de protección del edificio.

#### **i) Instituto de Turismo (INTUR)**

El interesado solicita inspección al Departamento de Registro o Delegación Departamental de INTUR, la solicitud la pueden realizar vía correo electrónico o llamada telefónica, estos datos se encuentran colgados en la página de INTUR y se la facilita requisitos:

1. Formulario de aplicación, este se entrega en el INTUR.
  2. Fotocopia razonada de Escritura de constitución de la sociedad (el objeto social deberá estar relacionado a la actividad que solicite), debidamente inscrita en el registro mercantil, si es persona jurídica, si es persona natural no.
  3. Poder del representante legal (persona natural o jurídica, si aplica), fotocopia simple
  4. Fotocopia de escritura de propiedad o contrato de arriendo, (si el plazo es mayor a cinco años deberá ser escritura pública) según el caso
  5. Fotocopia de cedula de identidad o de residencia del propietario o representante legal
  6. Constancia de trámite de Licencia Sanitaria, emitida por el MINSA.
  7. Certificación de inspección de bomberos
  8. Resolución Administrativa emitida por la Policía Nacional
  9. Se programa inspección por parte del INTUR, el tiempo aproximado es de 8 días posteriores de la solicitud.
- Una vez realizada la inspección por parte del INTUR, el interesado presenta los requisitos en el Departamento de Registro o Delegación Departamental del INTUR, al que corresponda.
  - Si los requisitos están completos, se emite orden de pago y el interesado procede a realizar el pago del cobro establecido, según la categoría de clasificación de la actividad.

- Posterior al pago, presenta recibo oficial de caja (ROC) al que se extrae copia y posterior se le entrega Título de Licencia, este procedimiento tarda aproximadamente 15 minutos. Se debe tener en cuenta que:
- Renovar anualmente el Título Licencia de INTUR, la que tiene vigencia hasta el 31 de Diciembre de cada año, deberá realizarlo durante los meses de enero a marzo.
- Notificar por escrito al Departamento de registro o Delegación departamental de INTUR, los cambios de domicilio, propietario, gerente, cierre de operaciones o cualquier otra modificación que afecte el quehacer de la empresa.
- El pago del Título Licencia está en dependencia de categoría que sea asignada a la establecimiento durante la inspección, conforme las tarifas autorizadas por el consejo Directivo del INTUR. Nota: en caso de que una de las instituciones realice cierre o suspenda permisos o licencia a un establecimiento turístico, será motivo suficiente para suspender todas las actividades comerciales del negocio.

#### 4.4.2. Actividades y gastos preliminares

##### 4.4.2.1. Gastos de constitución

 <b>Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"</b> <b>Gastos de constitución</b>	
Escritura de constitución	C\$1,000.00
<b>Subtotal</b>	<b>C\$1,000.00</b>
<b>Constitución mercantil</b>	
1. Solicitud	C\$ 50.00
2. Libros mercantiles	140.00
libro mayor	70 .00
libro diario	70.00
3. Colilla de cotización de inscripción como comerciante y libros	650.00
4. Fotocopia de cedula de identidad	1.00
<b>Subtotal</b>	<b>C\$841.00</b>
<b>Inscripción a la DGI</b>	
1. Fotocopia de la solicitud de inscripción	1.00
2. Fotocopia de la minuta cancela del pago	1.00
3. Fotocopia de la cedula	1.00
4. Fotocopia de constancia de disponibilidad de servicio público	15.00
5. Cedula del ruc	150.00
<b>Subtotal</b>	<b>C\$ 168.00</b>
<b>Matricula de la alcaldía</b>	
1. Copia de n° ruc	1.00
2. Copia de cedula de identidad	1.00
3. Carta de solicitud de matricula	1.00
4. Formulario de solicitud de matricula	50.00
5. Matricula	800.00
6. Constancia de matricula	5.00
<b>Subtotal</b>	<b>C\$ 858.00</b>
<b>Afiliación al INSS</b>	
1. Formulario de inscripción del empleador	C\$5.00
2. Formulario de inscripción del trabajador	3.00
3. Formulario de acceso al SIE	3.00
4. Certificado de inscripción en el RUC régimen general copia	1.00
5. constancia de matrícula copia	1.00
6. Cedula de registro del contribuyente copia	1.00
7. Cedula de identidad copia	1.00
<b>Subtotal</b>	<b>C\$ 15.00</b>
<b>Licencia de higiene y seguridad del trabajo (HST) – MITRAB</b>	
5. constancia de afiliación al INSS copia	1.00
6. Cedula de identidad	1.00
7. Formato de solicitud del trámite de licencia HST	20.00

	<b>Subtotal</b>	<b>C\$ 22.00</b>
<b>Inscripción de la marca</b>		
1. Inscripción de la marca \$100		C\$3,474.08
2. Aviso de solicitud		95.00
3. Aviso de inscripción		95.00
4. Por categoría \$50 (tipo de cambio oficial C\$34.7408 al 21/11/20)		1,737.04
5. Aviso de solicitud publicado por diario		45.00
6. Aviso de inscripción publicado por diario		45.00
7. Timbre fiscal para certificado de inscripción de marca		30.00
8. Certificado \$20		694.82
9. Para búsqueda registral \$15		521.11
10. Timbre fiscal para solicitar registro		3.00
	<b>Subtotal</b>	<b>C\$6,740.05</b>
<b>Solicitud de Licencia Sanitaria (MINSA)</b>		
1. Llenar solicitud de Registro Sanitario para alimentos		C\$ 20.00
2. Pago de aranceles a cancelar por el Certificado de Registro Sanitario		50.00
3. Arancel por otorgamiento de licencia sanitaria		400.00
	<b>Subtotal</b>	<b>C\$ 470.00</b>
<b>Inspección de Bomberos</b>		
1. Fotocopia de cedula de identidad		C\$ 1.00
2. Certificados de protección contra incendios (va en dependencia de la clasificación de peligrosidad)		
2.1. Certificado para locales altamente peligrosos		U\$ 400.00
2.2. Certificado para locales peligrosos		U\$ 200.00
2.3. Certificados para locales Medianamente Peligrosos U\$50.00 tipo de cambio oficial C\$34.7008		C\$1,735.04
2.4. Certificados para locales no peligrosos		U\$10.00
	<b>Subtotal</b>	<b>C\$ 1, 736.04</b>
<b>Constancia del INTUR</b>		
1. Fotocopia de cedula de identidad		C\$ 1.00
2. Fotocopia de escritura de la propiedad		C\$ 10.00
3. Fotocopia de acta de constitución		C\$ 5.00
4. Título de licencia del INTUR		
	<b>Subtotal</b>	<b>C\$16.00</b>
<b>Total de gasto de constitución</b>		<b>C\$11,866.09</b>

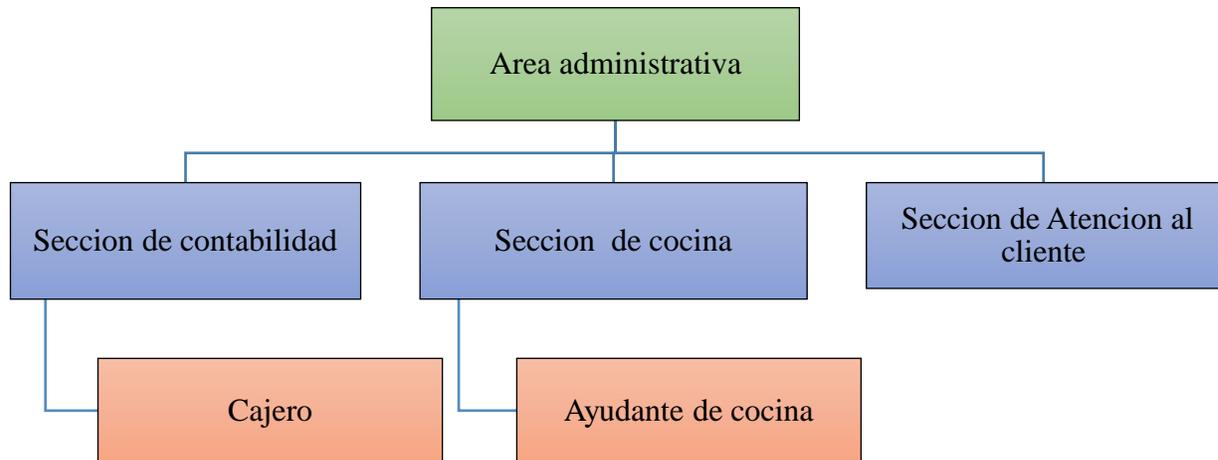
### 4.4.3. Estructura Organizativa

#### Organigrama

“Un organigrama es la gráfica que muestra la estructura organizacional formal de una empresa, el agrupamiento de sus principales funciones, sus niveles jerárquicos y sus relaciones.” (MEDRANO, 2013. pag.50 ).Dentro de la realización del organigrama del Comedor “La Madriguera de Conejo” se tomó en cuenta:

1. El tamaño de la organización: El comedor es una microempresa, ya que se planea estar conformada por 6 personas.
2. La naturaleza del negocio: la microempresa pertenece al sector alimentos.
3. La división de funciones
4. Las líneas de autoridad y responsabilidad, los canales formales de la información, el número de empleados que debe tener la empresa.
5. La nomenclatura de acuerdo al master Raúl Medrano en el dossier de organización y métodos se refiere a los nombres de los cargos que se utilizarán en general, no hay convenciones universales para la nomenclatura de los cargos en los niveles de la organización, cada país adopta los suyos según el grado de desarrollo empresarial y la cultura local. por tal motivo se está utilizando una nomenclatura de sección por la jerarquía que tiene la empresa y las responsabilidades que hay dentro de la empresa .
6. Dentro del diseño de la estructura organizativa se definió la tarea que se va ejecutar y también se determina la naturaleza y el número de tareas (unidades de trabajo) Y Establecer un sistema de dirección y control (estructura de autoridad) entre el director y las unidades encargadas de las distintas fases del trabajo (las unidades que corresponden a la división del trabajo adoptado).

Ilustración 24 Organigrama mixto horizontal / vertical



**Fuente: Equipo Investigador**

Este tipo de organigrama permite definir las funciones de tal forma que el primer nivel corresponde a la unidad de mando con mayor responsabilidad dentro de la microempresa, el nivel inferior corresponde a los subordinados del nivel superior, así como, la entrada por la izquierda es la que permite derivar de un nivel superior sin omitir la relación existente, ya que se utiliza para representar los órganos de apoyo.

#### *4.4.4. Necesidad de persona*

La mano de obra “engloba a las personas que forman parte del proceso productivo o prestan el servicio, que con su esfuerzo y trabajo transforman la materia prima y obtiene producto terminado.” (Alcaraz, 2008, pág.140).

Tabla 63 N° de cargos

 <b>Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"</b> <b>Ficha de Numero de cargos</b>				
Área	Nombre del cargo	N° de personas en el cargo	Contratación	Remuneración
Administrativa	Responsable de administración	1	Permanente	Salarial
Administrativa	Auxiliar contable	1	Permanente	Salarial
Producción (50%) Administración (50%)	Mesero	1	Permanente	Salarial
Ventas	Cajero	1	Permanente	Salarial
Operativa	Jefe de Cocina (cocinera)	1	Permanente	Salarial
Operativa	Ayudante de cocina	1	Permanente	Salarial
<b>Total</b>		<b>6</b>		

Fuente: Equipo Investigador

Tabla 64 Mano de Obra Directa

Mano de obra de Producción Directa		Mensual	Año
1	Cocinera	C\$4,800.00	C\$57,600.00
<b>Total de producción</b>		<b>C\$4,800.00</b>	<b>C\$57,600.00</b>

Fuente: Equipo Investigador

Tabla 65 Mano de Obra Indirecta

Mano de obra de Producción Indirecta		Mensual	Año
1	Ayudante de cocina	C\$4,606.00	C\$55,272.00
2	Mesero	4,800.00	57,600.00
<b>Total de producción</b>		<b>C\$9,406.00</b>	<b>C\$112,872.00</b>

Fuente: Equipo Investigador

Tabla 66 Mano obra de Administración y ventas

<b>Mano de obra de Administración y ventas</b>		<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
1	Responsable de administración	C\$5,500.00	C\$ 66,000.00
2	Auxiliar Contable	5,000.00	60,000.00
3	Cajero	4,650	55,800.00
<b>Total de mano de obra de administración y ventas</b>		<b>C\$15,150</b>	<b>C\$ 181,800.00</b>

Fuente: Equipo Investigador

### Nómina del Comedor ‘La Madriguera del Conejo, S.A’

A continuación, en la presente tabla se estipulan las debidas remuneraciones y prestaciones a los 6 trabajadores que conforman la empresa, acoplándonos al salario mínimo por sector establecido por la” comisión nacional del salario mínimo”, que trabaja en base a la ley 185 código del trabajo y la ley 625 ley del salario mínimo.

Comedor La Madriguera del Conejo, S.A									
Nómina Mensual									
N°	Nombres y Apellidos	Salario Base	Deducciones	Salario Neto	INSS Patronal	Prestaciones Sociales			Firma
			INSS Laboral			Vacaciones	Treceavo Mes	Indemnización	
<b>Administración</b>									
1	Auxiliar Administrativo	C\$5,500.00	C\$385.00	C\$5,115.00	C\$ 1,182.50	458.33	458.33	458.33	
2	Auxiliar contable	5,000.00	350.00	4,650.00	1,075.00	416.67	416.67	416.67	
3.1	Mesero	2,400.00	168.00	2,232.00	516.00	200.00	200.00	200.00	
	<b>Subtotal Administración</b>	<b>C\$12,900.00</b>	<b>C\$ 903.00</b>	<b>C\$11,997.00</b>	<b>C\$ 2,773.50</b>	<b>C\$ 1,075.00</b>	<b>C\$ 1,075.00</b>	<b>C\$ 1,075.00</b>	
<b>Ventas</b>									
4	Cajero	4,650.00	C\$325.50	C\$4,324.50	999.75	387.50	387.50	387.50	
	<b>Subtotal ventas</b>	<b>C\$ 4,650.00</b>	<b>C\$ 325.50</b>	<b>C\$ 4,324.50</b>	<b>C\$ 999.75</b>	<b>C\$ 387.50</b>	<b>C\$ 387.50</b>	<b>C\$ 387.50</b>	
	<b>Sub Total Administración y Ventas</b>	<b>C\$17,550.00</b>	<b>C\$1,228.50</b>	<b>C\$ 16,321.50</b>	<b>C\$ 3,773.25</b>	<b>C\$ 1,462.50</b>	<b>C\$ 1,462.50</b>	<b>C\$ 1,462.50</b>	
<b>Producción</b>									
5	Cocinera	C\$4,800.00	C\$336.00	C\$4,464.00	C\$ 1,032.00	400.00	400.00	400.00	
6	Ayudante de cocina	4,606.00	322.42	4,283.58	990.29	383.83	383.83	383.83	
3.2	Mesero	2,400.00	168.00	2,232.00	516.00	200.00	200.00	200.00	
	<b>Sub Total producción</b>	<b>C\$11,806.00</b>	<b>C\$826.42</b>	<b>C\$10,979.58</b>	<b>C\$2,538.29</b>	<b>C\$983.83</b>	<b>C\$983.83</b>	<b>C\$983.83</b>	
	<b>Total</b>	<b>C\$29,356.00</b>	<b>C\$2,054.92</b>	<b>C\$27,301.08</b>	<b>C\$6,311.54</b>	<b>C\$2,446.33</b>	<b>C\$2,446.33</b>	<b>C\$2,446.33</b>	

Tabla 67 Nómina Mensual de la microempresa

Fuente: Equipo Investigador



Comedor La Madriguera del Conejo, S.A

Nómina Anual

N°	Nombres y Apellidos	Salario Base	Deducciones	Salario Neto	INSS Patronal	Prestaciones Sociales			Firma
			INSS Laboral			Vacaciones	Treceavo Mes	Indemnización	
<b>Administración</b>									
1	Auxiliar Administrativo	C\$66,000.00	C\$4,620.00	C\$61,380.00	C\$14,190.00	C\$5,500.00	C\$5,500.00	C\$5,500.00	
2	Auxiliar contable	60,000.00	4,200.00	55,800.00	12,900.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	
3.1	Mesero	28,800.00	2,016.00	26,784.00	6,192.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	
	<b>Subtotal Administración</b>	<b>C\$154,800.00</b>	<b>C\$10,836.00</b>	<b>C\$143,964.00</b>	<b>C\$33,282.00</b>	<b>C\$12,900.00</b>	<b>C\$12,900.00</b>	<b>C\$12,900.00</b>	
<b>Ventas</b>									
4	Cajero	55,800.00	3,906.00	51,894.00	11,997.00	4,650.00	4,650.00	4,650.00	
	<b>Subtotal ventas</b>	<b>C\$55,800.00</b>	<b>C\$3,906.00</b>	<b>C\$51,894.00</b>	<b>C\$11,997.00</b>	<b>C\$4,650.00</b>	<b>C\$4,650.00</b>	<b>C\$4,650.00</b>	
	<b>Sub Total Administración y Ventas</b>	<b>C\$210,600.00</b>	<b>C\$14,742.00</b>	<b>C\$195,858.00</b>	<b>C\$45,279.00</b>	<b>C\$17,550.00</b>	<b>C\$17,550.00</b>	<b>C\$17,550.00</b>	
<b>Producción</b>									
5	Cocinera	C\$57,600.00	C\$4,032.00	C\$53,568.00	C\$12,384.00	C\$4,800.00	C\$4,800.00	C\$4,800.00	
6	Ayudante de cocina	55,272.00	3,869.04	51,402.96	11,883.48	4,606.00	4,606.00	4,606.00	
3.2	Mesero	28,800.00	2,016.00	26,784.00	6,192.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	
	<b>Sub Total producción</b>	<b>C\$141,672.00</b>	<b>C\$9,917.04</b>	<b>C\$131,754.96</b>	<b>C\$30,459.48</b>	<b>C\$11,806.00</b>	<b>C\$11,806.00</b>	<b>C\$11,806.00</b>	
	<b>Total</b>	<b>C\$352,272.00</b>	<b>C\$24,659.04</b>	<b>C\$327,612.96</b>	<b>C\$75,738.48</b>	<b>C\$29,356.00</b>	<b>C\$29,356.00</b>	<b>C\$29,356.00</b>	

Tabla 68 Nomina Anual de la microempresa

Fuente: Equipo Investigador

#### 4.4.5. Principales Funciones

	Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"	Fecha :	17/11/20
<b>Ficha de cargo del Responsable de administración</b>		Pagina	1 a 3
<b>DESCRIPCION DEL CARGO</b>			
<b><u>Identificación y relaciones del cargo</u></b>			
<p>Cargo: Responsable de Administración <span style="float: right;">Código :00001</span>          Dependencia jerárquica: socios <span style="float: right;">Nº de plazas :1</span>          Cargos dependientes: sección de cocina, sección contabilidad y sección de atención al cliente.          Ámbito de operación: Área administrativa</p>			
<b>Objetivo general</b>			
<p>Planificar, organizar, dirigir y conllevar las acciones de la microempresa con la finalidad de asegurar los cumplimientos de los objetivos y metas propuestas.</p>			
<b>Funciones</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Planificar, dirigir y administrar el cumplimiento de las funciones que le corresponde y de los de su cargo.</li> <li>2. Reclutar, seleccionar y contratar personal para el Comedor "La Madriguera del Conejo".</li> <li>3. Realizar la toma de decisiones que corresponden al entorno interno y externo de la microempresa para disminuir riesgos.</li> <li>4. Organiza, asigna, supervisa y evalúa periódicamente el cumplimiento de las funciones y el trabajo del personal bajo su cargo.</li> <li>5. Elaborar nómina de pago mensual del personal del comedor.</li> <li>6. Establecer y garantizar salarios y prestaciones sociales del personal, así como, elaborar informes de salarios de los empleados de la empresa, para que sean reportados al INSS, por la administración general.</li> <li>7. Organizar la estructura actual de la empresa y a futuro así como también las funciones y cargos.</li> <li>8. Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado.</li> <li>9. Analizar los problemas de la microempresa en el aspecto financiero y administrativo, entre otros.</li> <li>10. Realizar el presupuesto y análisis contable de las operaciones de la microempresa.</li> <li>11. Proveer al personal de Instrumentos de tal forma que resguarde la seguridad del personal de acuerdo a la ley de Higiene y Seguridad.</li> <li>12. Controlar la emisión y aprobación de las actividades y documentos que respalden cada una de ellas.</li> <li>13. Garantizar el funcionamiento del sistema de contabilidad, controlar las actividades y</li> </ol>			

operaciones contables y financieras

14. Cerciorase de que se brinde un buen servicio a los clientes ofreciendo productos deliciosos y de calidad.

### **Experiencia**

Nivel académico: Licenciado en Administración de Empresa o Carreras afines: Contabilidad, mercadotecnia y Banca finanza.

Experiencia laboral: 2 años en cargos similares.

### **Requisito del cargo**

1. Licenciado en Administración de empresas
2. Mayor de 25 años.
3. Manejo de programas de computación: Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point
4. Estudios complementarios en ventas, producción y finanzas
5. Buenas relaciones humanas

### **Aptitudes**

- Liderazgo
- Responsable
- innovador y creativo
- Trabajo en equipo
- Honesto
- trabajo bajo presión
- Iniciativa estratégica
- Líder ,Emprendedor
- Dinámico y Proactivo
- Amplio criterio y visión prospectiva en mejoras del negocio
- Relaciones Humanas y laborales de respeto mutuo.

### **Relaciones del cargo**

#### **A nivel interno**

1. Todos los colaboradores de la microempresa

#### **A nivel externo**

Proveedores, clientes.

## Responsabilidades

### Por supervisión

Tiene a cargo la supervisión de todo el personal del Comedor.

### Por errores

En la toma de decisiones de las actividades de la microempresa.

<b>Elaborado</b> <b>Elieth Alemán</b>	<b>Revisado</b> <b>Evets Cruz</b>	<b>Autorizado</b>
--	--------------------------------------	-------------------

	<b>Comedor "La Madriguera del Conejo, SA."</b>	Fecha :	17/11/20
	<b>Ficha de cargo de la cocinera</b>	Pagina	1 a 2

### DESCRIPCION DEL CARGO

#### Identificación y relaciones del cargo

Cargo: Cocinera

Código :00002

Dependencia jerárquica: responsable de administración

Nº de plazas :1

Cargos dependiente : Ayudante de Cocina

Ámbito de operación: Área de cocina

#### **Objetivo general**

Ejecutar compras, elaborar los platos y tomar otras decisiones correspondientes a la producción de los platos que ofertara el Comedor "La Madriguera del Conejo".

#### **Funciones**

1. Controlar la entrada y salida de la materia prima y suministros para la producción, resguardados en área de almacenamiento de la microempresa.
2. Ejecutar las actividades con respecto a la elaboración de los platos que se ofrecerán a los clientes, garantizando la higiene, calidad y sabor de los alimentos.
3. Seleccionar proveedores que brinden mejores beneficios y establecer relaciones con los mismos con el fin de controlar el suministro de materiales para la microempresa.
4. Determinar el número de materia que se necesita para la producción por día, mensual y llevar su debido control.
5. Suministrar información al gerente general sobre las compras realizadas y de las decisiones que se tomen con respecto a la producción de la microempresa, para su debida autorización. .
6. Solicitar a los proveedores documentos soportes que respalden los egresos monetarios en

concepto de compra de materiales o aspectos relacionados a la producción que sean necesarios.

**Experiencia**

Nivel académico: Bachiller.

Experiencia laboral: 3 años en cargos similares.

**Requisito del cargo**

1. Cocimiento de actividades culinarias
2. Mayor de 25 años.
3. Buenas relaciones humanas

**Habilidades**

1. Liderazgo
2. Trabajo en equipo.
3. Creativo
4. Innovador
5. Responsable y honesto

**Relaciones del cargo**

**A nivel interno**  
Ayudante de cocina

**A nivel externo**  
Proveedores

**Responsabilidades**

**Por supervisión**

Supervisar al ayudante de cocina y las actividades que se realicen en el proceso productivo

**Por errores**

Una decisión errónea en referencia a factores internos y externos puede causar riesgos para la microempresa debido a la manipulación constante de alimentos.

**Elaborado**  
Elieth Alemán

**Revisado**  
Evest Cruz

**Autorizado**



Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"

Fecha :

17/11/20

Ficha de cargo del Ayudante de cocina

Pagina

1 a 2

### DESCRIPCION DEL CARGO

#### Identificación y relaciones del cargo

Cargo: Ayudante de cocina

Código :00004

Dependencia jerárquica: Cocinera

Nº de plazas :1

Cargos dependiente : ninguno

Ámbito de operación: Área de cocina

#### **Objetivo general**

Ayudar en el proceso de producción de los platos que ofrecerá el Comedor "La Madriguera del Conejo"

#### **Funciones**

- 1- Limpiar, pelar y cortar las verduras
- 2- Mezclar los ingredientes juntos
- 3- Preparar la ensalada
- 4- Limpiar el arroz y lavarlo para luego ser cocinado
- 5- Mantener limpia la cocina es una parte importante del trabajo
- 6- Esto incluye lavar la vajilla y los cubiertos utilizados por los clientes
- 7- Se encarga de tirar la basura
- 8- Colaborar con las tareas cocinas básicas
- 9- Preparar el plato de presentación con sus debidos ingredientes ya cocinados para solo después poner la ( carne de conejo asada o brocheta de carne de conejo)
- 10- Sacar el plato ya preparado y entregarlo al mesero para ser servido en la mesa del cliente

#### **Experiencia**

Nivel académico: Bachiller.

Experiencia laboral: 3 años en cargos similares.

#### **Requisito del cargo**

1. Conocimientos de actividades culinarias
2. Mayor de 25 años
3. Conocimientos de normas de higiene y seguridad laboral
4. Buenas relaciones humanas
5. Resistencia para estar de pie mucho rato y levantar cargar objetos pesados
6. Una actitud flexible
7. Una buena higiene personal
8. Presentar certificado de salud

- 9. Record de policia actualizado
- 10. Copia de cedula

**Habilidades**

- 1. Responsable y honesto
- 2. Disposición al trabajo
- 3. Respetuoso
- 4. Habilidades para trabajar en equipo
- 5. Establecer relaciones interpersonales
- 6. Trabajar con rapidez y eficiencia
- 7. Captar instrucciones orales y escritas
- 8. Calcular raciones cantidades para preparar los alimentos

**Destrezas**

- 1- Manejo y mantenimiento de utensilios de cocina
- 2- Manipulación de alimentos

**Relaciones del cargo**

<b>A nivel interno</b> Con la cocinera Encargado de atención al cliente (vendedor)	<b>A nivel externo</b> Proveedores
--	---------------------------------------

**Responsabilidades**

**Por supervisión**

Las actividades que se realicen en el proceso productivo

**Por errores**

Omisión de las normas de higiene y salubridad, o manipulación incorrecta de los alimentos.

<b>Elaborado</b> Evets Cruz	<b>Revisado</b> Elieth Alemán	<b>Autorizado</b>
--------------------------------	----------------------------------	-------------------

	Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"	Fecha :	17/11/20
	Ficha de cargo del mesero	Pagina	1 a 2
<b>DESCRIPCION DEL CARGO</b>			
<b><u>Identificación y relaciones del cargo</u></b>			
Cargo: Mesero		Código :00003	
Dependencia jerárquica: responsable de administración		Nº de plazas :1	
Cargos dependiente : ninguno			
Ámbito de operación: sección de Atención al cliente			
<b>Objetivo general</b>			
Establecer relaciones cordiales y amables con los clientes que tenga la microempresa "La Madriguera del Conejo"			
<b>Funciones:</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dar la bienvenida al cliente</li> <li>2. Entregarle la carta del menú y describir los platos.</li> <li>3. Dar repuestas a las inquietudes de los clientes referente al menú</li> <li>4. Anotar en la agenda los pedidos de los clientes para luego ser trasladados al personal de cocina</li> <li>5. Entregar los pedidos de bebidas y alimentos al personal de la cocina</li> <li>6. Acortar los tiempos de servicio</li> <li>7. Despedirse de los clientes e invitarlos a que pronto nos visiten</li> <li>8. Deberá cambiar los platos, la mantelería y limpiar una vez los clientes finalicen y se retiren.</li> </ol>			
<b>Experiencia</b>			
Nivel académico: Bachiller			
Experiencia laboral: 3 años en cargos similares.			
<b>Requisito del cargo</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cocimiento de actividades culinarias</li> <li>2. Mayor de 25 años.</li> <li>3. Buenas relaciones humanas</li> </ol>			

<b>Habilidades</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Responsable y honesto</li> <li>2. Disposición al trabajo</li> <li>3. Respetuoso</li> <li>4. Ser amable</li> <li>5. Buena presentación personal</li> <li>6. Saber controlar el estrés</li> <li>7. Ser atento</li> <li>8. Solucionar problemas rápido</li> </ol>		
<b>Relaciones del cargo</b>		
<b>A nivel interno</b> Con la cocinera Ayudante de cocina	<b>A nivel externo</b> Clientes	
<b>Responsabilidades</b>		
<b>Por supervisión</b> Las actividades que se realicen en el proceso productivo		
<b>Por errores</b> Omisión de las normas de higiene y salubridad. Trato irrespetuoso a los clientes		
<b>Elaborado</b> <b>Evets Cruz</b>	<b>Revisado</b> <b>Elieth Alemán</b>	<b>Autorizado</b>



Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"

Fecha :

17/11/20

Ficha de cargo del Auxiliar Contable

Página

1 a 2

### DESCRIPCION DEL CARGO

#### Identificación y relaciones del cargo

Cargo: Auxiliar Contable.

Código :00005

Dependencia jerárquica: Responsable de Administración

Nº de plazas :1

Cargos dependiente : cajero

Ámbito de operación: Sección de contabilidad

#### **Objetivo general**

Prestar los servicios de apoyo Administrativo y Financieros en el Área actualizando los movimientos contables que se realizan en la microempresa "La Madriguera del Conejo"

#### **Funciones:**

1. Comunicación con el personal de finanzas
2. vigilancia de gastos y verificación de saldos
3. realización de facturas y procesos contables
4. presupuesto anual
5. informes de actividades financieras
6. resolución de problemas de facturación y cargos

#### **Experiencia**

Nivel académico: técnico en contabilidad

Experiencia laboral: 3 años en cargos similares.

#### **Requisito del cargo**

1. Mayor de 25 años.
2. Buenas relaciones humanas

#### **Habilidades**

1. Buenas habilidades de comunicación tanto verbal como escrita
2. Manejo de los programas de Office (Word, Excel)
3. Manejo de herramientas de oficina
4. La capacidad de tener registros financieros claros y precisos

5. Conocimiento de informática y capacidad para utilizar diversas aplicaciones de textos
6. Buenas habilidades administrativas
7. La facilidad de trabajar de forma independiente y como parte de un equipo
8. Una condición honesta y discreta al tratar con las cuentas de la Madriguera del conejo.
9. La disponibilidad de trabajar hasta la fecha límite
10. La capacidad de equilibrar una serie de demandas conflictivas
11. La disposición de aprender rápidamente y de adaptarse a los sistemas internos (a menudo complejo)
12. Saber controlar el estrés
13. Habilidades analíticas
14. Habilidades interpersonales
15. Habilidades de contabilidad
16. Ser atento
17. Solucionar problemas rápido

**Relaciones del cargo**

**A nivel interno**

Auxiliar administrativo, Vendedor, Cajero,  
Cocinero, Ayudante de cocina

**A nivel externo**

Instituciones gubernamentales  
Clientes

**Responsabilidades**

**Por supervisión**

Contabilizar y procesar asientos de diarios para garantizar que se registren todas las transacciones empresariales.

**Por errores**

Omisión o descuido de funciones indispensables

**Elaborado**

**Evets Cruz**

**Revisado**

**Elieth Alemán**

**Autorizado**



Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"

Fecha :

17/11/20

Ficha de cargo del cajero

Pagina

1 a 2

### DESCRIPCION DEL CARGO

#### Identificación y relaciones del cargo

Cargo: Cajero

Código :00006

Dependencia jerárquica: Auxiliar Contable

Nº de plazas :1

Cargos dependientes: ninguno

Ámbito de operación: Atención al cliente

#### **Objetivo general**

Cobrar y atender a las personas que acudan a realizar algún pago

#### **Funciones:**

1. Realizar cobros
2. Entregar los recibos de pago
3. Colaborar y tener disposición en los arqueos de caja que ejecute el auxiliar contable.
4. Conteo y cambio de dinero con exactitud y rapidez
5. Atención al publico
6. Realizar las actividades que el director o jefe inmediato le asigne para cumplir los objetivos.

#### **Experiencia**

Nivel académico: Bachillerato/ carrera técnica / comercial o similar

Experiencia laboral: mínima 6 meses

#### **Requisito del cargo**

1. Mayor de 22 años.
2. Buenas relaciones humanas
3. Competencia fundamental
4. Competencias transversales
5. Competencias técnicas

#### **Habilidades**

1. Buenas habilidades de comunicación tanto verbal como escrita
2. Destrezas en el cálculo numérico y lógica

3. Relaciones interpersonales

**Actitudes**

- 1. Amabilidad
- 2. Disponibilidad
- 3. Responsable
- 4. Honradez/Honestidad
- 5. Compañerismo

**Valores**

- 1. Sensibilidad
- 2. Honestidad
- 3. Respeto
- 4. Lealtad
- 5. Gratiitud
- 6. Responsabilidad

**Relaciones del cargo**

**A nivel interno**

Todos los colaboradores

**A nivel externo**

Clientes

**Responsabilidades**

**Por supervisión**

Cuidado y protección del efectivo disponible en caja y de los documentos a fines

**Por errores**

Perdida del efectivo

**Elaborado**

**Evets Cruz**

**Revisado**

**Elieth Alemán**

**Autorizado**

#### 4.4.5. Equipos de oficina

### Administración

Para el desarrollo del plan de emprendimiento de “La Madriguera del Conejo, S.A” se necesitara Mobiliario y equipo de oficina del área de administración, ya que, son indispensables para llevar un mejor control de cada uno de los recursos y áreas de la microempresa.

#### Ficha técnica n° 12

Tabla 69 Computadora

Cantidad	Equipo	Marca
2	Computadora portátil	HP
Imagen de referencia	Proveedores	Precio
	Almacenes Tropigas Sucursal en Jinotepe	Precio unitario C\$ 19,999.00
		C\$ 39, 998.00
Característica: número de Ítem 387845 Laptop Pantalla 14” 500 GB/ 4 GB Windows 10 procesador Intel Celeron 500 GB HDD 4 GB Memoria Intel UHD 600 .Gráficos Modelo 14 – ck 0039Ia		

Fuente: Proforma

#### Ficha técnica n° 13

Tabla 70 impresora

Cantidad	Equipo	Marca
1	Impresora	HP
Dibujo de referencia	Proveedores	Precio
	Almacenes Tropigas Sucursal Jinotepe	C\$1,299.00

Fuente: Proforma

## Ficha técnica n° 14

Tabla 71 Escritorio

Cantidad	Equipo	Marca
2	Escritorio	Mdf Diseño coreano
Dibujo de referencia	Proveedores	Precio
	Comercial Cruz Lorena Ubicada de la Iglesia el Calvario de Jinotepe 200 mtrs Al Sur	Precio unitario
		C\$ 2,079.00
		Precio total C\$4, 158.00

Fuente: Proforma

## Ficha técnica n° 12

Tabla 72 Silla de escritorio

Cantidad	Equipo	Marca
2	Silla de escritorio	Espera de Berlin
Dibujo de referencia	Proveedores	Precio
	Tienda Comercial “ Geydi Macanche” del puente de la Villa 1 c al Este Jinotepe	Precio unitario
		C\$1,350.00
		Precio total C\$2, 700.00

Fuente: Proforma

## Ficha Técnica n° 15

Tabla 73 Archivador metálico

Cantidad	Equipo	Marca
3	Bandeja de papel Organizadora	LuuBoes
Dibujo de referencia	Proveedores	Precio
	Librería Santiago Costado Sur al Parque los chocoyitos de Jinotepe	Precio unitario
		C\$ 720
		Precio total C\$ 2,160.00
<p>De Maya Metálica estante de 5 niveles con un diseño único de 5 niveles apilables con 3 compartimientos adicionales , muy fácil de apilar , los compartimientos superiores se pueden utilizar para organizar nuestros artículos de uso común</p> <p>Medida: 8.6 cmx 16.1 cm x9.4 cm x 12,9 cm</p> <p>Se ocupa para la oficina de administración.</p>		

Fuente: Proforma

## Ficha Técnica n° 16

Tabla 74 Equipo de sonido

Cantidad	Equipo	Marca
1	Equipo de sonido CM4360 – 230 W	LG
Imagen de referencia	Proveedores	Precio
	Proveedores  Tienda de Electrodomésticos toto del portón principal del Mercado Jorge Matus Téllez Jinotepe – Carazo 150 Metros Al Norte	Precio unitario C\$
		C\$ 8,200.00

Fuente: Proforma

## Ficha Técnica n° 17

Tabla 75 Smart TV

Cantidad	Descripción	Marca
1	Smart tv	Samsung
Dibujo de referencia	Proveedores	Precio
	Tienda de Electrodomésticos TOTO del portón principal del Mercado Jorge Matus Téllez Jinotepe – Carazo 150 Metros Al Norte	Precio unitario C\$ 5,200.00
Es posibilidad de conectarse a internet a través de una red wifi , permitiendo al usuario poder ver en la televisión el contenido de multimedia de su preferencia		

Fuente: Proforma

### Depreciaciones del equipo de oficina

Nota: se utiliza el mismo método de depreciación empleado para el equipo de producción

Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"						
Tabla de depreciación de equipo de oficina						
Tipo de maquinaria	Cant.	Precios	CT	vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
Computadora portátil	2	C\$19,999.00	C\$39,998.00	2	C\$19,999.00	C\$1,666.58
Impresora	1	6999	6999	2	3499.50	291.63
Escritorio	2	2,079	4158	5	831.60	69.30
Silla de escritorio	2	1350	2700	2	1,350.00	112.50
Archivador metálico	3	720	2160	5	432.00	36.00
Equipo de sonido	1	8200	8200	5	1640.00	136.67
Smart TV	1	5200	5200	5	1040.00	86.67
<b>total</b>		<b>C\$44,547.00</b>	<b>C\$69,415.00</b>		<b>C\$28,792.10</b>	<b>C\$2,399.35</b>

Fuente: Equipo investigador

Tabla 76 Depreciación de computadora portátil

Tarjeta auxiliar				
Activos Fijos				
	<b>Cuenta:</b>	Equipo de oficina		
	<b>sub cuenta:</b>	Computadora portátil		
	<b>sub cuenta:</b>			
Años	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	C\$ 19,999.00			19999
1		C\$ 9,999.50	9999.5	9999.5
2		C\$ 9,999.50	19999	0
meses	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	C\$ 19,999.00			C\$ 19,999.00
1		833.29	833.29	19,165.71
.....				
24		C\$ 833.29	C\$ 19,999.00	

Fuente: Equipo investigador

Tabla 77 Depreciación de impresora

Tarjeta auxiliar				
Activos Fijos				
	<b>Cuenta:</b>	Equipo de oficina		
	<b>sub cuenta:</b>	Impresora		
	<b>sub cuenta:</b>			
Años	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	C\$ 1,299.00			C\$ 1,299.00
1		649.5	649.5	649.5
2		649.5	1299	0
meses	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	C\$ 1,299.00			C\$ 1,299.00
1		54.13	54.13	1,244.88
.....				
24		C\$ 54.13	C\$ 1,299.00	

Fuente: Equipo Investigador

Tabla 78 Depreciación de Escritorio

Tarjeta auxiliar				
Activos Fijos				
	<b>Cuenta:</b>	Equipo de oficina		
	<b>sub cuenta:</b>	Escritorio		
	<b>sub cuenta:</b>			
Años	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
<b>0</b>	<b>2,079</b>			<b>C\$ 2,079</b>
1		415.8	415.8	1663.2
2		415.8	831.6	1247.4
3		415.8	1247.4	831.6
4		415.8	1663.2	415.8
5		415.8	2079	0
meses	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	C\$ 2,079			C\$ 2,079
1		34.65	34.65	2,044.35
.....				
60		C\$34.65	C\$ 2,079.00	

Fuente: Equipo Investigador

Tabla 79 depreciación silla de escritorio

Tarjeta auxiliar				
Activos Fijos				
	<b>Cuenta:</b>	Equipo de oficina		
	<b>sub cuenta:</b>	Silla de escritorio		
	<b>sub cuenta:</b>			
Años	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
<b>0</b>	<b>C\$ 1,350.00</b>			<b>C\$1,350.00</b>
1		C\$ 675.00	675	675
2		C\$ 675.00	1350	0
meses	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	C\$ 1,350.00			C\$ 1,350.00
1		56.25	56.25	1,293.75
.....				
24		C\$ 56.25	C\$ 1,350.00	

Fuente: Equipo Investigador

Tabla 80 Depreciación de archivador metálico

Tarjeta auxiliar				
Activos Fijos				
	<b>Cuenta:</b>	Equipo de oficina		
	<b>sub cuenta:</b>	Archivador metálicoG		
	<b>sub cuenta:</b>			
Años	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
<b>0</b>	<b>C\$ 720.00</b>			<b>C\$ 720.00</b>
1		144	144	576
2		144	288	432
3		144	432	288
4		144	576	144
5		144	720	0
meses	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	C\$ 720.00			C\$ 720.00
1		12.00	12.00	708.00
.....				
60		C\$ 12.00	C\$ 720.00	

Fuente: Equipo Investigador

Tarjeta auxiliar				
Activos Fijos				
	<b>Cuenta:</b>	Maquinaria y equipo de producción		
	<b>sub cuenta:</b>	Smart TV		
	<b>sub cuenta:</b>			
Años	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
<b>0</b>	<b>5200</b>			<b>5200</b>
1		1040	1040	4160
2		1040	2080	3120
3		1040	3120	2080
4		1040	4160	1040
5		1040	5200	0
meses	Costo del activo	Depreciación mensual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	5200			5200
1		86.67	86.67	5,113.33
.....				
60		86.67	5,200.00	

Tabla 81 Depreciación de SMART TV

Fuente: Equipo Investigador

Tarjeta auxiliar				
Activos Fijos				
	Cuenta:	Maquinaria y equipo de producción		
	sub cuenta:	Equipo de sonido		
	sub cuenta:			
Años	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	8200			8200
1		1640	1640	6560
2		1640	3280	4920
3		1640	4920	3280
4		1640	6560	1640
5		1640	8200	0
meses	Costo del activo	Depreciación mensual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0	8200			8200
1		136.67	136.67	8,063.33
.....				
60		136.67	8,200.00	

Tabla 82 Depreciación de Equipo de sonido

Fuente: Equipo Investigador

#### Gastos de instalación

 Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"				
Descripción	UM	CANTIDAD	CU	CT
Set de inodoro y lava manos	unidades	2	C\$2,300	C\$4,600
Tubos y accesorios	juegos	2	450	900
Mano de obra	unidad	2	1500	3000
Cemento	bolsa	2	290	580
<b>Total</b>			<b>C\$ 4,540</b>	<b>C\$ 9,080</b>

**+ Gastos de administración**

- Útiles de oficina administrativo: estos son necesarios para realizar las labores del área administrativa y no se realiza la compra mensual.

 <b>Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"</b> <b>Útiles de Oficina</b>				
Útiles de oficina	Unidades	CU	CT	Proveedor
Engrapadora	2	C\$75.00	C\$150.00	Sr. José Antonio Acuña
Saca grapa	2	35.00	70.00	
Perforadora	1	45.00	45.00	
Tijera	2	50.00	100.00	
Calculadora	2	450.00	900.00	
Regla	5	10.00	50.00	
<b>Total</b>		<b>C\$665.00</b>	<b>C\$1,315.00</b>	

Tabla 83 Útiles de oficina

Fuente: Proforma

Tabla 84 Papelería de oficina

 <b>Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"</b> <b>Papelería de Oficina</b>							
Cant	Papelería de oficina	Proveedor	CU	CT para mes	Para 3 meses	Para 6 meses	
2	grapas	Sr. José Antonio Acuña	C\$ 35.00	C\$11.67	C\$35.00	C\$70	
1	Faster		40.00	6.67	20	40	
6	Resma del block		130.00	130	390	780	
1	Resma de folder		100.00	16.67	50	100	
2	Lapicero		80.00	26.67	80	160	
2	Lápiz de grafito		84.00	28	84	168	
2	Clip pequeños		12.00	4	12	24	
2	Cartuchos de tinta		450.45	100.10	300.3	900.9	
	<b>Total</b>			<b>C\$481</b>	<b>C\$446.78</b>	<b>C\$971.3</b>	<b>C\$ 2,242.9</b>

Fuente: Proforma

Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"						
Útiles de Limpieza						
Descripción	Imagen	Modelo	Cant	medida	Precio	Total
<b>PRODUCTOS DE LIMPIEZAS</b>						
Rastrillo (anual)		De plástico y madera	1	Und	C\$ 155.00	C\$155.00
Papelera plástica (anual)		Papelera de 8 litros	2	Unid	119.00	238.00
Detergente		Detergente Espumil 5 kg	2	Unid	115.00	330.00
Cloro		Cloro magia blanca de 1 galón	2	Galón	84.00	168.00
Jabón liquido		Jabón líquido para mano de 1 galón	1	Galón	180.00	180.00
Alcohol		Alcohol clínico Sani de 1 galón	1	Galón	520.00	520.00
Spray (anual)		Botella de spray plástica	4	Unds	80.00	320.00
Papel higiénico		Rollo de 1000 hojas	24	Unds	18.33	440.00
Jabón para traste		Barra de detergente para trastes	6	Unds	20.00	120.00
Bujillas			7	Unds	130	910

Descripción	Imagen	Modelo	Cant	Medida	Precio	Total
<b>PRODUCTOS DE LIMPIEZAS</b>						
Lampazo (anual)		De plástico y madera	2	Unidad	C\$ 185.00	C\$370.00
Mechas de Lampazo (cada 3 meses)		500gr de 20 x 40 cm	2	Unds	65.00	130.00
Escoba (cada 6 meses)		De plástico	2	Unds	65.00	130.00
Pala (anual)		Plástica de palo de madera	1	Unds	65.00	65.00
Esponjas (trimestral)		Esponja	5	Unds	12.00	60.00
Extintidor		Extintidor de incendios sirve para apagar el fuego	1	Unds	935.55	935.55
Bolsas Plásticas para basura		Destinada en introducir en ella los residuos originados por la actividad humana	72	Unds	5	360.00
Chupón de Inodoro (anual)		Sirve para desataquear el inodoro	1	Unds	60	60
Mascarillas			3	cajas	200	600
Lavamanos de pedestal con pedal		Ubicado en la entrada al local como medida de prevención del Covid-19	2	und	5, 193.40	10,386.80
<b>Total</b>					<b>C\$ 8,202.28</b>	<b>C\$ 17, 518.35</b>

Tabla 85 Útiles de limpieza

## 4.5. Gestión Financiera

- **Objetivos**

1. Realizar un plan de inversión en el que se indiquen los recursos monetarios requeridos para la apertura de la microempresa.
2. Ejecutar presupuestos que muestren los ingresos, egresos y producción, así como, la proyección de los Estados Financieros al final del periodo.
3. Evaluar financieramente el plan de negocio en base a los indicadores de viabilidad, así como la evaluación de la inversión.

### 4.5.1. Inversión

#### 4.5.1.1. Activos no corrientes

Los activos fijos “es el valor de todos los bienes que posee la empresa; vehículos, maquinarias, equipos, edificios, terrenos, muebles y enseres.” (CEI, 2010, pag.27)

 <b>Comedor ‘La Madriguera del Conejo, S.A’</b> <b>Activos No Corrientes</b>		
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$ 69,415.00	
Maquinaria y utensilios	32,345.00	
<b>Sub total No Corriente</b>		<b>C\$ 101,760.00</b>

Tabla 86 Activos No Corrientes

Fuente: Equipo Investigador

Nota: Para ver completamente los equipos de organización buscar en la gestión organizacional y equipos de producción y utensilios en la gestión de producción.

#### *4.5.1.2. Activos intangibles*

Según la Norma de Información Financiera (NIF) C-8 define los activos intangibles como aquellos activos no monetarios identificables, sin sustancia física, que genera beneficios económicos futuros controlados por la entidad.

Los activos intangible “Son otros que no se pueden clasificar ni como activos corrientes ni como fijos, ejemplo; patentes y los gastos anticipados.” (CEI, 2010, pag.27).En la tabla presentada a continuación se muestran los activos intangibles que corresponden a todos aquellos gastos que intervienen en el proceso de inscripción de “La Madriguera del Conejo” para constituirse como una pequeña empresa.

Instalación que se incurre para el acondicionamiento del local donde estará ubicada. Cabe destacar que dentro de los activos intangibles también se encuentran los gastos de publicidad para que los clientes potenciales conozcan la existencia de la misma. Las siguientes datos están expresados en cifras anuales.

- ❖ **Gastos de inscripción:** Son los gastos correspondientes a la inscripción de la microempresa en cada una de las instituciones correspondientes para poder ejercer sus actividades de forma legal en el cumplimiento de sus deberes y obligaciones que certifiquen su legalidad para brindar sus servicios.
- ❖ **Gastos de publicidad al inicio de operaciones:** corresponde a los gastos que se originan para dar a conocer a los clientes la microempresa en el inicio de sus operaciones.
- ❖ **Gastos de otros utensilios y suministros:** corresponde a herramientas de trabajo empleados en el área de producción y que no pueden ser registrados como parte de los activos fijos de la microempresa por tener una vida útil menor a un año.

- ❖ **Gastos de papelería y útiles de oficina:** Son los originados a partir de las necesidades de papelería básicas del comedor
- ❖ **Gastos de materiales y suministro:** corresponde a los suministros y materiales de limpieza que serán utilizados en la microempresa.

 <b>Comedor "La Madriguera del Conejo, S. A"</b> <b>Activos Intangibles</b>		
<b>Activos Intangibles</b>		
Gastos inscripción	C\$	11,866.09
Gastos de instalacion	C\$	9,080.00
Publicidad al inicio de las operaciones ( 3 meses)		4,481.76
papelería y útiles de oficina (3 meses)		2,286.30
Gastos de Materiales y suministros de limpieza		21,969.35
Gastos por utensilios y suministros de produccion		7,505.00
<b>Sub total Otros Activos</b>		<b><u>C\$ 57,188.50</u></b>

Tabla 87 Activos Intangibles

Fuente: Equipo Investigador

### 4.5.1.3. Capital de trabajo

El capital de trabajo son los activos necesarios en materia monetaria con los cuales cuenta una entidad para su funcionamiento en el primer ciclo productivo, desde el inicio de operaciones hasta el momento de finalización donde se revelará la utilidad o pérdida del negocio para seguir operando sin requerir de una nueva inversión.

Según el Manual Básico de Plan de Negocios para Pequeñas y Medianas Empresas Rurales define el capital de trabajo como algo “adicional requerido para funcionar el negocio antes de recibir los ingresos” (CEI, 2010,pag.15). En el capital de trabajo se detallan todos aquellos costos de materia prima directa e indirecta, gastos de nómina, costos indirectos de fabricación, suministros y herramientas requeridos para comenzar la producción del producto a comercializar.

Tabla 88 Capital de trabajo

 <b>Comedor ‘‘La Madriguera del Conejo, S. A’’</b> <b>Capital de Trabajo</b>	
Compra de materia prima directa (3 meses)	C\$ 174,933.03
Compra de materia prima indirecta (3 meses)	100,231.16
Sueldos y Salarios (3 meses)	88,068.00
Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses)	18,934.62
Impuestos (3 meses)	2,250.00
Servicio de agua ( 3 meses)	2,100.00
Servicio de energía eléctrica (3 meses)	6,000.00
internet (3 meses)	5,210.08
<b>Sub total Capital de Trabajo</b>	<b>C\$ 397,726.89</b>

Fuente: Equipo Investigador

#### 4.5.1.4. Inversión total

La inversión inicial incorpora todas las inversiones en activos fijos o tangibles, activos intangibles y capital de trabajos requeridos para iniciar operaciones en un periodo de tiempo de tres meses

Tabla 89 Inversión Total

 <b>Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"</b> <b>Plan de Inversión</b> <b>Primer trimestre del año 2021</b>	
Descripción	Total
Capital de trabajo	C\$ 397, 726.89
Activos fijos	101,760.00
Gastos pre operativos	57, 188.50
<b>Inversión Total</b>	<b>C\$ 556, 675.39</b>

Fuente: Equipo Investigador

#### 4.5.1.5. Estructura y fuente de financiamiento

Dentro de la puesta en marcha de la microempresa del Comedor ‘‘La Madriguera del Conejo’’ no es necesario un préstamo porque los socios que están conformado la empresa tienen estimado trabajar con una fuente de financiamiento propio. La ejecución de este proyecto requiere una inversión total de C\$ 529, 415.36 (100%) se incluye el capital de trabajo este distribuido de la siguiente manera:

Tabla 90 Fuente de Financiamiento

 <b>Comedor ‘‘La Madriguera del Conejo, S.A’’</b> <b>Financiamiento propio</b>		
Socio	Aporte	% del capital
Evets Cruz	C\$ 185,558.46	33.33%
Adelaida Martínez	185,558.46	33.33%
Elieth Alemán	185,558.46	33.33%
<b>Total</b>	<b>C\$ 556,675.39</b>	<b>100%</b>

Fuente: Equipo Investigador

#### 4.5.2. Presupuesto

Según Chiavenato los presupuestos “Son los planes operacionales relacionados con el dinero manejado en determinado periodo”. (Chiavenato, 2001). Es decir es la expresión en términos monetarios de los recursos en periodos de tiempos específicos con la finalidad de proyectar los recursos que utilizara la empresa en cada una de sus áreas y actividades. Además, según Robbins & Coulter en su libro de Administración define lo siguiente “Un presupuesto es un plan numérico para distribuir recursos a actividades específicas” (Robbins & Coulter, 2005), Pág. 212

##### 4.5.2.1. Ingresos

Los ingresos representan los recursos que reciben el negocio o empresa por la venta de sus servicios o mercancías, ya sean en efectivo o al crédito. Los ingresos serán calculados en base a la información recopilada en el estudio de mercado, se obtienen multiplicando los volúmenes de producción que se esperan vender por el precio de venta esperado para un período determinado. Por lo tanto, en la tabla siguiente se presentan los ingresos de la microempresa que comprenden las ventas mensuales durante el primer año de sus operaciones.

 <b>Comedor “La Madriguera del Conejo, S.A.”</b>													
<b>Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas</b>													
<b>Año 2021</b>													
<b>Descripción</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago.</b>	<b>Sep.</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
<b>Conejo asado</b>	630	636	624	630	662	630	693	630	643	643	630	693	<b>7,743</b>
<b>Brochetas de conejo</b>	270	273	267	270	284	270	297	270	275	275	270	297	<b>3,318</b>
<b>otros ingresos (refrescos naturales)</b>	900	909	891	900	945	900	990	900	918	918	900	990	<b>11,061</b>
<b>Total</b>	<b>1,800</b>	<b>1,818</b>	<b>1,782</b>	<b>1,800</b>	<b>1,890</b>	<b>1,800</b>	<b>1,980</b>	<b>1,800</b>	<b>1,836</b>	<b>1,836</b>	<b>1,800</b>	<b>1,980</b>	<b>22,122</b>

Tabla 91 Ventas físicas

Fuente: Equipo Investigador

 <b>Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"</b>							
Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias							
1er Semestre							
Descripción	CU	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Conejo asado	C\$210.00	C\$132,300.00	C\$133,623.00	C\$130,977.00	C\$132,300.00	C\$138,915.00	C\$132,300.00
Brochetas de conejo	C\$240.00	64,800.00	65,448.00	64,152.00	64,800.00	68,040.00	64,800.00
otros ingresos (refrescos naturales)	C\$ 11.00	9,900.00	9,999.00	9,801.00	9,900.00	10,395.00	9,900.00
<b>Total</b>		<b>C\$207,000.00</b>	<b>C\$209,070.00</b>	<b>C\$204,930.00</b>	<b>C\$207,000.00</b>	<b>C\$217,350.00</b>	<b>C\$207,000.00</b>

Tabla 92 Ventas monetarias en el primer semestre

Fuente: Equipo Investigador

 <b>Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"</b>								
Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias								
2do Semestre								
Descripción	CU	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Conejo asado	C\$210	C\$145,530.00	C\$132,300.00	C\$134,946.00	C\$134,946.00	C\$132,300.00	C\$145,530.00	<b>C\$1,625,967.00</b>
Brochetas de conejo	C\$240	71,280.00	64,800.00	66,096.00	66,096.00	64,800.00	71,280.00	<b>796,392.00</b>
otros ingresos (refrescos naturales)	C\$ 11	10,890.00	9,900.00	10,098.00	10,098.00	9,900.00	10,890.00	<b>121,671.00</b>
<b>Total</b>		<b>C\$227,700.00</b>	<b>C\$207,000.00</b>	<b>C\$211,140.00</b>	<b>C\$211,140.00</b>	<b>C\$207,000.00</b>	<b>C\$227,700.00</b>	<b>C\$2,544,030.00</b>

Tabla 93 Ventas Monetarias en el segundo semestre

Fuente: Equipo investigador

#### 4.5.2.2.Egresos

Los egresos que contraerá “La Madriguera del Conejo” corresponden al salario de cada uno de los colaboradores que forman parte de la microempresa con sus respectivas prestaciones y obligaciones sociales establecidas en el código del trabajo. Además se reflejan las debidas depreciaciones tanto de los equipos de ventas como de administración.

#### ✚ Presupuesto de egresos de ventas

Comedor “La Madriguera del Conejo,S.A”													
Egresos de Venta													
Año 2021													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Salarios	C\$ 4,650.00	C\$4,650.00	C\$ 55,800.00										
Vacaciones	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	4,650.00
Treceavo mes	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	4,650.00
Indemnización	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	387.50	4,650.00
INSS Patronal	999.75	999.75	999.75	999.75	999.75	999.75	999.75	999.75	999.75	999.75	999.75	999.75	11,997.00
Depreciación	223.34	223.34	223.34	223.34	223.34	223.34	223.34	223.34	223.34	223.34	223.34	223.34	2,680.08
Servicio de Agua	46.08	46.08	46.08	46.08	46.08	46.08	46.08	46.08	46.08	46.08	46.08	46.08	552.91
Servicio de energía eléctrica	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	4,800.00
papelería y utiles de oficina	145.02	145.02	145.02	145.02	145.02	145.02	145.02	145.02	145.02	145.02	145.02	145.02	1,740.24
Materiales y suministros de aseo	1,615.55	1,615.55	1,615.55	1,615.55	1,615.55	1,615.55	1,615.55	1,615.55	1,615.55	1,615.55	1,615.55	1,615.55	19,386.54
Publicidad	1,472.92	1,472.92	1,472.92	1,472.92	1,472.92	1,472.92	1,472.92	1,472.92	1,472.92	1,472.92	1,472.92	1,472.92	17,675.00
Internet	57.89	57.89	57.89	57.89	57.89	57.89	57.89	57.89	57.89	57.89	57.89	57.89	694.68
Amortización de activos diferidos	476.57	476.57	476.57	476.57	476.57	476.57	476.57	476.57	476.57	476.57	476.57	476.57	5,718.84
Otros gastos	1,495.83	1,495.83	1,495.83	1,495.83	1,495.83	1,495.83	1,495.83	1,495.83	1,495.83	1,495.83	1,495.83	1,495.83	17,950.00
<b>Total</b>	<b>C\$12,745.44</b>	<b>C\$152,945.29</b>											

Tabla 94 Presupuesto de Egresos de Ventas

Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"													
Egresos de Administración													
Año 2021													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Salarios	C\$ 12,900.00	C\$ 12,900.00	C\$12,900.00	C\$154,800.00									
Vacaciones	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	12,900.00
Treceavo mes	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	12,900.00
Indemnización	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	1,075.00	12,900.00
INSS Patronal	2,773.50	2,773.50	2,773.50	2,773.50	2,773.50	2,773.50	2,773.50	2,773.50	2,773.50	2,773.50	2,773.50	2,773.50	33,282.00
Depreciación	2,176.01	2,176.01	2,176.01	2,176.01	2,176.01	2,176.01	2,176.01	2,176.01	2,176.01	2,176.01	2,176.01	2,176.01	26,112.10
Servicio de Agua	46.08	46.08	46.08	46.08	46.08	46.08	46.08	46.08	46.08	46.08	46.08	46.08	552.91
Servicio de energía eléctrica	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	4,800.00
papejería y útiles de oficina	338.38	338.38	338.38	338.38	338.38	338.38	338.38	338.38	338.38	338.38	338.38	338.38	4,060.56
Materiales y suministros de aseo	2,423.32	2,423.32	2,423.32	2,423.32	2,423.32	2,423.32	2,423.32	2,423.32	2,423.32	2,423.32	2,423.32	2,423.32	29,079.81
Internet	57.89	57.89	57.89	57.89	57.89	57.89	57.89	57.89	57.89	57.89	57.89	57.89	694.68
Amortización de activos diferidos	635.43	635.43	635.43	635.43	635.43	635.43	635.43	635.43	635.43	635.43	635.43	635.43	7,625.16
otros gastos	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	9,600.00
<b>Total</b>	<b>C\$25,775.60</b>	<b>C\$309,307.22</b>											

Tabla 95 Presupuesto de Egresos de administración

Fuente: Equipo investigador

### 4.5.2.3. Producción

El presupuesto de producción se encuentra vinculado al presupuesto de venta debido a que su objetivo principal radica en calcular el costo de fabricación de la cantidad de productos que una marca o firma tiene como propósito vender, con el objetivo de conseguir un equilibrio entre lo que se va a producir y lo que se va a vender. Donde se toman en cuenta factores como los costos de materias primas y de la transformación junto con el uso de recursos humanos y tecnológicos. (Finanzas, 2017).

Por lo tanto, a continuación se presentan en las siguientes tablas la distribución de costos de producción para cada uno de los platillos de forma independiente, de tal manera, que permita visualizar en términos monetarios los costos en que se incurrirán en cada uno de los meses del primer año de operaciones y así lograr determinar un precio en base a las cifras que se originen para su producción.

Tabla 96 Resumen de Costos de Producción Anuales

Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A."				
PROYECCION DE COSTOS DE PRODUCCION ANUALES				
DESCRIPCION	AÑO 2021			Total
	Brochetas	Asados	Refrescos	
Materia Prima Directa	C\$ 236,899.74	C\$ 449,445.54	C\$ 30,297.10	<b>C\$ 716,642.38</b>
Mano de obra Directa	13,824.00	32,256.00	11,520.00	<b>57,600.00</b>
CIF	187,841.20	435,754.37	39,168.64	<b>662,764.21</b>
<b>Total costos</b>	<b>C\$ 438,564.94</b>	<b>C\$ 917,455.91</b>	<b>C\$ 80,985.75</b>	<b>C\$1,437,006.59</b>
DESCRIPCION	AÑO 2022			Total
	Brochetas	Asados	Refrescos	
Materia Prima Directa	C\$ 258,220.71	C\$ 489,895.64	C\$ 33,023.84	<b>C\$ 781,140.19</b>
Mano de obra Directa	15,068.16	35,159.04	12,556.80	<b>62,784.00</b>
CIF	204,746.91	474,972.26	42,693.82	<b>722,412.99</b>
<b>Total costos</b>	<b>C\$ 478,035.78</b>	<b>C\$ 1,000,026.94</b>	<b>C\$ 88,274.46</b>	<b>C\$1,566,337.19</b>
DESCRIPCION	AÑO 2023			Total
	Brochetas	Asados	Refrescos	
Materia Prima Directa	C\$ 281,460.58	C\$ 533,986.25	C\$ 35,995.99	<b>C\$ 851,442.81</b>
Mano de obra Directa	16,424.29	38,323.35	13,686.91	<b>68,434.56</b>
CIF	223,174.13	517,719.77	46,536.27	<b>787,430.16</b>
<b>Total costos</b>	<b>C\$ 521,059.00</b>	<b>C\$ 1,090,029.37</b>	<b>C\$ 96,219.17</b>	<b>C\$1,707,307.53</b>

Fuente. Equipo Investigador



Comedor "La Mardriguera del Conejo, S.A"

Estructura de Costos año 2021

Brochetas de Carne de Conejo

Descripcion	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
<b>Materiales directos</b>													
<b>(Costo Variable)</b>													
Carne de conejo	C\$ 13,890.48	C\$ 14,029.39	C\$ 13,751.58	C\$ 13,890.48	C\$ 14,585.01	C\$ 13,890.48	C\$ 15,279.53	C\$ 13,890.48	C\$ 14,168.29	C\$ 14,168.29	C\$ 13,890.48	C\$ 15,279.53	C\$ 170,714.04
Arroz	714.33	721.47	707.18	714.33	750.04	714.33	785.76	714.33	728.61	728.61	714.33	785.81	8,779.11
Lechuga	1,188.00	1,199.88	1,176.12	1,188.00	1,247.40	1,188.00	1,306.80	1,188.00	1,211.76	1,211.76	1,188.00	1,306.80	14,600.52
Tomate	2,295.00	2,317.95	2,272.05	2,295.00	2,409.75	2,295.00	2,524.50	2,295.00	2,340.90	2,340.90	2,295.00	2,524.50	28,205.55
Plátanos	1,188.00	1,199.88	1,176.12	1,188.00	1,247.40	1,188.00	1,306.80	1,188.00	1,211.76	1,211.76	1,188.00	1,306.80	14,600.52
<b>Subtotal</b>	<b>C\$ 19,275.81</b>	<b>C\$ 19,468.57</b>	<b>C\$ 19,083.05</b>	<b>C\$ 19,275.81</b>	<b>C\$ 20,239.60</b>	<b>C\$ 19,275.81</b>	<b>C\$ 21,203.39</b>	<b>C\$ 19,275.81</b>	<b>C\$ 19,661.32</b>	<b>C\$ 19,661.32</b>	<b>C\$ 19,275.81</b>	<b>C\$ 21,203.44</b>	<b>C\$ 236,899.74</b>
<b>Mano de Obra Directa</b>													
<b>(Costo Fijo)</b>													
Cocinera	C\$ 1,152.00	C\$ 13,824.00											
<b>Subtotal</b>	<b>C\$ 1,152.00</b>	<b>C\$ 13,824.00</b>											
<b>Costos Indirectos de Fabricacion</b>													
<b>Costos fijos</b>													
<b>Mano de Obra Indirecta</b>													
Ayudante de cocina	1,105.44	1,105.44	1,105.44	1,105.44	1,105.44	1,105.44	1,105.44	1,105.44	1,105.44	1,105.44	1,105.44	1,105.44	C\$ 13,265.28
mesero	576.00	576.00	576.00	576.00	576.00	576.00	576.00	576.00	576.00	576.00	576.00	576.00	C\$ 6,912.00
<b>Subtotal</b>	<b>C\$ 1,681.44</b>	<b>C\$ 20,177.28</b>											
<b>Servicios Basicos</b>													
Servicio de Energia electrica	C\$ 288.00	C\$ 3,456.00											
Servicio de Agua	100.80	100.80	100.80	100.80	100.80	100.80	100.80	100.80	100.80	100.80	100.80	100.80	1,209.60
Internet	83.36	83.36	83.36	83.36	83.36	83.36	83.36	83.36	83.36	83.36	83.36	83.36	1,000.33
<b>Subtotal</b>	<b>C\$ 472.16</b>	<b>C\$ 5,665.93</b>											

Otros Costos														
Impuestos de la Alcaldía	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	1,152.00
Limpieza Pública	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	144.00
DGI	72.00	72.00	72.00	72.00	72.00	72.00	72.00	72.00	72.00	72.00	72.00	72.00	72.00	864.00
Gas Butano (30%)	78.00	78.00	78.00	78.00	78.00	78.00	78.00	78.00	78.00	78.00	78.00	78.00	78.00	936.00
Gas Propano (30%)	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	540.00
Carbon (30%)	1,380.00	1,380.00	1,380.00	1,380.00	1,380.00	1,380.00	1,380.00	1,380.00	1,380.00	1,380.00	1,380.00	1,380.00	1,380.00	16,560.00
Prestaciones sociales	708.36	708.36	708.36	708.36	708.36	708.36	708.36	708.36	708.36	708.36	708.36	708.36	708.36	8,500.32
INSS Patronal	609.19	609.19	609.19	609.19	609.19	609.19	609.19	609.19	609.19	609.19	609.19	609.19	609.19	7,310.28
Amortización de activos diferidos	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	1,906.32
Depreciaciones	75.08	75.08	75.08	75.08	75.08	75.08	75.08	75.08	75.08	75.08	75.08	75.08	75.08	900.98
<b>Subtotal</b>	<b>C\$ 3,234.49</b>	<b>C\$ 3,234.49</b>	<b>C\$ 38,813.89</b>											
<b>Costos variables</b>														
<b>Materiales Indirectos</b>														
Cebolla de tallo	C\$ 229.41	C\$ 231.70	C\$ 227.11	C\$ 229.41	C\$ 240.88	C\$ 229.41	C\$ 252.35	C\$ 229.41	C\$ 234.00	C\$ 234.00	C\$ 229.41	C\$ 252.35		2,819.43
Cebolla dulce	598.47	604.45	592.48	598.47	628.39	598.47	658.31	598.47	610.44	610.44	598.47	658.31		7,355.14
Zanahoria	908.64	917.72	899.55	908.64	954.07	908.64	999.50	908.64	926.81	926.81	908.64	999.50		11,167.14
Naranja Agria	918.00	927.18	908.82	918.00	963.90	918.00	1,009.80	918.00	936.36	936.36	918.00	1,009.80		11,282.22
Ajo	275.40	278.15	272.65	275.40	289.17	275.40	302.94	275.40	280.91	280.91	275.40	302.94		3,384.67
Cúrcuma	1,367.42	1,381.10	1,353.75	1,367.42	1,435.79	1,367.42	1,504.17	1,367.42	1,394.77	1,394.77	1,367.42	1,504.17		16,805.63
Sal	29.70	30.00	29.40	29.70	31.19	29.70	32.67	29.70	30.29	30.29	29.70	32.67		365.01
Pimienta (sobre)	270.00	272.70	267.30	270.00	283.50	270.00	297.00	270.00	275.40	275.40	270.00	297.00		3,318.30
Orégano	225.45	227.70	223.20	225.45	236.72	225.45	248.00	225.45	229.96	229.96	225.45	248.00		2,770.78
Limón	60.75	61.36	60.14	60.75	63.79	60.75	66.83	60.75	61.97	61.97	60.75	66.83		746.62
Culantro	224.10	226.34	221.86	224.10	235.31	224.10	246.51	224.10	228.58	228.58	224.10	246.51		2,754.19
Aceite	2,565.00	2,590.65	2,539.35	2,565.00	2,693.25	2,565.00	2,821.50	2,565.00	2,616.30	2,616.30	2,565.00	2,821.50		31,523.85
Chiltoma	1,900.80	1,919.81	1,881.79	1,900.80	1,995.84	1,900.80	2,090.88	1,900.80	1,938.82	1,938.82	1,900.80	2,090.88		23,360.83
Apio	449.98	454.48	445.48	449.98	472.48	449.98	494.98	449.98	458.98	458.98	449.98	494.98		5,530.28
<b>Subtotal</b>	<b>C\$ 10,023.12</b>	<b>C\$ 10,123.35</b>	<b>C\$ 9,922.88</b>	<b>C\$ 10,023.12</b>	<b>C\$ 10,524.27</b>	<b>C\$ 10,023.12</b>	<b>C\$ 11,025.43</b>	<b>C\$ 10,023.12</b>	<b>C\$ 10,223.58</b>	<b>C\$ 10,223.58</b>	<b>C\$ 10,023.12</b>	<b>11,025.43</b>		<b>123,184.09</b>
<b>Total CIF</b>	<b>C\$ 15,411.21</b>	<b>C\$ 15,511.44</b>	<b>C\$ 15,310.98</b>	<b>C\$ 15,411.21</b>	<b>C\$ 15,912.36</b>	<b>C\$ 15,411.21</b>	<b>C\$ 16,413.52</b>	<b>C\$ 15,411.21</b>	<b>C\$ 15,611.67</b>	<b>C\$ 15,611.67</b>	<b>C\$ 15,411.21</b>	<b>C\$ 16,413.52</b>		<b>C\$ 187,841.20</b>
<b>Costo Total</b>	<b>C\$ 35,839.02</b>	<b>C\$ 36,132.01</b>	<b>C\$ 35,546.03</b>	<b>C\$ 35,839.02</b>	<b>C\$ 37,303.96</b>	<b>C\$ 35,839.02</b>	<b>C\$ 38,768.91</b>	<b>C\$ 35,839.02</b>	<b>C\$ 36,425.00</b>	<b>C\$ 36,425.00</b>	<b>C\$ 35,839.02</b>	<b>C\$ 38,768.96</b>		<b>C\$ 438,564.94</b>

Tabla 97 Costos de producción anual de Brochetas de conejo

Comedor "La Mardriguera del Conejo, S.A"													
Estructura de Costos año 2021													
Asados de Carne de Conejo													
Descripcion	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
<b>Materiales directos</b>													
<b>(Costo Variable)</b>													
Carne de conejo	C\$ 25,169.76	C\$ 25,421.46	C\$ 24,918.06	C\$ 25,169.76	C\$ 26,428.25	C\$ 25,169.76	C\$ 27,686.74	C\$ 25,169.76	C\$ 25,673.16	C\$ 25,673.16	C\$ 25,169.76	C\$ 27,686.74	C\$ 309,336.35
Arroz	1,666.76	1,683.43	1,650.09	1,666.76	1,750.10	1,666.76	1,833.44	1,666.76	1,700.09	1,700.09	1,666.76	1,833.44	20,484.47
Lechuga	2,772.00	2,799.72	2,744.28	2,772.00	2,910.60	2,772.00	3,049.20	2,772.00	2,827.44	2,827.44	2,772.00	3,049.20	34,067.88
Tomate	5,355.00	5,408.55	5,301.45	5,355.00	5,622.75	5,355.00	5,890.50	5,355.00	5,462.10	5,462.10	5,355.00	5,890.50	65,812.95
Plátanos	1,606.50	1,622.57	1,590.44	1,606.50	1,686.83	1,606.50	1,767.15	1,606.50	1,638.63	1,638.63	1,606.50	1,767.15	19,743.89
<b>Subtotal</b>	<b>C\$ 36,570.02</b>	<b>C\$ 36,935.72</b>	<b>C\$ 36,204.32</b>	<b>C\$ 36,570.02</b>	<b>C\$ 38,398.52</b>	<b>C\$ 36,570.02</b>	<b>C\$ 40,227.02</b>	<b>C\$ 36,570.02</b>	<b>C\$ 37,301.42</b>	<b>C\$ 37,301.42</b>	<b>C\$ 36,570.02</b>	<b>C\$ 40,227.02</b>	<b>C\$ 449,445.54</b>
<b>Mano de Obra Directa</b>													
<b>(Costo Fijo)</b>													
Cocinera	C\$ 2,688.00	C\$ 32,256.00											
<b>Subtotal</b>	<b>C\$ 2,688.00</b>	<b>C\$ 32,256.00</b>											
<b>Costos Indirectos de Fabricacion</b>													
<b>Costos fijos</b>													
<b>Mano de Obra Indirecta</b>													
Ayudante de cocina	2,579.36	2,579.36	2,579.36	2,579.36	2,579.36	2,579.36	2,579.36	2,579.36	2,579.36	2,579.36	2,579.36	2,579.36	30,952.32
Mesero	1,344.00	1,344.00	1,344.00	1,344.00	1,344.00	1,344.00	1,344.00	1,344.00	1,344.00	1,344.00	1,344.00	1,344.00	16,128.00
<b>Subtotal</b>	<b>C\$ 3,923.36</b>	<b>C\$ 47,080.32</b>											
<b>Servicios Basicos</b>													
Servicio de Energia electrica	C\$ 672.00	C\$ 8,064.00											
Servicio de Agua	235.20	235.20	235.20	235.20	235.20	235.20	235.20	235.20	235.20	235.20	235.20	235.20	2,822.40
Internet	194.51	194.51	194.51	194.51	194.51	194.51	194.51	194.51	194.51	194.51	194.51	194.51	2,334.11
<b>Subtotal</b>	<b>C\$ 1,101.71</b>	<b>C\$ 13,220.51</b>											

Otros Costos													
Impuestos de la Alcaldía	224.00	224.00	224.00	224.00	224.00	224.00	224.00	224.00	224.00	224.00	224.00	224.00	2,688.00
Limpieza Pública	28.00	28.00	28.00	28.00	28.00	28.00	28.00	28.00	28.00	28.00	28.00	28.00	336.00
DGI	168.00	168.00	168.00	168.00	168.00	168.00	168.00	168.00	168.00	168.00	168.00	168.00	2,016.00
Gas Butano (70%)	182.00	182.00	182.00	182.00	182.00	182.00	182.00	182.00	182.00	182.00	182.00	182.00	2,184.00
Gas Propano (70%)	105.00	105.00	105.00	105.00	105.00	105.00	105.00	105.00	105.00	105.00	105.00	105.00	1,260.00
Carbon (70%)	3,220.00	3,220.00	3,220.00	3,220.00	3,220.00	3,220.00	3,220.00	3,220.00	3,220.00	3,220.00	3,220.00	3,220.00	38,640.00
Prestaciones sociales	1,652.84	1,652.84	1,652.84	1,652.84	1,652.84	1,652.84	1,652.84	1,652.84	1,652.84	1,652.84	1,652.84	1,652.84	19,834.08
INSS Patronal	1,421.44	1,421.44	1,421.44	1,421.44	1,421.44	1,421.44	1,421.44	1,421.44	1,421.44	1,421.44	1,421.44	1,421.44	17,057.31
Amortización de activos diferidos	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	1,906.32
Depreciaciones	175.19	175.19	175.19	175.19	175.19	175.19	175.19	175.19	175.19	175.19	175.19	175.19	2,102.28
<b>Subtotal</b>	<b>C\$ 7,335.33</b>	<b>C\$ 88,023.99</b>											
<b>Costos variables</b>													
<b>Materiales Indirectos</b>													
Cebolla de tallo	C\$ 535.29	C\$ 540.64	C\$ 529.93	C\$ 535.29	C\$ 562.05	C\$ 535.29	C\$ 588.81	C\$ 535.29	C\$ 545.99	C\$ 545.99	C\$ 535.29	C\$ 588.81	6,578.66
Cebolla dulce	1,396.42	1,410.38	1,382.46	1,396.42	1,466.24	1,396.42	1,536.06	1,396.42	1,424.35	1,424.35	1,396.42	1,536.06	17,162.00
Zanahoria	2,120.15	2,141.35	2,098.95	2,120.15	2,226.16	2,120.15	2,332.17	2,120.15	2,162.55	2,162.55	2,120.15	2,332.17	26,056.66
Naranja Agria	2,142.00	2,163.42	2,120.58	2,142.00	2,249.10	2,142.00	2,356.20	2,142.00	2,184.84	2,184.84	2,142.00	2,356.20	26,325.18
Ajo	642.60	649.03	636.17	642.60	674.73	642.60	706.86	642.60	655.45	655.45	642.60	706.86	7,897.55
Cúrcuma	3,190.65	3,222.56	3,158.75	3,190.65	3,350.19	3,190.65	3,509.72	3,190.65	3,254.47	3,254.47	3,190.65	3,509.72	39,213.14
Sal	69.30	69.99	68.61	69.30	72.77	69.30	76.23	69.30	70.69	70.69	69.30	76.23	851.70
Pimienta (sobre)	630.00	636.30	623.70	630.00	661.50	630.00	693.00	630.00	642.60	642.60	630.00	693.00	7,742.70
Orégano	526.05	531.31	520.79	526.05	552.35	526.05	578.66	526.05	536.57	536.57	526.05	578.66	6,465.15
Limón	141.75	143.17	140.33	141.75	148.84	141.75	155.93	141.75	144.59	144.59	141.75	155.93	1,742.11
Culantro	522.90	528.13	517.67	522.90	549.05	522.90	575.19	522.90	533.36	533.36	522.90	575.19	6,426.44
Aceite	5,985.00	6,044.85	5,925.15	5,985.00	6,284.25	5,985.00	6,583.50	5,985.00	6,104.70	6,104.70	5,985.00	6,583.50	73,555.65
Chiltoma	4,435.20	4,479.55	4,390.85	4,435.20	4,656.96	4,435.20	4,878.72	4,435.20	4,523.90	4,523.90	4,435.20	4,878.72	54,508.61
Apio	1,049.96	1,060.46	1,039.46	1,049.96	1,102.46	1,049.96	1,154.95	1,049.96	1,070.96	1,070.96	1,049.96	1,154.95	12,903.98
<b>Subtotal</b>	<b>C\$ 23,387.27</b>	<b>C\$ 23,621.14</b>	<b>C\$ 23,153.40</b>	<b>C\$ 23,387.27</b>	<b>C\$ 24,556.63</b>	<b>C\$ 23,387.27</b>	<b>C\$ 25,726.00</b>	<b>C\$ 23,387.27</b>	<b>C\$ 23,855.01</b>	<b>C\$ 23,855.01</b>	<b>C\$ 23,387.27</b>	<b>25,726.00</b>	<b>287,429.54</b>
<b>Total CIF</b>	<b>C\$ 35,747.67</b>	<b>C\$ 35,981.54</b>	<b>C\$ 35,513.80</b>	<b>C\$ 35,747.67</b>	<b>C\$ 36,917.04</b>	<b>C\$ 35,747.67</b>	<b>C\$ 38,086.40</b>	<b>C\$ 35,747.67</b>	<b>C\$ 36,215.42</b>	<b>C\$ 36,215.42</b>	<b>C\$ 35,747.67</b>	<b>C\$ 38,086.40</b>	<b>C\$ 435,754.37</b>
<b>Costo Total</b>	<b>C\$ 75,005.69</b>	<b>C\$ 75,605.26</b>	<b>C\$ 74,406.12</b>	<b>C\$ 75,005.69</b>	<b>C\$ 78,003.56</b>	<b>C\$ 75,005.69</b>	<b>C\$ 81,001.42</b>	<b>C\$ 75,005.69</b>	<b>C\$ 76,204.84</b>	<b>C\$ 76,204.84</b>	<b>C\$ 75,005.69</b>	<b>C\$ 81,001.42</b>	<b>C\$ 917,455.91</b>

Tabla 98 Costos de producción anual de asados de carne de conejo

Comedor "La Mardiguera del Conejo, S.A."													
Estructura de Costos año 2021													
Asados de Carne de Conejo													
Descripcion	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
<b>Materiales directos</b>													
(Costo Variable)	900	909	891	900	945	900	990	900	918	918	900	990	11,061
Azucar	C\$ 1,431.00	C\$ 1,445.31	C\$ 1,416.69	C\$ 1,431.00	C\$ 1,502.55	C\$ 1,431.00	C\$ 1,574.10	C\$ 1,431.00	C\$ 1,459.62	C\$ 1,459.62	C\$ 1,431.00	C\$ 1,574.10	C\$ 17,586.99
naranja	477.00	481.77	472.23	477.00	500.85	477.00	524.70	477.00	486.54	486.54	477.00	524.70	5,862.33
piña	229.50	231.80	227.21	229.50	240.98	229.50	252.45	229.50	234.09	234.09	229.50	252.45	2,820.56
calala	288.00	290.88	285.12	288.00	302.40	288.00	316.80	288.00	293.76	293.76	288.00	316.80	3,539.52
jamaica	39.68	40.08	39.29	39.68	41.67	39.68	43.65	39.68	40.48	40.48	39.68	43.65	487.71
<b>Subtotal</b>	<b>C\$ 2,465.18</b>	<b>C\$ 2,489.84</b>	<b>C\$ 2,440.53</b>	<b>C\$ 2,465.18</b>	<b>C\$ 2,588.44</b>	<b>C\$ 2,465.18</b>	<b>C\$ 2,711.70</b>	<b>C\$ 2,465.18</b>	<b>C\$ 2,514.49</b>	<b>C\$ 2,514.49</b>	<b>C\$ 2,465.18</b>	<b>C\$ 2,711.70</b>	<b>C\$ 30,297.10</b>
<b>Mano de Obra Directa</b>													
(Costo Fijo)													
Cocinera	C\$ 960.00	C\$ 11,520.00											
<b>Subtotal</b>	<b>C\$ 960.00</b>	<b>C\$ 11,520.00</b>											
<b>Costos Indirectos de Fabricacion</b>													
Costos fijos													
<b>Mano de Obra Indirecta</b>													
Ayudante de cocina	921.20	921.20	921.20	921.20	921.20	921.20	921.20	921.20	921.20	921.20	921.20	921.20	11,054.40
Mesero	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00	5,760.00
<b>Subtotal</b>	<b>C\$ 1,401.20</b>	<b>C\$ 16,814.40</b>											
<b>Servicios Basicos</b>													
Servicio de Energia electrica	C\$ 240.00	C\$ 2,880.00											
Servicio de Agua	84.00	84.00	84.00	84.00	84.00	84.00	84.00	84.00	84.00	84.00	84.00	84.00	1,008.00
Internet	69.47	69.47	69.47	69.47	69.47	69.47	69.47	69.47	69.47	69.47	69.47	69.47	833.61
<b>Subtotal</b>	<b>C\$ 393.47</b>	<b>C\$ 4,721.61</b>											
<b>Otros Costos</b>													
Impuestos de la Alcaldia	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	960.00
Limpieza Publica	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	120.00
DGI	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	720.00
Prestaciones sociales	590.30	590.30	590.30	590.30	590.30	590.30	590.30	590.30	590.30	590.30	590.30	590.30	7,083.60
INSS Patronal	507.66	507.66	507.66	507.66	507.66	507.66	507.66	507.66	507.66	507.66	507.66	507.66	6,091.90
Amortización de activos diferidos	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	158.86	1,906.32
Depreciaciones	62.57	62.57	62.57	62.57	62.57	62.57	62.57	62.57	62.57	62.57	62.57	62.57	750.82
<b>Subtotal</b>	<b>C\$ 1,469.39</b>	<b>C\$ 17,632.63</b>											
<b>Costos variables</b>													
<b>Total CIF</b>	<b>C\$ 3,264.05</b>	<b>C\$ 39,168.64</b>											
<b>Costo Total</b>	<b>C\$ 6,689.24</b>	<b>C\$ 6,713.89</b>	<b>C\$ 6,664.59</b>	<b>C\$ 6,689.24</b>	<b>C\$ 6,812.50</b>	<b>C\$ 6,689.24</b>	<b>C\$ 6,935.76</b>	<b>C\$ 6,689.24</b>	<b>C\$ 6,738.54</b>	<b>C\$ 6,738.54</b>	<b>C\$ 6,689.24</b>	<b>C\$ 6,935.76</b>	<b>C\$ 80,985.75</b>

Tabla 99 Estructura de costos anual de Refrescos

#### 4.5.2.4. Punto de equilibrio

##### ❖ Punto de equilibrio anual

A continuación se proporcionan los datos correspondientes al punto de equilibrio de cada producto para un periodo anual sobre las unidades físicas que se necesitan vender para que la microempresa se encuentre en un punto en el que no gane ni pierda:

	<b>La Madriguera del Conejo, S.A</b>
<b>Punto de equilibrio para varios productos</b>	

<b>Líneas o productos</b>	<b>Asados en piezas</b>	<b>Brochetas</b>	<b>Refrescos Naturales</b>	<b>Total</b>
<b>Precio de Venta</b>	C\$ 210	C\$ 240.00	C\$ 11.00	C\$ 461.00
<b>Costo Variable</b>	C\$ 95.17	108.52	2.74	C\$ 206.43
<b>Margen de Contribución</b>	C\$ 114.83	C\$ 131.48	C\$ 8.26	C\$ 254.57
<b>% de participación</b>	56%	24%	20%	100%
<b>Margen de Contribución ponderado</b>	64.30	31.56	1.66	<b>97.52</b>
<b>Unidades</b>	<b>1,826.58</b>	<b>782.82</b>	<b>655.61</b>	<b>3,265.01</b>

Fuente: Equipo Investigador

#### COMPROBACION

#### Estado de Resultado

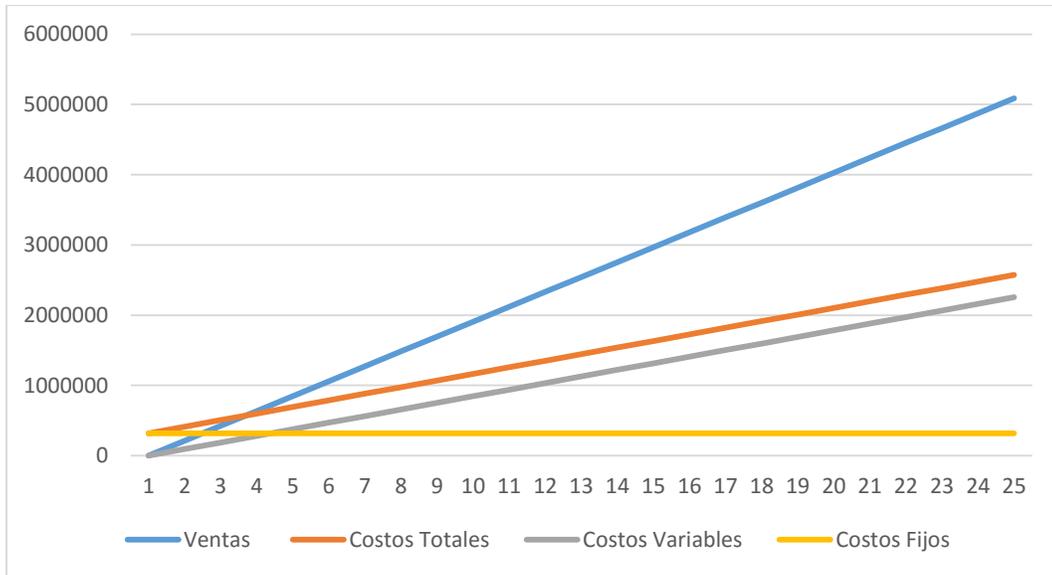
	<b>Asados en piezas</b>	<b>Brochetas</b>	<b>Refrescos Naturales</b>	<b>Total</b>
<b>Ventas</b>	<b>C\$ 383,581.56</b>	<b>C\$ 187,877</b>	<b>C\$ 7,212</b>	<b>C\$ 578,670</b>
<b>Costo de venta</b>	<b>C\$ 173,835.51</b>	<b>C\$ 84,951.57</b>	<b>C\$ 1,796.38</b>	<b>C\$ 260,583</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>C\$ 209,746.05</b>	<b>C\$102,925.11</b>	<b>C\$ 5,415.35</b>	<b>C\$ 318,087</b>
<b>Costos Fijos</b>				<b>C\$ 318,087</b>
<b>Utilidad</b>				<b>C\$ -</b>

**Fórmula** = 
$$\frac{\text{Costos fijos anuales}}{\text{Precio de Venta unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

**Fórmula** = 
$$\frac{\text{Costos fijos anuales}}{\text{Suma de margen de contribución ponderado}}$$

= 
$$\frac{\text{C\$ 318,087}}{97.52}$$

= 3262



Grafica 15 Comparación de ventas con los costos

#### 4.5.2.5. Presupuesto de efectivo

 <b>Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A."</b>				
<b>Presupuesto de Efectivo</b>				
<b>Concepto</b>	<b>Año 2021</b>	<b>Año 2022</b>	<b>Año 2023</b>	<b>Total</b>
<b>Saldo Inicial</b>	C\$ 397,726.89	C\$1,129,275.80	C\$1,927,114.11	C\$3,454,116.80
<b>Ingresos por venta</b>	<b>C\$2,544,030.00</b>	<b>C\$2,772,992.70</b>	<b>C\$3,022,562.04</b>	<b>C\$8,339,584.74</b>
otros ingresos		-	-	-
<b>Disponibilidad</b>	<b>C\$2,941,756.89</b>	<b>C\$3,902,268.50</b>	<b>C\$4,949,676.16</b>	<b>C\$11,793,701.54</b>
<b>Egresos</b>				
Materia Prima Directa	C\$ 716,642.38	C\$ 781,140.19	C\$ 851,442.81	C\$ 2,349,225.38
Mano de Obra Directa	53,251.46	58,044.09	63,268.06	174,563.60
CIF	641,485.17	699,218.84	762,148.54	2,102,852.55
Gasto de administración	C\$ 257,918.46	281,131.12	306,432.92	845,482.50
Gastos de venta	138,183.62	150,620.14	164,175.96	452,979.72
<b>Total Egresos</b>	<b>C\$1,807,481.09</b>	<b>C\$1,970,154.39</b>	<b>C\$ 2,147,468.28</b>	<b>C\$ 5,925,103.75</b>
<b>Disponibilidad Efectiva banco</b>	<b>C\$1,134,275.80</b>	<b>C\$1,932,114.11</b>	<b>C\$2,802,207.88</b>	<b>C\$5,868,597.79</b>
Caja Mínima Requerida	C\$5,000.00	C\$5,000.00	C\$5,000.00	C\$15,000.00
<b>Excedente o Déficit sobre la caja mínima</b>	<b>C\$1,129,275.80</b>	<b>C\$1,927,114.11</b>	<b>C\$2,797,207.88</b>	<b>C\$5,853,597.79</b>
<b>Disponibilidad Neta Final</b>	<b>C\$1,129,275.80</b>	<b>C\$1,927,114.11</b>	<b>C\$2,797,207.88</b>	<b>C\$5,853,597.79</b>

Tabla 100 Presupuesto de efectivo

Fuente: Equipo Investigador

El presupuesto de efectivo proporciona información sobre los datos correspondientes a los ingresos que obtendrá la microempresa "La Madriguera del Conejo" en los primeros tres años de su ciclo de operación, así como, los egresos en los que se incurrirán, con la finalidad de poder corregir las acciones a realizar en caso de presentar dificultades en un futuro y prever riesgos para tener mayores oportunidades en la toma de decisiones.

#### 4.5.2.6. Estados financieros proyectados

Tabla 101 Estado de Situación Financiera de Apertura

Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"		
Estado de Situación Financiera de Apertura		
Enero de 2021		
Expresado en córdobas		
<b>Activos</b>		
<b>Corrientes</b>		
Efectivo en caja y banco	C\$	397,726.89
cuentas por cobrar		
Inventarios	-	
<b>Sub total Activo Corriente</b>	-	<b><u>C\$397,726.89</u></b>
<b>No Corriente</b>		
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$69,415.00	
Maquinaria	32,345.00	
<b>Sub total No Corriente</b>	-	<b><u>C\$101,760.00</u></b>
<b>Otros Activos</b>		
Gastos de organización	C\$	11,866.09
Gastos de instalación		9,080.00
Publicidad al inicio de operaciones		4,481.76
papelería y útiles de oficina		2,286.30
Gastos de Materiales y suministros		21,969.35
Gastos por otros utensilios y suministros		<u>7,505.00</u>
<b>Sub total otros Activos</b>	-	<b><u>C\$ 57,188.50</u></b>
<b>Total Activos</b>	-	<b><u>C\$556,675.39</u></b>
<b>Pasivo</b>		
<b>Corrientes</b>		
Proveedores		
<b>Total Pasivos</b>		
<b>Capital Social</b>		
<b>Capital Contable</b>	<b><u>C\$</u></b>	<b><u>556,675.39</u></b>
<b>Total Capital</b>	-	<b><u>C\$556,675.39</u></b>
<b>Total Pasivo más Capital</b>	-	<b><u>C\$556,675.39</u></b>

Elaborado por

Revisado por

Autorizado por

Fuente: Equipo Investigador

Tabla 102 Estado de Resultados Proyectado

<b>Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"</b>			
<b>Estado de Resultado Proyectado</b>			
<b>Del 01 al 31 de Enero</b>			
<b>Expresado en Córdoba</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Año 1- 2021</b>	<b>Año 2- 2022</b>	<b>Año 3-2023</b>
Ventas totales	C\$2,544,030.00	C\$2,772,992.70	C\$3,022,562.04
Costo de producción	<u>1,437,006.59</u>	<u>1,566,337.19</u>	<u>1,707,307.53</u>
<b>Utilidad bruta</b>	<b>C\$1,107,023.41</b>	<b>C\$1,206,655.51</b>	<b>C\$1,315,254.51</b>
<b>Gastos de Operación</b>			
Gastos de venta	C\$152,945.29	C\$ 171,298.72	C\$ 191,854.57
Gastos de administración	<u>C\$309,307.22</u>	<u>346,424.09</u>	<u>387,994.98</u>
<b>Total Gasto operativo</b>	<b>C\$462,252.51</b>	<b>C\$ 517,722.81</b>	<b>C\$ 579,849.55</b>
<b>Utilidad /perdida de operación</b>	<b>C\$644,770.90</b>	<b>C\$ 688,932.70</b>	<b>C\$ 735,404.96</b>
Otros ingresos		-	-
Otros gastos		-	-
<b>Utilidad / perdida antes de impuesto</b>	<b>C\$644,770.90</b>	<b>C\$ 688,932.70</b>	<b>C\$ 735,404.96</b>

Elaborado por

Revisado por

Autorizado por

Fuente: Equipo Investigador

<b>Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"</b>			
<b>Estado de Situación Financiera</b>			
<b>Al 31 de Diciembre de 2021</b>			
<b>Expresado en córdobas</b>			
<b><u>Activos</u></b>			
<b>Corriente</b>			
Efectivo en Caja y Banco	C\$ 1,134,275.80		
Cuentas por Cobrar			
Inventarios			
<b>Sub total Activo Corriente</b>		<b>C\$ 1,134,275.80</b>	
<b>No Corriente</b>			
Maquinaria Y Utensilios	32,345.00		
Mobiliario y Equipo de oficina	69,415.00		
Depreciación de activo no corriente	C\$32,546.26		
<b>Sub total No Corriente</b>		<b>69,213.74</b>	
<b>Otros Activos</b>			
Gastos Organización	C\$11,866.09		
gastos de instalación	9,080.00		
Publicidad al inicio de las operaciones	4,481.76		
papelería y útiles de oficina	2,286.30		
Gastos de Materiales y suministros	21,969.35		
Gastos por otros utensilios y suministros	7,505.00		
Amortización de otros activos	<u>19,062.96</u>		
<b>Sub total Otros Activos</b>		<b><u>C\$38,125.54</u></b>	
<b>Total Activos</b>			<b><u>C\$1,241,615.08</u></b>
<b><u>Pasivo</u></b>			
<b>Corriente</b>			
gastos acumulados por pagar	<u>C\$ 40,168.79</u>		
<b>Total Pasivos</b>		<b>C\$ 40,168.79</b>	
<b><u>Capital Social</u></b>			
<b>Capital Contable</b>	C\$ 556,675.39		
<b>Utilidad Neta del Ejercicio</b>	<u>C\$644,770.90</u>		
<b>Total Patrimonio</b>		<b><u>C\$ 1,201,446.29</u></b>	
<b>Total Pasivo más capital</b>			<b><u>C\$ 1,241,615.08</u></b>

Elaborado por

Revisado por

Autorizado por

Tabla 103 Estado de Situación Financiera Proyectado

### 4.5.3. Evaluación financiera

#### 4.5.3.1. Indicadores de viabilidad

“Son indicadores financieros que se utilizan para evaluar la capacidad de una empresa para generar ganancias en comparación con sus gastos y otros costes relevantes durante un periodo de tiempo específico” (Esteve, 2018).

##### 4.5.3.1.1. Utilidad líquida

✚ **Margen de utilidad bruta: utilidad bruta / ventas netas=\*100**

$$UB = 1,107,023.41 / 2,544,030.00$$

$$UB = 0.4351 * 100$$

$$UB = 43.51\%$$

Este porcentaje representa el beneficio que se obtiene por la venta de los platos que ofrece la microempresa “La Madriguera del Conejo, S. A.” sobre los costos de las materias primas para su elaboración.

✚ **Margen Operacional= Utilidad Operacional / Ventas = \*100**

$$= C\$ 644,770.90 / 2,544,030.00$$

$$= 0.2534 * 100$$

$$= 25.34\%$$

El porcentaje resultante de la aplicación de este indicador plantea el funcionamiento de las operaciones propias de la microempresa, o bien, como esta se autoabastece si depender de otras actividades que no sean propias del giro del negocio.

✚ **Margen neto de utilidad= Utilidad neta / Ventas netas**

$$= C\$ 644,770.90 / 2,544,030.00$$

$$= 0.2534 \times 100$$

$$= 25.34 \%$$

Este porcentaje representa la utilidad resultante una vez realizado los pagos de las operaciones originadas en el negocio como gastos, préstamos, obligaciones o impuestos que pertenezcan a las actividades de la misma.

#### 4.5.3.1.2. Rentabilidad

Según el blog SIIGO define la rentabilidad como lo siguiente: Las ganancias obtenidas de una inversión de recursos o dinero se denominan rentabilidad. La rentabilidad de una empresa se mide mediante una serie de indicadores que determinan la efectiva administración de gastos y costos. Al determinar los indicadores de rentabilidad la toma de decisiones se basa en información confiable que permite un buen análisis de las actividades de la empresa (Siigo, 2019)

#### 4.5.3.1.3. Tiempo de retorno de la inversión

“Es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente. Puede revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial” (conexionesan, 2017).

$$\text{ROI} = \frac{\text{ingresos} - \text{gastos}}{\text{gastos}}$$

 <b>Comedor “La Madriguera del Conejo, S.A”</b>			
<b>Calculo del ROI (ROI por periodos)</b>			
	<b>Años</b>		
	<b>Año 1 - 2021</b>	<b>Año 2- 2022</b>	<b>Año 3 - 2023</b>
Ingresos Netos	C\$2,544,030.00	C\$2,772,992.70	C\$3,022,562.04
Gastos Netos	462,252.51	517,722.81	579,849.55
R.O.I. 1 año	4.50		
R.O.I. 2 años	4.36		
R.O.I. 3 años	4.21		

#### 4.5.3.2. Evaluación de la inversión

##### 4.5.3.2.1. Flujo de fondos

El flujo de fondos es la cantidad de dinero, en efectivo y en crédito, fluyendo dentro y fuera de un negocio. Un flujo de fondos positivo es más dinero entrando que saliendo y un flujo negativo es menos entrando que el necesario para cubrir los gastos del negocio. (Shopify)

 <b>Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A"</b>				
<b>Flujo de fondos</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Años</b>			
	<b>0</b>	<b>Año 1 -2021</b>	<b>Año 2- 2022</b>	<b>Año 3- 2023</b>
Ingresos por ventas		C\$2,544,030.00	C\$2,772,992.70	C\$3,022,562.04
Costos de Producción		1,437,006.59	1,566,337.19	1,707,307.53
<b>Utilidad Bruta</b>		<b>C\$1,107,023.41</b>	<b>C\$1,206,655.51</b>	<b>C\$1,315,254.51</b>
Gastos de Administración		C\$309,307.22	346,424.09	387,994.98
Gastos de Ventas		C\$152,945.29	171,298.72	191,854.57
<b>Utilidad Antes de Impuesto</b>		<b>C\$644,770.90</b>	<b>C\$688,932.70</b>	<b>C\$735,404.96</b>
Depreciación		-C\$32,546.10	- 32,546.10	- 32,546.10
Amortización		- 19,062.96	- 19,062.96	- 19,062.96
Inversión Fija	-C\$ 101,760.00			
Inversión Diferida	- 57,188.50			
Capital de Trabajo	- 397,726.89			
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>-C\$ 556,675.39</b>	<b>C\$593,161.84</b>	<b>C\$637,323.64</b>	<b>C\$683,795.90</b>

Tabla 104 Flujo de fondos del Comedor

Fuente: Equipo Investigador

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

El valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable (ConexionEsan, 2017).

Descripción	Años			
	0	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Inversión Inicial	-C\$556,675.39			
Flujo Neto de Efectivo		C\$593,161.84	C\$ 637,323.64	C\$ 683,795.90

Tasa de descuento al 20%

<b>VAN</b>	<b>C\$ 775,927.23</b>
------------	-----------------------

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

“La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto” (Sevilla Arias).

Descripción	Años			
	0	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Inversión Inicial	-C\$ 556,675.39			
Flujo Neto de Efectivo		C\$ 593,161.84	C\$ 637,323.64	C\$ 683,795.90

Tasa de descuento al 20%

<b>VAN</b>	<b>C\$ 775,927.23</b>
<b>TIR</b>	<b>96.58%</b>

#### *4.5.3.3. Evaluación del plan de negocios (Valoración financiera cualitativa)*

La gestión financiera realizada al plan de negocio con enfoque de emprendimiento denominado El Comedor "La Madriguera del Conejo, S.A", ha permitido determinar y analizar la información obtenida a fin de plantear la inversión total correspondiente a los activos no corrientes para las áreas de producción, administración y ventas, necesarios para iniciar operaciones. Así como, los activos intangibles que se originaran para establecer el negocio bajo las disposiciones legales oportunas y de ciertos insumos necesarios para cada área, de igual forma, se presenta el capital de trabajo, en el que se incluyen la materia prima para la producción y los pagos correspondientes a la nómina en concepto de un periodo de tiempo trimestral.

El indicador de viabilidad de la utilidad líquida, exponen los porcentajes que representa el beneficio que se obtiene por la venta de los platos que ofrece la microempresa "La Madriguera del Conejo, S. A" sobre los costos de las materias primas para su elaboración en base al indicador de la utilidad bruta.

El porcentaje resultante de la aplicación del indicador de la utilidad operacional plantea el funcionamiento de las operaciones propias de la microempresa, o bien, como esta se autoabastece si depender de otras actividades que no sean propias del giro del negocio para lo cual la microempresa posee un porcentaje del 25.34% de utilidad para no depender de otras actividades diferentes a las del negocio.

El indicador del margen neto de utilidad resulto en un índice de 25.34 % el cual, representa la utilidad proveniente después de los pagos de gastos y otras obligaciones que posea la microempresa durante un periodo determinado.

Debido a que, el valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que ayuda a mostrar los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá el emprendimiento, en el cual se le descontara la inversión inicial que se realizó en el año cero para la evaluación de los futuros años, se observa la ganancia que quedara en el tiempo después de la inversión, determinando la viabilidad del proyecto para lo que se ha determinado una VAN correspondiente a C\$ 775, 927.23

La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de descuento que obtendrá el proyecto por medio de este indicador encontramos el Beneficio Neto de la microempresa según su rentabilidad, es decir

el crecimiento que tendrá el proyecto durante el transcurso del tiempo para lo cual se obtuvo una TIR de 96.58 %

Ahora bien, cada uno de los indicadores de viabilidad y de la evaluación de la inversión permitirá la toma de decisiones, con respecto a si la idea de negocio puede ser ejecutada de tal manera que permita obtener resultados satisfactorios para quienes deseen llevarla a cabo, así como, el conocimiento de los posibles riesgos que se originen.

Cabe destacar que el plan proporciona resultados satisfactorios, ya que, presenta una recuperación favorable de la inversión inicial para poder ejecutar el emprendimiento, además se logra cubrir los costos y gastos originados a lo largo del periodo, y no se requiere de una inversión inicial de difícil acceso, ya que son maquinarias, insumos y actividades frecuentes en su mayoría, excepto por los proveedores de la carne de conejo, pero que de igual forma es posible consolidar el emprendimiento.

## 5. Conclusiones

Dentro del presente plan de negocio se puede señalar, como resultado de la investigación, sobre la viabilidad de la idea de emprendimiento de un comedor llamado **“La Madriguera del Conejo, S.A.”**, en el que se ofrecen platillos donde se incluya la carne de conejo lo siguiente:

Se logró realizar la gestión estratégica de la microempresa **“La Madriguera del Conejo, S.A.”** en la cual se definió todos los aspectos generales del entorno interno y externo del plan de negocio, destacando la idea de negocio para determinar y dar lugar al desarrollo de la misma.

Se elaboró la gestión del mercado para identificar la información necesaria en la toma de decisiones con respecto a los consumidores, competidores, proveedores logrando la aceptación del comedor **“La Madriguera del Conejo. S.A.”** a través de proyecciones y estrategias aplicadas para la viabilidad comercial del producto.

Se estructuró la gestión operativa para la microempresa **“La Madriguera del Conejo, S.A.”** donde se especificaron los costos de producción, mantenimiento de equipos y gastos generales de la misma, así como, los procesos de producción que se implicaran para la elaboración de los platillos, la distribución de las áreas de la microempresa y las buenas prácticas laborales requeridas para su implementación en el ámbito interno y externo del negocio.

Se implementó una estructura organizacional y un marco legal donde se definieron funciones y se establecieron leyes que permitieron la constitución formal de la microempresa dentro de la gestión organizacional, de igual forma se especificaron la estructura organizacional, la necesidad de personas, sus principales funciones y los equipos de oficina necesarios para la microempresa.

Se formalizó una gestión financiera para definir una inversión y presupuesto fijando la información financiera por medio de los indicadores de viabilidad del plan de negocio, que permitió determinar, ejecutar y evaluar datos que respaldan a la idea de negocio de otorgar óptimos resultados.

## 6. Bibliografía

- Alcaraz, R. (2000). *El Emprendedor De Exito* (3ra ed.). Mexico .
- Arias, J. (27 de junio de 2010). *BlogSpot*. Recuperado el 29 de mayo de 2017, de <http://jennyarias03.blogspot.com/2010/06/la-competencia.html>
- blog financiero*. (24 de Octubre de 2016). Recuperado el 14 de Noviembre de 2020, de Circulante.com: <https://circulante.com/finanzas-corporativas/que-es-un-proveedor>
- CADIN. (2012). *Guia de tramites y gestiones con gobierno*. Managua: Ardisa.
- Camps Rabada, D. (s.f.). *El Valor Nutritivo de la Carne de Conejo*. Recuperado el 07 de octubre de 2020, de El Valor Nutritivo de la Carne de Conejo: [https://ddd.uab.cat/pub/jcamps/jcampsactpro/jcampsactpro\\_187.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/jcamps/jcampsactpro/jcampsactpro_187.pdf)
- Carranza , F., Gutierrez, J., Gutierrez, L., Martinez, E., Molina, Y., Obando, A., . . . Velasquez, E. (2019). *Propuesta de proyecto de innovacion y emprendimiento para la fabricacion y comercializacion del producto innovador Capsula Moriquassia*. Jinotepe.
- Carranza, R., Espinoza, J., Meza, M., Romero, B., Sanchez, C., & Sandoval, W. (2015). *Plan de Negocio Multidisciplinario con enfoque de emprendimiento e innovación para la creación de la pequeña empresa “NUTRIVIDA” dedicada a la producción y comercialización de cereal natural a base de semilla de ojoche*. Jinotepe.
- Carrasco Oñate, C. (2015). *Experiencias de buenas practicas laborales*. Santiago, Chile. Recuperado el 14 de Noviembre de 2020
- CEI. (2010). *Manual Básico de Plan de Negocios para Pequeñas y Medianas Empresas Rurales*. Managua.
- Chiavenato, I. (2001). *ADMINISTRACION. Teoria, Proceso y Practica* (Tercera ed.). Colombia: Quebecor World Bogota, S.A.
- conexionesan. (24 de Enero de 2017). *El PRI: uno de os indicadores que mas llama la atencion de los inversionistas*. Recuperado el 06 de Enero de 2021, de El PRI: uno de os indicadores que mas llama la atencion de los inversionistas:

<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas>

ConexionEsan. (24 de Enero de 2017). *Fundamentos Financieros: el valor actual neto (VAN)*. Recuperado el 07 de 01 de 2021, de Fundamentos Financieros: el valor actual neto (VAN): <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van>

*Emprende Fx.com.* (s.f.). Recuperado el 15 de Diciembre de 2020, de <https://emprendefx.com/gastos-de-ventas/>

Espinosa, R. (16 de Enero de 2015). *robertoespinosa.es*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2020, de <https://robertoespinosa.es/2015/01/16/estrategias-de-marketing-concepto-tipos>

Esteve, J. (2018). *Zonavalu Club. ROA, ROE Y ROCE: Diferencias y Definicion*. Recuperado el 04 de 01 de 2021, de Zonavalu Club. ROA, ROE Y ROCE: Diferencias y Definicion: <https://zonavalu.com/estrategia/roa-roe-y-roce-diferencias-y-definicion>

Feijoo, I., Guerrero, J., & Garcia, J. (2018). *Marketing aplicado en el sector empresarial*. Machala, Ecuador: UTMACH.

Finanzas, T. y. (14 de 02 de 2017). *Presupuesto de produccion*. Recuperado el 06 de 01 de 2021, de Presupuesto de produccion: [https://www.tiposde.com/presupuesto\\_de\\_produccion.html](https://www.tiposde.com/presupuesto_de_produccion.html)

Garcia Marquez, G. (s.f.). *Significado de los colores en Marketing + Infografia*. Recuperado el 19 de septiembre de 2020, de Significado de los colores en Marketing + Infografia: [clientesonyoffline.es/significado-los-colores-marketing/](http://clientesonyoffline.es/significado-los-colores-marketing/)

Garcia, J. (23 de 03 de 2018). *Regimen fiscal de pymes en Nicaragua*. Obtenido de <https://itaxlegal.com/regimen-fiscal-pymes-nicaragua/>

González, N., López, M. E., & Aceves, J. (2013). *Elemento de un plan financiero*. colombia.

INIDE. (2010). *Censo Economico Urbano Carazo*. Obtenido de Censo Economico Urbano Carazo.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing Version Lationamericana* (DECIMO ed.).

*Ley General de higiene y seguridad del trabajo N° 618.* (2007). Recuperado el 07 de Noviembre de 2020

MEDRANO, R. (2013). *DOSSIER DE ORGANIZACION Y METODOS.*

Nunes, P. (2012). *Gastos.* Mexico.

Quiroa, M. (s.f.). *Economipedia/Proceso Productivo.* Recuperado el 18 de 11 de 2020, de Economipedia/Proceso Productivo: [economipedia.com](http://economipedia.com)

Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administracion* (Octava ed.). Mexico: Pearson Educacion de Mexico, S.A de C.V.

Romero Lopez, A. (2012). *Contabilidad Intermedia* (Tercera ed.). Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A de C.V.

Sevilla Arias, A. (s.f.). *Economipedia/ Tasa Interna de Retorno (TIR).* Recuperado el 07 de 01 de 2021, de Economipedia/ Tasa Interna de Retorno (TIR): <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>

Shopify. (s.f.). *Enciclopedia de negocios para empresas/ Flujo de Fondos.* Recuperado el 07 de 01 de 2021, de Enciclopedia de negocios para empresas/ Flujo de Fondos: <https://es.shopify.com/enciclopedia/flujo-de-fondos>

Siigo, C. d. (23 de Septiembre de 2019). *Indicadores de rentabilidad. Mide la rentabilidad de tu negocio.* Recuperado el 6 de 01 de 2021, de Indicadores de rentabilidad. Mide la rentabilidad de tu negocio: <https://www.siigo.com/blog/indicadores-de-rentabilidad/>

Váquiro, J. (07 de abril de 2010). *Pymesuturo.* Recuperado el 22 de octubre de 2017, de [www.pymesfuturo.com/PE\\_mezcla.htm](http://www.pymesfuturo.com/PE_mezcla.htm)

## 7. Anexos

### Anexo No. 1 – Metodología de la investigación de mercado para planes de negocios

#### Determinación del universo

##### Universo cualitativo

Personas económicamente activos entre las edades de 18 a más años residentes en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, que deseen degustar platillos en los que se incluya la carne de conejo realizado durante el segundo semestre del año 2020.

#### Población y muestra

##### Población.

##### Realización de la proyección

Ante de realizar el muestreo se debe de realizar la proyección de la población al año 2020 porque el último dato es del año 2010 según el censo Económico Urbano de Carazo con respecto al personal ocupado para esto se utilizara el método de mínimo cuadrado

$$P_p = P_o (1 + TAC)^n$$

- **Pp: población proyectada**

Este dato se obtendrá por medio de la utilización de la fórmula del mínimo de cuadrado.

- **Po: población inicial**

Para la obtención de estos datos se utilizó como referencia el censo Económico Urbano de Carazo del 2010 tomando en cuenta el segmento al que está dirigido a las edades entre:

Rango	Datos del censo del 2010
Trabajadores por cuenta propia	1,818
Propietarios y socios activos	636
Trabajadores remunerados	2,522
Total	4,976

- TAC: tasa anual de crecimiento (1.1%)

Este porcentaje se tomó la tasa de crecimiento poblacional de acuerdo a los datos del Banco Central de Nicaragua.

- n: intervalos de años (10 años)

Se tomó primero que todo, el último censo el año 2010 hasta nuestros días.

$$Pp = 4,976 (1+1.1\%)^{11}$$

$$Pp=4,976 (1.011)^{10}$$

$$Pp=4,976 (1.12787)$$

$$PP.=5,612$$

### Determinación del marco de muestra

$$n = \frac{Z^2 PQN}{E^2(N-1) + Z^2 PQ}$$

#### Formula 1: muestra

Dónde: n=muestra que sirve para realizar las encuesta

Z=intervalo de confianza

El intervalo de confianza es de 1.96 a un nivel de confianza del 95

E=margen de error se le conoce como es el intervalo donde se espera encontrar el dato que quiero medir de mi universo.

P=probabilidad que ocurra el evento es la proporción que espera encontrar. La razón de que esta p aparezca en la fórmula es que cuando una población es muy uniforme, la convergencia a una población normal es más precisa, lo que permite reducir el tamaño de muestra. La población se distribuye a partes iguales, por lo que p=50%.

Como regla general, usaremos  $p=50\%$  si no tengo ninguna información sobre el valor que espero encontrar.

$Q$ =probabilidad que no ocurra el evento  $N$ = población

$N$  =población

Es el universo que está constituido por un conjunto de todos los elementos que tienen una característica común. Una población puede ser finita o infinita. Es población finita cuando está delimitada y conocemos el número que la integra.

$$n = \frac{(1.96)^2(0.95)(0.05)(5,612)}{0.03^2 (5,612-1) + (1.96)^2(0.95)(0.05)}$$

$$n=196$$

Para conocer la demanda que puede tener nuestro producto se necesita ejecutar 196 encuestas, sin embargo, se elaborara un pilotaje de 50 encuestas en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo.

## **Estudio**

El estudio a utilizar dentro del diseño metodológico es de dos tipos de estudio el primero es descriptivo porque “ tales estudios se muestran, narran, reseñan o identifican hechos, situaciones, rasgos, características de un objeto de estudio, o se diseñan productos, modelos, prototipos, guías, etcétera, pero no se dan explicaciones o razones de las situaciones, los hechos, los fenómenos” (Torres, 2010) . En otra palabra nos permite describir los diferentes síntomas, causas, pronóstico y el control al pronóstico que se presenta sobre el plan emprendimiento de un comedor en el que se oferten platillos en los que se incluye la carne de conejo

Por último se utilizó el estudio analítico que expresa a través de herramientas de la calidad y encuestas realizadas al mercado meta que tiene el comedor “La Madriguera de Conejo, S.A”

## **Método y técnicas de investigación**

Los métodos a utilizar dentro de la investigación son:

1. La observación ayudara a la investigación del problema permitiendo así dar continuidad a la búsqueda de rasgos existentes en el mercado que conforma el objeto de estudio, permitiendo el proceso de conocimiento.
2. El inductivo tomando en cuenta la explicación de (Torres, 2010) “utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría.

### **Fuentes de información**

- **Fuentes primarias.**

Para la recopilación de información se usará la escrita y la visual de forma directa, para poder obtener información para llegar a iniciar el plan de emprendimiento sobre el comedor que ofrece platillos donde se incluya la carne de conejo, se encuentra:

1. Observación: es herramienta utilizada para obtener información directa sobre el fenómeno de estudio
2. Entrevistas: orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información. A diferencia de la encuesta, que se ciñe a un cuestionario, la entrevista, si bien puede soportarse en un cuestionario muy flexible, tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta. Durante la misma, puede profundizarse la información de interés para el estudio.
3. Encuesta: Es una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas.

- **Fuentes secundarias.**

Están representadas por las consultas bibliográficas o de documentos, a fin de obtener información teórica fundamental para abordar la investigación como:

1. Documentos: se utiliza al momento de recopilación de los datos que sirve para el marco referencial por ejemplo seminario que tiene semejanza al tema
2. Internet: este fue uno de los principales para obtener información en general sobre datos que permitieron obtener información como por ejemplo la determinación de la maquinaria.

## Anexos de gestión de mercado

### Anexo No. 2: Instrumento



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

## FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO

### FAREM CARAZO

#### Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

No. \_\_\_\_

Somos alumnos del V año de la carrera de licenciatura en Contaduría Pública y Finanzas y deseamos conocer la aceptación sobre el establecimiento de una comidería en la que se oferten platillos elaborados a base carne de conejo llamada **La Madriguera del Conejo**, ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo para el segundo semestre del año 2020.

Le agradecemos, su valiosa colaboración en brindarnos sus aportes para el logro de los objetivos del estudio.

A continuación, le presentamos una serie de preguntas y le sugerimos marcar con una X la respuesta correspondiente.

#### I. Datos Generales

##### 1. Sexo

Masculino

Femenino

##### 2. Rango de edad

18-25

36-45

26-35

45 más

##### 3. Zona

Rural

Urbana

**4. Nivel de ingreso mensual**

- a). Menos de C\$ 3,000.00  c). C\$ 5,001.00 a más   
b). C\$ 3,001.00 – C\$ 5,000.00

**46 El Producto**

**5. ¿Consume usted habitualmente carnes?**

Si  No

**6. ¿Qué tipo de carnes consume con mayor frecuencia? (enumere del 1 al 5, siendo 1 la de mayor frecuencia)**

- |                   |                          |            |                          |
|-------------------|--------------------------|------------|--------------------------|
| a. Carne de res   | <input type="checkbox"/> | d. pescado | <input type="checkbox"/> |
| b. Carne de pollo | <input type="checkbox"/> | e. otros   | <input type="checkbox"/> |
| c. Carne de cerdo | <input type="checkbox"/> |            |                          |

**7. ¿con que frecuencia va a restaurantes a comer?**

- |                         |                          |                   |                          |
|-------------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| a. Una vez por semana   | <input type="checkbox"/> | c- Cada 15 días   | <input type="checkbox"/> |
| b- Dos veces por semana | <input type="checkbox"/> | d. Una vez al mes | <input type="checkbox"/> |

**8. ¿Alguna vez ha consumido carne de conejo?**

Si  No

**9. Si su respuesta fue si a la pregunta anterior, ahora responda si ¿fue de su agrado el sabor de la carne de conejo?**

Si

No

**10. ¿Estaría usted dispuesto a comprar platillos a base de la carne de conejo en nuestro negocio?**

Si

No

**Si su respuesta fue si continúe**

**11. ¿Sabía usted, que la carne de conejo es de las más saludables debido a su bajo contenido de grasas, colesterol, sodio y calorías, y que aporta un buen contenido de proteínas por kilogramo de carne consumido en comparación con otras de consumo más común?**

Si

No

**12. ¿Qué platillos a base de la carne de conejo le gustaría degustar en nuestra comidería?**

a. Conejo asado

b. Conejo horneado

c. Brochetas de conejo

d. Otras

Especifique: \_\_\_\_\_

**13. ¿Con que tipo de ensalada le gustaría que sea acompañada el platillo?**

a. Ensalada de repollo

b. Ensalada de lechuga

c. Encebollado

e. Ensalada de pepino con tomate

f. Pico de gallo

**14. ¿con que bebida le gustaría acompañar el platillo?**

a. Bebidas gaseosas

c. Jugos

b. Refrescos naturales

d. Otros

**Especifique:** \_\_\_\_\_

**15. ¿Con que tipo de guarnición le gustaría degustar la carne de conejo?**

- |                                  |                      |              |                      |
|----------------------------------|----------------------|--------------|----------------------|
| g. Arroz                         | <input type="text"/> | d. tortillas | <input type="text"/> |
| h. Tostones o tajadas de plátano | <input type="text"/> | e. otros     | <input type="text"/> |
| i. papas                         | <input type="text"/> |              |                      |

**Especifique:** \_\_\_\_\_

**16. ¿Qué tanto influyen estos factores en su decisión de compra en una comidería?**

	Nada					much				
						o				
a. Sabor, higiene y calidad de la comida	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
b. Servicio-cortesía	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
c. Precio-valor	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
d. Ambiente	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
e. Decoración	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
f. Ubicación	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
g. Recomendación	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

**17. ¿Con que frecuencia iría a nuestro negocio a degustar carne de conejo asada?**

- |                         |                      |                  |                      |
|-------------------------|----------------------|------------------|----------------------|
| a. Una vez por semana   | <input type="text"/> | c- Cada 15 dias  | <input type="text"/> |
| b. Dos veces por semana | <input type="text"/> | d-Una vez al mes | <input type="text"/> |

**18. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de carne de conejo?**

C\$ \_\_\_\_\_

## 47 ASPECTOS RELACIONADOS A LA PROMOCION Y PUBLICIDAD

19. ¿Cómo le gustaría que se le brindara la atención por parte del negocio a usted como comprador? (puede responder más de un indicador)

- Con amabilidad
- Con una buena presentación
- Con eficiencia y eficacia

20. ¿Qué tipo de medio publicitario crees que sea los más adecuada para publicitar los productos que ofrece "La Madriguera del Conejo"?

- |              |                          |                       |                          |
|--------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
| a. Vallas    | <input type="checkbox"/> | a. Pancartas          | <input type="checkbox"/> |
| b. Brochures | <input type="checkbox"/> | b. Radio              | <input type="checkbox"/> |
| c. Mantas    | <input type="checkbox"/> | c. Otros especifiquen | _____                    |

21. ¿Qué tipo de redes sociales le gustaría para promocionar y comunicar nuestro producto que brinda la microempresa "La Madriguera del Conejo"?

- |              |                          |             |                          |
|--------------|--------------------------|-------------|--------------------------|
| a. Facebook  | <input type="checkbox"/> | d. Twitter  | <input type="checkbox"/> |
| b. Snapshap  | <input type="checkbox"/> | e. WhatsApp | <input type="checkbox"/> |
| c. Instagram | <input type="checkbox"/> | f. block    | <input type="checkbox"/> |

22. ¿Cuáles de las siguientes promociones le gustaría que se utilicen en la microempresa de "La Madriguera del Conejo"?

- |                             |                          |          |                          |
|-----------------------------|--------------------------|----------|--------------------------|
| a. Descuento                | <input type="checkbox"/> | b. Todas | <input type="checkbox"/> |
| c. Rifas en días especiales | <input type="checkbox"/> |          |                          |

Gracias por su tiempo y colaboración que será de mucha utilidad

## Operacionalizacion de variables

Variabes independiente	Variabes dependiente	Sub variables	Indicadores
Demografía		Sexo	Femenino Masculino
		Edad	18-25 26-35 36-45 45 a mas
		Zona	Rural Urbana
		Ingreso	Menos de C\$ 4,000 C\$4,001-6,000 C\$ 6,001 a mas
		¿Consumen usted habitualmente carne?	Si No
		¿Qué tipo de carnes consume con mayor frecuencia? ( enumere del 1 al 5 , siendo 1 la de mayor frecuencia)	a- Carnes de res b- Carne de pollo c- Carne de cerdo d- Pescado e- Otros.
		¿Alguna vez ha consumido carne de conejo?	Si No
		Si su respuesta fue si a la pregunta anterior, ahora responda si ¿Fue de su agrado el sabor de la carne de conejo?	Si No
		¿Estaría usted dispuesto a comprar platillos a base de carne de conejo en nuestro negocio?	Si No
			Si No
		¿Qué platillos a base de carne de conejo le gustaría degustar en nuestra Comidería?	a- Conejo asado b- Conejo horneado c- Encebollado d- Otras
		¿Con que bebida le gustaría acompañar el platillo?	a- Bebidas gaseosas b- Refrescos naturales

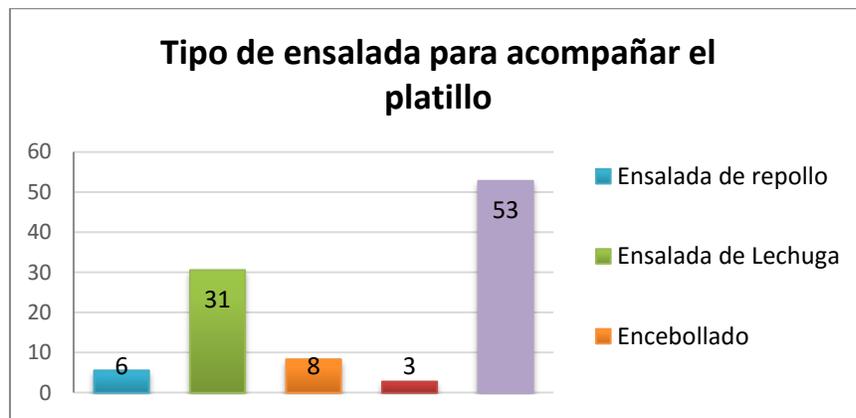
Producto			c- otros
		¿Con que tipo de guarnición le gustaría degusta la carne de conejo?	a- Arroz b- Tostones o tajadas de plátano c- Papas d- Tortillas e- otros
		¿Qué tanto influye estos factores en su decisión de compra en una Comidería?	a- Sabor, higiene y calidad de la comida b- Servicio-cortesía c- Precio-valor d- Ambiente e- Decoración f- Ubicación g- recomendación
		¿Con que frecuencia iría a nuestro negocio a degustar carne de conejo asada?	a- Una vez por semana b- Cada 15 días c- Dos veces por semana d- Una vez al mes
		¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de carne de conejo?	C\$ _____
Promoción y publicidad		¿Cómo le gustaría que le brindara la atención por parte del negocio a usted como comprador? ( puede responder más de un indicador)	Con amabilidad Con una buena presentación Con eficiencia y eficacia
		¿Qué tipo de medio publicitario crees que sea los más adecuada para publicar los productos que ofrece “ La Madriguera del Conejo”	a- Vallas b- Brochures c- Mantas d- Pancartas e- Radio f- Otros especifique.
		¿Qué tipo de redes le gustaría para mencionar y comunicar nuestro producto que brinda la microempresa “ La Madriguera del Conejo”	a- Facebook b- Snapchat c- Instagram d- Twitter e- WhatsApp f- block
		¿Cuáles de las siguientes promociones le gustaría que se utilice en la microempresa de “ La Madriguera del Conejo”	a- descuento b- rifas en días especiales c- todas.

### Anexo N° 3: tipo de guarnición



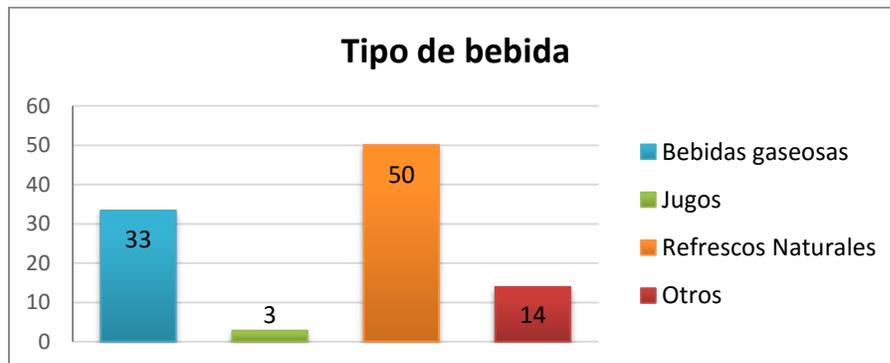
Fuente: Equipo Investigador

### Anexo 4: Tipos de ensaladas



Fuente: Equipo Investigador

### Anexo 5: Tipo de bebida



Fuente: Equipo Investigador

### Anexo 6: Red social preferida



Fuente: Equipo Investigador

### Anexo7: Prototipo de degustación de platillos



## Anexo 8. Valores de compra con merma para determinación de costos unitarios

 <b>TABLA DE CONVERSION DE LOS COSTOS</b>							
Categoría	Descripción	valor de compra	unidades	factor de conversión	factor de merma	valor con merma	valor de rendimiento
Abarrotes	Arroz	C\$ 16.00	gramos	453.592	0%	C\$16.00	C\$ 0.035
Abarrotes	Azúcar	12.00	gramos	453.592	0%	12.00	0.026
Abarrotes	Aceite	38.00	mililitros	1000	0%	38.00	0.038
Abarrotes	Sal	5.00	gramos	453.592	0%	5.00	0.011
Especies	Pimienta	5.00	gramos	12.5	0%	5.00	0.400
Especies	Cúrcuma	30.00	gramos	453.592	2%	30.60	0.067
Especies	Ajo	15.00	gramos	450	1%	15.15	0.034
Especies	Culantro	5.00	gramos	60	0%	5.00	0.083
Especies	Orégano	5.00	gramos	30	0%	5.00	0.167
Especies	Jamaica	40.00	gramos	453.592	0%	40.00	0.088
Frutas	Limón	15.00	gramos	1800	2%	15.30	0.009
Frutas	naranja agria	40.00	gramos	2400	2%	40.80	0.017
Frutas	Naranja	12.00	gramos	1200	6%	12.72	0.011
Frutas	piña tropical	20.00	gramos	1995	2%	20.40	0.010
Frutas	Calala	5.00	gramos	18	2%	5.10	0.283
Verduras	Zanahoria	20.00	gramos	100	1%	20.20	0.202
Verduras	cebolla dulce	17.00	gramos	453.592	1%	17.17	0.038
Verduras	tomate pony	50.00	gramos	3000	0%	50.00	0.017
Verduras	chiltoma	40.00	gramos	1920	6%	42.40	0.022
Verduras	manzana	5.00	gramos	100	2%	5.10	0.051
Verduras	Plátano	5.00	gramos	100	1%	5.05	0.051
Verduras	cebolla de tallo	5.00	gramos	100	1%	5.05	0.051
legumbres	Apio	10.00	gramos	500	0%	10.00	0.020
legumbres	Lechuga	25.00	gramos	300	5%	26.25	0.088
Carnes	carne para asado	80.00	gramos	453.592	0%	80.00	0.176
Carnes	de conejo para brocheta	80.00	gramos	453.592	28.50%	102.80	0.227
otros insumos	Palillos	25.00	unidades	100	0%	25.00	0.250

**Anexo 9: Costos variables en concepto de materia prima**

 <b>PLATO DE ASADO DE CARNE DE CONEJO COSTOS PRIMARIOS-COSTOS VARIABLES</b>					
<b>CATEGORIA</b>	<b>ITEM</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO X UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Abarrotes	Arroz	75.59	gramos	0.035	c\$ 2.67
Abarrotes	Aceite	250	gramos	0.038	9.50
Abarrotes	Sal	10	gramos	0.011	0.11
Especies	Pimienta	2.5	gramos	0.400	1.00
Especies	Cúrcuma	75.59	gramos	0.067	5.10
Especies	Ajo	30	gramos	0.034	1.01
Especies	Culantro	10	gramos	0.083	0.83
Especies	Orégano	5	gramos	0.167	0.83
Frutas	Limón	25	gramos	0.009	0.23
Frutas	naranja agria	200	gramos	0.017	3.40
Verduras	Zanahoria	16.66	gramos	0.202	3.37
Verduras	cebolla dulce	58.33	gramos	0.038	2.22
Verduras	tomate pony	500	gramos	0.017	8.33
Verduras	Chiltoma	320	gramos	0.022	7.07
Verduras	Plátano	50	gramos	0.051	2.55
Verduras	cebolla de tallo	16.66	gramos	0.051	0.84
Legumbres	Apio	83.33	gramos	0.020	1.67
Legumbres	Lechuga	50	gramos	0.088	4.38
Carnes	Conejo	227	gramos	0.176	40.04
<b>TOTAL</b>					<b>C\$ 95.13</b>



**PLATO DE BROCHETAS DE CARNE DE CONEJO  
COSTOS PRIMARIOS-COSTOS VARIABLES**

CATEGORIA	ITEM	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO X UNIDAD	COSTO TOTAL
ABARROTES	ARROZ	75.59	Gramos	C\$ 0.035	C\$ 2.67
ABARROTES	ACEITE	250	Gramos	0.038	9.50
ABARROTES	SAL	10	Gramos	0.011	0.11
ESPECIES	PIMIENTA	2.5	Gramos	0.400	1.00
ESPECIES	CURCUMA	75.59	Gramos	0.067	5.10
ESPECIES	AJO	30	Gramos	0.034	1.01
ESPECIES	CULANTRO	10	Gramos	0.083	0.83
ESPECIES	OREGANO	5	Gramos	0.167	0.83
FRUTAS	LIMON	25	Gramos	0.009	0.23
FRUTAS	NARANJA AGRIA	200	Gramos	0.017	3.40
VERDURAS	ZANAHORIA	16.66	Gramos	0.202	3.37
VERDURAS	CEBOLLA DULCE	58.33	Gramos	0.038	2.22
VERDURAS	TOMATE	500	Gramos	0.017	8.33
VERDURAS	CHILTOMA	320	Gramos	0.022	7.07
VERDURAS	PLATANO	50	Gramos	0.051	2.55
VERDURAS	CEBOLLA DE TALLO	16.66	gramos	0.051	0.84
LEGUMBRES	APIO	83.33	gramos	0.020	1.67
LEGUMBRES	LECHUGA	50	gramos	0.088	4.38
CARNES	CONEJO	227	gramos	0.227	51.45
OTROS INSUMOS	PALLILOS	2	unidades	0.250	0.50
<b>TOTAL</b>					<b>C\$ 107.04</b>

## Anexos de gestión organizacional

### Anexo n° 10 Acta de constitución

ESCRITURA PÚBLICA NUMERO REGISTRO (03).-CONSITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA Y SUS ESTATUTOS.- En Managua, a las doce y dos minutos de la mañana del veinticinco de Diciembre de Dos mil veinte.- Ante mí, \_\_\_\_\_, Notario Público y Abogado de la República de Nicaragua, con domicilio y residencia en esa ciudad, debidamente que autorizado por la Corte Suprema de Justicia para cartular y dar Fe, durante el quinquenio que vencerá el Vente de Diciembre del año Dos Mil Veinticinco, comparecen los señores: \_\_\_\_\_, Abogado; don \_\_\_\_\_, Administradora de empresas; don \_\_\_\_\_, de oficio propio del hogar; todos casados, mayores de edad y de este domicilio.-El suscrito Notario da fé, de conocer personalmente a los comparecientes de que mi juicio tiene la capacidad legal y civil, plena y necesaria para contratar y obligarse y en particular para otorgar la presente Escritura, y en la cual cada uno comparecen por sí, en su propio nombre e interés, carácter con el cual ante mí exponen y conjuntamente dicen: “Que por el presente documento han convenido en organizar como en efecto constituyen una : PRIMERA: CARÁCTER Y DOMINACIÓN: La Sociedad que mediante este acto se constituye es anónima, se denominará “ RAZON SOCIAL”, a las cuales podrán agregarse las palabras “SOCIEDAD ANÓNIMA” o las o iniciales “S.A” Cualesquiera de estas de estas menciones referidas a la Sociedad hará de ella suficiente identificación en cualquier otro giro; también podrá usarse en diferentes lenguas, sin que ello se considere mal o impropriamente denominada a la Sociedad.- SEGUNDA: DOMICILIO :El domicilio de “RAZON SOCIAL” será la ciudad de Masaya Departamento de Masaya, pudiendo establecer Sucursales, Franquicias, Agencias, Oficinas o Corresponsalías en cualquier lugar de la república o fuera de ella, cuando así lo resuelva la Junta Directiva.-TERCERA: DURACION: La duración de “RAZON SOCIAL” será de Noventa y Nueve (99) años, a contarse a partir de la fecha de inscripción en el Registro respectivo del Testimonio que de la presente Escritura libre el suscrito notario pudiendo prorrogarse o reducirse dicho termino por igual a diferentes lapsos, mediante acuerdo de la Junta General de Accionistas, sin necesidad de Escritura Pública.- CUARTA: OBJETIVO: “RAZON SOCIAL” se dedicará a realizar operaciones e inversiones agrícolas , comerciales e industriales de cualquier naturaleza o nombre , especialmente relacionadas a la compra, venta permuta o construcción, arrendamiento explotación, intermediación en la comercialización, administración y manejo de empresas, de propiedad urbana, suburbana y rurales, incluyendo todo tipo de ellas como edificaciones aisladas o en serie litificaciones, centros comerciales, hoteles y restaurantes; así como brindar los respectivos servicios de asesoría, así como de mantenimiento de maquinaria y de los relacionados edificios.- Para cumplir con su fin, pará brindar servicios con propósitos publicitarios, tales como diseños, logotipos, grabados, impresiones, artes y pinturas, colocar de espacios de anuncios de productos, bienes o servicios; su administración y manejo y brindar asesoría especializada.- En consecuencia, “RAZON SOCIAL” podrá comprar, vender, permutar, importar y exportar productos elaborados y semielaborados, establecer y operar sistemas, que desarrollen la construcción y desarrollo de vivienda y hotelería, talleres y plantas industriales y agrícolas que desarrollen integralmente sus fines pudiendo en consecuencia importar maquinarias o equipos industriales y otros artículos necesarios para sus industria y/o comercialización .- De igual manera “RAZON SOCIAL” podrá manejar representación, distribución y agencia de manufactureros y entes extranjeros, y cuando “RAZON SOCIAL” goce de estas concesiones que signifiquen traslado de tecnología, bienes de capital y otros valores, la compañía los podrá manejar dentro del Régimen de Inversiones Extranjeras.- Como tal “RAZON SOCIAL”, podrá crear o constituir negocios y establecimientos destinados a la venta al público de productos de procedencia local o extranjera, y en tal caso dicho establecimiento podrá usar cualquier denominación o referencia que lo relacione a “RAZON SOCIAL”.- Podrá así mismo desarrollar actividades de transporte en cualquier vía; negociar toda clase de títulos valores; dar y tomar dinero en préstamo con garantía o sin ella; financiar y participar en negocios comerciales o industriales; suscribir acciones-, intervenir en la constitución o modificación de Sociedades o negocios, creando, aportando administrando o liquidándolos; negociar con nombres de fábrica o comerciales de sus respectivas marcas.- Al efecto a desarrollar su objeto, “RAZON SOCIAL” podrá ejecutar o llevar a cabo cualquier acto y otorgar cualquier contrato sin ninguna limitación y con la misma capacidad de una persona natural; En fin “RAZON SOCIAL” podrá dedicarse a cualquier operación, pues la enumeración anterior es explicativa y de ninguna limitativa.- Si por alguna razón se llegare a pensar que alguna negociación o transacción o actividad comercial no estuviere comprendida dentro de la enumeración anterior, bastará una resolución de la Junta General de Accionistas o de Directores, explicando la naturaleza de la negociación proyectada y su relación con algunos de los propósitos enumerados para considerar que se comprende dentro de los fines sociales.- QUINTA: CAPITAL SOCIAL: El Capital Social de “RAZON SOCIAL”, será de \_\_\_\_\_ (C\$ 0.00), divididos e incorporados en \_\_\_\_\_ (X) ACCIONES,

con valor de \_\_\_\_\_ (C\$ 0.00), cada una .- SEXTA: SUSCRIPCIÓN Y PAGO DE CAPITAL: El compareciente don \_\_\_\_\_, suscribe en este acto \_\_\_\_ (X) ACCIONES y paga en dinero en efectivo la suma de \_\_\_\_\_ (C\$0.00); la otorga don \_\_\_\_\_, suscribe en este momento \_\_\_\_\_ (X) ACCIONES, y paga en efectivo la cantidad de \_\_\_\_\_ (C\$0.00); y la otorgante don \_\_\_\_\_ suscribe en este momento \_\_\_\_\_ (x) ACCION, y paga en efectivo la cantidad de \_\_\_\_\_ (C\$ 0.00).- De esta manera, pues suscrito y pagado el total del Capital Social.- SEPTIMA: IGUALDAD ENTRE ACCIONISTAS Y ACCIONES: Los otorgantes como fundadores no se reservan ninguna ventaja o derecho particular.- No hay acciones remuneratoria.- Los socios pueden ceder, traspasar o vender libremente sus acciones.- OCTAVO: DERECHO DE PREFERENCIA POR UN AUMENTO DE CAPITAL: En caso de aumentos de Capital, se establece el derecho de opción para adquirir preferentemente las acciones correspondientes al aumento, en proporción al número de acciones que los tenedores posean.- NOVENA: CARACTERÍSTICAS DE LAS ACCIONES: Salvo las limitaciones o restricciones establecidas en la presente Escritura cada acción da derecho a un voto.- Las acciones serán nominativas, inconvertibles al portador y conferirán iguales derechos y obligaciones correlativas a sus titulares.- DÉCIMA: TITULOS: Mientras no se emitan los Títulos Definitivos de las Acciones, podrán emitirse Resguardos Provisionales, que para todos los efectos se tendrán equiparados a aquellos.- DECIMA PRIMERA: SUMICION AL VOTO DE LA MAYORÍA: El accionista por el simple hecho de serlo se somete a las regulaciones del presente Pacto Social, de los Estatutos que se emitan, y a las resoluciones de las Junta Generales de Accionistas.- Se reconoce, por parte de los socios, la sumisión al voto de la mayoría en las Juntas o Asambleas Generales de Accionistas Ordinarias o Extraordinarias.- DECIMA SEGUNDA: JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS: La Junta General de Accionista es el órgano supremo y máxima autoridad de “La Madriguera del Conejo”, por lo que sus resoluciones legalmente adoptadas obligan a todos, Sociedad y Accionistas ausentes o disidentes.- Se reconoce, por parte de los socios, la sumisión al voto de la mayoría en las Juntas o Asambleas Generales de Accionistas Ordinarias o Extraordinarias, entendiéndose que las resoluciones de la Junta General de Accionistas se forman con más de la mitad de los votos presentes, sin perjuicio de los casos en que la ley, el Contrato Social o los estatutos exijan un número determinado de votos para los acuerdo de la Junta.- Habrá Junta Generales de Accionistas Ordinarios y Extraordinarios.- Las Primeras se reunirán una vez cada año, durante los Seis (6) meses posteriores al Cierre de cada Ejercicio Financiero de la Compañía.- Las Extraordinarias sesionaran, cuando sean convocadas por la Junta de Directores, por iniciativa propia o a solicitud de accionistas que represente, al menos la Vigésima Parte del Capital Social suscrito.- Las convocatorias para Asambleas Ordinarias y Extraordinarias deberán publicarse con un mínimo de quince (15) días de anticipación mediante avisos que la Junta de Directores publicará en la Gaceta o en Dos (2), Diarios de circulación nacional en el país, y además por carta, télex, fax, correo electrónico intercomputarizado, o cualquier otro medio de comunicación dirigido a cada accionista, con señalamientos de lugar, local, fecha, día, hora, Agenda a tratar.- Para que pueda constituirse legalmente cualquier Junta General, será necesario que concurra a las mismas , personas que representen al menos el Cincuenta y Uno por Ciento (51%), de las acciones suscritas en que se distribuye el Capital Social.- Si no hubiere quórum en la primera reunión, se citará por segunda con Diez días de anticipación por lo menos, con las mismas formalidades de convocatorias que para la primera y en este caso la sesión podrá celebrarse con los que lleguen, pero siendo necesario que al menos concurren y voten favorablemente la mitad mas uno del Capital Social suscrito. – Las convocatorias podrán efectuarse por el Presidente o Secretario de la Sociedad con los días señalados de anticipación como mínimo, sin tomar en cuenta la fecha en que la citación se publique y sin mediar más de treinta (30) días en la celebración de la Junta, sin considerar tampoco el día de la Sesión. – La Junta generales de accionistas serán presididas por el Presidente o en el que haga sus veces o el que designe la misma junta. – El Presidente, en caso de empate, no tendrá doble voto. – Se podrá presidir de fuera del Territorio Nacional, cuando estuviere presente o representada la totalidad de las acciones suscritas. – DECIMA TERCERA: JUNTA DIRECTIVA: La administración y dirección inmediata de “RAZON SOCIAL”, y sus negocios, estará a cargo de una Junta Directiva o Junta de Directores o Directorio, escogidos sus miembros de entre los mismos accionistas y de los legítimos representantes de estos en el caso en que el accionista fuese una persona jurídica. – La Junta Directiva se compondrán del número de miembros que al momento de la elección decida la Junta General de Accionistas, pero en ningún caso será inferior a dos, no importando si el numero resulta en suma par o impar. Los Directores con sus respectivos cargos y funciones serán electos directamente por la Asamblea General de Accionistas, quien elegirá de entre sus miembros, como mínimo, un Presidente y un Secretario de la Junta de Directores quienes lo serán al mismo tiempo y por ese solo hecho Presidente y Secretario de la Sociedad. – si se eligieren por la Junta General de Accionistas mas miembros para ocupar otros cargos que los anteriormente expuestos, según el numero de los electos, se designara de entre los mismos un Vicepresidente; los demás miembros se llamaran simplemente Vocales o Directores. – los Directores duraran en sus cargos Cinco (5) Años, periodo que se contara a partir de la fecha de su elección, pudiendo ser reelecto para diferentes periodos consecutivos o alternativos. – En caso de una vacante

definitiva de un miembro, una mayoría de los miembros Directores restante, elegirá dentro de los socios la persona que deberá llevar la vacante; el nuevo director nombrado durara en el cargo únicamente por el tiempo que le faltare al sustituido para completar su periodo. – por falta de elección de una Junta Directiva, continuara en vigencia la existente a cada fecha. – La Junta de Directores sesionara por lo menos cada tres (3) meses o cuando los juzgare conveniente; se efectuaran cuando las convoque el presidente, a través de secretaria, por iniciativa propia o por pedimento de cualquiera de sus miembros. – Las reuniones se llevaran a cabo en las Oficinas de “RAZON SOCIAL” o en cualquier otro lugar que sea indicado en el acto de convocatoria, el que necesariamente contendrá la fecha, el día, lugar, local y hora de la Sesión a celebrarse. – La convocatoria debe efectuarse por escrito y a través de cualquiera de los medios modernos de comunicación. – podrá prescindirse de todo requisito de convocatoria y formalidad y aun celebrarse la reunión fuera del Territorio Nacional, cuando estuviere presente todos los directores. – para que puedan reunirse válidamente la Junta de Directores, deben estar presentes la mitad mas uno de sus miembros. – las soluciones se tomaran en base a la mayoría de votos presentes en cada Junta. En caso de empate, el Presidente no tendrá doble voto. – Durante las ausencias del Presidente, se dará sus veces el Vicepresidente a falta de este último, la suplencia del Presidente será llenada por el secretario, o el miembro Director que designen los restantes. – Las ausencias del Secretario serán llenadas por el Tesorero y en ausencia corresponderá ejercer el cargo al Presidente o al miembro de la Junta Directiva que designen los restantes miembros del Consejo Directivo. – cada Director Propietario, con su autorización del Consejo de Directores, podrá designar a su respectivo Suplente, quien podrá ser o no accionista, quien sus actuaciones tendrá funciones numerarias, pero no en sustitución del cargo del titular, responsabilizándose al igual por sus actuaciones. – La Junta Directiva tendrá las más amplias facultades de administración y de disposición propias del Mandato Generalísimo sin limitación o restricción alguna, pudiendo ejecutar, por medio del Presidente o persona o personas designadas al efecto, los actos o contratos que resuelva otorgar.-La Junta de Directores autorizara expresamente para que los Directores, sus parientes o personas vinculadas económicamente a los mismos puedan negociar con “RAZON SOCIAL” En condiciones no más favorables que las acostumbradas con extraños, o bien puedan participar en negocios similares.- DECIMA CUARTA: REPRESENTACION: La Representación Legal de “RAZON SOCIAL” De cualquier clase ,corresponde al Presidente, quien además tendrá las facultades propias que le confiere un mandato generalísimo, sin restricción alguna ni limite de suma.-El Presidente en sus actuaciones ,no necesitara acreditar que procede con mandato o autorización del Directorio.-En caso hiciere las veces de Presidente otros miembro Director que no hubiere sido designado como Presidente, por razones o falta temporal u otra causa, el mismo únicamente ostentara la representación legal de “RAZON SOCIAL”, sin ostentar, cualesquier mandato ,u otros poderes, delegaciones o facultades que se le hayan conferidos adicionalmente el presidente, excepto que fuere expresamente autorizado por el Director, o mediante poder conferido por el Presidente de “RAZON SOCIAL”.- DECIMA QUINTA:FISCALIZACION: La Vigilancia de la Administración social estará a cargo de de uno o más Vigilantes, nombrados por la Junta General de Accionista para el mismo periodo de la Junta de Directores, pudiendo recaer el cargo en accionista o no en firma de Contadores Públicos.- La Asamblea General de Accionista, en cualquier tiempo, puede revocar su nombramiento, sin ninguna justificación.- El Vigilante o Fiscales señalaran las irregularidades que detecten en el desempeño de sus funciones.- DECIMA SEXTA: GERENCIA: La parte Ejecutiva de la Administración social podrá confiarse a algún miembro del Directorio o a uno o más gerentes o funcionarios, quienes tendrán las facultades, deberes y delegaciones que la Junta Directiva resolverá.-DECIMA SEPTIMA: CONTABILIDAD: Las Cuentas de “RAZON SOCIAL” se llevaran por Partida Doble o por sistemas permisibles legalmente en Libros y Formas, pudiendo implantarse en Libros Auxiliares y Sistemas Mecanizados o Computarizados que la índole de los negocios requiera.-La compañía realizara sus actividades por Ejecución Anuales Consecutivos a Fijarse discrecionalmente por la Junta de Directores, mismos que podrán variarlos en cualquier momento conformes en circunstancias y conveniencias.-Los Inventarios y Balances se formaran anualmente al final de cada ejercicio y se someterán a la Junta General de Accionistas en su reunión ordinaria de cada año, agregándose al Estado de Ganancias y Pérdidas del mismo periodo.-Se prepararan Balances mensuales de pruebas y demás Estados Contables que permitan que la Junta Directiva aprecie oportunamente la situación financiera de la sociedad.-DECIMA OCTAVA: GANANCIAS: Para determinar el monto de las utilidades netas de “RAZON SOCIAL” En cada ejercicio, se deducirán las cantidades correspondientes a los gastos generales administrativos, impuestos, partidas requeridas para amortización de los activos depreciable, porción del Fondo de Reserva Legal y Especiales, y bajas o deducciones que ordene el Director, la ley o una sana practica contable.- DECIMA NOVENA: DIVIDENDO: La junta Directiva determinara la política de dividendo de la compañía ,la cuantía u oportunidad de estos, tomando en consideración utilidades acumuladas si distribuir, Balances y Estados mensuales de pruebas ,Reservas especiales de capital durante el transcurso de cada ejercicio., Cada acción confiere derecho a los accionistas a los dividendos que se decreten en caso de liquidación del, “RAZON SOCIAL”, a una parte proporcional del Activo Neto.- VIGESIMA: PERDIDA: Las pérdidas de cada ejercicio se cubrirán mediante

aplicaciones equivalentes de Fondos de Reservas Especiales creados para tal fin, así como el Fondo de Reserva Legal. Si las pérdidas afectaren el Fondo de Reserva Legal, este deberá reintegrarse a partir del próximo ejercicio mediante separación de una cantidad doble de la que normalmente destina su constitución.- Si las pérdidas afectaren al capital cualquier ganancia futura servirá para reintegrarlo .-VIGESIMA PRIMERA: RESERVA: El Fondo de Reserva referido por el Arto. 249 C.c., debe formarse obligatoriamente; al final de cada ejercicio se separará la Vigésima Parte de la ganancia líquida hasta que se logre un monto igual a la Décima parte del Capital Social reintegrándose cuantas veces fuese necesario.- La Junta Directiva podrá ordenar la formación de otro fondo de reserva para fines específicos.- VIGÉSIMA SEGUNDA: SOLUCIÓN O LIQUIDACIÓN DE LA SOCIEDAD: “RAZON SOCIAL” terminará por cualesquiera de los casos previstas por las Leyes Mercantiles y demás atinentes de la República con las modificaciones que se establezcan en los presentes Estatutos .- Disuelta la sociedad, se procederá de inmediato a la liquidación del patrimonio y de los haberes por medio de una Comisión de liquidación designada por la Asamblea General de Accionista , debiendo sujetarse el procedimiento de liquidación las disposiciones legales pertinentes, a los Estatutos o a la disposiciones General de Accionistas.- VIGESIMA TERCERA: ARBITRAMIENTO: Los litigios que pudieran surgir entre los accionistas entre sí, con la sociedad o entre los organismos administrativos y aquellos y en relación con administración social , la presente Escritura, los Estatutos que se emitan, se decidirán por arbitramientos de amigables componedores, nombrados por las partes en discordia y con sujeción a lo que establezcan los Estatutos.-VIGESIMA CUARTA: REFORMA Y DEROGATORIA: La Junta General podrá reformar cualesquiera de las disposiciones contenidas en el Contrato Social o en los presentes Estatutos sin necesidad de Escritura Pública bastando para ello que así se haga contar en el acta respectiva cuya certificación de la misma se inscriba en el Registro competente.- En caso de Reforma o Derogatoria de las leyes del estado que tenga relación con el Contrato Social o los Estatutos que se emitan, quedarán automáticamente incorporadas las disposiciones atinentes en conformidad con las Leyes respectivas .- VIGESIMA QUINTA: A continuación, los otorgantes , únicos y totales accionistas de “RAZON SOCIAL” representante de la totalidad del Capital Social Suscrito y Pagado deciden constituirse como Asamblea General de Accionistas, con el objeto de promulgar los ESTATUTOS que regirán a la Sociedad, los que por Unanimidad de Votos que dan aprobados de la siguiente manera: Arto. Uno: La sociedad tendrá por denominación, domicilio, duración, objeto y Capital Social, lo estipulado en esta Escritura respecto al Contrato Social.- Arto. Dos: Las acciones conferirán iguales derechos y obligaciones a sus tenedores. No habrá acciones remuneratorias.- Arto. Tres: Los títulos de las acciones podrán ser mecano grafiadas, impresa, firmada por el Presidente y Secretario de la Sociedad y contendrán los requisitos de Ley. Podrán emitirse títulos que amparen una o más acciones, a solicitud del accionista.- Mientras no se emitan los títulos definitivos, los accionistas recibirán resguardo provisional firmado por el Presidente y Secretario de “RAZON SOCIAL”.- La propiedad y transferencia de las acciones no producirá efecto para la “RAZON SOCIAL”, los accionistas sino desde la fecha de la respectiva inscripción en el Registro del libro de acciones que para tal efecto llevará la compañía.-La acción para todos los efectos legales se reputará a favor de aquel cuyo nombre se encuentre inscrito.- Arto. cuatro: Las resoluciones de la Junta General de Accionistas y de la Junta Directiva, se harán del conocimiento público cuando así se requiera mediante certificación extendida por el Secretario o quien haga sus veces, Notario público, con expresión del hecho de haber tenido al vista el Libro respectivo de Actas, o de Registro y transcribiendo las partes atinentes.- Arto cinco: La Junta directiva estará compuesta, al menos por un Presidente y un Secretario, quienes durarán cinco (5) Años en sus funciones, electos por la Junta General de Accionistas, continuando en su cargo hasta que los nuevos a sustituirlos sean electos.- La Junta de Directores celebrará sesiones cuando lo celebre prudente; las acta podrán ser levantadas en el mismo libro destinado ara asentar las reuniones, de la Junta General de Accionistas, debiendo firmarse por el Presidente y Secretario y los que así lo desearan.- La Junta Directiva tendrá las siguientes atribuciones: a) Otorgar toda clase de poderes ; b)Organizar, dirigir y disponer todos lo relativo a los negocios de “RAZON SOCIAL”; c)Nombrar delegados del directorio o Funcionario Ejecutivo así como Gerente o Gerentes, removerlos y aceptar sus renunciaciones, cuando lo considere oportuno.- Arto. Siete: Corresponde al presidente ejercer la representación judicial de la “RAZON SOCIAL” con la facultad del Mandatario Generalísimo, sin restricción alguna ni límite de suma, y desempeñar las demás funciones inherentes a su cargo.- Arto. Ocho: Corresponde al secretario ser el órgano de Comunicación Social, custodiar y llevar los Libros de Actas y de Registro de Acciones y desempeñar las funciones inherentes a su cargo.- Arto. Nueve: La Junta Generales Ordinarias conocerán del informe de la Junta Directiva y Vigilante y examinaran el balance respectivo, y además, conocerán, aprobaran o rechazaran los asuntos que se le sometan.- Las actas serán firmadas por el Presidente y Secretario o quienes hagan sus veces.-Arto. diez: Los accionistas podrán hacerse representar en las sesiones por medio de simple poder extendido por escrito y dirigido al secretario, a favor de cualquier otra persona, ya sea por carta, telegrama, télex, fax, correo electrónico intercomputarizado, o cualquier otro medio de comunicación.-Arto. once: Sin necesidad de convocatoria y sin previo aviso, la totalidad de los accionistas puede celebrar Asamblea General de Accionistas; y el total de los

miembros del directorio reunirse en Junta Directiva, válidamente en cualquier lugar dentro o fuera del Territorio Nacional.- Arto. Doce: La Junta Generales Ordinaria y Extraordinarias tendrán las atribuciones que señalan la Ley, la Escritura Social y los presentes Estatutos.- arto Trece: El vigilante y Fiscales podrán ser o no Accionistas, ser personas naturales o jurídicas, o Despacho de Contadores Públicos: deberán ser nombrado por la Junta General de Accionistas, de quien dependerán y a quien rendirán sus informes.- Arto catorce: La Contabilidad se llevara de acuerdo a la Ley por la persona o personas que designen la Junta de Directores.- EL Ejercicio Económico será de un año; Las cuentas se cerraran el ultimo día de cada ejercicio. El Balance Anual será aprobado o rechazado por La Asamblea General de Accionistas.- Arto Quince: En Relación al arbitraje, cada parte nombrara un árbitro, quienes se pondrán de acuerdo; el tercero será designado por la Corte Suprema de Justicia.- Arto Dieciséis: Cualquier Accionista tiene el derecho de conocer el movimiento Administrativo y el empleo de los fondos de "EL MIRADOR DE POCHOIL".- Arto Diecisiete: En lo no previstos en la Escritura Social y los Estatutos se aplicaran las disposiciones de las leyes vigentes en materia Mercantil.-VIGESIMA SEXTA: A continuación se procedió a elegir a los Miembros de la Junta de Directores definitivos que habrá de actuar en el primer periodo, quedando organizada de la siguiente manera: PRESIDENTE: Señor \_\_\_\_\_; SECRETARIO: Señor \_\_\_\_\_; VICEPRESIDENTE: señor \_\_\_\_\_.-Todos los electos aceptan su nombramiento y el Presidente les da posesión de sus cargos.- Así se expresaron los comparecientes, a quienes advierto y hago conocer el valor y trascendencias legales de este acto, el objeto de las clausulas Especiales que contiene, el de las que envuelven renunciaciones y estipulaciones explícitas e implícitas, el de las generales que aseguran la validez de este instrumento y sobre la necesidad de inscribir el testimonio que de la presente libre en el registro competente.- Leído que fue por el suscrito notario íntegramente todo lo escrito a los otorgantes, estos lo encuentran conforme, aprueban la presente acta y ratifican en toda y cada una de sus partes si hacerle modificación alguna.- firman todos conmigo.- Doy fe de todo lo relacionado

## Anexo 11 Registro Público de la Propiedad, Inmueble, Mercantil y Garantías

 <b>Registro Público de la Propiedad Inmueble y Mercantil de Jinotepe</b> <b>Sistema de Folio Personal-Registro Mercantil</b> <b>HOJA DE INSCRIPCION</b>			
<b>N° único:</b>	MG00-00-000000		
<b>Detalle:</b>			
<b>Tipo de sociedad:</b>	Sociedad Anónima	<b>Duración:</b>	30 AÑOS
<b>Razón Social:</b>	, S.A		
<b>Domicilio:</b>	Jinotepe	<b>Nombre Comercial:</b>	
<b>Capital Social:</b>	C\$ .00	<b>DEPARTAMENTO:</b>	Jinotepe
<b>Abreviación</b>	Tecnocel, S.A	<b>Estado:</b>	Activo
<b>Objeto Social:</b>	La sociedad se dedicara a		
<b>Escritura Publica</b>	<b>Numero</b>	<b>Fecha</b>	<b>Notario</b>
	622	01/ /20	
<b>Acto Jurídico</b>	<b>CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA Y ESTATUTOS</b>		
<b>Inscripción:</b>	La presente escritura de Constitución de Sociedad Anónima, cumple con los requisitos establecidos en el código del comercio, la Ley 698 Ley General de los Registros Públicos y su Reglamento		
	Que el documento de <b>CONSTITUCION DE SOCIEDAD ANONIMA Y ESTATUTOS</b> fue presentado a esta oficina para su inscripción a las <b>once y catorce minutos de la mañana</b> , del día <b>primero de enero del año dos mil diecinueve</b> , según asiento de presentación número 0061562, del libro diario e inscrita bajo el número <b>folio</b> del Folio Personal:MG00-00-000000 del <b>REGISTRO PUBLICO DE LA PROPIEDAD INMUEBLE Y MERCANTIL JINOTEPE, CARAZO, PRIMERO DE ENERO DEL DOS MIL VEINTE</b>		
	<b>Firma y Sello del Registrador</b> <b>ROSA ARGENTINA ORTEGA GESPEDES</b> <b>REGISTRADOR PUBLICO AUXILIAR DEL DEPARTAMENTO MERCANTIL DE JINOTEPE</b>		
<b>Sistema de Folio Personal- Registro Mercantil</b> 01/ /20 15:33:20 N° transacción: _____			

## Anexo 12 Formulario de inscripción de la DGI

		<b>REPUBLICA DE NICARAGUA</b> <b>MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO</b> <b>DIRECCION GENERAL DE INGRESOS</b>			
<b>FORMULARIO DE INSCRIPCION DE CONTRIBUYENTE PERSONA JURIDICA</b>					
1. Numero RUC: <input type="text"/>			(Uso exclusivo de la D.G.I.)		2. Fecha: ___/___/___
DATOS BASICOS					
3. Razon Social: <input type="text"/>					4. N° INSS: <input type="text"/>
5. Fiduciario: <input type="text"/>			6. Fideicomitente: <input type="text"/>		
7. Nombre Comercial: <input type="text"/>			8. Abreviatura R.S.: <input type="text"/>		
9. Fecha de Constitución: ___/___/___		10. N° Empleados: <input type="text"/>	11. Finalidad: Con fines de lucro <input type="checkbox"/> Sin fines de lucro <input type="checkbox"/>		
12. Nacionalidad: <input type="text"/>		13. Tipo de Persona Juridica: <input type="text"/>		14. Naturaleza P.J.: Privada <input type="checkbox"/> Estatal <input type="checkbox"/> Mixta <input type="checkbox"/>	
15. Entidad Reguladora: <input type="text"/>		16. N° Registro Entidad Reguladora: <input type="text"/>			
17. Fecha de Certificación: ___/___/___		<input type="text"/>			
18. N° Escritura: <input type="text"/>	19. Año Escritura: <input type="text"/>		20. Nombres y Apellidos del Notario: <input type="text"/>		
DOMICILIO TRIBUTARIO					
21. Renta de Adscripción: (Uso exclusivo de la DGI)					
22. Departamento: <input type="text"/>		23. Municipio: <input type="text"/>	24. Distrito: <input type="text"/>		25. Barrio: <input type="text"/>
26. Sector Territorial: Carretera <input type="checkbox"/> Mercado <input type="checkbox"/> Centro Comercial <input type="checkbox"/> Centro Turístico <input type="checkbox"/>					
27. Nombre del Sector: <input type="text"/>			28. Modulo N°: <input type="text"/>	29. Casa N°: <input type="text"/>	
30. Dirección: <input type="text"/>					
31. Teléfono: ___/___/___		32. Fax: <input type="text"/>		33. Correo Electrónico: <input type="text"/>	
34. Página WEB: <input type="text"/>			35. Apartado Postal: <input type="text"/>		
36. Número NIS: <input type="text"/>		37. Número de Cuenta ENACAL: <input type="text"/>		38. Número de Cuenta CLARO: <input type="text"/>	
DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL					
39. Documento de Identificación: Cédula de Identidad <input type="checkbox"/> Cédula de Residencia <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/>			40. N° Registro de Cédula de Residencia: <input type="text"/>		
Número: <input type="text"/>			41. Fecha de Emisión: ___/___/___ Fecha de Vencimiento: ___/___/___		
42. Fecha de Nacimiento: ___/___/___		43. Lugar de Expedición: <input type="text"/>		44. Cargo: <input type="text"/>	
45. Primer Apellido: <input type="text"/>			46. Segundo Apellido: <input type="text"/>		
47. Primer Nombre: <input type="text"/>			48. Segundo Nombre: <input type="text"/>		
49. Periodo Duración: Definido <input type="checkbox"/> Indefinido <input type="checkbox"/> Fecha Inicio: ___/___/___ Fecha Fin: ___/___/___					
50. Sector Territorial: <input type="text"/>		51. Nombre del Sector: <input type="text"/>		52. Casa N°: <input type="text"/>	
53. Dirección: <input type="text"/>					
54. Departamento: <input type="text"/>		55. Municipio: <input type="text"/>	56. Distrito: <input type="text"/>		57. Apartado Postal: <input type="text"/>
58. Teléfono: ___/___/___		59. Fax: <input type="text"/>		60. Correo Electrónico: <input type="text"/>	
61. N° Escritura: <input type="text"/>	62. Año Escritura: <input type="text"/>		63. Nombres y Apellidos del Notario: <input type="text"/>		
DATOS DEL SUSTITUTO DEL REPRESENTANTE LEGAL					
64. Documento de Identificación: Cédula de Identidad <input type="checkbox"/> Cédula de Residencia <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/>			65. N° Registro de Cédula de Residencia: <input type="text"/>		
Número: <input type="text"/>			66. Fecha de Emisión: ___/___/___ Fecha de Vencimiento: ___/___/___		
67. Fecha de Nacimiento: ___/___/___		68. Lugar de Expedición: <input type="text"/>		69. Cargo: <input type="text"/>	
70. Primer Apellido: <input type="text"/>			71. Segundo Apellido: <input type="text"/>		
72. Primer Nombre: <input type="text"/>			73. Segundo Nombre: <input type="text"/>		
74. Periodo Duración: Definido <input type="checkbox"/> Indefinido <input type="checkbox"/> Fecha Inicio: ___/___/___ Fecha Fin: ___/___/___					
75. Sector Territorial: <input type="text"/>		76. Nombre del Sector: <input type="text"/>		77. Casa N°: <input type="text"/>	
78. Dirección: <input type="text"/>					
79. Departamento: <input type="text"/>		80. Municipio: <input type="text"/>	81. Distrito: <input type="text"/>		82. Apartado Postal: <input type="text"/>
83. Teléfono: ___/___/___		84. Fax: <input type="text"/>		85. Correo Electrónico: <input type="text"/>	
86. N° Escritura: <input type="text"/>	87. Año Escritura: <input type="text"/>		88. Nombres y Apellidos del Notario: <input type="text"/>		
INFORMACION SOBRE ACTIVIDAD ECONOMICA					
89. Actividad Económica Principal: <input type="text"/>		90. Fecha de Inicio: <input type="text"/>	91. Código CIU: <input type="text"/>	92. Producto Líder: <input type="text"/>	
93. Actividad Económica Secundaria: <input type="text"/>		94. Fecha de Inicio: <input type="text"/>	95. Código CIU: <input type="text"/>	96. Producto Líder: <input type="text"/>	
<input type="text"/>		<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
<input type="text"/>		<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	

<b>INFORMACION FINANCIERA</b>			
97. Origen del Capital:    Nacional <input type="checkbox"/> Extranjero <input type="checkbox"/> Mixto <input type="checkbox"/>		98. Capital Social:	
99. N° Acciones:	100. Valor Nominal:	101. Activo Circulante:	
102. Activo Fijo	103. Otros Activos:	104. Total Activo:	
105. Pasivo:	106. Capital:	107. Total Pasivo+Capital:	
108. Monto del Fideicomiso:			
109. ¿Posee parque vehicular?    Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		110. Cantidad:	111. Valor:
112. ¿Tiene Propiedades?    Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	113. Cantidad:	114. Urbanas:	115. Rurales:
<b>INFORMACION DE SOCIOS</b>			
117. Nombres de los socios	118. N° Doc. Identificación	119. Nacionalidad	120. Acciones
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
<b>INFORMACION DE SUCURSALES / DEPOSITOS</b>			
121. Dirección	122. Departamento	123. Municipio	124. Distrito
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
<b>INFORMACION JUNTA DIRECTIVA</b>			
125. Período de Duración:    Indefinido <input type="checkbox"/> Definido <input type="checkbox"/>		Fecha de Inicio: ___/___/___    Fecha Fin: ___/___/___	
126. Nombres y Apellidos:		127. N° Documento de Identidad	128. Cargo
<b>PERSONA QUE REALIZA EL TRAMITE DE INSCRIPCION</b>			
129. Documento de Identificación: Cédula de Identidad <input type="checkbox"/> Cédula de Residencia <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/>		130. N° Registro de Cédula de Residencia:	
Número: <input type="text"/>		131. Fecha de Emisión: ___/___/___ Fecha de Vencimiento: ___/___/___	
132. Primer Apellido:		133. Segundo Apellido:	
134. Primer Nombre:		135. Segundo Nombre:	
136. Sector Territorial:	137. Nombre del Sector:	138. Casa N°:	
139. Dirección:			
140. Departamento:	141. Municipio:	142. Distrito:	143. Apartado Postal:
144. Teléfono: _____ / _____		145. Correo Electrónico:	
146. N° Escritura:	147. Año Escritura:	148. Nombres y Apellidos del Notario de Notario:	
<b>DATOS DE ALCALDIA DE MANAGUA</b>			
149. Barrio Domicilio:	150. Barrio Empresa:	151. Barrio Repres. Legal:	
152. Nombre Licencia Comercial:		153. ¿Es PYME?    Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	154. Categoría:
155. Dirección de Notificación:			
156. Actividad Comercial:			

### Anexo 13. Registro Único del Contribuyente (RUC)



### Anexo 14. Alcaldía Municipal de Jinotepe

### Anexo 15. Constancia de matricula

 *Alcaldía Municipal de Jinotepe*  
Gobierno Municipal del Poder Ciudadano  
CRISTIANA, SOCIALISTA, SOLIDARIA!  
BUEN GOBIERNO!

 Alcaldía de Jinotepe  
Por un Buen Gobierno  
Vamos Adelante

**CONSTANCIA DE MATRICULA**  
RUC: J1330000035088

Nº \_\_\_\_\_ Año \_\_\_\_\_ C\$ \_\_\_\_\_

La Alcaldía Municipal de Jinotepe, por medio del Suscrito Director Financiero,  
Hace Constar que en el Libro de Registro de Matricula de Contribuyente.  
Se encuentra inscrito \_\_\_\_\_  
el (la) Sr. (a): \_\_\_\_\_  
como Propietario de Negocio de: \_\_\_\_\_

Se extiende la presente Constancia a los \_\_\_\_\_ días del mes  
de \_\_\_\_\_ del año 201 \_\_\_\_\_

CAJERO (A) \_\_\_\_\_ DIRECCION FINANCIERA \_\_\_\_\_

## Anexo 16. Tramites del INSS

Gobierno de Reconstrucción y Unidad Nacional ¡Que Avance, Pasadísimo!		INSTITUTO NICARGUENSE DE SEGURIDAD SOCIAL INSCRIPCIÓN O MOVIMIENTO DEL EMPLEADOR Y/O NOMINA				INSS				
Inscripción: Empleador: <input type="checkbox"/>		Nómina: <input type="checkbox"/>		Modificación de Datos: <input type="checkbox"/>		Inactividad: <input type="checkbox"/>		Autodeterminación: <input type="checkbox"/>		
1) Registro Patronal - Nómina: <input type="text"/>				---		2) Sucursal: <input type="text"/>				
3) Nombre o Razón Social: <input type="text"/>										
4) Nombre Comercial: <input type="text"/>						5) Nombre Corto: <input type="text"/>				
6) Número RUC <input type="text"/>			7) Tipo de Persona J <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>			8) No. de cédula de Identidad <input type="text"/>				
9) NSS <input type="text"/>			10) No. de Residencia: <input type="text"/>			11) País de Origen: <input type="text"/>				
12) Matrícula Alcaldía: <input type="text"/>			13) Licencia Comercial <input type="text"/>			14) Sector Económico: <input type="text"/>				
15) Actividad Económica <input type="text"/>			16) Descripción Actividad Económica: <input type="text"/>							
17) Dirección del Empleador: <input type="text"/>				18) Departamento: <input type="text"/>			19) Municipio: <input type="text"/>			
				20) Envío Estado de Cuenta <input type="checkbox"/>			21) Envío Comprobación de Pago y Derechos <input type="checkbox"/>			
22) Dirección de Nómina: <input type="text"/>				23) Departamento: <input type="text"/>			24) Municipio: <input type="text"/>			
				25) Envío Estado de Cuenta <input type="checkbox"/>			26) Envío Comprobación de Pago y Derechos <input type="checkbox"/>			
27) Fecha de Inscripción Día <input type="text"/> Mes <input type="text"/> Año <input type="text"/>		28) Régimen: INTEGRAL: <input type="checkbox"/> I/M-RP: <input type="checkbox"/>		29) Unidad de Salud de Riesgos Profesionales <input type="text"/>		30) Nómina Fiscal: <input type="text"/>		31) Código de Ruta <input type="text"/>		
						SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>				
<b>32) Datos del Registro Público</b>										
Número		Libro		Asiento		Tomo		Folio		Fecha de Inscripción
<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>
<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>
<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>
<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>
<b>Representante Legal</b>										
33) Tipo de Identificación: <input type="text"/>				34) Número de Identificación <input type="text"/>			35) Teléfonos: <input type="text"/>			
36) Nombre completo: <input type="text"/>										
37) Dirección del representante: <input type="text"/>					38) Departamento: <input type="text"/>			Municipio: <input type="text"/>		
39) Fecha de Inicio: <input type="text"/> Fecha de Finalización: <input type="text"/>										
<b>40) Contactos</b>										
Nombre completo		Cargo		Teléfono		Fax		Celular		E-mail
<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>
<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>
<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>
41) Observaciones: <input type="text"/>										
<input type="text"/>										
<input type="text"/>					<input type="text"/>					
Firma Funcionario INSS					Firma y Sello del Representante Legal del Empleador					

Original: Expediente empleador  
Copia: Afiliación INSS Central

Cod : 0931064-1  
PEOPLE SOFT 2598

## Anexo 17. Licencia de higiene y seguridad del trabajo (HST) – MITRAB



## Anexo 18. Contrato de trabajo

### CONTRATO DE TRABAJO POR TIEMPO INDETERMINADO.

Nosotros: \_\_\_\_\_, mayor de edad, \_\_\_\_\_ (Estado Civil), \_\_\_\_\_ (Profesión), y de este domicilio, con cedula de identidad numero \_\_\_\_\_, en mi carácter de \_\_\_\_\_ de la empresa \_\_\_\_\_, lo que acredito con poder general de administración, debidamente inscrita bajo el No. \_\_\_\_\_, pagina \_\_\_\_\_, Tomo \_\_\_\_\_ Libro tercero de poderes del Registro Mercantil de Managua, quien en adelante se denominara como "El Empleador" y \_\_\_\_\_, Mayor de edad, \_\_\_\_\_ (Estado Civil), \_\_\_\_\_ (Profesión), con cedula de identidad número \_\_\_\_\_, y de este domicilio, quien en adelante se le denominara simplemente como "El trabajador", hemos convenido en celebrar el presente CONTRATO DE TRABAJO, con las siguiente estipulaciones:

**PRIMERA:** El trabajador se compromete a prestar servicios al empleador en el cargo de \_\_\_\_\_, conforme a lo establecido a la ficha ocupacional de este cargo, ejerciendo las siguientes funciones:

- A
- B
- C

**SEGUNDA:** El lugar de trabajo en el cual ejercerá sus funciones será en \_\_\_\_\_, lugar perteneciente a la empresa, el cual no podrá ser variado sin el consentimiento del trabajador. No se considera traslado o variación de las condiciones laborales el desplazamiento del trabajador de un centro de trabajo a otro perteneciente al mismo empleador.

**TERCERA:** El horario de trabajo que será el establecido para este tipo de trabajo será de: \_\_\_\_ a \_\_\_\_ PM, laborando \_\_\_\_ horas al día, para un total de \_\_\_\_ horas a la semana.

**CUARTA:** El presente contrato es de tiempo indeterminado a partir del \_\_\_\_ (día) de \_\_\_\_ (Mes) de 2012, y podrá ponerse termino de conformidad con lo que establece el Código de Trabajo. El trabajador está sujeto al periodo de un mes de prueba y durante ese tiempo puede ser cancelado el contrato sin responsabilidad para el empleador según el Código de Trabajo.

**QUINTA:** El trabajador recibirá en concepto de salario, la suma de C\$ 0000 mensuales. Los

pagos se realizan los días 15 y 30 de cada mes; de caer en día feriado o absuelto, el pago se realizaría el día hábil anterior. La forma de pago (Efectivo, Debito, Cheque) se hará de acuerdo a las disposiciones establecidas por la empresa. El empleador hará las deducciones de ley correspondiente al INSS e IR (Cuando proceda).

**SIXTA:** El trabajador se compromete a cumplir con todas las obligaciones propias de su cargo, a guardar fidelidad a la institución, a cumplir con todas las obligaciones del Código de Trabajo, y del Reglamento Interno (Si lo hubiera). En todo lo no previsto en este contrato, se estará a lo dispuesto en las leyes y el Código de Trabajo.

En fe de todo lo anterior, firmamos el presente contrato en dos tantos de un mismo tenor en la ciudad de Managua, a los \_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_ del año dos mil \_\_\_\_.

\_\_\_\_\_  
(Nombre del Empleador).  
El Empleador.

\_\_\_\_\_  
(Nombre del Trabajador)  
El trabajador.

### Anexo inscripción de la propiedad intelectual

REPUBLICA DE NICARAGUA  
MINISTERIO DE FOMENTO, INDUSTRIA Y COMERCIO  
REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
BR

Habiéndose examinado la solicitud y cumplido con los requisitos de la Ley 330 Marcas y Otros Signos Distintivos y su Reglamento inscrita en el Registro de Marca de NICARAGUA la siguiente:

Numero: \_\_\_\_\_  
Fecha: \_\_\_\_\_  
Título: \_\_\_\_\_  
Fecha de Publicación: 11 de JUN. 2018  
Fecha de Vencimiento: 11 de JUN. 2018  
Titular: \_\_\_\_\_  
Domicilio: \_\_\_\_\_  
Número y fecha de la solicitud: 2018 A 0033 del 23 de MARZO, 2018  
Publicación en la Gaceta O.D.: 81 del 15-06-2018  
Protección y Objeto:  
VITAMINAS, MINERALES Y SUPLENTORES NUTRICIONALES  
Clase: 3 internacional  
Extensores al efecto de Conservación para su publicación en la Gaceta O.D. No haber Conservación. Dado en la Ciudad de Managua a los trece días del mes de junio del año dos mil dieciocho.

\_\_\_\_\_  
IVANA CORTES  
Directora Registradora

## Anexo tabla de depreciaciones y amortizaciones

Cuotas de Depreciación según el art. 34 del Reglamento de la Ley 822 Ley de Concertación Tributaria						
Descripción			Tiempo	Tasa		
General	Específica	Más Específica		Anual	Mensual	
1. De edificios:	a. Industriales		10 años	10%	0.83%	
	b. Comerciales		20 años	5%	0.42%	
	c. Residencia del propietario cuando esté ubicado en finca destinada a explotación agropecuaria		10 años	10%	0.83%	
	d. Instalaciones fijas en explotaciones agropecuarias		10 años	10%	0.83%	
	e. Para los edificios de alquiler		30 años	3%	0.25%	
2. De equipo de transporte:	a. Colectivo o de carga		5 años	20%	1.67%	
	b. Vehículos de empresas de alquiler		3 años	33%	2.78%	
	c. Vehículos de uso particular usados en rentas de actividades económicas		5 años	20%	1.67%	
	d. Otros equipos de transporte		8 años	13%	1.04%	
3. De maquinaria y equipos:	a. Industriales en general	I. Fija en un bien inmóvil	10 años	10%	0.83%	
		II. No adherido permanentemente a la planta	7 años	14%	1.19%	
		III. Otras maquinarias y equipos	5 años	20%	1.67%	
	b. Equipo empresas agroindustriales		5 años	20%	1.67%	
	c. Agrícolas		5 años	20%	1.67%	
	d. Otros, bienes muebles:	I. Mobiliarios y equipo de oficina	5 años;	5 años	20%	1.67%
		II. Equipos de comunicación	5 años;	5 años	20%	1.67%
		III. Ascensores, elevadores y unidades centrales de aire acondicionado		10 años	10%	0.83%
		IV. Equipos de Computación (CPU, Monitor, teclado, impresora, laptop, tableta, escáner, fotocopiadoras, entre otros)		2 años	50%	4.17%
		V. Equipos para medios de comunicación (Cámaras de videos y fotográficos, entre otros)		2 años	50%	4.17%
		VI. Los demás, no comprendidos en los literales anteriores		5 años	20%	1.67%

Aporte de: George Antonio Lazo Sánchez / Blog: [www.consultasdeinteres.blogspot.com/](http://www.consultasdeinteres.blogspot.com/) / correo: [consultasdeinteres1@gmail.com](mailto:consultasdeinteres1@gmail.com)