



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 en
Mercadotecnia**

Tema: Plan de emprendimiento para la creación de empresas en la IV región del país

Subtema: Propuesta de plan de emprendimiento para la micro empresa B&R, dedicada a la elaboración y comercialización de porta-pachas para bebés, ubicada en el municipio de Diriamba, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2017.

Autores:

Br. Moncada López Bianka Celeste

Br. Moncada López Regina Auxiliadora

No. de Carné

13 – 09331 – 3

13 – 09330 – 2

Tutor:

MSc. Raúl Alberto Medrano Chávez

Jinotepe, 13 de diciembre del año 2017

Dedicatorias

A Dios.

Por permitirnos llegar hasta este punto, por darnos salud para cumplir nuestros objetivos, porque nos mantuvo firmes y no decaímos a pesar de las dificultades, por darnos la tolerancia, paciencia y sabiduría necesaria, para culminar con éxito este trabajo, por su infinito amor, bondad y misericordia y porque gracias a el estamos culminando nuestra carrera.

A nuestros padres.

Henry Moncada y Sandra López, por habernos dado la vida, por su amor incondicional, porque siempre estuvieron a nuestro lado brindándonos apoyo, por habernos acompañado desde el inicio hasta el final de nuestra carrera, por guiarnos siempre y darnos ánimos día a día, por su paciencia y por mostrarnos el camino hacia la superación, por enseñarnos a luchar y cumplir cada cosa que nos propongamos.

Agradecimientos

Agradecemos a Dios por ser nuestra fortaleza, por habernos acompañado en cada momento y por darnos la perseverancia para alcanzar nuestras metas.

A nuestros padres, por habernos proporcionado una excelente educación y por enseñarnos que con dedicación y esfuerzo, todo se consigue.

A nuestra familia y amigos que confiaron en nosotras, nos ayudaron y comprendieron durante esta etapa importante.

A la Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo, por abrirnos las puertas y ser nuestro segundo hogar. A los diferentes docentes, que compartieron sus experiencias y conocimientos, los cuales fueron vitales para nuestra formación profesional.

Agradecemos de manera especial y sincera a nuestro tutor MSc. Raúl Alberto Medrano Chávez, por ser nuestro guía, por su gran ayuda y colaboración en cada una de las consultas, porque cada día nos brindó motivación para seguir luchando y no dudo jamás de nuestra capacidad para realizar este trabajo, de igual manera al MSc. Álvaro López y MSc. Luz Margarita Narváez.

Valoración docente



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

2017: *'' Año de la Universidad Emprendedora ''*

01 de diciembre del año 2017.

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

Estimada maestra.

Por este medio entrego formalmente informe de seminario de graduación, bajo el Tema: **Plan de emprendimiento para la creación de empresas en la IV región del país**, presentado por las bachilleres:

| Nº | Apellidos y Nombres | Carné |
|----|--------------------------------------|----------|
| 1 | Br. Moncada López Bianka Celeste | 13093313 |
| 2 | Br. Moncada López Regina Auxiliadora | 13093302 |

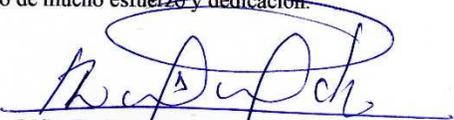
Siendo el subtema: Propuesta de plan de emprendimiento para la micro empresa B&R, dedicada a la elaboración y comercialización de porta-pachas para bebés, ubicada en el municipio de Diriamba, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2017.

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

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

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

Atentamente.


MSc. Raúl Alberto Medrano Chávez
Tutor de Seminario de Graduación

Cc/ Archivo

¡A la libertad por la Universidad!

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

Resumen

El presente documento es el resultado de un plan de emprendimiento que se realizó para un producto innovador “Porta-pacha para bebé”, el plan consta de cuatro aspectos fundamentales: Plan de mercadotecnia, producción, organización y gestión y financiero.

En el plan de mercadotecnia se especifica la innovación del producto porta-pacha, el segmento al que va a servir es a niños menores a los dos años. Se calculó la demanda real, que dio como resultado 2,447 madres y la demanda insatisfecha de 2,080 madres, además se diseñaron estrategias de producto, precio, plaza y publicidad y se estimaron ventas anuales de 2,295 unidades de porta-pachas.

En el plan de producción, se presenta el flujo del proceso que conlleva la elaboración de un porta-pacha, teniendo como resultado una duración de 85 minutos, especificándose una máxima producción de 264 unidades mensuales, se definen los proveedores de materia prima y maquinarias, así como la mano de obra necesaria.

En el plan de organización y gestión, se muestra que la forma de constitución de la micro empresa es como persona natural, se estructuró el organigrama demostrando que se requerirán los servicios de cinco trabajadores, a los cuales se les elaboraron fichas de cargo.

En el plan financiero, se detalla la inversión total con un monto de C\$ 177,556.79, se reflejan los ingresos, egresos y costos del negocio. Se realizó el punto de equilibrio dando como resultado 162 unidades mensuales, finalmente se calculó la VAN y TIR, determinando que el negocio es rentable.

Índice de contenido

| | |
|--|-----|
| Dedicatorias | i |
| Agradecimientos | ii |
| Valoración docente..... | iii |
| Resumen..... | iv |
| 1. Introducción del tema y subtema | 1 |
| 2. Justificación | 3 |
| 3. Objetivos | 4 |
| 3.1. Objetivo general..... | 4 |
| 3.2. Objetivos específicos | 4 |
| 4. Desarrollo del subtema | 5 |
| 4.1 Plan de Mercadotecnia | 5 |
| 4.1.1 Descripción de la innovación..... | 5 |
| 4.1.2 Comparación del producto con la competencia. | 10 |
| 4.1.3 Mercado/ Zona comercial..... | 11 |
| 4.1.4 Segmentación de mercado (clientes potenciales)..... | 14 |
| 4.1.5 Demanda total..... | 15 |
| 4.1.6 Participación de mercado estimada | 19 |
| 4.1.7 Estrategia de mercado. | 20 |
| 4.1.8 Estimación de venta..... | 30 |
| 4.1.9 Presupuesto de mercadotecnia..... | 32 |
| 4.2 Plan de producción | 33 |
| 4.2.1 El proceso de producción..... | 33 |
| 4.2.2 Proveedores y condiciones de compra de los equipos. | 35 |
| 4.2.3 Capital fijo y vida útil. | 40 |
| 4.2.4 Capacidad planificada. | 42 |
| 4.2.5 Ubicación y distribución física de la empresa..... | 43 |
| 4.2.6 Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad..... | 45 |
| 4.2.7 Mano de obra, su costo y disponibilidad. | 46 |
| 4.2.8 Gastos generales de producción..... | 47 |
| 4.3 Plan de organización y gestión | 48 |

| | |
|---|----|
| 4.3.1 Marco legal (forma jurídica)..... | 48 |
| 4.3.2 Estructura de la organización..... | 54 |
| 4.3.3 Experiencia y habilidades básicas del empresario..... | 55 |
| 4.3.4 Actividades y gastos preliminares..... | 58 |
| 4.3.5 Equipos de oficina..... | 59 |
| 4.3.6 Gastos administrativos..... | 60 |
| 4.4 Plan financiero..... | 61 |
| 4.4.1 Inversión y fuente de financiamiento..... | 61 |
| 4.4.1.1 Activos fijos..... | 61 |
| 4.4.1.2 Activos intangibles..... | 62 |
| 4.4.1.3 Capital de trabajo..... | 62 |
| 4.4.1.4 Inversión total..... | 62 |
| 4.4.1.5 Estructura del financiamiento..... | 64 |
| 4.4.2 Ingresos, egresos y costos..... | 66 |
| 4.4.2.1 Presupuesto de ingreso..... | 66 |
| 4.4.2.2 Presupuesto de egresos..... | 67 |
| 4.4.2.3 Presupuesto de costos..... | 70 |
| 4.4.2.4 Punto de equilibrio..... | 77 |
| 4.4.2.5 Flujo de caja..... | 78 |
| 4.4.3 Análisis financiero..... | 83 |
| 4.4.3.1 Flujo de fondo..... | 83 |
| 4.4.3.2 Valor actual neto (VAN)..... | 85 |
| 4.4.3.3 Tasa interna de retorno (TIR)..... | 86 |
| 5. Conclusiones..... | 87 |
| 6. Bibliografía..... | 89 |
| 7. Anexos..... | 87 |

Índice de gráficos

| | |
|--|----|
| Gráfica 1 Motivo de compra | 6 |
| Gráfica 2 Diseño y Color | 7 |
| Gráfica 3 Marca..... | 8 |
| Gráfica 4 Puntos de venta..... | 12 |
| Gráfica 5 Demanda | 15 |
| Gráfica 6 Frecuencia y Cantidad..... | 16 |
| Gráfica 7 Oferta..... | 18 |
| Gráfica 8 Participación de mercado | 19 |
| Gráfica 9 Publicidad | 26 |
| Gráfica 10 Precio | 31 |

Índice de tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Clientes | 15 |
| Tabla 2 Razones de no consumo..... | 17 |
| Tabla 3 Estrategia de producto | 20 |
| Tabla 4 Estrategia de precio | 22 |
| Tabla 5 Estrategia de plaza..... | 23 |
| Tabla 6 Plan Publicitario..... | 27 |
| Tabla 7 Estimación de ventas | 30 |
| Tabla 8 Incremento de ventas..... | 30 |
| Tabla 9 Presupuesto de mercadotecnia..... | 32 |
| Tabla 10 Significado de simbología ANSI | 33 |
| Tabla 11 Proceso de producción para el porta-pacha Babyboom..... | 34 |
| Tabla 12 Equipos de producción..... | 37 |
| Tabla 13 Depreciación | 40 |
| Tabla 14 Vida útil de los bienes | 41 |
| Tabla 15 Cuota anual a deducir | 41 |
| Tabla 16 Capacidad planificada | 42 |
| Tabla 17 Materia prima mensual..... | 45 |
| Tabla 18 Energía eléctrica | 46 |
| Tabla 19 Mano de obra directa e indirecta..... | 46 |
| Tabla 20 Salario mínimo | 46 |
| Tabla 21 Gastos de producción | 47 |
| Tabla 22 Ficha de cargo, Administración | 55 |
| Tabla 23 Ficha de cargo, Producción..... | 56 |
| Tabla 24 Ficha de cargo, Operarios..... | 57 |
| Tabla 25 Ficha de cargo, Ventas | 58 |
| Tabla 26 Gastos preliminares | 58 |
| Tabla 27 Equipos administrativos | 59 |
| Tabla 28 Gastos administrativos | 60 |
| Tabla 29 Inversión total..... | 62 |
| Tabla 30 Monto de inversión en dólares | 63 |

| | |
|--|----|
| Tabla 31 Condiciones de financiamiento..... | 64 |
| Tabla 32 Monto a pagar por año | 64 |
| Tabla 33 Balance de apertura | 65 |
| Tabla 34 Consolidado de ventas | 66 |
| Tabla 35 Gastos de venta | 67 |
| Tabla 36 Gastos de administración..... | 68 |
| Tabla 37 Gastos financieros..... | 69 |
| Tabla 38 Otros gastos | 69 |
| Tabla 39 Costo unitario, departamento 1 | 70 |
| Tabla 40 Amortizaciones CIF, departamento 1 | 71 |
| Tabla 41 Costo unitario, departamento 2 | 72 |
| Tabla 42 Amortizaciones CIF, departamento 2 | 73 |
| Tabla 43 Depreciación CIF, departamento 2..... | 73 |
| Tabla 44 Energía eléctrica, departamento 2 | 73 |
| Tabla 45 Costo unitario, departamento 3 | 74 |
| Tabla 46 Costo unitario total | 75 |
| Tabla 47 Costos totales..... | 76 |
| Tabla 48 Punto de equilibrio..... | 77 |
| Tabla 49 Flujo de caja | 79 |
| Tabla 50 Estado de resultado | 81 |
| Tabla 51 Balance general proyectado..... | 82 |
| Tabla 52 Flujo de fondos..... | 84 |
| Tabla 53 Factores considerados para el cálculo de la VAN | 85 |
| Tabla 54 Consolidado de flujo de fondos proyectado | 86 |
| Tabla 55 Tasa interna de retorno | 86 |

Índice de ilustraciones

| | |
|---|----|
| Ilustración 1 Prototipo del porta-pacha..... | 8 |
| Ilustración 2 Logotipo | 9 |
| Ilustración 3 Etiqueta..... | 10 |
| Ilustración 4 Competencia..... | 11 |
| Ilustración 5 Macro localización | 13 |
| Ilustración 6 Micro localización..... | 14 |
| Ilustración 7 Canal directo | 24 |
| Ilustración 8 Canal indirecto | 25 |
| Ilustración 9 Diseño de la planta | 43 |
| Ilustración 10 Diseño de la planta 2D..... | 44 |
| Ilustración 11 Organigrama de la micro empresa..... | 54 |

1. Introducción del tema y subtema

Actualmente el emprendimiento en Nicaragua, se ha venido fortaleciendo como medio para subsistir, además existe una corriente en las nuevas generaciones de profesionales a emprender sus propios negocios, sin embargo muchas personas temen emprender por miedo al fracaso, por lo cual se requiere de una gran determinación y esfuerzo para aventurarse como empresario.

Según Duarte (2017), en el periodico El Nuevo Diario, afirma que: “El interés de los jóvenes por emprender sus propios negocios es cada vez mayor en Nicaragua. La idea de salir de las universidades a buscar un empleo esta quedando atrás, y ahora son mas aquellos muchachos que salen dispuestos a crear sus propias oportunidades de vida.”

Tomando como referencia lo antes mencionado, se decidió emprender con un producto que posee alto grado de innovación, aprovechando las oportunidades que se presentan en el entorno, por este motivo surge la idea de negocio de un porta-pacha para bebé, que ayudará de gran manera a las madres de familia debido a las características que posee, teniendo en cuenta que el segmento al que va dirigido el producto es uno de los más atractivos y exigentes en el mercado.

El plan de emprendimiento que se elaboró durante el transcurso del semestre, contempla cuatro aspectos fundamentales.

Primeramente, se desarrolló un plan de mercadotecnia en la ciudad de Jinotepe, departamento de Carazo, con el propósito de extraer información precisa a cerca de los clientes potenciales, los competidores directos e indirectos del producto Babyboom, y la zona en la que se comercializará el porta-pacha. Se determinó demanda real e insatisfecha, así como participación de mercado, se diseñaron las estrategias más idóneas y se concluye con un presupuesto de marketing.

Luego se realizó un plan de producción, detallando el proceso que conlleva la elaboración del producto, los proveedores de maquinarias y materia prima, reflejando las condiciones de compra. Se diseñó la distribución física de la planta y se estableció la mano de obra necesaria para la fabricación del producto.

Con respecto al plan de organización y gestión se determinó la parte legal de la microempresa, se diseñó el organigrama, las fichas de cargo para definir las funciones de cada trabajador que se necesita para el funcionamiento de la microempresa, los equipos de oficina y gastos administrativos.

Finalmente se elaboró el plan financiero con el propósito de determinar la rentabilidad del negocio. Se planteó la inversión inicial y el financiamiento de la misma, los ingresos, egresos y costos que tendrá la micro empresa, el punto de equilibrio, flujo de caja y flujo de fondo, así como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

2. Justificación

El presente trabajo es un plan de emprendimiento, que tiene como fin la elaboración y comercialización de un nuevo porta-pacha para bebé.

Para realización de este documento, se consultaron diversas fuentes bibliográficas relacionadas al diseño de un plan de mercadotecnia, plan de producción, plan de organización y gestión y plan financiero, en el cual se consideraron autores como Philip Kotler y Kevin Keller, Laura Fisher y Jorge Espejo, Gabriel Baca Urbina, José Antonio Almoguera, así como María Jesús Soriano, entre otros autores, que sirvieron de apoyo para sustentar teóricamente el desarrollo de trabajo.

El tipo de estudio que se utilizó es descriptivo, el método de investigación es de análisis, y se recurrieron a técnicas como encuestas y entrevistas, que sirvieron para una recolección de datos precisos, además se siguió la estructura orientada por el departamento de docentes de FAREM-Carazo, en la cual el tutor MSc. Raúl Alberto Medrano Chávez, dio un constante seguimiento en el transcurso de la elaboración de este documento.

Finalmente este trabajo sirvió para enriquecer y fortalecer los conocimientos del equipo investigador con respecto al emprendimiento empresarial, los aspectos mercadológicos, productivos, legales y financieros que se desarrollaron presentan una alternativa real para emprender, además se considera que este documento servirá como fuente de consulta para futuras generaciones, pudiendo servir de apoyo si se encuentran realizando una investigación similar, así mismo beneficiará a personas que quieren y desean ser parte del emprendimiento.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Proponer un plan de emprendimiento para la micro empresa B&R ubicada en el municipio de Diriamba, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2017.

3.2. Objetivos específicos

1. Realizar un plan de mercadotecnia para la identificación de la viabilidad comercial del producto “Porta-pacha para bebé”
2. Estructurar un plan de producción para el nuevo porta-pacha para bebé, especificando los costos, mantenimiento de equipos y gastos generales de la misma.
3. Elaborar un plan de gestión y organización que visualice los requisitos legales, para la ejecución de los procedimientos, reglamentos y directrices que administren a la micro empresa B&R
4. Establecer un plan financiero para la evaluación de la rentabilidad y viabilidad de la micro empresa B&R

4. Desarrollo del subtema

4.1 Plan de Mercadotecnia

Según Fischer & Espejo (2011), afirman que el plan de mercadotecnia es: "Documento que establece las estrategias y las actividades a llevarse a cabo para alcanzar los objetivos de la empresa." (p. 29)

Se creará una idea de negocio contextualizada a la economía nicaragüense y su incursión en el mercado. A continuación se describen cada uno de los aspectos de manera detallada del plan de mercadotecnia.

4.1.1 Descripción de la innovación.

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

La innovación se centra en buscar ideas nuevas que capten la atención de las personas, a través de productos novedosos, cumpliendo con las exigencias que hay por parte de los consumidores, de tal forma que el mercado se vuelve cada vez más competitivo y requiere constante innovación en la búsqueda de satisfacer las expectativas de los individuos.

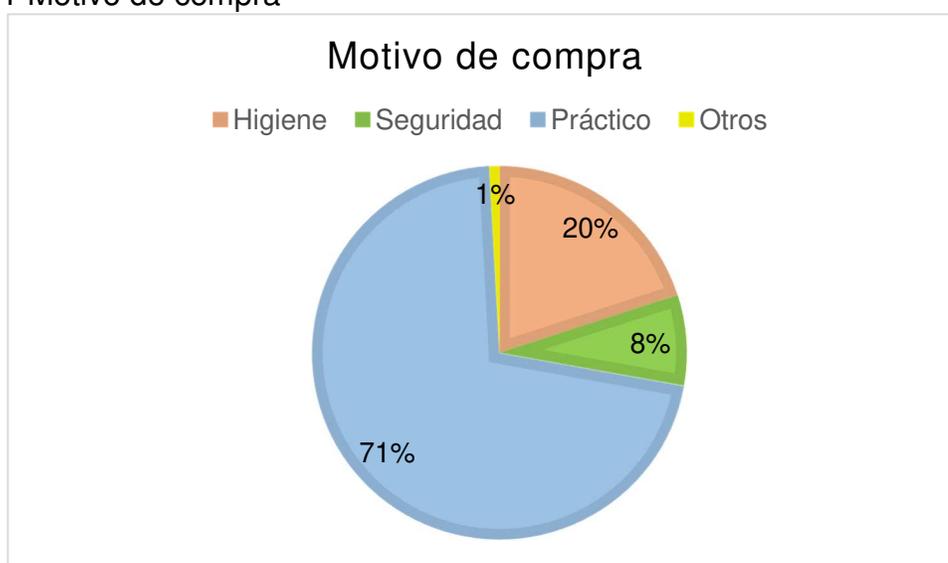
Por esta razón, se decidió crear un producto nuevo, práctico, aprovechando las oportunidades de negocios que actualmente se presentan en el mercado, por ende, se plantea una propuesta innovadora de un nuevo porta-pacha para bebés de cero meses a dos años, con el propósito de comercializarlo en un futuro, a través de una microempresa que tenga la capacidad de elaborar dicho producto.

La innovación del nuevo producto radica en elaborar un artefacto hecho a base de tela el cual será adherido a la silla cargador del bebé, colocando la pacha a una distancia

donde el infante pueda alcanzarla cómodamente, logrando que este se alimente con ayuda del porta-pacha, siendo un producto totalmente diferente al porta-pacha tradicional.

El porta-pacha que se te pretende ofertar en el mercado será fabricado con tela de galleta, esto con el fin de que al momento de ser ensuciado pueda ser limpiado y lavado fácilmente. No obstante el producto se elaborará con materia prima de calidad, para brindar a las mamás un producto resistente.

Gráfica 1 Motivo de compra



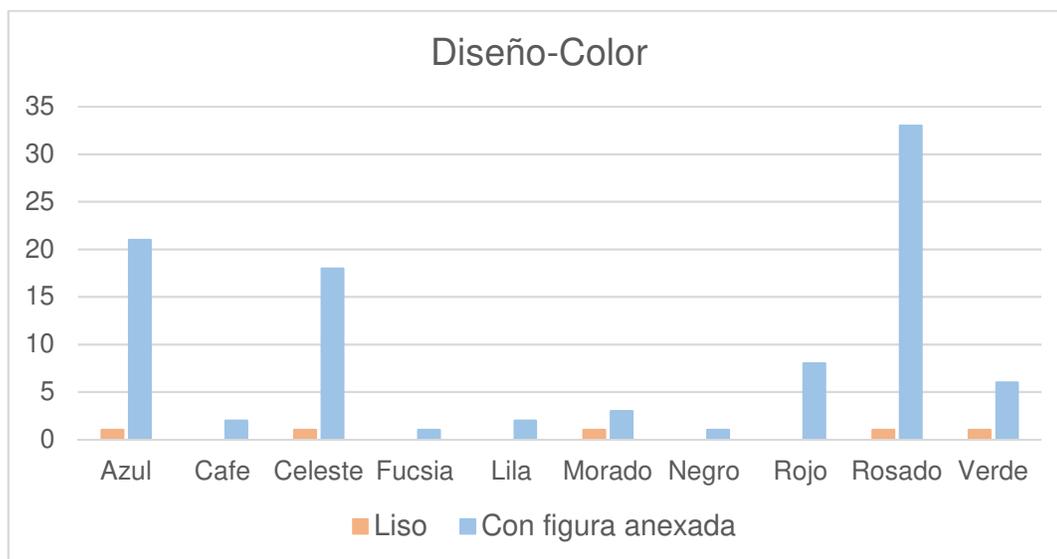
Fuente: Equipo investigador

A través de encuestas realizadas a madres de familia, se determinó que la principal razón por la cual ellas comprarían el nuevo porta-pacha, es porque lo consideran práctico, recalcando que las principales ventajas o las necesidades que suple este producto innovador son las siguientes:

1. Las ayudará a alimentar a sus bebes cuando estén muy ocupadas y necesitan realizar otra actividad.
2. Al hacer uso del porta-pacha, él bebe se sustentará con ayuda de este producto.

3. Servirá como medio de distracción para él bebe al momento que este acabe su pacha, logrando entretenerlo y que no se inquiete inmediatamente.
4. El producto podrá ser trasladado con facilidad a cualquier lugar.

Gráfica 2 Diseño y Color

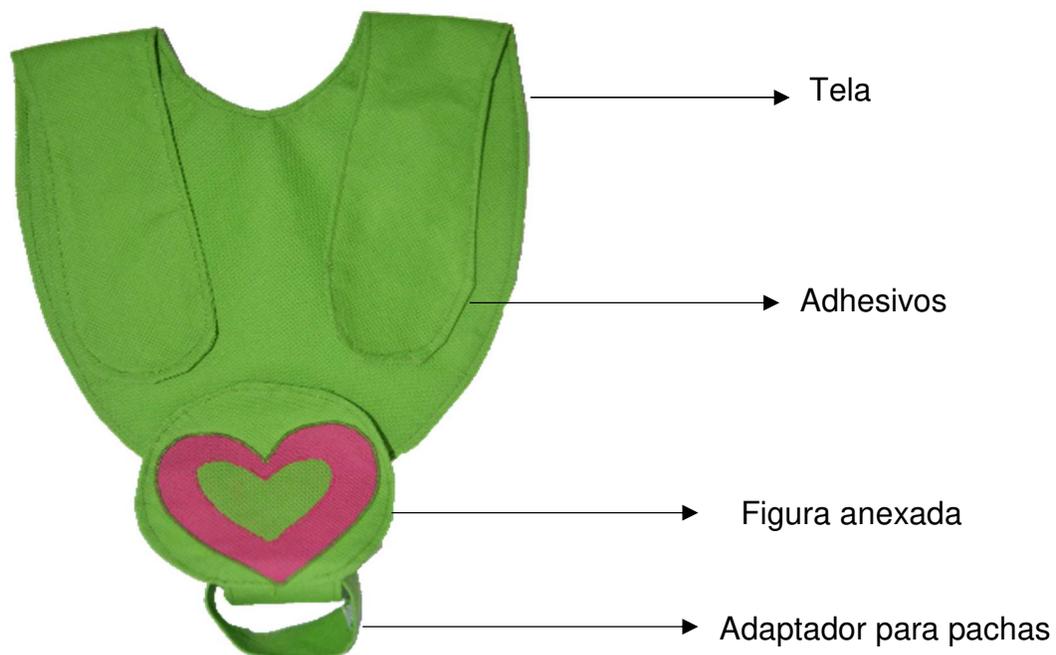


Fuente: Equipo investigador

Con respecto al diseño y color del nuevo porta-pacha, las madres encuestadas manifestaron que prefieren que el producto contenga una figura anexada, porque lo encuentran más llamativo al momento de querer adquirirlo, además serviría como medio de atracción para el bebé. La mayoría de las madres se inclinaron por la tendencia del color rosado para las niñas, y un color azul o celeste para los varones.

A continuación se muestra un prototipo del producto porta-pacha para bebés.

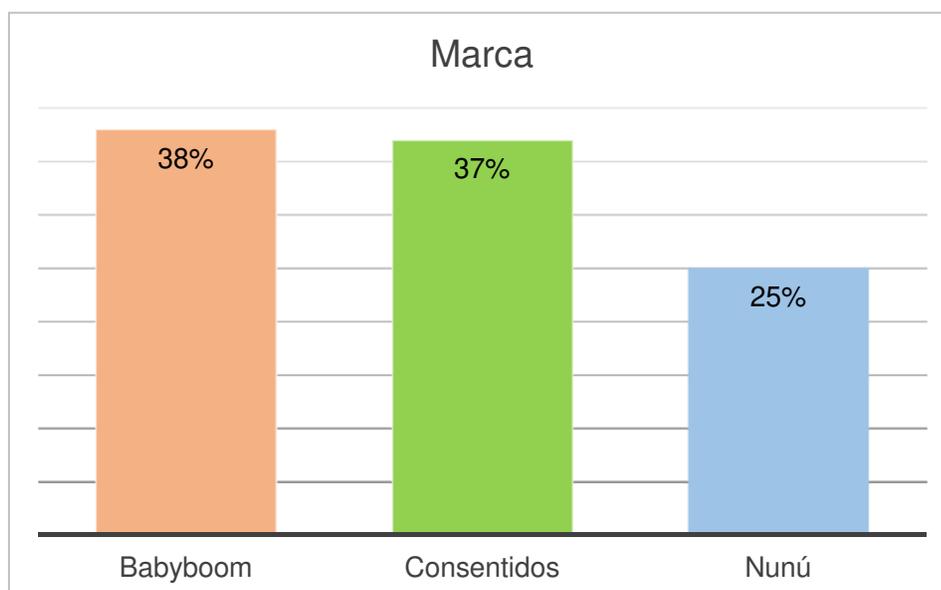
Ilustración 1 Prototipo del porta-pacha



Fuente: Equipo investigador

Marca del producto:

Gráfica 3 Marca



Fuente: Equipo investigador

Para decidir la marca del producto se plantearon tres nombres, a las encuestadas les pareció más interesante el nombre de Babyboom y Consentidos, por lo que se decidió dejar como nombre de marca “Babyboom”, y “Consentidos” como parte del slogan.

Slogan:

“Para los consentidos del hogar”

Logo:

Ilustración 2 Logotipo



Fuente: Equipo investigador

Con respecto al logotipo, se eligió destacar colores como rosado y celeste, debido a que son las tonalidades que tradicionalmente se utilizan para ambos sexos, debido a que están posicionadas en la mente de las personas, en el diseño se muestra a un bebé cubierto con una manta, lo que demuestra la ternura y calidez que caracterizan a los niños, así mismo el logotipo, lleva el nombre de la marca con la finalidad de que sea recordada por los clientes.

Etiqueta:

Ilustración 3 Etiqueta



Fuente: Equipo investigador

En la etiqueta se refleja el logo y la marca del porta-pacha, las paginas en Facebook e Instagram para un mejor contacto y obtención de información acerca del producto, del mismo modo se detalla el modo de uso e indicaciones.

4.1.2 Comparación del producto con la competencia.

El ambiente competitivo de una empresa es desde luego una de las principales influencias en sus programas de marketing. Por lo general, una organización enfrenta tres tipos de competencia:

La *competencia de marca* proviene de los mercadólogos de productos directamente similares.

Los *productos sustitutos* satisfacen la misma necesidad.

En un tercer tipo de competencia, más general, toda empresa es una rival debido al limitado poder de compra del cliente. (Stanton, Etzel, & Walker, 2007, págs. 33-34)

Competidores directos: Se ha establecido que este producto no posee competidores directos, debido a que hay inexistencia de empresas que elaboren y comercialicen un porta-pacha igual al que se pretende ofertar.

Competidores indirectos: Los competidores indirectos que se presentan son todas aquellas empresas que comercializan un porta-pacha común el cual se demuestra en la siguiente imagen:

Ilustración 4 Competencia



Fuente: Equipo investigador

4.1.3 Mercado/ Zona comercial.

“Área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.” (Urbina, 2010, pág. 12)

La zona comercial del producto será el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, debido a que existe un mercado creciente de madres que tienen niños menores a los dos años, las cuales tienen poder adquisitivo suficiente para la compra del producto, no obstante en este mercado se carece de oferta, lo que hace más atractiva su comercialización, sirviendo como indicador para saber que el producto logrará ser demandado.

Por otra parte existe una cercanía con los proveedores, lo que hace más fácil la adquisición de materia prima e insumos necesarios para la producción del nuevo portapacha.

Gráfica 4 Puntos de venta



Fuente: Equipo investigador

A las informantes se les propusieron dos puntos de ventas en los cuales podrían adquirir el portapacha, gran parte de ellas manifestaron que les gustaría obtener el producto en tiendas exclusivas para niños y otra parte en supermercados, debido a que en ambos puntos de ventas es más fácil su adquisición, es por este motivo que se piensa comercializar el producto en:

Tiendas exclusivas para niños:

1. D'TODO PARA TODOS LOS NIÑOS, ubicada del gallo más gallo dos cuadras al oeste, Jinotepe-Carazo
2. La tienda de los niños, ubicada contiguo al supermercado Pali, Jinotepe-Carazo

Supermercados:

1. Supermercado La Colonia
2. Supermercado Santiago

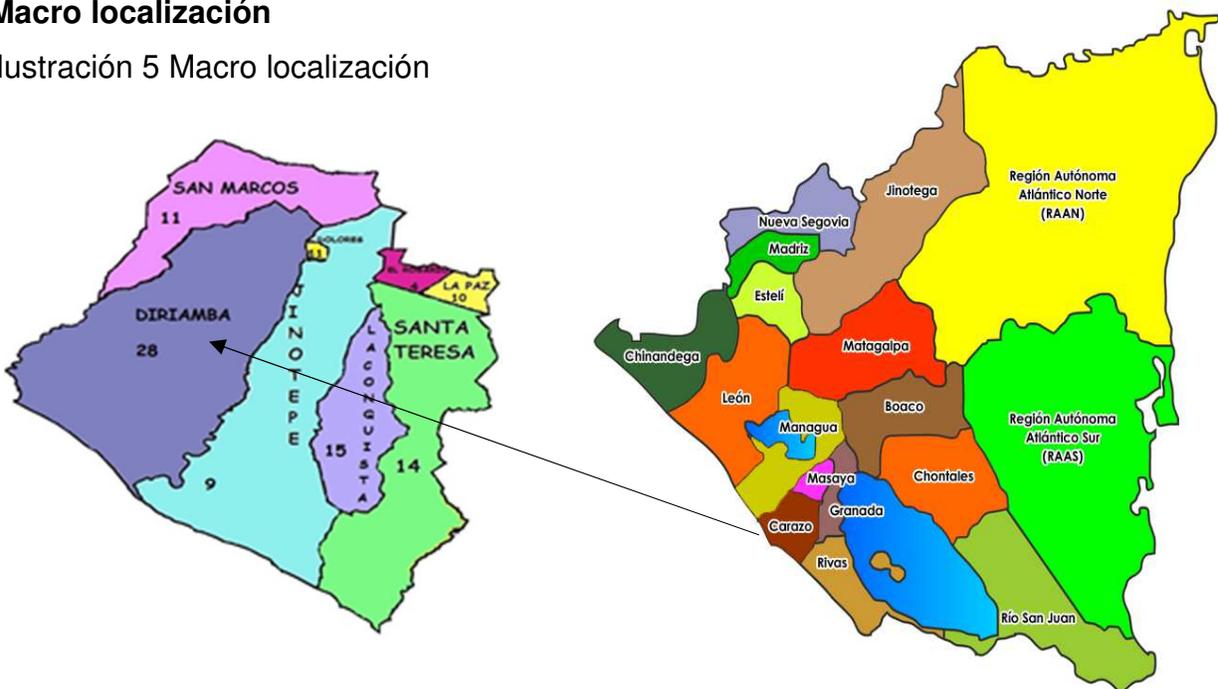
Ubicación de la planta productora

Por medio de la macro localización se seleccionó la zona en donde estará ubicada la planta productora de la micro empresa “B&R”. La planta de producción de la empresa “B&R” estará ubicada en el municipio de Diriamba, departamento de Carazo, teniendo como dirección exacta, Reparto Juan José Hernández, tercera calle.

Se eligió este lugar, en vista de que es casa propia, en donde existe disponibilidad de energía eléctrica y agua potable, además de tener una infraestructura adecuada para que el producto pueda ser elaborado y posteriormente trasladado al municipio de Jinotepe para que pueda ser comercializado en los puntos de ventas seleccionados.

Macro localización

Ilustración 5 Macro localización



Micro localización

Ilustración 6 Micro localización



Fuente: Google Maps

4.1.4 Segmentación de mercado (clientes potenciales).

La segmentación de mercado es un proceso mediante el cual se identifica o se toma grupo de compradores homogéneos, es decir, se divide el mercado en varios submercados o segmentos de acuerdo a los diferentes deseos de compra y requerimientos de los consumidores. (Fischer & Espejo, 2011, pág. 61)

Por las características del producto, es necesario hacer mención de los conceptos de comprador y usuario. “El comprador, como lo indica la palabra, es la persona que realiza, de hecho, la compra o adquisición del bien.” (Fischer & Espejo, 2011, pág. 85), en cambio “El usuario es la persona o personas que consumen o utilizan el producto o servicio.” (Fischer & Espejo, 2011, pág. 85)

Tomando como referencia lo antes mencionado, el segmento de mercado al que va dirigido el nuevo porta-pacha, es el infantil, niños menores a los dos años, quienes son los que harán uso del producto, sin embargo las madres serán las que realicen la compra, por lo tanto ellas son los clientes potenciales.

Tabla 1 Clientes

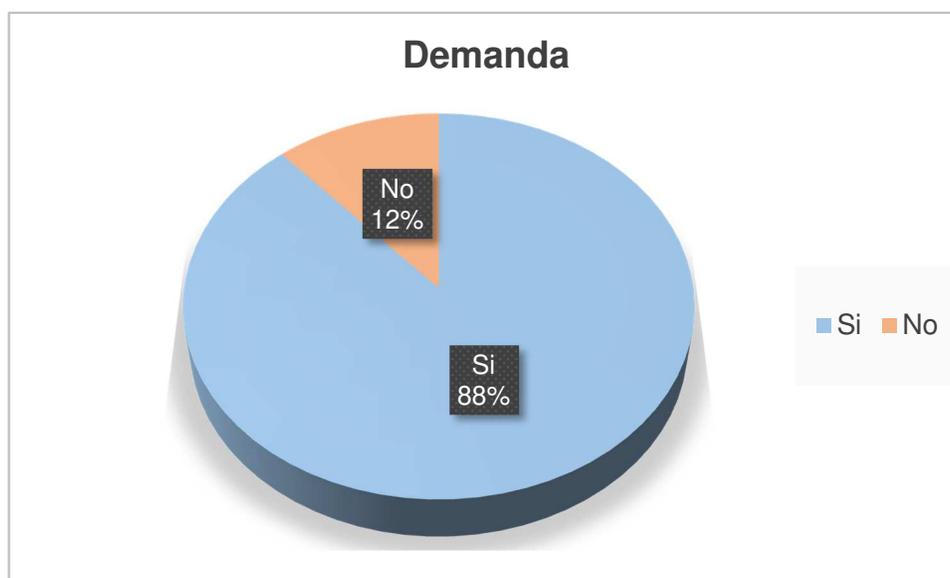
| | |
|--------------------------------------|---|
| Clientes reales y potenciales | Madres que tienen hijos menores a los dos años |
| Demografía | Principalmente la ciudad de Jinotepe y ciudades aledañas |
| Nivel socio-económico | En general los clientes potenciales se encuentran en una escala de clase media-alta |
| Ocupación | Dentro de este rango se encuentran las madres con empleo formal y amas de casa |
| Estilo de vida | Madres modernas y sofisticadas |

Fuente: Equipo investigador

4.1.5 Demanda total.

Según Arena & Méndez (1997), señalan que la demanda es: “Conjunto de mercancías y servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir en el mercado, en un tiempo determinado y a un precio dado.” (p. 55)

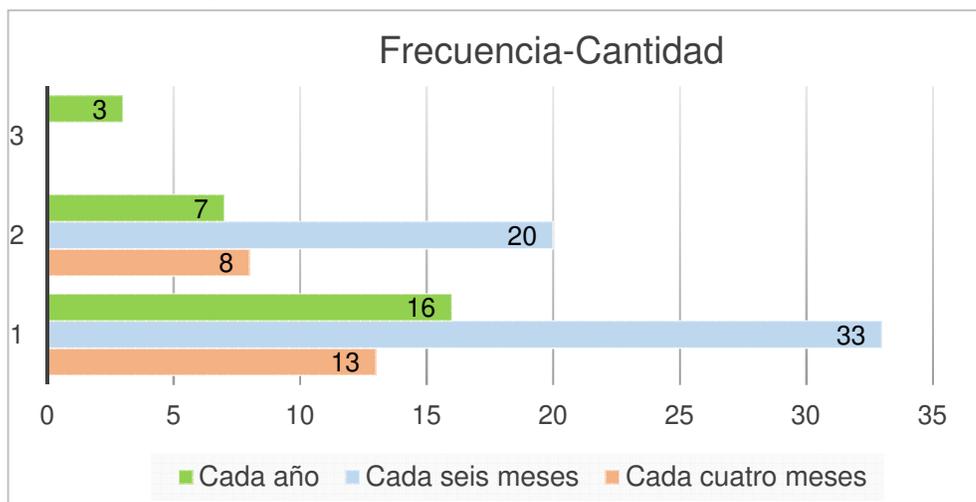
Gráfica 5 Demanda



Fuente: Equipo investigador

Según resultados obtenidos a través de la encuesta el porcentaje de aceptación del nuevo porta-pacha es más del 85%. Las madres expresaron que estarían dispuestas a comprar este producto innovador por la facilidad que les brindaría alimentar a sus bebés, teniendo en cuenta este dato, se considera que el nuevo porta-pacha tendrá un alto índice de demanda al ser introducido en el mercado.

Gráfica 6 Frecuencia y Cantidad



Fuente: Equipo investigador

Datos obtenidos a través de la encuesta reflejaron que la cantidad y la frecuencia con que las madres comprarían el nuevo porta-pacha es uno cada seis meses, debido a que este tipo de producto suele ser duradero, dependiendo del cuidado que se le dará. Además una parte de las madres manifestaron que comprarían dos cada seis meses, por el motivo de querer variar al tener dos porta-pachas de colores diferentes.

A continuación se presentan los cálculos de la demanda real y la demanda insatisfecha

Leyenda:

DT= Demanda Total

DR= Demanda Real

OR= Oferta Real

DI= Demanda Insatisfecha

Demanda total: Según datos obtenidos en la oficina de registros y estadísticas del Sistema local de atención integral en salud, (SILAIS, 2017) delegación Jinotepe, las madres con niños entre las edades de cero meses a dos años del casco urbano del municipio de Jinotepe es de 2,781 según el informe anual del primer semestre del año 2017, el cual sirve como base del presente estudio.

Por lo tanto la demanda total está representada por 2,781 madres con niños entre las edades de cero meses a dos años.

Cálculos:

DT: 2,781 madres con hijos menores de dos años pertenecientes al casco urbano del municipio de Jinotepe.

DR: $DT * 12\%$ (Madres que no comprarían el producto)

$DR = 2,781 - 333.72$

DR= 2,447 madres con niños de cero meses a dos años que aceptan el producto una vez colocado en el mercado.

Las madres expresaron que no comprarían el porta-pacha por las siguientes razones:

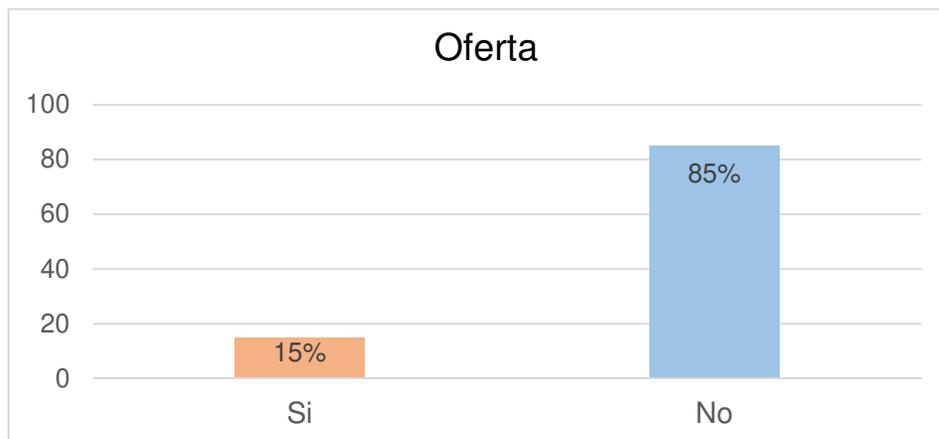
Tabla 2 Razones de no consumo

| Razones | % | Cantidad |
|--|------------|-----------------|
| No confían en un producto nuevo | 1% | 27.81 |
| Actualmente no poseen una silla cargador | 10% | 278.1 |
| Prefieren alimentar a sus bebés como lo han hecho siempre. | 1% | 27.81 |
| Total | 12% | 333.72 |

Fuente: Equipo investigador

Demanda insatisfecha

Gráfica 7 Oferta



Fuente: Equipo investigador

La mayoría de las madres encuestadas dieron a conocer que actualmente no compran ningún tipo de porta-pacha para su bebé, sin embargo el 15% expresó que si han comprado un porta-pacha tradicional, cabe recalcar que el artefacto que se pretende ofertar es totalmente diferente al que usualmente adquieren las madres, siendo esto una ventana de mercado que se puede aprovechar de gran manera debido a que no existe una competencia directa.

DI= DR- % Competencia

DI= 2,447*15% (porcentaje cubierto por la competencia indirecta)

DI= 367

DI= 2,447 – 367

DI= 2,080 demanda insatisfecha de madres con niños de cero meses a dos años

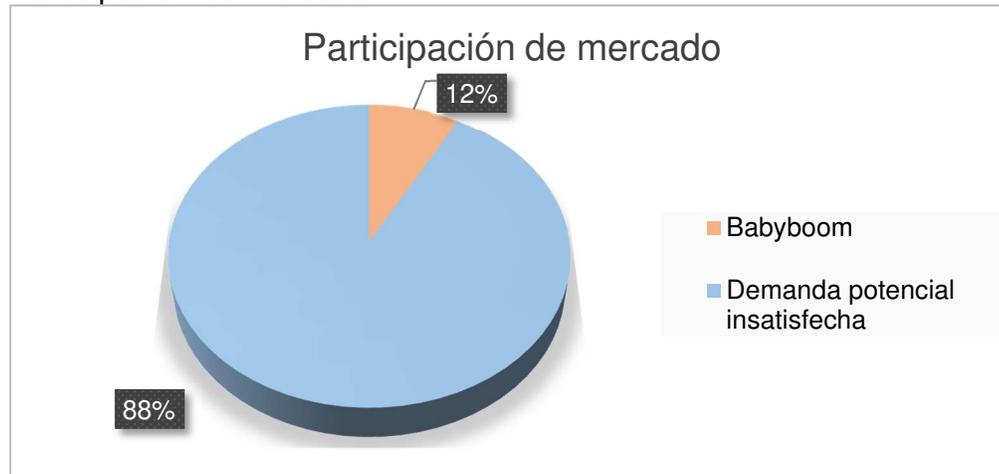
Al haber realizado el cálculo de la demanda insatisfecha se concluye que la demanda real está formada por 2,447 madres, las que representan a los clientes potenciales.

La oferta indirecta, cubre el 15% de la demanda real. Tomando en cuenta la competencia indirecta se concluye que la demanda insatisfecha, es de **2,080 madres**.

4.1.6 Participación de mercado estimada

“Porcentaje de la clientela existente o del saldo comercial global, o bien del volumen de las ventas, cuando se consideran elementos comparables”. (Serraf, 2000, pág. 166)

Gráfica 8 Participación de mercado



Fuente: Equipo investigador

Al analizar el sector en el cual se encuentra el producto Babyboom, se determinó que no existe una oferta directa de este tipo de producto, ni marcas nacionales, ni extranjeras.

Se ha mostrado anteriormente en el desarrollo del trabajo que de acuerdo a la investigación de mercado existe una demanda insatisfecha de 2,080 madres, de las cuales se pretende atender el 12%. Se estipuló el 12% en base a la capacidad productiva de la micro empresa. Esta cantidad coincide con los rangos promedios de participación de mercado en las etapas introductorias de las micro y pequeñas empresas.

$$\frac{264 \text{ (Capacidad productiva mensual)}}{2,080 \text{ (Demanda insatisfecha)}} = 0.12 \times 100 = 12\% \text{ de participación mensual}$$

Quedando un 88% de demanda potencial insatisfecha que no se podrá cubrir, sin embargo dentro de la visión que tiene la micro empresa se espera que a medida que crezca, se pueda abarcar gran parte de esta.

4.1.7 Estrategia de mercado.

La selección de la estrategia de marketing supone la definición de la manera de alcanzar los objetivos de marketing establecidos. Esta decisión comportará la implementación de un conjunto de acciones (las 4 Pes) que la hagan posible en un horizonte temporal y un presupuesto concreto, las cuales serán vistas en capítulos sucesivos más adelante. (Tirado, 2013, pág. 43)

Según Kotler & Armstrong (2008), afirman que la estrategia de desarrollo del producto puede ser utilizada cuando existen: “Desarrollo de productos originales, mejoras a productos, modificaciones de productos y marcas nuevas mediante las labores de investigación y desarrollo de la empresa.” (p. 239)

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

Tabla 3 Estrategia de producto

| Producto | | | | | |
|-------------------------|--|--|---|-------------|---|
| Estrategia | Objetivo | Acción | Recurso | Responsable | Costo |
| Desarrollo del producto | Innovar con un producto que cumpla con las expectativas de las madres, con respecto a: diseño, empaque, etiqueta, logrando que las madres se interesen en el producto, | Elaboración de porta-pacha a base de tela, con colores seleccionados por las madres, y con figura anexada en la parte inferior | -Tela -Hilo -Adhesivo -Máquina de cocer -Máquina Overlock | Producción | Estos costos, se detallan en el aspecto de producción, apéndice 4.2.6, por lo tanto no forman parte del presupuesto de mercadotecnia. |
| | | Se ofrecerá un empaque transparente, con | -Empaque | | |

| | | | | | | |
|--|---|----|--|-----------|--|--|
| | captando su atención de manera inmediata. | de | el fin de que las madres tengan una mejor visibilidad del producto | | | |
| | | | Diseño de una etiqueta que contenga el logo, marca, redes sociales para una mejor interacción entre el cliente y la empresa, así como las indicaciones y modo de uso del producto. | -Etiqueta | | |

Fuente: Equipo investigador

Según Kerin, Berkowitz, Hartley, & Rudelius (2004), señalan que: “El uso de precios de prestigio consiste en establecer precios altos, de modo que los consumidores conscientes de la calidad o estatus se sientan atraídos por el producto y lo compren.” (p. 412)

A continuación se desarrolla la estrategia de precios de prestigio:

Tabla 4 Estrategia de precio

| Precio | | | | | |
|------------------------------------|---|--|---------|-------------|---|
| Estrategia | Objetivo | Acción | Recurso | Responsable | Costo |
| Estrategia de precios de prestigio | Determinar un precio al alcance de los clientes potenciales, en base a su percepción del producto, fijando precio competitivo y atractivo para las madres que tienen una posición económicamente estable. | <p>Establecimiento del costo que incurre elaborar un porta-pacha, para la determinación del margen de ganancia y el precio de venta.</p> <p>Fijación de un precio de C\$ 300.00 a los intermediarios del producto, los cuales le aumentarán un 15% de margen de ganancia. El porta-pacha tendrá un precio final de C\$ 345.00 en los puntos de ventas seleccionados.</p> | ----- | Ventas | El costo unitario del producto, se refleja en el aspecto financiero, apendice 4.4.2.3, por lo tanto no forma parte del presupuesto de mercadotecnia |

Fuente: Equipo investigador

Según Stanton, Etzel, & Walker (2007), afirman que: “En la distribución selectiva, el productor vende su producto a través de múltiples mayoristas y detallistas, pero no de todos los que pueda haber, en un mercado en el que un consumidor pueda razonablemente buscarlo.” (p. 418)

La estrategia de distribución utilizada es la siguiente

Tabla 5 Estrategia de plaza

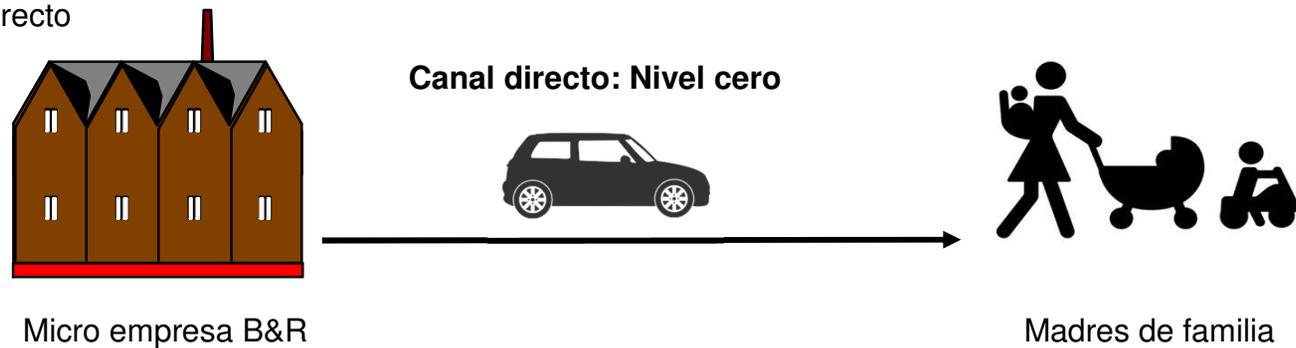
| Plaza | | | | | |
|--------------------------------------|---|--|---|-------------|-------------------|
| Estrategia | Objetivo | Acción | Recurso | Responsable | Costo |
| Estrategia de distribución selectiva | Incrementar la visibilidad con respecto al nuevo porta-pacha, llegando a tener un mayor número de clientes potenciales, construyendo rápidamente y eficientemente confianza y credibilidad al apoyarnos en intermediarios que son | Establecimiento de alianzas estratégicas con tiendas exclusivas para niños, como :“D'TODO PARA TODOS LOS NIÑOS”, “La tienda de los niños” y Supermercados “Santiago” y “La Colonia”, formalizando esta alianza, mediante un contrato (ver anexo 6) | -Gastos de transporte -Producto terminado -Gastos de contrato para la formalización de la alianza estratégica -Gastos de embalaje. | Ventas | C\$655.00 mensual |

| | | | | | |
|--|----------------------|---|---|-----------|-------------------|
| | considerados claves. | Se brindará servicio delivery, en los municipios de Diriamba y Jinotepe donde las madres podrán realizar su pedido a través de páginas en Facebook e Instagram, con el fin de dar un valor agregado al portapacha. El precio del producto será estándar (el mismo que se establecerá en los puntos de venta). | -Gastos de transporte. -Producto terminado -Computadora | de Ventas | C\$500.00 mensual |
|--|----------------------|---|---|-----------|-------------------|

Fuente: Equipo investigador

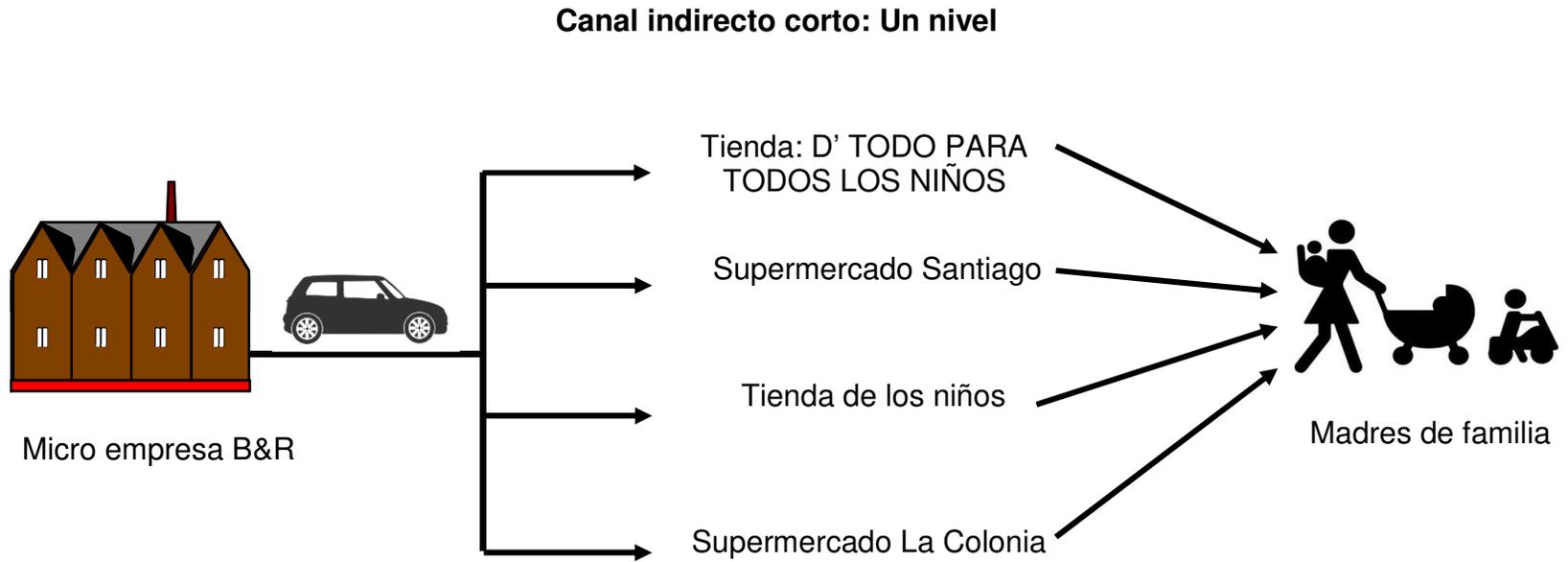
Diseño de canal de distribución

Ilustración 7 Canal directo



Fuente: Equipo investigador

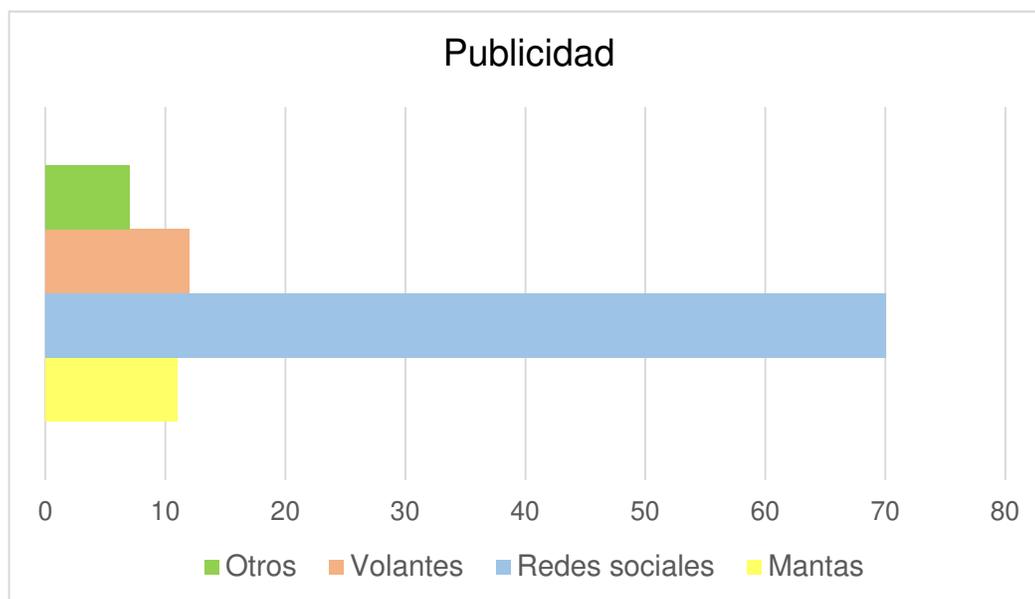
Ilustración 8 Canal indirecto



Fuente: Equipo investigador

Publicidad

Gráfica 9 Publicidad



Fuente: Equipo investigador

A través de encuestas realizadas, las madres de familia manifestaron que el medio más atractivo para publicitar el nuevo porta-pacha son las redes sociales, por la razón de que hoy en día se comunican y pasan gran parte de su tiempo en internet, además de ser un medio publicitario eficaz y bajo en costos, sin embargo se piensa comunicar el producto a través de distintas opciones que ofrece la comunicación masiva.

Se diseñó un plan publicitario, especificando las acciones a utilizar para comunicar el producto eficientemente.

1. A quién se dirige: A madres con hijos entre las edades de cero meses a dos años.
2. Que dice: Las necesidades que suple el producto, de qué manera puede ser utilizado, donde se puede adquirir, entre otros.
3. Como lo dice: Mediante distintos medios publicitarios.

Tabla 6 Plan Publicitario

| Estrategia | Objetivo | Acciones | Recursos | Responsable | Costo C\$ |
|---|--|--|---|-----------------------|-----------|
| Diseñar un plan publicitario para el producto Babyboom. | Facilitar información a las madres de familia para que conozcan el producto Babyboom, persuadiendo de manera eficiente a los clientes potenciales, a través de diferentes medios publicitarios | Diseño de página web en Facebook e Instagram con el fin de facilitar un contacto directo entre el cliente y la empresa, de modo que puedan expresar sugerencias, dudas o algún reclamo, así mismo se estará brindando información nueva relacionada con el producto, estas paginas web estarán abiertas para el público en general. (Ver anexo 7) | -Internet -Computadora -Selección de material requerido como: Fotografías, logotipo o cualquier información que se puede incluir -Establecimiento de contactos | Responsable de ventas | 371.50 |

| | | | | | |
|--|--|---|---|-----------------------|----------|
| | | Elaboración de flyers que contengan información acerca del producto, los cuales serán repartidos en las principales calles del municipio de Jinotepe. Se repartirán 500 flyers al momento que el producto esté a la venta. (Ver anexo 8) | -Computadora -Programas de diseño (Publisher) -Imágenes -Información necesaria | Responsable de ventas | 1,000.00 |
| | | Diseño de banners, donde se muestre el producto, marca, slogan y paginas web. Esta publicidad estará ubicada en las tiendas y supermercados donde se distribuirá el producto. Se dispondrán de 4 banners, los cuales estarán colocados los dos primeros meses del lanzamiento del producto. (Ver anexo 9) | -Imágenes (Producto, logo) -Nombre de la marca y páginas web -Programa de diseño (Ilustrador) | Responsable de ventas | 2,600.00 |

| | | | | | |
|--|--|--|--|------------------------------|-----------------|
| | | <p>Creación de campañas de expectativas a través de mantas ubicadas en puntos estratégicos de la ciudad de Jinotepe, esto con el fin de producir curiosidad e interés en los clientes potenciales, informando a cerca de la entrada de un nuevo producto, logrando así que se sientan con la necesidad de conocer acerca del portapacha. Estas mantas estarán colocadas en dos puntos principales: Semáforos de la UNAN, FAREM-Carazo y parque central de la ciudad de Jinotepe, un mes previo al lanzamiento del producto. (Ver anexo 10)</p> | <p>-Mensaje que se desea transmitir -Solicitud de permiso y pago a la alcaldía de Jinotepe</p> | <p>Responsable de ventas</p> | <p>1,500.00</p> |
|--|--|--|--|------------------------------|-----------------|

Fuente: Equipo investigador

4.1.8 Estimación de venta

Estimación de venta anual para el porta-pacha Babyboom

Tabla 7 Estimación de ventas

| Descripción del producto | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total |
|---------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| Unidades Físicas | 235und | 180und | 185und | 165und | 190und | 240und | 170und | 165und | 170und | 175und | 180und | 240und | 2,295und |
| Precio de venta (C\$) | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | |
| Unidades monetarias (C\$) | 70,500.00 | 54,000.00 | 55,500.00 | 49,500.00 | 57,000.00 | 72,000.00 | 51,000.00 | 49,500.00 | 51,000.00 | 52,500.00 | 54,000.00 | 72,000.00 | 688,500.00 |

Fuente: Equipo investigador

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

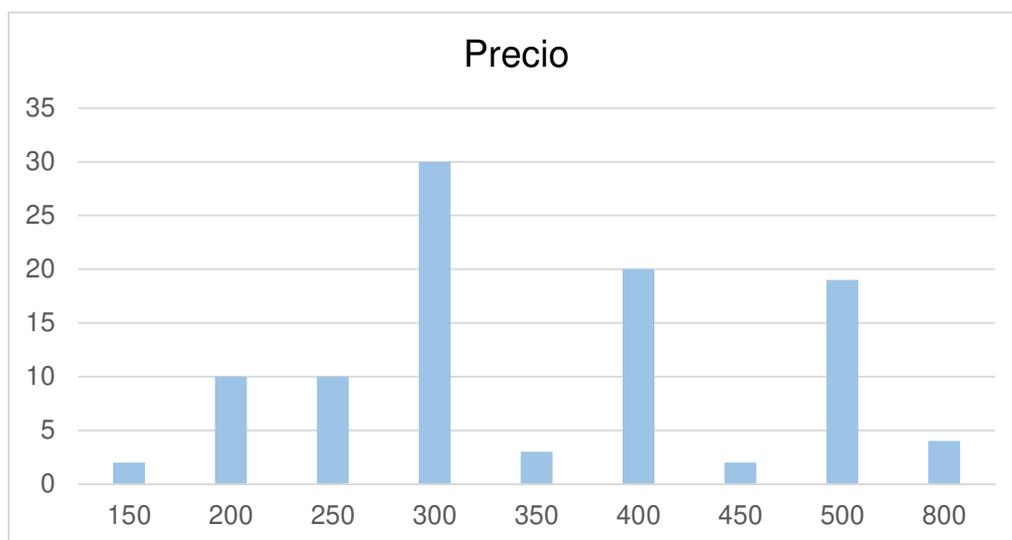
Tabla 8 Incremento de ventas

| | |
|-------------------|---------------------|
| Enero 06 | Día de reyes magos |
| Junio 01 | Semana del niño |
| Diciembre 24 y 31 | Navidad y año nuevo |

Fuente: Equipo investigador

A continuación se muestra una gráfica que define el precio de venta

Gráfica 10 Precio



Fuente: Equipo investigador

Las madres afirmaron que por ser un producto único, que no existe en el mercado estarían dispuestas a pagar desde trecientos hasta quinientos córdobas, en dependencia de la calidad del producto, una vez que se estimaron los costos del producto se establece un precio de venta de trecientos córdobas para intermediarios.

4.1.9 Presupuesto de mercadotecnia.

Tabla 9 Presupuesto de mercadotecnia

| PRESUPUESTO DE MERCADOTECNIA | | | | |
|--|-----------------|---|-----------------------|----------------------------|
| Descripción | Cantidad | Unidades de medida | Costo unitario | Costo total mensual |
| Perfiles en redes sociales (Internet 2 mega) | 2 | Facebook Instagram | C\$ 371.50 | C\$ 371.50 |
| Flyers | 500 | Papel bond de 10.5 cm de ancho y 15 cm de largo Full color | C\$ 2.00 | C\$ 1,000.00 |
| Banners | 4 | Material de vinil con medidas de 90x90 Full Color | C\$ 650.00 | C\$ 2,600.00 |
| Mantas | 2 | Tela dacron chino, tamaño estándar | C\$ 750.00 | C\$ 1,500.00 |
| Distribución a intermediarios | ----- | ----- | C\$ 655.00 | C\$ 655.00 |
| Servicio delivery | ----- | ----- | C\$ 500.00 | C\$ 500.00 |
| Total | | | C\$ 2,298.50 | C\$ 6,626.50 |

Fuente: Equipo investigador

4.2 Plan de producción

El plan de producción tiene como objetivo detallar como se van a fabricar o adquirir los productos que se han de vender. Se trata de conocer los recursos humanos y materiales que son necesarios en la empresa para llevar adelante la nueva empresa. (Almoguera, 2009, pág. 94)

4.2.1 El proceso de producción.

El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirlas en artículos mediante una determinada función de manufactura. (Urbina, 2010, pág. 89)

A continuación se detalla el proceso productivo para la elaboración del producto portapacha. El flujograma representa las actividades y tiempo necesario para la producción de una unidad, como simbología se utiliza la establecida por American National Standard Institute (ANSI).

Tabla 10 Significado de simbología ANSI

| | |
|---|-------------------------------|
|  | Inicio o fin |
|  | Actividad |
|  | Archivo de oficina |
|  | Deposito provisional o espera |
|  | Documento |
|  | Decisión |

Fuente: Equipo investigador

Tabla 11 Proceso de producción para el porta-pacha Babyboom

| N° | Actividades |  |  |  |  |  |  | Tiempo (minutos) |
|----|--|---|---|---|--|---|---|------------------|
| 1 | Inicio | | | | | | | |
| 2 | Calar molde en la tela | | | | | | | 10 |
| 3 | Cortado del molde | | | | | | | 10 |
| 4 | Armado de piezas del producto y ubicación de adhesivos | | | | | | | 35 |
| 5 | Colocar la figura y el adaptador para pacha en la parte inferior | | | | | | | 20 |
| 6 | Verificación del acabado del producto | | | | | | | 5 |
| 7 | Etiquetado y empackado del producto | | | | | | | 5 |
| 8 | Fin de la actividad | | | | | | | |
| 9 | Total | | | | | | | 85 minutos |

Fuente: Equipo investigador

El flujograma indica que para elaborar una unidad de porta pacha se requieren 85 minutos, lo cual equivale a 1 hora con 25 minutos, por tanto al día se elaborarán 6 unidades, a la semana 33 unidades, laborando de lunes a viernes en horario de 8:00 am a 5:00 pm y sábado de 8.00 am a 12:00 md.

La producción mensual considerando la capacidad productiva de inicio del plan de emprendimiento será de 132 unidades.

Cada día se producirán 6 porta-pachas, a la semana 33, y al mes se fabricaran 132.

Es importante destacar que en el proceso de producción participan dos operarios, y cada uno de ellos elaborará los porta-pachas de manera individual, por lo tanto la producción total de la micro empresa será:

| Producción por día | Producción por semana | Producción por mes |
|---------------------------|------------------------------|---------------------------|
| 12 | 66 | 264 Unidades |

La micro empresa mantendrá un cuidado especial de higiene y seguridad para los trabajadores, también dispondrá de un botiquín de primeros auxilios, en caso de ocurrir algún tipo de incidente.

Manejo de desechos

Al realizar el proceso de producción, los desechos (retazos de tela), que se originan al momento de la elaboración de producto, serán entregados a las personas que acopian en los vertederos municipales, con el fin de ser reciclados.

4.2.2 Proveedores y condiciones de compra de los equipos.

Los proveedores de insumo para la elaboración del producto Babyboom se encuentran ubicados de la siguiente manera:

El encargado de proveer la tela será “Comercial Fabiola”, que se encuentra ubicada en el municipio de Jinotepe. Se tomó en cuenta este proveedor debido a la diversidad de colores en tela que ofrecen y la accesibilidad respecto al precio.

Los proveedores de los adhesivos, hilos, agujas, y rodo para marcar tela, se localizan en el municipio de Diriamba, en “Tienda La Sedina”, cabe mencionar que en este sitio es donde comúnmente se surten este tipo de materiales, además de proporcionar el empaque que será de papel celofán transparente y cintas de mantequilla. Grupo creativo, situado en la ciudad de Jinotepe será encargado de proveer la etiqueta.

PriceSmart, ubicado en el km 11 carretera a Masaya, es el principal proveedor que suministrará los equipos necesarios para la producción, los cuales son: Máquina de coser, máquina Overlock y tijeras. Las mesas de madera serán hechas artesanalmente.

Entre los proveedores de los equipos para administración, PriceSmart será el facilitador de la mueblería (escritorio). Librería Santiago se encargará de proveer los útiles de oficina: Lapiceros, lápiz de grafito, calculadora, papel para pasar, papelógrafo, entre otros, estos dos últimos serán utilizados para fines de producción.

Para el equipo de cómputo, se utilizará una computadora propia, a la que se le estará dando mantenimiento cada seis meses, con respecto a la comercialización del producto, se dispondrá de un auto propio, dándole mantenimiento constante.

A continuación se detallan los materiales y equipos necesarios

Tabla 12 Equipos de producción

| Equipo | Cantidad | Descripción | Proveedor | Estado | Términos y condiciones | Precio unitario | Precio total |
|------------------|-----------------|---|------------------|---------------|-------------------------------|------------------------|---------------------|
| Máquina de coser | 2 | -Marca Brother -50 puntadas exclusivas integradas -Incluye 5 estilos de confección automática de ojales -Área de trabajo iluminada con bombillo LED -Sistema avanzado para enhebrar aguja -Pantalla LCD con selección computarizada de puntada -Dimensiones de la máquina (alto x ancho x profundidad): 11.65" x 7.0" x 16.26" -Peso de la máquina: 10.65 libras | PriceSmart | Nuevo | Factura de contado | C\$ 5,199.95 | C\$ 10,399.90 |
| Máquina Overlock | 2 | -Marca Brother -Auto enhebrador integrado -Dos agujas y 2,3,4 hilos -Dos creadores de puntada | PriceSmart | Nuevo | Factura de contado | C\$ 14,500.00 | C\$ 29.000.00 |

| | | | | | | | |
|--------------------------------------|----|--|-------------------------------------|-------|--------------------|-----------------------|--------------|
| | | -Área de trabajo brillante -Guías codificadas por color para facilitar el enhebrado -Perilla para el ajuste de la presión del prénsatelas -Overlock de brazo libre -Alimentador de tela con diferencial para una mejor calidad de puntada. | | | | | |
| Tijeras | 2 | -Tijeras con cuchillas especiales para cortar tela | PriceSmart | Nuevo | Factura contado de | C\$ 300.00 | C\$ 600.00 |
| Mesas | 2 | -Madera (Guanacaste) -70" largo, 45" ancho -50" largo, 30" ancho | Carpintero | Nuevo | Factura contado de | C\$ 2,300 C\$1,200 | C\$ 3,500.00 |
| Equipo de seguridad e higiene | | | | | | | |
| Gabachas | 2 | Material: tela | Mercado de Diriamba | Nuevo | Factura contado de | C\$ 60 | C\$ 120.00 |
| Mascarilla | 50 | Desechables | Farmacias Praga | Nuevo | Factura contado de | C\$ 5.00 | C\$ 250.00 |
| Extintor | 1 | -Extintor de CO2 -10 libras | Servicios contra incendios Ebenezer | Nuevo | Factura contado de | C\$ 2,749.50 | C\$ 2,749.50 |

| | | | | | | | | |
|---|----|------------------|----------------------------|-------|-----------------|----|------------|----------------------|
| Algodón | 1 | Bolsa | Farmacias Praga | Nuevo | Factura contado | de | C\$ 25.00 | C\$ 25.00 |
| Alcohol | 1 | Mediano | Farmacias Praga | Nuevo | Factura contado | de | C\$ 30.00 | C\$ 30.00 |
| Curas | 50 | Estándar | Farmacias Praga | Nuevo | Factura contado | de | C\$ 50.00 | C\$ 50.00 |
| Gasas | 1 | Rollo | Farmacias Praga | Nuevo | Factura contado | de | C\$ 21.00 | C\$ 21.00 |
| Esparadrapo | 1 | Rollo | Farmacias Praga | Nuevo | Factura contado | de | C\$ 48.00 | C\$ 48.00 |
| Vendas | 2 | Tela | Farmacias Praga | Nuevo | Factura contado | de | C\$ 28.00 | C\$ 56.00 |
| Materiales y suministros de limpieza | | | | | | | | |
| Lampazo | 1 | -Mango de madera | Agencia Plastinic-Diriamba | Nuevo | Factura contado | de | C\$ 60.00 | C\$ 60.00 |
| Mecha de lampazo | 1 | -Color: Blanco | Agencia Plastinic-Diriamba | Nuevo | Factura contado | de | C\$ 55.00 | C\$ 55.00 |
| Escoba | 1 | -Mango de madera | Agencia Plastinic-Diriamba | Nuevo | Factura contado | de | C\$ 39.00 | C\$ 39.00 |
| Pala | 1 | -Plástico | Agencia Plastinic-Diriamba | Nuevo | Factura contado | de | C\$ 30.00 | C\$ 30.00 |
| Basurera | 1 | -Plástico | Agencia Plastinic-Diriamba | Nuevo | Factura contado | de | C\$ 150.00 | C\$ 150.00 |
| Total | | | | | | | | C\$ 47,433.00 |

Fuente: Equipo investigador

4.2.3 Capital fijo y vida útil.

El capital fijo de la micro empresa B&R, está representado por todos los equipos y maquinarias utilizadas en el proceso de producción del nuevo porta-pacha Babyboom.

Tabla 13 Depreciación

| Capital fijo y vida útil | | | | | | | | |
|---------------------------------------|---------------------|------------|-----------|-------------------------|---------------|-----------|--------------|------------|
| | | | | Vida útil de activos | | | | |
| | | | | Depreciación de activos | | | | |
| Descripción | Unidades a utilizar | Precio C\$ | Total C\$ | Años | Tasa residual | | Total | |
| | | | | | Anual % | Mensual % | Anual | Mensual |
| Clasificación | | | | | | | | |
| Mobiliario y equipo de oficina | | | | | | | | |
| Escritorio | 1 | 3,800.00 | 3,800.00 | 5 | 20% | 1.66% | C\$ 747.38 | C\$ 62.28 |
| Computadoras | 1 | 4,200.00 | 4,200.00 | 2 | 50% | 4.17% | C\$ 1,050.00 | C\$ 167.71 |
| Maquinaria y equipo productivo | | | | | | | | |
| Máquina de cocer | 2 | 5,199.95 | 10,399.90 | 5 | 20% | 1.66% | C\$ 1,663.98 | C\$ 138.67 |
| Máquina overlock | 2 | 14,500.00 | 29,000.00 | 5 | 20% | 1.66% | C\$ 4,640.00 | C\$ 386.67 |
| Mesas de maderas | 2 | 1,750.00 | 3,500.00 | 5 | 20% | 1.66% | C\$ 560.00 | C\$ 46.67 |
| Sillas | 3 | 190.00 | 570.00 | 5 | 20% | 1.66% | C\$ 91.2 | C\$ 7.6 |
| Equipo rodante | | | | | | | | |
| Vehículo Hyundai Accent | 1 | 96,000.00 | 96,000.00 | 5 | 20% | 1.66 | C\$15,360.00 | C\$ 1,280 |

Fuente: Equipo investigador

Como se observa en la tabla anterior, para determinar la vida útil de los equipos se utilizó el método de línea recta, aplicado en el número de años de vida útil de dichos activos, en base a la ley 822 “Ley de concertación tributaria”.

Para efectos de la aplicación del artículo 45 de la LCT (Ley de concertación tributaria), se establece que la vida útil estimada de los bienes, será la siguiente:

Tabla 14 Vida útil de los bienes

| Descripción | Años a depreciar |
|--------------------------------|-------------------------|
| Mobiliario y equipo de oficina | 5 |
| Maquinarias y equipos | 5 |
| Equipos de computación | 2 |
| Vehículo de uso particular | 5 |

Fuente: Equipo investigador

El método de depreciación utilizado es el método de línea recta, basado en el artículo 63 de la ley de equidad fiscal, la cual establece lo siguiente:

Las cuotas anuales a deducir de la renta bruta como reserva por depreciación basadas en el método de línea recta- costo o precio de adquisición entre la vida útil del bien serán determinadas así:

Tabla 15 Cuota anual a deducir

| Descripción | % Anual |
|--------------------------------|----------------|
| Mobiliario y equipo de oficina | 20% |
| Maquinarias y equipos | 20% |
| Equipo de computación | 50% |
| Vehículo de usos particular | 20% |

Fuente: Equipo investigador

4.2.4 Capacidad planificada.

En base a las estimaciones de venta y el tiempo requerido para producir una unidad se determinó que el proyecto tiene una capacidad de producción de:

Tabla 16 Capacidad planificada

| Periodo | Cantidad |
|----------------|-----------------|
| Anual | 3,168 unidades |
| Mensual | 264 unidades |
| Semanal | 66 unidades |
| Diario | 12 unidades |

Fuente: Equipo investigador

Cabe recalcar que al 100% de la capacidad de producción de la planta se estarán fabricando 264 unidades de porta-pachas al mes, estos rendimientos productivos se irán adaptando al comportamiento de las ventas, procurando mantener un promedio de stock de inventario mensual de materia prima del 9% al 37% según las ventas de cada mes. (Ver anexo 12)

4.2.5 Ubicación y distribución física de la empresa.

La planta de producción estará ubicada en el municipio de Diriamba, departamento de Carazo, específicamente en el barrio Juan José Hernández, tercera calle, casa número 60.

La ubicación se ha seleccionado partiendo de que la infraestructura es propiedad del equipo investigador.

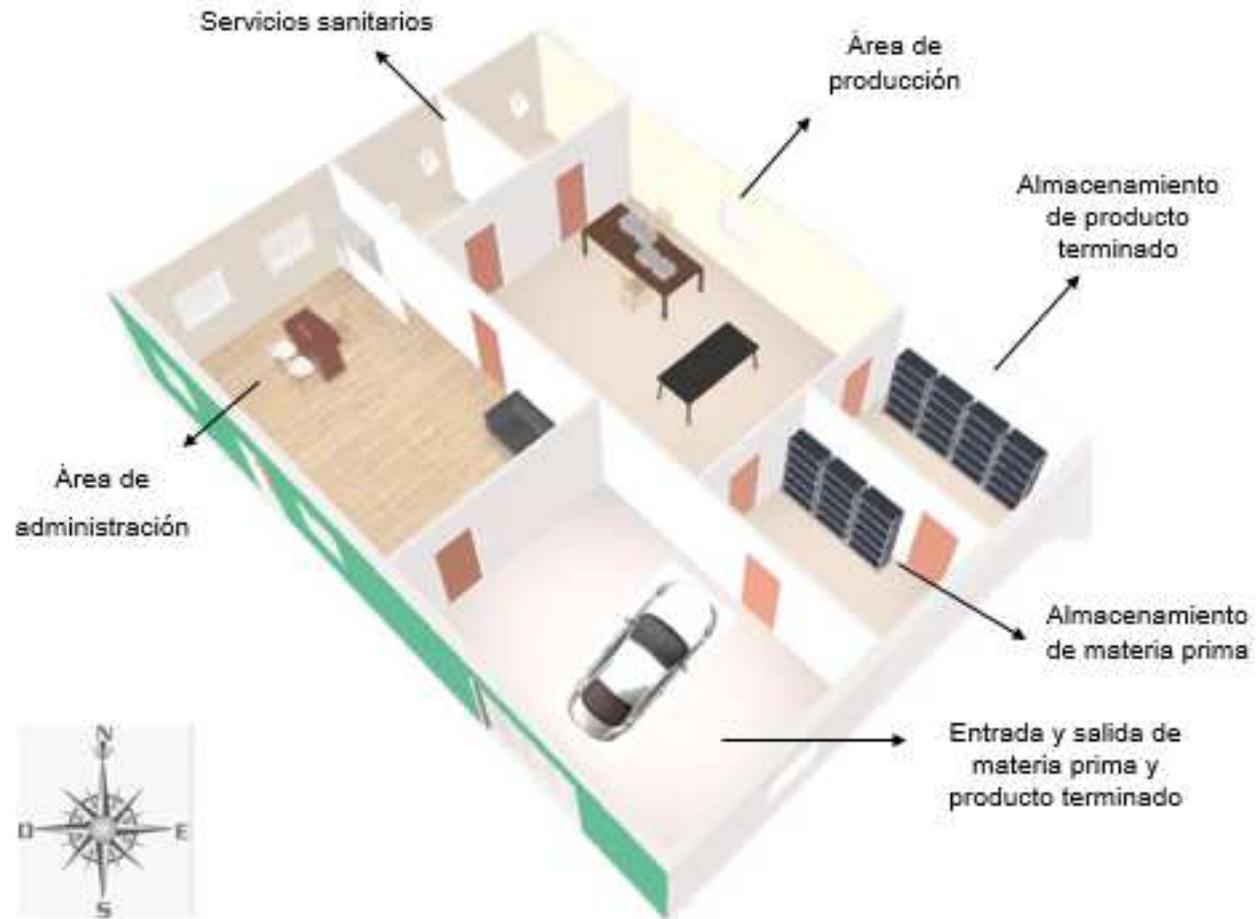
Ilustración 9 Diseño de la planta



Fuente: Equipo investigador



Ilustración 10 Diseño de la planta 2D



Fuente: Equipo investigador

4.2.6 Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad.

Tabla 17 Materia prima mensual

| Descripción | Cantidad (mensual) | Unidad Medida | Costo Unitario | Costo Total |
|---|--------------------|---------------|----------------|---------------------|
| Materia prima directa | | | | |
| Tela | 264 | Yarda | | C\$ 5,280.00 |
| Materia prima indirecta | | | | |
| Hilo | 264 | Unidad | C\$ 3.00 | C\$ 792.00 |
| Adhesivos | 132 | Yarda | C\$ 10 | C\$ 1,320.00 |
| Costos indirectos de fabricación | | | | |
| Rodo para marcar tela | 2 | Unidad | C\$ 20 | C\$ 40.00 |
| Papel para pasar | 53 | Unidad | C\$ 2.00 | C\$ 106.00 |
| Papelógrafos | 53 | Unidad | C\$ 3.00 | C\$ 168.00 |
| Agujas | 1 | Paquete | C\$ 35.00 | C\$ 35.00 |
| Etiqueta | 264 | Unidad | C\$ 2.00 | C\$ 528.00 |
| Cinta de mantequilla | 66 | Yarda | C\$ 3.00 | C\$ 198.00 |
| Empaque | 264 | Unidad | C\$ 2.00 | C\$ 528.00 |
| Total | | | | C\$ 8,995.00 |

Fuente: Equipo investigador

En el cuadro anterior se reflejan los materiales requeridos para la producción de un mes, considerando que estos serán comprados al por mayor.

La disponibilidad de esta materia prima es necesaria para la producción de porta-pachas, y alta debido a que se cuenta con diferentes proveedores, cerca del sitio donde se producirá y comercializará el producto, lo que hace más fácil la adquisición de materiales para la elaboración del porta-pacha.

Recalcando que los principales proveedores de materia prima son, Comercial Fabiola, Tienda Sedina y Grupo Creativo. Con respecto a los proveedores de servicios básicos (luz, agua potable e internet) son las empresas que actualmente suplen al país (Unión Fenosa, Enacal y Claro).

En relación a la energía eléctrica, se dividirán los gastos entre el área de producción y administración, detallándose de la siguiente manera:

Tabla 18 Energía eléctrica

| Kilowatt | Costo de kilowatt | Costo energía eléctrica mensual | Producción (70%) | Administración (30%) |
|----------|-------------------|---------------------------------|------------------|----------------------|
| 159 | C\$ 7.1706 | C\$ 1,140.13 | C\$ 798.09 | C\$ 342.04 |

Fuente: Equipo investigador

4.2.7 Mano de obra, su costo y disponibilidad.

Tabla 19 Mano de obra directa e indirecta

| Cargo | Salario básico |
|---------------------------|----------------|
| Responsable de producción | C\$ 4,500.00 |
| Operario | C\$ 4,100.00 |
| Operario | C\$ 4,100.00 |
| Total | C\$ 12,700.00 |

Fuente: Equipo investigador

La mano de obra necesaria para producción serán dos operarios, los cuales tendrán un salario fijo de C\$4,100.00. Los costos de estos son establecidos por la tabla salarial del Ministerio del trabajo que se muestra a continuación:

Tabla 20 Salario mínimo

| Actividad económica | Desde el 01 de marzo de 2017 | Desde el 01 de septiembre 2017 |
|-------------------------|------------------------------|--------------------------------|
| Agropecuaria | C\$ 3,624.32 | C\$ 3,773.82 |
| Pesca | C\$ 5,510.88 | C\$ 5,738.20 |
| Minas y canteras | C\$ 6,509.11 | C\$ 6,777.61 |
| Industria manufacturera | C\$ 4,873.29 | C\$ 5,074.31 |

| | | |
|---|--------------|--------------|
| Industria manufacturera, régimen especial | C\$ 5,044.69 | C\$ 5,044.69 |
| Micro y pequeña industria artesanal y turística nacional artesanal | C\$ 3,894.13 | C\$ 4,054.76 |
| Electricidad, gas y agua; comercio, restaurantes-hoteles; transporte, almacenamiento y comunicaciones | C\$ 6,647.72 | C\$ 6,921.93 |
| Construcción, establecimientos financieros y seguro | C\$ 8,110.87 | C\$ 8,445.44 |
| Servicios comunales sociales y personales | C\$ 5,080.90 | C\$ 5,290.48 |
| Gobierno central y municipal | C\$ 4,519.69 | C\$ 4,706.12 |

Fuente: Tabla salarial establecida por el Ministerio de Trabajo

La disponibilidad y productividad de los colaboradores es determinada por el código de trabajo, el cual establece que los trabajadores laborarán conforme ley sus 8 horas, de 8:00 de la mañana a 5:00 de la tarde, tendrán de 12:00 pm a 1:00 pm para almorzar, esto es de lunes a viernes, los días sábados la jornada de trabajo será de 8:00 de la mañana a 12:00 del mediodía.

4.2.8 Gastos generales de producción.

Tabla 21 Gastos de producción

| GASTOS GENERALES DE PRODUCCION | |
|---------------------------------------|----------------------|
| Descripción | Costo total |
| Maquinaria y equipo | C\$ 43,499.50 |
| Equipo de seguridad e higiene | C\$ 3,349.50 |
| Materiales y suministros de limpieza | C\$ 334.00 |
| Materia prima necesaria para 1 mes | C\$ 8,995.00 |
| Salario: Responsable de producción | C\$ 4,500.00 |
| Salario: Operarios (2) | C\$ 8,200.00 |
| INSS patronal | C\$ 2,413.00 |
| Energía eléctrica | C\$ 798.09 |
| Total | C\$ 72,089.09 |

Fuente: Equipo investigador

4.3 Plan de organización y gestión

El desarrollo de un plan de organización tiene vital importancia en nuestra aventura empresarial, debido a que si no establecemos claramente las responsabilidades de cada miembro y su organización profesional desde el primer momento puede generar tensiones entre el equipo emprendedor. (Almoguera, 2009, pág. 88)

4.3.1 Marco legal (forma jurídica).

La forma de constitución de la micro empresa B&R, es como persona natural, registrada bajo el nombre de la responsable de administración Regina Auxiliadora Moncada López. Integrándose al Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria Cooperativa y Asociativa (MEFCCA), para gozar de los beneficios que concede el gobierno a las MIPYMEs que se encuentran organizadas bajo esta delegación.

Pasos para formalizar la micro empresa B&R

Paso 1: Presentarse al centro de apoyo a la MIPYME (MEFCCA), el cual se le presentará al interesado un certificado de registro para ser llenado, cuando se autorice se emite.

Paso 2: Presentarse a la administración de rentas, para que le sea emitido su carnet de RUC. Con el certificado de registro emitido por el MEFCCA firmado y sellado, se dirige a la administración de rentas.

Documento a presentar en la DGI

1. Fotocopia de cédula
2. Carta solicitud de inscripción
3. Fotocopia del recibo básico del servicio de agua, luz o teléfono y/o (contrato de arrendamiento de local en caso de alquiler)
4. En caso de que sea venta de licor, billares, etc. traer el permiso de la policía
5. En caso de farmacia traer el permiso de MINSA
6. Tercera persona traer carta poder y traer cédula de identidad
7. Aval de MIPYME emitido por el MEFCCA.

Nota: En caso que el recibo básico del servicio no esté a su nombre, presentar carta de constancia domiciliar del dueño del servicio.

Con estos documentos la DGI le emite su número RUC

Paso 3: Presentarse a la alcaldía

**Alcaldía Municipal de Diriamba
Administración tributaria
Requisitos para matricular un negocio**

1. Carta dirigida a la responsable del área, Lic. Jeissel Mendieta
2. Fotocopia de cédula
3. Si es dueño de la propiedad presentar solvencia municipal
4. Si alquila la propiedad presentar fotocopia del contrato de arriendo y solvencia
5. Fotocopia de numero RUC (DGI) y último recibo de pago en la DGI
6. Poder del representante legal
7. Plan de inversión
8. Si manipula alimento (fotocopia de licencia sanitaria)
9. Si vende licor presentar fotocopia de permiso emitido por la policía
10. Fotocopia de recibo de agua y luz.

Una vez teniendo los requisitos:

Se escribe en el registro único en MIPYME, aprobándolo en Managua. Luego se extiende el certificado y se ingresa en la base de datos. Una vez llenada la ficha, un especialista verifica la información declarada en el negocio

Beneficios a obtener:

Estar inscrito en la base de datos para ser invitados cuando haya capacitaciones, foros y talleres.

Una vez ingresado los datos, hay una demora de 24 a 48 horas para extender el certificado.

Paso 4: Presentarse al registro público de la propiedad

Documentos a presentar

1. Escritura de constitución de comerciante como persona natural
2. Copia certificada de escritura
3. Presentar libros contables, (diario y mayor).

Pasos para registrar una marca

Debido a que la micro empresa está iniciando operaciones no se contará con una marca, pero a medida que crezca la empresa, se pretende contar con una marca registrada, por lo cual se indagó los requisitos para la obtención de esta.

Paso1: Solicitar búsqueda registral

Se realiza una búsqueda de antecedentes registrales para determinar si existe o no una marca igual a la que se quiere registrar

Paso 2. Solicitar formulario que contiene la siguiente información:

1. Nombre y dirección del solicitante
2. Lugar de constitución y domicilio del solicitante, en caso de que fuese persona jurídica
3. Nombre del representante legal
4. Nombre y dirección del apoderado en el país
5. La marca cuyo registro se solicita, si fuese denominativa, sin grafía, forma, ni colores especiales
6. Una lista de productos o servicios para los cuales se desea registrado una marca
7. La firma del solicitante o de su apoderado

Paso 3. Presentar solicitud

Se tendrá como fecha de presentación de solicitud, la fecha de recepción por el registro siempre que al momento de recibirse contuviera al menos los siguientes elementos:

1. Una indicación expresa de que se solicita el registro de una marca
2. Información suficiente para identificar al solicitante

3. La marca cuyo registro se solicita, si fuese solo denominativa, si tuviera una grafía, forma o color especiales, o si fuese una marca figurativa, mixta o tridimensional con color o sin color
4. Una lista de productos o servicios para los cuales se desea registrar una marca
5. El respectivo comprobante de pago.

Paso 4. Examen de forma

Consiste en la revisión de la solicitud de registro de marca, que cumpla con todos los requisitos establecidos en los artículos 10 (Derechos basados en solicitudes extranjeras) y 11 (Fecha de presentación de solicitud) de la ley 380 ley de marcas y otros signos distintivos. En caso de observarse alguna omisión o deficiencia, se notificará al solicitante dándole un plazo de dos meses para efectuar la corrección.

Paso 5: Periodo de oposición

Cualquier persona interesada podrá presentar oposición contra el registro de una marca, nombre comercial emblema o señal de propaganda dentro del plazo de dos meses contados a partir de la publicación de la solicitud.

Paso 6: Examen de fondo:

Consiste en verificar que la marca no infrinja ninguna de las prohibiciones contenidas en el artículo 7 (Marcas inadmisibles por razones intrínsecas) e incisos a, b y d, del artículo 8 (Marcas inadmisibles por derechos de terceros) de la ley 380 ley de marcas y otros signos distintivos, por existir ya otorgado algún registro concedido o solicitado anteriormente en el país, a favor de otro titular.

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

Al aceptar la solicitud de registro de marca, el registro de la propiedad intelectual expedirá un certificado, en este certificado se hace constar la titularidad y vigencia de la marca registrada, el que se publicara en la gaceta Diario oficial.

Búsqueda de antecedentes registrales por marca: \$15

Solicitud de registro de marca: \$100

Prestaciones sociales que tendrán los trabajadores de la micro empresa B&R

Las prestaciones sociales se rigen a la ley del código de trabajo, ley 185

1. Salario: A los trabajadores se les pagará de acuerdo al salario mínimo establecido por la tabla salarial del ministerio de trabajo.
2. Vacaciones: Todo trabajador tiene derecho a disfrutar de quince días de descanso continuo y remunerado en concepto de vacaciones, por cada seis meses de trabajo ininterrumpido al servicio de un mismo empleador.
3. Décimo tercer mes: Todo trabajador tiene derecho a que el empleador le pague un mes de salario adicional después de un año de trabajo continuo, o la parte proporcional que corresponda al periodo de tiempo trabajado, mayor de un mes y menor de un año.
4. Descanso: Por cada seis días de trabajo continuo u horas equivalentes, el trabajador tendrá derecho a disfrutar de un día de descanso o séptimo día, por lo menos, con goce de salario íntegro. El día de descanso semanal será el domingo.

Beneficios Sociales

Como política, se asignan beneficios sociales a los trabajadores de la micro empresa B&R, los cuales son:

1. Por la muerte de un familiar (hijos, esposo/a o padres) se le dará una ayuda al trabajador de C\$1,000.00 para gastos fúnebres y tres días hábiles. (Los C\$1,000.00 serán extraídos de las utilidades de la micro empresa.)

Régimen de seguro social al que se afiliara la micro empresa

La micro empresa B&R inscribirá a sus trabajadores en el seguro obligatorio, en el cual existe una relación entre el empleado y el empleador.

En este tipo de seguro, el empleador paga el 19% al instituto Nicaragüense de Seguro Social (INSS) y al trabajador se le deduce el 6.25%, todo esto es en base al salario del mismo.

Los beneficios que se tienen al contar con este tipo de seguro IVM-RP de régimen integral, son los siguientes:

1. Atención médica para asegurado y beneficiarios (Hijos menores de 13 años, esposa o compañera), pueden recibir esta atención médica solamente después de 2 meses de estar cotizando, en el caso de lactancia para el bebé, se estará otorgando teniendo 16 semanas cotizadas.
2. Aporte IVM (Invalidez, Vejez, Muerte)
Invalidez: Enfermedades que ocurren por funciones realizadas en el área de trabajo. El trabajador deberá constatar por medio de una constancia que no puede seguir laborando ya sea por invalidez parcial o total.
Vejez: Cuando el trabajador termina de cotizar y recibe su pensión.
Muerte: Cuando el trabajador muere, se otorga a la esposa o compañera una pensión de viudez (siempre y cuando se encuentre como beneficiaria), hijos menores de 21 años que se estén aprovechando (pensión de orfandad).
3. Riesgo profesional: Esto aplica desde el momento en que el trabajador se dirige de su casa a la empresa y viceversa, siempre y cuando no se presenten desviaciones en el transcurso del camino. Este beneficio se cubre inmediatamente desde que el trabajador empieza a pagar el seguro.

4.3.2 Estructura de la organización.

La estructura organizacional de la micro empresa “B&R” fue diseñada haciendo uso de la estructura organizacional de carácter funcional, debido a que se establecen las funciones que se tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. De acuerdo a las funciones que realizará la microempresa, necesitará del siguiente personal para llevar un control eficiente y una ejecución correcta de las actividades.

Ilustración 11 Organigrama de la micro empresa



4.3.3 Experiencia y habilidades básicas del empresario.

Los trabajadores de la micro empresa B&R, deberán tener la experiencia y habilidades que a continuación se presentan. Se realizan fichas de cargo para cada colaborador, detallando los requerimientos: Responsable de administración, responsable de producción, operarios y responsable de ventas.

Tabla 22 Ficha de cargo, Administración

| |
|--|
| I. Identificación del cargo |
| Nombre del cargo: Responsable de administración |
| Dependencia jerárquica: Ninguna |
| Cargos dependientes: Responsable de ventas, Responsable de producción |
| Objetivo: Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades que le permitan a la empresa cumplir efectivamente con las metas y objetivos propuestos. |
| II. Funciones |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Definir la filosofía empresarial de la micro empresa (objetivos, metas, misión, visión y políticas de la empresa) 2. Organizar a los colaboradores de acuerdo a las líneas de mando de la estructura orgánica 3. Dirigir a la micro empresa, siendo un líder, motivar al equipo de trabajo 4. Controlar actividades planificadas, comparándolas con lo realizado, con el propósito de detectar desviaciones 5. Llevar un registro de las operaciones que realiza la micro empresa 6. Elaborar estados contables – financieros de la micro empresa 7. Analizar los estados financieros de la micro empresa 8. Resguardar toda la documentación que soporta las operaciones contables, debidamente clasificada y archivada |
| Horario de 8:00 am a 5:00 pm |
| III. Perfil del cargo |
| Nivel académico: Licenciado en administración de empresas o Mercadotecnia. Experiencia laboral: 1 año |
| IV. Requisitos del cargo |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Licenciado en administración de empresas o carreras a fines 2. Uso de programas informáticos 3. Estudios complementarios en contabilidad |
| V. Habilidades |
| Liderazgo Brindar apoyo al equipo de trabajo Establecer buena comunicación |

Fuente: Equipo investigador

Tabla 23 Ficha de cargo, Producción

| |
|---|
| I. Identificación del cargo |
| Nombre del cargo: Responsable de producción |
| Dependencia jerárquica: Responsable de administración |
| Cargos dependientes: Operarios de producción (2) |
| Objetivo: Garantizar y controlar las actividades de producción, para la optimización de los recursos, generando mayores utilidades mediante la evaluación continua de los operarios |
| II. Funciones |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Adquisición de materia prima en términos de calidad, tiempo y forma 2. Suministrar a los operarios de producción la materia prima y materiales necesarios para la producción 3. Supervisar los procesos de producción en tiempo y forma de la micro empresa 4. Llevar un registro de las operaciones que realiza la microempresa 5. Asegurar el proceso de producción, etiquetado y empaçado 6. Evaluar el desempeño productivo de los colaboradores del área de producción |
| Horario de 8:00 am a 5:00 pm |
| III. Perfil del cargo |
| Nivel académico: Tercer año de ingeniería industrial |
| IV. Requisitos del cargo |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Estar cursando o tener aprobado tercer año de ingeniería industrial 2. Manejo del proceso productivo |
| V. Habilidades |
| <p>Capaz de asegurar una producción eficiente</p> <p>Habilidad en la resolución de problemas</p> <p>Dotes de liderazgo y negociación</p> |

Fuente: Equipo investigador

Tabla 24 Ficha de cargo, Operarios

| |
|--|
| I. Identificación del cargo |
| Nombre del cargo: Operario de producción |
| Dependencia jerárquica: Jefe de producción |
| Cargos dependientes: Ninguno |
| Objetivo: Elaboración de porta-pachas en tiempo y forma, mediante lo planificado y a través de un ambiente óptimo de trabajo |
| II. Funciones |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Llevar a cabo la producción de porta-pachas 2. Ser eficaz y eficiente 3. Utilizar los equipos de protección necesarios (gabachas, mascarillas) 4. Realizar el proceso de etiquetado y empaçado 5. Hacer buen uso de los equipos 6. Limpieza del local 7. Ordenar correctamente las herramientas 8. Contribuir al orden del inventario de materia prima y producto terminado. |
| Horario de 8:00 am a 5:00 pm |
| III. Perfil del cargo |
| Nivel académico: Técnico general en diseño, corte y confección |
| Experiencia laboral: 1 año |
| IV. Requisitos del cargo |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Técnico general en diseño, corte y confección |
| V. Habilidades |
| Habilidades para corte, costura y confección Eficiencia y eficacia para la elaboración del producto Trabajo en equipo |

Fuente: Equipo investigador

Tabla 25 Ficha de cargo, Ventas

| |
|--|
| I. Identificación del cargo |
| Nombre del cargo: Responsable de ventas |
| Dependencia jerárquica: Responsable de administración |
| Cargos dependientes: Ninguno |
| Objetivo: Generar oportunidades de ventas y ejecutar estrategias mercadológicas para garantizar el posicionamiento del producto. |
| II. Funciones |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Recolectar los pedidos de los clientes e intermediarios en tiempo y forma, así como la entrega de productos terminados 2. Actualizar constantemente las páginas web 3. Brindar información a clientes, a cerca de promociones, garantías y todo lo relacionado con la venta del producto 4. Elaborar informes de ventas para el responsable de administración 5. Preparar planes y presupuestos de venta 6. Presentación y venta de los productos y servicios por medio de técnicas de negociación 7. Realizar investigación de mercado |
| Horario de 8:00 am a 5:00 pm |
| III. Perfil del cargo |
| Nivel académico: Licenciado en mercadotecnia. |
| Experiencia laboral: 1 año |
| IV. Requisitos del cargo |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Licenciado en mercadotecnia 2. Manejo en ventas |
| V. Habilidades |
| Facilidad de comunicación y expresión oral Proactivo Dinámico Creativo |

Fuente: Equipo investigador

4.3.4 Actividades y gastos preliminares.

Tabla 26 Gastos preliminares

| Tipos de tramites | Costos |
|-------------------------------------|---------------------|
| Alcaldía de Diriamba | C\$ 972.00 |
| Dirección General de Ingresos (DGI) | C\$ 200.00 |
| Registro público de la propiedad | C\$ 500.00 |
| Total | C\$ 1,672.00 |

Fuente: Equipo investigador

4.3.5 Equipos de oficina.

Los equipos de oficina, así como papelería y útiles necesarios, se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 27 Equipos administrativos

| Administración | | | | | | | |
|--------------------------------------|-----------------|--|----------------------------|---------------|-------------------------------|------------------------|---------------------|
| Equipo | Cantidad | Descripción | Proveedor | Estado | Términos y condiciones | Precio unitario | Precio total |
| Escritorio | 1 | -Escritorio de madera, 28" de alto, pintado con barniz, tres gavetas | PriceSmart | Nuevo | Factura de contado | C\$ 3,800.00 | C\$ 3,800.00 |
| Sillas | 3 | -Plástico | Agencia Plastinic-Diriamba | Nuevo | Factura de contado | C\$ 190.00 | C\$ 570.00 |
| Calculadora | 1 | -Calculadora digital -Marca Casio | Librería Santiago | Nuevo | Factura de contado | C\$ 199.00 | C\$ 199.00 |
| Papelería y útiles de oficina | | | | | | | |
| Lapiceros | 6 | -Lapiceros marca BIC -Dos negros -Dos azules -Dos rojos | Librería Santiago | Nuevo | Factura de contado | C\$ 4.00 | C\$ 24.00 |
| Hojas de block | ½ rema | -Tamaño carta | Librería Santiago | Nuevo | Factura de contado | C\$ 54.00 | C\$ 54.00 |
| Lápiz de grafito | 3 | -Marca Paper mate | Librería Santiago | Nuevo | Factura de contado | C\$ 5.00 | C\$ 15.00 |
| Engrapadora | 1 | -Tamaño mediano | Librería Santiago | Nuevo | Factura de contado | C\$ 63.00 | C\$ 63.00 |
| Grapas | 1 caja | -Para engrapadora tamaño mediano | Librería Santiago | Nuevo | Factura de contado | C\$ 30.00 | C\$ 30.00 |
| Factura | Rollo | -Factura comercial | Librería Santiago | Nuevo | Factura de contado | C\$ 14.00 | C\$ 14.00 |

| | | | | | | | |
|--------------|--------|--|-------------------|-------|--------------------|----------|---------------------|
| Libro diario | 1 | | Librería Santiago | Nuevo | Factura contado de | C\$70.00 | C\$ 70.00 |
| Folder | ½ caja | -Tamaño carta | Librería Santiago | Nuevo | Factura contado de | C\$72.50 | C\$ 72.50 |
| Marcadores | 3 | -Marcadores Artline, colores: rojo, negro y azul | Librería Santiago | Nuevo | Factura contado de | C\$12.00 | C\$ 36.00 |
| Total | | | | | | | C\$ 4,947.50 |

Fuente: Equipo investigador

4.3.6 Gastos administrativos.

Tabla 28 Gastos administrativos

| GASTOS ADMINISTRATIVOS | |
|--------------------------------|----------------------|
| Descripción | Costo |
| Tramites de inscripción | C\$ 1,672.00 |
| Salario administrador | C\$ 4,500.00 |
| INSS patronal | C\$ 855.00 |
| Mobiliario y equipo de oficina | C\$ 4,569.00 |
| Papelería y útiles de oficina | C\$ 378.50 |
| Energía eléctrica | C\$ 342.04 |
| Agua potable | C\$ 100.00 |
| Alquiler de local | C\$ 1,800.00 |
| Total | C\$ 14,216.54 |

Fuente: Equipo investigador

4.4 Plan financiero

Desarrollar un plan financiero es fundamental para analizar de antemano el futuro de la empresa, con la finalidad de poder sacar mayor partido a su productividad. Mediante la planificación financiera se establecen previsiones a mediano y largo plazo, como mínimo de 3 a 5 años. (Almoguera, 2009, pág. 92).

A continuación se presenta el plan financiero de la micro empresa B&R, detallando cada uno de sus aspectos.

4.4.1 Inversión y fuente de financiamiento.

Inversión, en su sentido más amplio, significa sacrificar dinero actual por dinero futuro. Por lo general, entran en juego dos atributos diferentes: tiempo y riesgo. El sacrificio se hace en el presente y es cierto. La recompensa viene más tarde, en caso de haberla, y la cantidad de tal recompensa generalmente es incierta. (Alexander, Sharpe, & Bailey, 2003, pág. 1)

Para iniciar operaciones la micro empresa B&R requiere una inversión total de C\$177,556.79.

La inversión se realizará el 60% con recursos propios, siendo así, C\$ 106,534.07 aportado entre las propietarias, por partes iguales. El restante 40%, se solicitará financiamiento en el Banco de Producción (BANPRO), que equivale a C\$ 71,022.72. posteriormente se presenta el cuadro de amortización de la deuda.

4.4.1.1 Activos fijos.

Los activos fijos, son todas las maquinarias y equipos con los que cuenta la micro empresa B&R, los cuales son indispensables para el funcionamiento de la misma. Se debe elaborar una lista de todos los activos fijos que se van a requerir y el valor monetario de cada uno de ellos.

La micro empresa B&R totaliza sus activos fijos en C\$ 48.447.40

4.4.1.2 Activos intangibles.

Se disponen de activos intangibles que son necesarios para la correcta organización e implementación de la microempresa.

La micro empresa B&R totaliza sus activos intangibles en C\$ 1,672.00

4.4.1.3 Capital de trabajo.

El capital de trabajo es lo que se requiere para que una empresa pueda funcionar durante el primer ciclo productivo, en el caso de la micro empresa B&R, se elaboró una lista del capital de trabajo que se necesitará en los primeros tres meses para el inicio de las operaciones.

La micro empresa B&R totaliza su capital de trabajo en C\$ 127,437.39

4.4.1.4 Inversión total.

Tabla 29 Inversión total

| B&R | |
|-------------------------------------|----------------------|
| Plan de Inversión | |
| Descripción | Total |
| Inversión Fija | |
| Mobiliario y Equipo de Oficina | C\$ 4,947.50 |
| Maquinaria | C\$ 42,899.90 |
| Herramientas y enseres | C\$ 600.00 |
| Sub total Inversión Fija | C\$ 48,447.40 |
| Inversión Diferida | |
| Gastos Organización | C\$ 1,672.00 |
| Sub total Inversión Diferida | C\$ 1,672.00 |

| Capital de Trabajo | |
|---|-----------------------|
| Compra de materia prima directa (3 meses) | C\$ 15,840.00 |
| Compra de materia prima indirecta (3 meses) | C\$ 14,639.27 |
| Sueldos y Salarios (3 meses) | C\$ 65,100.00 |
| Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses) | C\$ 12,369.00 |
| Gastos Administrativo | C\$ 8,267.87 |
| Gastos de Venta | C\$ 11,221.25 |
| Sub total Capital de Trabajo | C\$ 127,437.39 |
| Inversión Total | C\$ 177,556.79 |
| Fondo Propio | C\$ 106,534.07 |
| Estructura del Financiamiento | C\$ 71,022.72 |

Fuente: Equipo investigador

Tabla 30 Monto de inversión en dólares

| Inversión en U\$ | | 40% | 60% |
|-------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| T/C 01/12/2017 | 30.8000 | | |
| Total inversión en U\$ | \$ 5,764.83 | \$ 2,305.93 | \$ 3,458.89 |

Fuente: Equipo investigador

Es importante destacar que se poseen activos como: vehículo utilizado para fines de comercialización y computadora, los cuales no se reflejan en la inversión debido a que son parte del aporte de las propietarias del negocio.

4.4.1.5 Estructura del financiamiento.

El financiamiento que se solicitará al Banco de Producción, se realizará bajo las siguientes condiciones:

Tabla 31 Condiciones de financiamiento

| Condiciones | | |
|-------------------------|--------|----------|
| Monto del crédito | U\$ | C\$ |
| | | 2,305.93 |
| Plazo | 4 años | |
| N° Pago por año | 12 | |
| Tasa de interés anual | 15% | |
| Tasa de interés mensual | 1.25% | |

Fuente: Equipo investigador

A continuación se muestra un consolidado del monto real a pagar, incluyendo los intereses por cada año.

Tabla 32 Monto a pagar por año

| Años | Principal | Interés | Seguro | Monto total |
|-------|---------------|--------------|------------|---------------|
| 1 | C\$ 14,453.10 | C\$ 9,716.61 | C\$ 715.64 | C\$ 24,885.35 |
| 2 | C\$ 16,433.98 | C\$ 7,465.60 | C\$ 715.64 | C\$ 24,615.23 |
| 3 | C\$ 18,733.31 | C\$ 4,852.74 | C\$ 715.64 | C\$ 24,301.69 |
| 4 | C\$ 21,402.25 | C\$1,819.84 | C\$ 715.64 | C\$ 23,937.74 |
| Total | | | | C\$ 97,740.02 |

Fuente: Equipo investigador

Requisitos de solicitud de financiamiento

1. Solicitud de crédito con todos los datos del solicitante y/o fiador
2. Fotocopia de cédula de identidad, ciudadana o residencia del solicitante y/o fiador
3. Estados de cuentas bancarias y tarjetas del crédito del solicitante y/o fiador
4. Constancia de ingresos y última colilla de pago INSS del solicitante y/o fiador
5. Copia de un recibo de pago de servicios públicos (Agua, luz o teléfono)
6. Abrir cuenta bancaria en BANPRO.

El financiamiento será realizado a un plazo de 48 meses (ver anexo 13)

Balance general

“El balance de situación (denominado balance general en América Latina) es un estado contable que recoge los bienes, derechos y obligaciones de una empresa, así como las aportaciones de los socios.” (Soriano, 2010, pág. 37)

A continuación se muestra el balance de apertura con el que iniciará operaciones la micro empresa B&R.

Tabla 33 Balance de apertura

| B&R | | | |
|-----------------------------------|----------------|-----------------------|-----------------------|
| Balance de Apertura | | | |
| Al 01 de Enero del 2018 | | | |
| Expresado en Córdoba | | | |
| Activos | | | |
| Corriente | | | |
| Efectivo en Caja y Banco | C\$ 96,958.12 | | |
| Inventarios | 30,479.27 | | |
| Sub total Activo Corriente | | C\$ 127,437.39 | |
| No Corriente | | | |
| Mobiliario y Equipo de Oficina | C\$ 4,947.50 | | |
| Herramientas y enseres | 600.00 | | |
| Maquinaria | 42,899.90 | | |
| Sub total No Corriente | | C\$ 48,447.40 | |
| Otros Activos | | | |
| Gastos Organización | C\$ 1,672.00 | | |
| Sub total Otros Activos | | C\$ 1,672.00 | |
| Total Activos | | | C\$ 177,556.79 |
| Pasivo | | | |
| Corriente | | | |
| Cuentas por pagar a L/P | C\$ 71,022.72 | | |
| Total Pasivos | | C\$ 71,022.72 | |
| Patrimonio | | | |
| Capital Contable | C\$ 106,534.07 | | |
| Total Patrimonio | | C\$ 106,534.07 | |
| Total Pasivo más capital | | | C\$ 177,556.79 |

Fuente: Equipo investigador

4.4.2 Ingresos, egresos y costos.

Ingreso: Según Soriano (2010), afirma que: “Los conceptos con los que una empresa puede generar ingresos son, por lo general. La venta de productos o la prestación de servicio.” (p. 14)

Egreso: Según Soriano (2010), señala que gastos (egreso en America Latina) es el: “Esfuerzo (en unidades monetarias) que debe hacer la empresa para llevar a cabo su actividad.” (p. 25)

Costos: Según Urbina (2010), afirma que: “El costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual.” (p. 139)

Los ingresos, egresos y costos de la micro empresa, se muestran a continuación, detallados al primer año del inicio de las operaciones.

4.4.2.1 Presupuesto de ingreso.

Los ingresos de la micro empresa B&R, se reflejan por trimestre. Las ventas detalladas mensualmente en unidades físicas y monetarias se muestran en el anexo 14

Tabla 34 Consolidado de ventas

| Descripción | 1er Trimestre | 2do Trimestre | 3er Trimestre | 4to trimestre |
|--------------|----------------|----------------|----------------|-----------------------|
| Porta-pacha | C\$ 180,000.00 | C\$ 178,500.00 | C\$ 151,500.00 | C\$ 178,500.00 |
| Total | | | | C\$ 688,500.00 |

Fuente: Equipo investigador

4.4.2.2 Presupuesto de egresos.

Los egresos de la micro empresa B&R, están reflejados por los gastos de venta, gastos de administración, gastos financieros y otros gastos, detallándose por trimestre durante el primer año.

Tabla 35 Gastos de venta

| Descripción | 1er Trimestre | 2do Trimestre | 3er Trimestre | 4to Trimestre | Suma trimestral |
|----------------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|
| Salarios | C\$ 13,500.00 | C\$ 13,500.00 | C\$ 13,500.00 | C\$ 13,500.00 | C\$ 54,000.00 |
| Vacaciones | C\$ 1,125.00 | C\$ 1,125.00 | C\$ 1,125.00 | C\$ 1,125.00 | C\$ 4,500.00 |
| Treceavo mes | C\$ 1,125.00 | C\$ 1,125.00 | C\$ 1,125.00 | C\$ 1,125.00 | C\$ 4,500.00 |
| Indemnización | C\$ 1,125.00 | C\$ 1,125.00 | C\$ 1,125.00 | C\$ 1,125.00 | C\$ 4,500.00 |
| INSS Patronal | C\$ 2,565.00 | C\$ 2,565.00 | C\$ 2,565.00 | C\$ 2,565.00 | C\$ 10,260.00 |
| Amortización de publicidad | C\$ 5,854.50 | C\$ 5,854.50 | C\$ 5,854.50 | C\$ 5,854.50 | C\$ 23,418.00 |
| Total anual | C\$25,294.50 | C\$ 25,294.50 | C\$ 25,294.50 | C\$ 25,294.50 | C\$ 101,178.00 |

Fuente: Equipo investigador

En la descripción completa de los gastos de venta, se detallan los pagos correspondientes al salario del responsable de ventas, además de sus prestaciones de ley, como son: Vacaciones, treceavo mes, indemnización e INSS patronal. El conglomerado anual de dicho gasto asciende a: C\$78,030.00 anual. A la vez se incluye la amortización proveniente de la publicidad que se generará en el año, siendo así el total de dichos gastos C\$101,178.00 netos.

Los gastos de venta se reflejan mensualmente en el anexo 15.

Tabla 36 Gastos de administración

| Descripción | 1er trimestre | 2do trimestre | 3er trimestre | 4to trimestre | Suma trimestral |
|--------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|
| Salarios | C\$ 13,500.00 | C\$ 13,500.00 | C\$ 13,500.00 | C\$ 13,500.00 | C\$ 54,000.00 |
| Vacaciones | C\$ 1,125.00 | C\$ 1,125.00 | C\$ 1,125.00 | C\$ 1,125.00 | C\$ 4,500.00 |
| Treceavo mes | C\$ 1,125.00 | C\$ 1,125.00 | C\$ 1,125.00 | C\$ 1,125.00 | C\$ 4,500.00 |
| Indemnización | C\$ 1,125.00 | C\$ 1,125.00 | C\$ 1,125.00 | C\$ 1,125.00 | C\$ 4,500.00 |
| INSS Patronal | C\$ 2,565.00 | C\$ 2,565.00 | C\$ 2,565.00 | C\$ 2,565.00 | C\$ 10,260.00 |
| Energía eléctrica | C\$ 1,026.11 | C\$ 1,026.11 | C\$ 1,026.11 | C\$ 1,026.11 | C\$ 4,104.45 |
| Extintor | C\$ 687.38 | C\$ 687.38 | C\$ 687.38 | C\$ 687.38 | C\$ 2,749.50 |
| Agua | C\$ 300.00 | C\$ 300.00 | C\$ 300.00 | C\$ 300.00 | C\$ 1,200.00 |
| Alquiler | C\$ 5,400.00 | C\$ 5,400.00 | C\$ 5,400.00 | C\$ 5,400.00 | C\$ 21,600.00 |
| Depreciación | C\$ 186.85 | C\$ 186.85 | C\$ 186.85 | C\$ 186.85 | C\$ 747.38 |
| Amortización | C\$ 238.98 | C\$ 238.98 | C\$ 238.98 | C\$ 238.98 | C\$ 955.92 |
| Total anual | C\$ 27,279.31 | C\$ 27,279.31 | C\$ 27,279.31 | C\$ 27,279.31 | C\$ 109,117.26 |

Fuente: Equipo investigador

Los gastos de administración empleados en plan de emprendimiento contienen el salario del responsable de administración, sus prestaciones de ley como son: Vacaciones, treceavo mes, indemnización e INSS Patronal. También se incluyen, el pago de alquiler, los gastos de agua, energía eléctrica, gastos provenientes de artículos de seguridad, así mismo la depreciación y amortización de dicho departamento. El valor total de los gastos de administrativos suma C\$109,117.26.

Los gastos de administración se reflejan mensualmente en el anexo 16.

Tabla 37 Gastos financieros

| Descripción | 1er Trimestre | 2do Trimestre | 3er Trimestre | 4to Trimestre | Suma trimestral |
|---------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
| Intereses y seguro | C\$ 2,801.26 | C\$ 2,675.67 | C\$ 2,545.31 | C\$ 2,410.01 | C\$ 10,432.25 |

Fuente: Equipo investigador

En los gastos financieros se muestra el pago de interés y seguro del préstamo que se adquiere según los parámetros establecidos por el Banco de Producción, siendo así, el monto correspondiente al primer año de C\$10,432.25.

Tabla 38 Otros gastos

| Descripción | Total |
|-----------------------|---------------------|
| Gastos de inscripción | C\$ 1,672.00 |
| Total | C\$ 1,672.00 |

Fuente: Equipo investigador

Otros gastos, representan los pagos que se realizarán para la inscripción de la micro empresa B&R, estos gastos totalizan un monto de C\$1,672.00

4.4.2.3 Presupuesto de costos.

Los costos de la micro empresa B&R, están representados por, materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación. Antes de detallar estos costos, se presenta el costo que incurre la elaboración de una unidad de porta-pacha.

Se crearon tres departamentos para definir el costo unitario.

Tabla 39 Costo unitario, departamento 1

| Departamento 1: Calado y corte | | | | |
|---------------------------------------|----------|--------------------|----------------------|------------------|
| Descripción | Cantidad | Unidades de medida | Costo por unidad C\$ | Costo total C\$ |
| Materia prima | | | | |
| Tela | 1 | Yarda | 20.00 | 20.00 |
| Mano de obra | | | | |
| Operario | 1 | N/A | 5.69 | 5.69 |
| Prestaciones de ley | 1 | N/A | 1.08 | 1.08 |
| CIF | | | | |
| Materiales indirectos | N/A | N/A | N/A | 8.78 |
| Depreciación maquinaria | N/A | N/A | N/A | - |
| Energía eléctrica | N/A | N/A | N/A | - |
| Supervisor (MOI) | 1 | N/A | 6.25 | 6.25 |
| Prestaciones de ley | 1 | N/A | 1.19 | 1.19 |
| Costo por departamento 1 | | | | C\$ 42.99 |

Fuente: Equipo investigador

En el departamento 1 se utiliza:

1. Materia prima directa: Tela, con un costo de C\$20.00

2. Mano de obra directa: Se necesitará un operario, se calculó de la siguiente manera:

$C\$4,100/30$ días del mes= C\$136.66

$C\$136.66/8$ horas laborales= C\$17.08 (pago por día)

$C\$17.08/3$ departamentos= C\$5.69.00

3. Prestaciones MOD (INSS patronal): El pago de INSS será de C\$779.00, se calculó:

$C\$779/30$ días del mes= C\$25.96

$C\$25.96/8$ horas laborales= C\$3.24

$C\$3.24/3$ departamentos= C\$1.08

4. Costos indirectos de fabricación: Se amortizaron los materiales indirectos necesarios para el primer departamento, los cuales se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 40 Amortizaciones CIF, departamento 1

| Amortización de costos global | Cantidad a utilizar | Costo unitario C\$ | Días | Amortización/und |
|-------------------------------|---------------------|--------------------|---------------------|------------------|
| | | | Tiempo amortización | |
| Rodo | 1 | 20 | 26 | C\$ 0.77 |
| Tijera | 1 | 300 | 156 | C\$ 1.92 |
| Gabacha | 1 | 60 | 720 | C\$ 0.08 |
| Mascarilla | 1 | 5 | 1 | C\$ 5.00 |
| Papelógrafo | 1 | 0.6 | 1 | C\$ 0.60 |
| Papel de pasar | 1 | 0.4 | 1 | C\$ 0.40 |
| Total | | | | C\$ 8.78 |

Fuente: Equipo investigador

Mano de obra indirecta (Supervisor): Se necesitará un responsable de producción, se calculó de la siguiente manera:

$C\$4,500/30$ días del mes= C\$150

$C\$150/8$ horas laborales= C\$18.75 (pago por día)

C\$18.75/3 departamentos= C\$6.25

Prestaciones MOI (INSS patronal): El pago de INSS será de C\$855.00, se calculó:

C\$ 855/30 días del mes= C\$ 28.50

C\$ 28.50/8 horas laborales= C\$ 3.56

C\$ 3.56/3 departamentos= C\$ 1.19

Tabla 41 Costo unitario, departamento 2

| Departamento 2: Ensamblado y acabado | | | | |
|---|----------|--------------------|----------------------|------------------|
| Descripción | Cantidad | Unidades de medida | Costo por unidad C\$ | Costo total C\$ |
| Materia prima | | | | |
| Hilo | 1 | Unidad | 3.00 | 3.00 |
| Adhesivos | 0.5 | Yarda | 5.00 | 5.00 |
| Mano de obra | | | | |
| Operario 1 | 1 | N/A | 5.69 | 5.69 |
| Prestaciones de ley | 1 | | 1.08 | 1.08 |
| CIF | | | | |
| Materiales indirectos | 1 | N/A | - | 0.29 |
| Depreciación maquinaria | 1 | N/A | - | 2.20 |
| Energía eléctrica | 0.58 | Kilowatt | 7.17 | 4.16 |
| Supervisor (MOI) | 1 | N/A | 6.25 | 6.25 |
| Prestaciones de ley | 1 | | 1.19 | 1.19 |
| Costo por departamento 2 | | | | C\$ 28.86 |

Fuente: Equipo investigador

En el departamento 2 se utiliza:

1. **Materia prima indirecta:** Hilo, con un costo de C\$3.00 y adhesivo, con un costo de C\$5.00
2. **Mano de obra directa y prestaciones de ley:** Este cálculo se ve reflejado en el departamento 1
3. **Costos indirectos de fabricación:** Se amortizaron y depreciaron los materiales indirectos necesarios para el segundo departamento, los cuales se detallan en las siguientes tablas:

Tabla 42 Amortizaciones CIF, departamento 2

| Amortización de costos global | Cantidad a utilizar | Costo unitario C\$ | Días | Amortización/und |
|-------------------------------|---------------------|--------------------|---------------------|------------------|
| | | | Tiempo amortización | |
| Aguja | 1 | 3.5 | 12 | C\$ 0.29 |
| Total | | | | C\$ 0.29 |

Fuente: Equipo investigador

Tabla 43 Depreciación CIF, departamento 2

| Depreciación | |
|--------------------------------|-------------------|
| Maquinaria y equipo productivo | Mensual |
| Máquina de cocer | C\$ 138.67 |
| Máquina Overlock | C\$ 386.67 |
| Mesas de maderas | C\$ 46.67 |
| Sillas | C\$ 7.6 |
| Total | C\$ 579.60 |

Fuente: Equipo investigador

Cálculo depreciación por unidad:

$C\$579.69 / 264$ (máxima cantidad de unidades a producir)= C\$2.20

Tabla 44 Energía eléctrica, departamento 2

| Descripción | Kilowatt | Costo kilowatt | Total | 70% a utilizar para área de producción |
|-------------------|----------|----------------|--------------|--|
| Energía eléctrica | 159 | C\$ 7.1706 | C\$ 1,140.13 | C\$ 798.09 |

Fuente: Equipo investigador

Cálculo de energía eléctrica:

$C\$798.09 / 30 \text{ días} = C\26.60

$C\$26.60 / 8 \text{ horas} = C\3.33

$C\$3.33 / 1.25 = C\4.16 por unidad

Mano de obra indirecta (Supervisor) y prestaciones de ley: Este cálculo se ve reflejado en el departamento 1.

Tabla 45 Costo unitario, departamento 3

| Departamento 3: Etiquetado y empackado | | | | |
|---|----------|--------------------|----------------------|------------------|
| Descripción | Cantidad | Unidades de medida | Costo por unidad C\$ | Costo total C\$ |
| Mano de obra | | | | |
| Operario 1 | 1 | N/A | 5.69 | 5.69 |
| Prestaciones de ley | 1 | | 1.08 | 1.08 |
| CIF | | | | |
| Supervisor | 1 | N/A | 6.25 | 6.25 |
| Prestaciones de ley | 1 | | 1.19 | 1.19 |
| Etiqueta | 1 | Unidad | 2.00 | 2.00 |
| Empaque | 1 | Unidad | 2.00 | 2.00 |
| Cinta de mantequilla | 0.25 | Yarda | 0.75 | 0.19 |
| Costo por departamento 3 | | | | C\$ 18.40 |

Fuente: Equipo investigador

1. Mano de obra directa y prestaciones de ley: Este cálculo se ve reflejado en el departamento 1.

2. Costos indirectos de fabricación: Los CIF del departamento 3 son los siguientes:

Mano de obra indirecta (Supervisor) y prestaciones de ley: Este cálculo se ve reflejado en el departamento 1.

Etiqueta: La etiqueta tiene un costo unitario de C\$2.00

Empaque: El empaque tiene un costo unitario de C\$2.00

Cinta de mantequilla: ¼ de yarda de cinta de mantequilla tiene un costo de C\$0.19

Tabla 46 Costo unitario total

| Departamento 1 | Departamento 2 | Departamento 3 | Total |
|----------------|----------------|----------------|------------------|
| C\$ 42.99 | C\$ 28.86 | C\$ 18.40 | C\$ 90.24 |

Fuente: Equipo investigador

Los costos de materia prima directa, mano de obra directa y CIF de la micro empresa B&R son expresados por trimestre durante el primer año.

Tabla 47 Costos totales

| Descripción | 1er trimestre | 2do trimestre | 3er trimestre | 4to trimestre | Suma trimestral |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|
| Materia prima directa | C\$ 12,000.00 | C\$ 11,900.00 | C\$ 10,100.00 | C\$ 11,900.00 | C\$ 45,900.00 |
| Mano de obra directa | C\$ 35,423.94 | C\$ 35,423.94 | C\$ 35,423.94 | C\$ 35,423.94 | C\$ 41,695.76 |
| Costos indirectos de fabricación | C\$ 32,648.06 | C\$ 32,574.31 | C\$ 31,246.81 | C\$ 32,574.31 | C\$ 129,043.49 |
| Total anual | C\$ 80,072.00 | C\$ 79,898.25 | C\$ 76,770.75 | C\$ 79,898.25 | C\$ 316,639.25 |

Fuente: Equipo investigador

Los costos totales de la micro empresa B&R se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

1. Materia prima directa: Costo de la tela que se necesitara para la elaboración de los porta-pachas.
2. Mano de obra directa: Incluye el pago de salario de los dos operarios requeridos para la fabricación de porta-pachas, además de las prestaciones de ley para cada uno (vacaciones, treceavo mes, indemnización e INSS patronal).
3. CIF: Los costos indirectos de fabricación están representados por: Depreciación de maquinarias, energía eléctrica, materia prima indirecta (hilo y adhesivo), además de rodo para marcar tela, papelógrafo, papel, para pasar, aguja, etiqueta, cinta de mantequilla y empaque. También se detalla el pago del salario del responsable de producción más sus prestaciones de ley (vacaciones, treceavo mes, indemnización e INSS patronal).

Los costos totales mensuales se especifican en el anexo 17

4.4.2.4 Punto de equilibrio.

Según Soriano (2010), afirma que :”El punto de equilibrio también se denomina punto muerto o umbral de rentabilidad y es la cifra de ventas que permite cubrir todos los costos de la empresa.” (p. 141)

Tabla 48 Punto de equilibrio

| Descripción | Porta-pacha |
|-------------------------------|---------------|
| Costos fijos totales | C\$ 34,015.31 |
| Precio de venta | C\$ 300.00 |
| Costo variable unitario | C\$ 90.24 |
| Punto de equilibrio físico | 162 |
| Punto de equilibrio monetario | C\$ 48,593.30 |

Fuente: Equipo investigador

El punto de equilibrio en unidades físicas se calculó de la siguiente manera:

$$\frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Precio de venta} - \text{Costo variable unitario}} = \frac{34,015.31}{300 - 90.24} = \frac{34,015.31}{209.76} = \mathbf{162}$$

El punto de equilibrio en unidades monetarias se calculó de la siguiente manera:

$$\frac{\text{Costos fijos}}{1 - \left(\frac{\text{Costos variables}}{\text{Precio de venta}} \right)} = \frac{34,015.31}{1 - \left(\frac{90.24}{300} \right)} = \frac{34,015.31}{1 - (0.30)} = \frac{34,015.31}{0.70} = \mathbf{C\$48,593.30}$$

Después de calcular el punto de equilibrio se concluye que la micro empresa B&R deberá vender un mínimo de 162 unidades mensuales para cubrir todos los gastos generados, esto quiere decir que este es el punto de actividad donde no existe utilidad ni pérdida. La micro empresa deberá tener ventas mensuales de C\$48,593.30.

4.4.2.5 Flujo de caja

Según Meigs, Williams, Haka, & Bettner (2000), señalan que:

El propósito básico de un estado de flujos de efectivo es proporcionar información sobre los cobros y pagos de efectivo de una empresa durante un período contable. (El término flujos de efectivo incluye tanto los cobros como los pagos de efectivo). Adicionalmente, el estado tiene por objeto proporcionar información sobre todas las actividades de inversión y de financiación de la compañía durante el período. (p. 547)

Partiendo del concepto del mismo, el flujo corresponde a los flujos provenientes de los ingresos y egresos o salidas de caja o efectivo en un período dado.

En la micro empresa B&R los ingresos provenientes de las ventas del producto, son considerablemente altos, con respecto a los costos y los gastos operativos. Se puede observar que dicho flujo de caja, al final de cada mes proyectado se mantiene con un saldo superior al inicial, indicando un margen satisfactorio en cuanto a la liquidez de la micro empresa.

El flujo de caja de la micro empresa B&R que se presenta a continuación está expresado en miles de córdobas.

Flujo de caja
B&R
Enero-Diciembre 2018

Tabla 49 Flujo de caja

| DESCRIPCION: | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|--------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Saldo Inicial en Caja C\$ | 127,437.39 | 149,392.60 | 158,432.69 | 168,800.69 | 173,865.36 | 185,562.97 | 210,524.81 | 216,920.88 | 221,992.46 | 228,392.08 | 236,119.74 | 245,175.49 |
| Entradas de caja | | | | | | | | | | | | |
| Ventas al contado C\$ | 70,500.00 | 54,000.00 | 55,500.00 | 49,500.00 | 57,000.00 | 72,000.00 | 51,000.00 | 49,500.00 | 51,000.00 | 52,500.00 | 54,000.00 | 72,000.00 |
| Total de Caja Disponible C\$ | 197,937.39 | 203,392.60 | 213,932.69 | 218,300.69 | 230,865.36 | 257,562.97 | 261,524.81 | 266,420.88 | 272,992.46 | 280,892.08 | 290,119.74 | 317,175.49 |
| Egresos | | | | | | | | | | | | |
| Materiales Directos C\$ | 4,700.00 | 3,600.00 | 3,700.00 | 3,300.00 | 3,800.00 | 4,800.00 | 3,400.00 | 3,300.00 | 3,400.00 | 3,500.00 | 3,600.00 | 4,800.00 |
| Mano de Obra C\$ | 11,807.98 | 11,807.98 | 11,807.98 | 11,807.98 | 11,807.98 | 11,807.98 | 11,807.98 | 11,807.98 | 11,807.98 | 11,807.98 | 11,807.98 | 11,807.98 |
| Costos Indirectos de Fabricación C\$ | 11,398.94 | 10,587.69 | 10,661.44 | 10,366.44 | 10,735.19 | 11,472.69 | 10,440.19 | 10,366.44 | 10,440.19 | 10,513.94 | 10,587.69 | 11,472.69 |
| Gastos de venta C\$ | 8,431.50 | 8,431.50 | 8,431.50 | 8,431.50 | 8,431.50 | 8,431.50 | 8,431.50 | 8,431.50 | 8,431.50 | 8,431.50 | 8,431.50 | 8,431.50 |
| Gastos de Administración C\$ | 9,093.10 | 9,093.10 | 9,093.10 | 9,093.10 | 9,093.10 | 9,093.10 | 9,093.10 | 9,093.10 | 9,093.10 | 9,093.10 | 9,093.10 | 9,093.10 |
| Amortización préstamo C\$ | 1,135.73 | 1,147.70 | 1,159.83 | 1,172.11 | 1,184.54 | 1,197.13 | 1,209.87 | 1,222.78 | 1,235.84 | 1,249.07 | 1,262.47 | 1,276.03 |
| Gastos Financieros C\$ | 947.42 | 933.81 | 920.03 | 906.08 | 891.95 | 877.65 | 863.16 | 848.50 | 833.65 | 818.62 | 803.40 | 787.99 |
| Otros Gastos C\$ | 1,672.00 | | | | | | | | | | | |
| Depreciación de activo C\$ | 641.88 | 641.88 | 641.88 | 641.88 | 641.88 | 641.88 | 641.88 | 641.88 | 641.88 | 641.88 | 641.88 | 641.88 |
| Total Egresos de Caja C\$ | 49,186.67 | 45,601.79 | 45,773.88 | 45,077.21 | 45,944.26 | 47,680.05 | 45,245.81 | 45,070.30 | 45,242.27 | 45,414.21 | 45,586.14 | 47,669.29 |
| Saldo final en caja C\$ | 149,392.60 | 158,432.69 | 168,800.69 | 173,865.36 | 185,562.97 | 210,524.81 | 216,920.88 | 221,992.46 | 228,392.08 | 236,119.74 | 245,175.49 | 270,148.08 |

Fuente: Equipo investigador

El flujo de caja proyectado a cinco años se refleja en el anexo 18

Estado de resultado

La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar. (Urbina, 2010, pág. 150)

Las cuentas que conforman el estado de resultado de la micro empresa B&R son las siguientes:

1. Ventas: Son todos los ingresos que genera la micro empresa B&R por las ventas de su producto.
2. Costos de venta: Es sumatoria de todos los costos de producción (Materia prima directa, mano de obra directa y CIF).
3. Utilidad bruta: Es la diferencia entre las ventas y los costos de venta
4. Gastos operativos: Están conformados por los gastos de venta, gastos de administración y gastos financieros.
5. Gastos de venta: Representan todos los gastos incurridos por el departamento de ventas.
6. Gastos de administración: Representan todos los gastos incurridos por el departamento de administración.
7. Gastos financieros: Representan el monto que la empresa va a desembolsar por el financiamiento.
8. Utilidad antes del impuesto: Está determinado por la diferencia entre la utilidad de operación y otros gastos.
9. Utilidad después de impuesto: Está determinado por la diferencia entre de la utilidad antes del impuesto e IR por pagar.

B&R
Estado De Resultado
Del 1 de enero al 31 de diciembre del año 2018
Expresado en miles de córdobas

Tabla 50 Estado de resultado

| Descripción | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Total |
|-------------------------------------|------------------|-----------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|-------------------|
| Ventas | 70,500.00 | 54,000.00 | 55,500.00 | 49,500.00 | 57,000.00 | 72,000.00 | 51,000.00 | 49,500.00 | 51,000.00 | 52,500.00 | 54,000.00 | 72,000.00 | 688,500.00 |
| Costo de Ventas | 27,906.92 | 25,995.67 | 26,169.42 | 25,474.42 | 26,343.17 | 28,080.67 | 25,648.17 | 25,474.42 | 25,648.17 | 25,821.92 | 25,995.67 | 28,080.67 | 316,639.25 |
| Utilidad Bruta | 42,593.08 | 28,004.33 | 29,330.58 | 24,025.58 | 30,656.83 | 43,919.33 | 25,351.83 | 24,025.58 | 25,351.83 | 26,678.08 | 28,004.33 | 43,919.33 | 371,860.75 |
| Gastos Operativos | | | | | | | | | | | | | |
| Gastos de Venta | 8,431.50 | 8,431.50 | 8,431.50 | 8,431.50 | 8,431.50 | 8,431.50 | 8,431.50 | 8,431.50 | 8,431.50 | 8,431.50 | 8,431.50 | 8,431.50 | 101,178.00 |
| Gastos Financieros | 947.42 | 933.81 | 920.03 | 906.08 | 891.95 | 877.65 | 863.16 | 848.50 | 833.65 | 818.62 | 803.40 | 787.99 | 10,432.25 |
| Gastos de Administración | 9,093.10 | 9,093.10 | 9,093.10 | 9,093.10 | 9,093.10 | 9,093.10 | 9,093.10 | 9,093.10 | 9,093.10 | 9,093.10 | 9,093.10 | 9,093.10 | 109,117.26 |
| Total gastos operativos | 18,472.02 | 18,458.41 | 18,444.63 | 18,430.68 | 18,416.55 | 18,402.25 | 18,387.77 | 18,373.10 | 18,358.26 | 18,343.22 | 18,328.00 | 18,312.59 | 220,727.51 |
| Utilidad de Operación | 24,121.06 | 9,545.92 | 10,885.95 | 5,594.90 | 12,240.28 | 25,517.08 | 6,964.06 | 5,652.48 | 6,993.58 | 8,334.86 | 9,676.33 | 25,606.74 | 151,133.24 |
| Otros Gastos | 1,672.00 | | | | | | | | | | | | 1,672.00 |
| Utilidad antes de impuesto | 22,449.06 | 9,545.92 | 10,885.95 | 5,594.90 | 12,240.28 | 25,517.08 | 6,964.06 | 5,652.48 | 6,993.58 | 8,334.86 | 9,676.33 | 25,606.74 | 149,461.24 |
| IR por pagar | 2,117.36 | 181.89 | 382.89 | (410.76) | 586.04 | 2,577.56 | (205.39) | (402.13) | (200.96) | 0.23 | 201.45 | 2,591.01 | 7,419.19 |
| Utilidad después de impuesto | 20,331.70 | 9,364.03 | 10,503.06 | 6,005.67 | 11,654.24 | 22,939.52 | 7,169.46 | 6,054.61 | 7,194.54 | 8,334.63 | 9,474.88 | 23,015.73 | 142,042.06 |

Fuente: Equipo investigador

El estado de resultado proyectado a cinco años se refleja en el anexo 19

Balance proyectado

Tabla 51 Balance general proyectado

| B&R | | | |
|---|----------------|-----------------------|-----------------------|
| Balance General Proyectado | | | |
| Al 31 de Diciembre del 2018 | | | |
| Expresado en miles de Córdoba | | | |
| Activos | | | |
| Corriente | | | |
| Efectivo en Caja y Banco | C\$ 270,148.08 | | |
| Inventarios | C\$ 1,032.00 | | |
| Sub total Activo Corriente | | C\$ 271,180.08 | |
| No Corriente | | | |
| Mobiliario y Equipo de Oficina | 4,947.50 | | |
| Herramientas y enseres | 1,240.00 | | |
| Maquinaria | 42,899.90 | | |
| Depreciación de activo no corriente | (7,702.56) | | |
| Sub total No Corriente | | C\$ 41,384.84 | |
| Total Activos | | | C\$ 312,564.93 |
| Pasivo | | | |
| Corriente | | | |
| Cuentas por pagar a L/P | C\$ 56,569.62 | | |
| IR por pagar | 7,419.19 | | |
| Total Pasivos | | C\$ 63,988.80 | |
| Patrimonio | | | |
| Capital Contable | C\$ 106,534.07 | | |
| Utilidad o Perdida del Ejercicio | C\$ 142,042.06 | | |
| Total Patrimonio | | C\$ 248,576.13 | |
| Total Pasivo más capital | | | C\$ 312,564.93 |

Fuente: Equipo investigador

4.4.3 Análisis financiero.

Los análisis financieros son de vital importancia, debido a que permiten diagnosticar la situación económica actual y futura de las empresas, con el objetivo de obtener una visión más amplia para una correcta toma de decisiones.

El análisis financiero que se elaboró para la micro empresa B&R, comprende tres aspectos importantes: Flujo de fondo, valor actual neto (VAN) y tasa interna de retorno (TIR), los cuales ayudarán a determinar la rentabilidad del negocio.

4.4.3.1 Flujo de fondo.

En el uso ordinario, el término de fondos usualmente significa dinero. Sin embargo, los contadores y los analistas financieros consideran el término “fondos”, en un sentido más amplio. Ellos consideran los fondos disponibles en una empresa como su capital de trabajo, o sea la diferencia entre los activos corrientes y los pasivos corrientes. (Sánchez, 2006, pág. 94)

El flujo de fondos para la micro empresa B&R, muestra los ingresos obtenidos por las ventas, los costos y gastos, así como depreciaciones y amortizaciones. Dicho flujo empieza con un año 0 (el momento donde se realiza la inversión), seguido de los años que se proyectaron.

Se realizaron proyecciones del flujo de fondos a cinco años, estas proyecciones se ven incrementadas en un 2%, mostrando los flujos netos de efectivo para cada año.

B&R
Flujo de fondos

Tabla 52 Flujo de fondos

| Descripción | Años | | | | | |
|-----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 0 | Año 2018 | Año 2019 | Año 2020 | Año 2021 | Año 2022 |
| Ingresos por Ventas | | C\$ 688,500.00 | C\$ 702,270.00 | C\$ 716,315.40 | C\$ 730,641.71 | C\$ 745,254.54 |
| Costos de Producción | | C\$ 316,639.25 | C\$ 322,972.03 | C\$ 329,431.47 | C\$ 336,020.10 | C\$ 342,740.50 |
| Utilidad bruta | | C\$ 371,860.75 | C\$ 379,297.97 | C\$ 386,883.93 | C\$ 394,621.61 | C\$ 402,514.04 |
| Gastos Administrativos | | C\$ 109,117.26 | C\$ 111,299.60 | C\$ 113,525.59 | C\$ 115,796.10 | C\$ 118,112.03 |
| Gastos de Venta | | C\$ 101,178.00 | C\$ 103,201.56 | C\$ 105,265.59 | C\$ 107,370.90 | C\$ 109,518.32 |
| Gastos Financieros | | C\$ 10,432.25 | C\$ 8,181.25 | C\$ 5,568.38 | C\$ 2,535.49 | - |
| Otros gastos | | C\$ 1,672.00 | C\$ 200.00 | C\$ 200.00 | C\$ 200.00 | C\$ 200.00 |
| Utilidad antes de Impuesto | | C\$ 149,461.24 | C\$ 156,415.56 | C\$ 162,324.36 | C\$ 168,719.11 | C\$ 174,683.69 |
| Depreciación | | C\$ 7,702.56 |
| Amortización | | C\$ 955.92 |
| Inversión Fija | -C\$ 48,447.40 | | | | | |
| Inversión Diferida | -C\$ 1,672.00 | | | | | |
| Capital de Trabajo | -C\$127,437.39 | | | | | |
| Préstamo | C\$ 71,022.72 | | | | | |
| Pago de préstamo | | -C\$ 14,453.10 | -C\$ 16,433.98 | -C\$ 18,733.31 | C\$ 21,402.25 | |
| Flujo Neto de Efectivo | -C\$106,534.07 | C\$ 143,666.62 | C\$ 148,640.06 | C\$ 152,249.53 | C\$ 155,975.34 | C\$ 183,342.17 |

Fuente: Equipo investigador

4.4.3.2 Valor actual neto (VAN).

“El Valor actual neto es la diferencia entre el valor actual de todos los cobros y todos los pagos de la inversión, teniendo en cuenta la inversión inicial necesaria. Una inversión será aconsejable si su valor actual neto es positivo.” (Soriano, 2010, págs. 176-177)

Para el cálculo de la VAN se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \frac{T1}{(1+i)^1} + \frac{T2}{(1+i)^2} + \frac{T3}{(1+i)^3} + \frac{T4}{(1+i)^4} + \frac{T5}{(1+i)^5} - I_0$$

Para calcular la tasa de descuento se tomó en cuenta lo siguiente:

Tabla 53 Factores considerados para el cálculo de la VAN

| Tasa de descuento | |
|--------------------------|-----|
| Riesgo | 2% |
| Interés bancario | 15% |
| Inflación | 5% |
| Devaluación de la moneda | 5% |
| Rentabilidad | 3% |
| Total | 30% |

Fuente: Equipo investigador

Obteniendo como resultado:

Tasa de descuento= 0.30

La aplicación de la ecuación, tomando en cuenta los flujos netos de efectivo de cada año y la tasa de descuento da como resultado:

VAN= C\$ 265,220.92, este resultado es mayor que cero, por lo tanto el proyecto es aceptable.

4.4.3.3 Tasa interna de retorno (TIR).

Según Urbina (2010), afirma que la tasa interna de retorno “Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.” (p. 184)

Tabla 54 Consolidado de flujo de fondos proyectado

| Descripción | 0 | Año 2018 | Año 2019 | Año 2020 | Año 2021 | Año 2022 |
|------------------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Inversión Inicial | -C\$ 106,534.07 | | | | | |
| Flujo Neto de Efectivo | | C\$ 143,666.62 | C\$ 148,640.06 | C\$ 153,249.53 | C\$ 155,975.34 | C\$ 183,342.17 |

Fuente: Equipo investigador

Para determinar la tasa interna de retorno se tomó en cuenta los flujos de fondos positivos proyectados a cinco años y los flujos de fondos negativos, en este caso la inversión que se realiza en el año 0

Tabla 55 Tasa interna de retorno

| | |
|-------------------|---------|
| Tasa de descuento | 30% |
| TIR | 136.19% |

Fuente: Equipo investigador

Como se puede observar en la tabla anterior, la TIR da como resultado un 136% lo que indica que el negocio es rentable, debido a que representa un porcentaje mayor a la tasa de descuento, teniendo una TIR positiva se puede decir con gran margen que el negocio de emprendimiento es totalmente realizable, siempre y cuando se respeten los parámetros establecidos en dichas proyecciones

5. Conclusiones

Después de haber realizado el plan de emprendimiento para la elaboración y comercialización de porta-pachas para bebés menores a los dos años en el municipio de Jinotepe, se logró corroborar la viabilidad y rentabilidad del negocio para introducirlo al mercado.

Al realizar el plan de mercadotecnia, se determinó que existe suficiente demanda insatisfecha en el mercado e inexistencia de competidores directos por ser un producto con características únicas e innovadoras, la competencia indirecta oferta productos que son comprados por un 15% de la demanda real, y se espera tener una participación de mercado del 12%, se presentan diversas estrategias, mediante la mezcla de mercado y el presupuesto de publicidad que totaliza C\$ 6,626.50.

Se estableció el precio de venta para el cliente final, el cual es de C\$ 345.00, tomando en cuenta la percepción que tienen las madres con respecto al producto, los canales de distribución a utilizar serán, un canal directo en el cual las madres podrán adquirir el producto a través de delivery, y un canal indirecto donde se utilizarán intermediarios como supermercados y tiendas para niños. Finalmente el producto se dará a conocer a través de diferentes medios publicitarios de mayor atracción para las madres como mantas, flyers, perfiles en redes sociales y banners.

En el plan de producción se detalló el proceso productivo del porta-pacha, lo que permitió definir la máxima capacidad de la planta productora la cual es de 264 unidades mensual, además se establecieron los equipos indispensables para la elaboración del producto tales como, máquina de coser y máquina Overlock al igual que los insumos como materia prima directa e indirecta. Se diseñó la planta donde se llevarán a cabo las operaciones, tomando en cuenta que será un local propio.

Se estructuró el organigrama, el cual está conformado por cinco colaboradores, un responsable de administración, un responsable de ventas, un jefe de producción y dos operarios, resultando este personal suficiente para poner en marcha el negocio. La micro empresa B&R estará inscrita como persona natural, cumpliendo con los requisitos primarios como son matrícula de la alcaldía, inscripción en la DGI y registro público.

Se determinó la factibilidad del negocio a través del plan financiero, mostrando los ingresos, costos y gastos de la micro empresa B&R, dando como resultado márgenes satisfactorios con respecto a utilidades. Se calculó el valor actual neto (VAN), y la tasa interna de retorno (TIR) comprobándose la rentabilidad del negocio, debido a que la VAN resultó positiva con C\$ 265,220.92 y la TIR mayor que la tasa de descuento asignada.

6. Bibliografía

- Alexander, G. J., Sharpe, W. F., & Bailey, J. V. (2003). *Fundamentos de inversiones. Teoría y práctica*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Almoguera, J. A. (2009). *Manual práctico del emprendedor*. Madrid: Almoguera San Martín.
- Arena, S. Z., & Méndez, J. S. (1997). *Diccionario de economía*. México: Limusa S.A.
- Duarte, I. (28 de Agosto de 2017). *Interés de jóvenes por emprender es mayor*. Obtenido de Interés de jóvenes por emprender es mayor: <http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/438215-interes-jovenes-emprender-es-mayor/>
- Fischer, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. México D.F: McGraw-Hill.
- Kerin, R., Berkowitz, E., Hartley, S., & Rudelius, W. (2004). *Marketing*. México: McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Meigs, R. F., Williams, J. R., Haka, S. F., & Bettner, M. S. (2000). *Contabilidad, La base para decisiones gerenciales*. Bogota, Colombia: McGraw-Hill.
- Méndez, C. (1995). *Metodología, diseño y desarrollo del proceso de investigación*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Sampieri, R. (2003). *Bases metodológicas de la investigación educativa*. Barcelona: Ediciones Experiencia, S.L.
- Sánchez, A. A. (2006). *Principios de administración financiera*. Managua: Ediciones A.N.
- Serraf, G. (2000). *Diccionario de mercadotecnia*. México: Trillas.
- SILAIS. (2017). Jinotepe.
- Soriano, M. J. (2010). *Introducción a la contabilidad y las finanzas*. Barcelona: PROFIT.
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2007). *Fundamentos de marketing*. México D.F: McGraw-Hill .
- Tirado, D. M. (2013). *Fundamentos de marketing*. Une.
- Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de proyectos* . México DF: McGraw-Hill.

Anexo N° 2 Plan de operacionalización de variables

| Variables independientes | Variables dependientes | Subvariable | Indicador |
|---------------------------------|---|--------------------|--|
| 1. Demografía | 1. Edad | | |
| | 2. Procedencia | | 1. San José 2. San Antonio 3. San Felipe 4. San Juan 4. La colonia |
| | 3. Nivel de ingreso | | |
| | 4. Número de hijos de cero meses a dos años | _____ | |
| 2. Demanda | 1. Consumo actual | | 1. Si 2. No |
| | 2. Frecuencia de compra | _____ _____ | 1. Cada cuatro meses 2. Cada seis meses 3. Cada año 4. Otros, especifique |
| | 3. Cantidad de consumo | _____ | 1. Uno 2. Dos 3. Tres o mas |
| | 4. Cliente | Motivo de compra | 1. Higiene 2. Seguridad 3. Práctico |

| | | | |
|-----------------|---------------------------|---------------------|---|
| | | | 4. Otros, especifique |
| 3. Producto | 1. Presentación | Diseño | 1. Liso 2. Figura anexada |
| | | Color | |
| | 2. Marca | | 1. Babyboom 2. Consentidos 3. Nunú |
| | 3. Gustos y preferencias | Atributos | 1. Calidad 2. Precio 3. Diseño 4. Tamaño 5. Peso 6. Todas las anteriores |
| 4. Precio | 1. Calificación de precio | Capacidad de compra | |
| 5. Distribución | 1. Minoristas | | 1. Tiendas exclusivas para niños 2. Supermercados |
| 7. Publicidad | 1. Comunicación | Medios | 1. Mantas 2. Redes sociales 3. Volantes 4. Otros, especifique |

Anexo N° 3 Encuesta



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua UNAN-Managua Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo FAREM-Carazo

Objetivo: La presente encuesta tiene como propósito conocer la aceptación que tendría el nuevo producto “Porta-pacha para bebé”.

Marque con una X la respuesta que usted crea conveniente, de acuerdo a la pregunta.

De ante mano le agradecemos por su valioso tiempo y colaboración.

¿Compraría usted un nuevo porta-pacha para bebé?

1. Si ___ 2. No ___

1. Aspectos demográficos

1. Edad _____

2. Procedencia

1. San José ___ 2. San Antonio ___ 3. San Felipe ___ 4. San Juan ___

5. La Colonia _____

3. Nivel de ingreso _____

4. Número de hijos de 0 a 2 años _____

2. Aspectos de la oferta

1. ¿Ha comprado usted algún tipo de porta-pacha para su bebé?

1. Si ___ 2. No ___

3. Aspectos de demanda

1. ¿Con que frecuencia compraría usted el porta-pacha?

1. Cada cuatro meses____ 2. Cada seis meses____ 3. Cada año____
4. Otros, especifique ____

2. ¿Qué cantidad compraría usted?

1. Uno____ 2. Dos ____ 3. Tres o más____

3. ¿Por qué motivo usted compraría un porta-pacha para su bebé? Puede seleccionar más de una opción

1. Higiene____ 2. Seguridad____ 3. Práctico____ 4. Otros,
especifique____

4. Aspectos del producto

1. ¿Qué diseño le gustaría que tuviese el nuevo porta-pacha?

1. Liso____
2. Con figura anexada____

2. ¿De qué color preferiría usted que fuera el porta-pacha?

3. ¿Cuál nombre le gustaría que tuviese la marca?

1. Babyboom____ 2. Consentidos ____ 3. Nunú

4. ¿Qué características tomaría en cuenta al momento de comprar un porta-pacha? Puede seleccionar más de una opción

1. Calidad____ 2. Precio____ 3. Diseño____ 4. Tamaño____ 5. Peso____
6. Todas las anteriores_____

5. Aspecto del precio

1. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el nuevo porta-pacha para bebé?

6. Aspecto de distribución

1. ¿En cuál punto de venta le gustaría adquirir el producto?

1. Tiendas exclusivas para niñ@s____ 2. Supermercados____

7. Aspectos de publicidad

1. ¿En qué medio le gustaría que se diera a conocer el producto?

1. Mantas____ 2. Redes sociales____ 3. Volantes____
4. Otros, especifique____

¡Gracias por su colaboración!

Anexo N° 4 Diseño metodológico

Universo:

Cualitativo: Todas aquellas madres modernas de clase media-alta, con hijos entre las edades de cero meses a dos años pertenecientes al casco urbano del municipio de Jinotepe, departamento de Carazo

Cuantitativo: De acuerdo al Sistema local de atención integral en salud (SILAIS), las madres con niños entre las edades de cero meses a dos años del casco urbano del municipio de Jinotepe es de 2,781 según el informe anual del primer semestre del año 2017, el cual sirve como base del presente estudio.

Muestra

Para definir la muestra se utilizó la siguiente formula:

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

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

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

| | |
|---|----------|
| Z | 1.96 |
| p | 0.5 |
| q | 0.5 |
| N | 2,781 |
| e | 5%= 0.05 |

Con un nivel de confianza del 95% y un error del 5% dio un resultado de 337.4 madres de familia con hijos entre las edades de cero meses a dos años para nuestra muestra, pero por efecto de tiempo y costo se aplicaran 100 encuestas distribuidas porcentualmente en cada barrio sin afectar la calidad y el rigor científico de la investigación.

Tipo de estudio

“Segundo nivel de conocimiento, identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta, establece comportamientos concretos y descubre y comprueban asociación entre variables.” (Méndez, 1995, pág. 133)

“Presenta un informe detallado del caso de estudio sin fundamentación teórica. Son descriptivos, no se guían por hipótesis previas. Aportan información básica. Suelen ser estudios de programas y prácticas innovadoras.” (Sampieri, 2003, pág. 236)

Después de lo antes mencionado se determina que el tipo de estudio que se utilizará en esta investigación es descriptivo, debido que se establecerá un universo de estudio, al cual se le aplicara una muestra que servirá como base para recolectar información veraz acerca del comportamiento de los posibles compradores.

Esta información se extraerá a través de técnicas como encuestas y entrevistas, las encuestas estarán sometidas a una base de datos estadística que permitirá realizar una correlación de variables, ayudando a obtener un análisis más amplio.

Métodos y técnicas de investigación

El método de investigación “es el procedimiento riguroso, formulado de una manera lógica, que el investigador debe seguir en la adquisición del conocimiento.” (Méndez, 1995, pág. 141)

De acuerdo con (Méndez, 1995, pág. 141) el método de análisis es el “Proceso de conocimiento que se inicia por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad. De esa manera se establece la relación causa-efecto entre los elementos que componen el objeto de investigación.”

Fuentes de información

Según (Méndez, 1995, pág. 152) “las fuentes son hechos o documentos a los que acude el investigador y que le permiten obtener información.”

Fuentes primarias

Información oral o escrita que es recopilada directamente por el investigador a través de relatos o escritos transmitidos por los participantes en un suceso o acontecimiento” (Méndez, 1995, pág. 152).

En esta investigación se hizo uso de:

Encuesta: Se diseñó un cuestionario, el cual consistió en efectuar un listado de preguntas a madres de familia con niños menores a los dos años del municipio de Jinotepe, con el fin de recolectar información precisa y concisa de los posibles clientes, determinando así si el nuevo producto innovador será comercialmente viable.

Entrevista: Se realizaron entrevistas informales, las cuales consistieron en preguntar a madres de familias con niños menores a dos años, que beneficios tendría para ellas la adquisición del producto.

Según (Méndez, 1995, pág. 152) Define las fuentes de información secundaria como la “información que ha sido recopilada y transcrita por personas que han recibido tal información a través de otras fuentes escritas o por un participante en algún suceso o acontecimiento.”

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

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se utilizó el sistema SPSS versión 18, Microsoft Word versión 2013 y tablas de Excel para presentar los resultados de la investigación de manera ordenada y detallada.

Anexo N° 5 Plan de ruteo

Se estableció un plan de ruteo, donde se realizó una estratificación, tomando en cuenta la densidad poblacional de los barrios: San José, San Antonio, San Felipe, San Juan y La colonia del municipio de Jinotepe. Los datos de la población fueron extraídos del V censo poblacional del instituto nacional de información de desarrollo (INIDE).

En el plan de ruteo se muestran los nombres de los encuestadores quienes serán las integrantes de equipo investigador, de igual forma se detallan los barrios y el número de encuestas a aplicar por cada uno de ellos, así como el horario y punto de reunión

Plan de ruteo

| Nombres | Código | Barrio | Numero de encuestas | Hora | Día | Punto de reunión |
|-------------------------|--------|-------------|---------------------|-------------|---------------------|-----------------------|
| Bianka Moncada | BM | San José | 30 | 1:00-2:30pm | Lunes 14 de agosto | Torreón Universitario |
| Regina Moncada | RM | San Antonio | 21 | 1:00-2:30pm | Lunes 14 de agosto | Torreón Universitario |
| Bianka Moncada | BM | San Felipe | 30 | 2:40-5:00pm | Martes 15 de agosto | Torreón Universitario |
| Regina Moncada | RM | San Juan | 14 | 2:40-5:00pm | Martes 15 de agosto | Torreón Universitario |
| Bianka y Regina Moncada | BR | La Colonia | 5 | 2:40-5:00pm | Martes 15 de agosto | Torreón Universitario |

CONTRATO DISTRIBUCIÓN

Jinotepe, 14 de octubre del año 2017

REUNIDOS

Nosotros Regina Auxiliadora Moncada López con domicilio en la ciudad de Diriamba, que cita reparto Juan José Hernández 3ra Calle, Casa No 60 y C.I.F. nº 041-260896-0004E Comparece en su nombre y representación.

Y de otra Juan José López Gutiérrez con domicilio en Jinotepe y C.I.F. nº 001-270870-0002N comparece en su nombre y representación.

MANIFIESTAN

I. Que la empresa B&R, de ahora en adelante "el Proveedor", con domicilio social en Diriamba representada por la Sra. Regina Moncada concede a la empresa Tienda de los Niños, de ahora en adelante "el Distribuidor", con domicilio social en Jinotepe representada por el Sr. Juan Hernández, la distribución Selectiva en el territorio siguiente Jinotepe-Carazo, denominado a partir de aquí "el territorio", del siguiente producto Porta Pachas para Sillas Cargadoras de Bebé a partir de ahora denominados "El producto".

II. Que ambas partes, reconociendo la naturaleza mercantil del presente **contrato de distribución**, desean formalizarlo de acuerdo a las siguientes:

ESTIPULACIONES

1. Objeto del Contrato.

El Distribuidor comprará y venderá en su propio nombre y en su propia cuenta, actuará como agente independiente tanto respecto al proveedor como al cliente. Promoverá la venta del Producto en el territorio, no estando autorizado a actuar en nombre del

Proveedor, además, salvaguardará los intereses del Proveedor con la debida diligencia de un comerciante responsable e informará al Proveedor de su actitud, así como de las condiciones del mercado en el Territorio.

2. Precios y condiciones de venta y reventa.

2.1 El Distribuidor podrá vender el Producto con un 15% mayor al establecido por el Proveedor.

2.2 El Distribuidor venderá el Producto definitivo bajo la marca y/o con la presentación establecidas por el Proveedor.

2.3 Las ventas entre el Proveedor y el Distribuidor serán reguladas por las condiciones establecidas en el anexo 1 de este contrato.

3. Obligación de comprar una cantidad mínima

El Distribuidor, adquirirá una cantidad mínima de 40 Unidades Mensuales en el plazo de un Mes En caso de incumplimiento, el distribuidor tendrá que pagar la Cantidad de Doscientos Mil Córdobas (C\$200,000) en concepto de indemnización.

4. Publicidad

El Distribuidor hará publicidad del Producto en el territorio. Los costes de publicidad serán cargo del Proveedor.

5. Secretos comerciales

El Distribuidor no usará ni comunicará a terceros, incluso tras la terminación del contrato, conocimientos técnicos que no sean de dominio público, o secretos comerciales que haya llegado a conocer a través del ejercicio de las actividades contractuales.

6. Prohibición de ventas fuera del Territorio

El Distribuidor no podrá vender el Producto a los clientes que tengan su lugar de negocio o, en su defecto, su lugar de residencia, fuera del Territorio. Cualquier pedido realizado por un cliente cuya residencia está fuera del Territorio será comunicado al Distribuidor. El Distribuidor no venderá a clientes cuya intención sea vender el Producto fuera del Territorio.

7. Asistencia contra la competencia desleal y violación de los derechos de propiedad industrial.

El Distribuidor informará al Proveedor de cualquier acto de competencia desleal que afecte a éste, y de cualquier violación de su derecho de propiedad industrial que llegue a su conocimiento. El Distribuidor, a su propio cargo, prestará asistencia que el Proveedor razonablemente requiera.

8. Existencias mínimas

El Distribuidor mantendrá, a su propio cargo, un stock de Productos, así como un stock de las correspondientes piezas de recambio

9. Servicios de reparación y de postventa

El Distribuidor tendrá que utilizar talleres de reparación en las condiciones establecidas, así como servicios posteriores postventa.

10. Documentos y material de publicidad

El proveedor colaborará con el Distribuidor, remitiéndole todos los documentos, prospectos y cualquier información necesaria, que seguirán siendo de propiedad del

proveedor, a menos que se establezca en el contrato que esta documentación sea objeto de envío a los clientes finales.

11. Obligaciones de suministro de una cantidad mínima

El Proveedor se compromete a entregar la cantidad mínima establecida en el apartado 3. Si el Proveedor no cumpliera esta obligación, el Distribuidor tendrá la facultad de rescindir el contrato con una antelación de tres meses mediante carta certificada, y el Proveedor indemnizará al Distribuidor con la Cantidad de Doscientos Mil Córdobas(C\$200,000) con el objeto de Lucro cesante.

12. Autorización o prohibición de vender fuera del territorio contractual a otros distribuidores del Proveedor.

El Proveedor tiene la facultad de vender el Producto a Clientes fuera del Territorio, incluso si éstos tienen la intención de exportarlos al Territorio.

13. Terminación del contrato

El contrato tendrá una duración de 3 años, prorrogable por 3 años salvo que las partes establezcan lo contrario. El contrato podrá darse por terminado con una antelación de tres meses mediante carta certificada.

14. Resolución antes de la terminación del contrato

Sin perjuicio de lo previsto en el contrato sobre terminación del contrato, éste podrá resolverse inmediatamente mediante carta certificada en supuesto de incumplimiento sustancial de alguna de sus cláusulas.

Podrá resolverse también el contrato cuando la estructura jurídica o la propiedad de una de las Partes cambiara de tal manera que afectara seriamente al resultado que la otra Parte podría razonablemente esperar del contrato.

15. Devolución de la documentación y material publicitario

El Distribuidor devolverá al Proveedor toda la documentación y el material de publicidad.

16. Destino de las existencias y de los pedidos en curso

El contrato regulará la liquidación de las existencias en disposición del Distribuidor, así como los pedidos en curso, aun después de la terminación o rescisión del contrato.

17. Indemnización

No se podrá reclamar ninguna indemnización por razón de la terminación del contrato, salvo que la reclamación se fundamente en un incumplimiento del contrato por una de las Partes.

18. Ley aplicable. Texto original

El contrato se regirá por la ley del país en la que el Proveedor tenga su domicilio social.

El texto redactado en el idioma español hará fe del texto original.

19. Resolución de controversias

Cualquier conflicto dimanante del presente contrato será resuelto definitivamente conforme a la normativa de Mediación y Conciliación.

(Otra opción) Cualquier conflicto que pueda surgir con relación al presente contrato se someterá a que sea resuelto por un Árbitro.

20. Modificaciones del presente contrato

Cualquier modificación del presente contrato se notificará por escrito.

21. Cesión del contrato

Ninguna de las Partes podrá ceder el contrato a un tercero sin el consentimiento de la otra Parte.

22. Derecho de Retención

El distribuidor no tendrá derecho a tomar ni retener los bienes del Proveedor.

En prueba de conformidad, ambas partes firman por duplicado y a un solo efecto, el presente contrato en la fecha y lugar arriba indicado.

Regina Moncada López

Juan José López Gutiérrez

Anexo N° 7 Páginas Web

Facebook

Páginas Ver todo



Babyboom Oficial
Producto/servicio
Porta-pachas para sillas cargadoras de bebé

[Enviar mensaje](#) [Me gusta](#)

[Ver todo](#)

Página | Bandeja de entrada | Notificaciones 1 | Estadísticas | Herramientas de publicación | Configuración | Ayuda ▾



Babyboom Oficial
Crear nombre de usuario de la página

Inicio

- Publicaciones
- Opiniones
- Ver más ▾

[Promocionar](#)

Administrar promociones

[Me gusta](#) [Seguir](#) [Compartir](#) [...](#)

Babyboom Oficial ha actualizado su foto de portada.
10 min · 



[Enviar mensaje](#) 

-  Blank Estela Z [Invitar](#)
-  Mache Cortez [Invitar](#)
-  Jacqueline Gutierrez [Invitar](#)
-  Jahaira Samuria [Invitar](#)
-  Jairo Zamuria [Invitar](#)
-  David Espinoza [Invitar](#)

Producto/servicio

Español (España) · Español · English (US) · Portugués (Brasil) · Français (France) [+](#)

[Privacidad](#) · [Condiciones](#) · [Publicidad](#)

Instagram



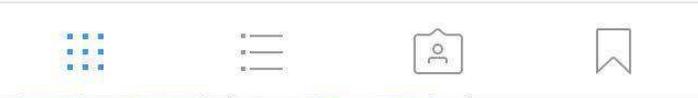
Babyboom+

2 publicaciones... 0 seguidores 0 seguidos

Editar perfil 

Babyboom

Porta-pachas para las sillas cargadoras de bebés



Anexo N° 8 Flyer

Novedades para tu bebé.



Babyboom
"Para los consentidos del hogar"

Modo de uso:
Adherir este producto al arco de la silla cargador del bebé para su posterior uso.

Indicaciones:

- Mantener al bebé en constante supervisión al momento de utilizar este producto.
- No utilizar este producto cuando la silla cargador se encuentre en su vehículo y este vaya en movimiento.

Ventajas

- Ayuda a las mamás a alimentar a sus bebés cuando estén muy ocupadas y necesiten realizar otra actividad.
- Al hacer uso del nuevo porta pacha el bebé se vuelve independiente sustentándose con la ayuda de este producto.
- El producto puede ser trasladado con facilidad a cualquier lugar.

Producto



Modo de uso



Contáctanos en:

-  Babyboom oficial
-  Babyboom



Babyboom

“Para los consentidos del hogar”



Producto



Modo de uso

Contáctanos en:



Babyboom oficial



Babyboom



¿Quieres ahorrar tiempo al momento de
alimentar a tu bebé?

Aquí tenemos la solución

Te sorprenderás tanto que no podrás esperar a comprarlo.

¡Espéralo!

Próximamente de venta en:

Supermercado La Colonia
Supermercado Santiago

Tienda "D'TODO PARA TODOS LOS NIÑOS"
Tienda de los niños

Anexo N° 11 Proceso productivo

1. Calar molde en la tela



2. Cortado del molde



3. Armado de piezas y ubicación de adhesivos



4. Colocar la figura y el adaptador para pacha



5. Producto terminado



6. Etiquetado y empaçado



Anexo N° 12 Stock de inventario

| Unidades | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | anual |
|-------------------------------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Inventario inicial | 264 | 264 | 264 | 264 | 264 | 264 | 264 | 264 | 264 | 264 | 264 | 264 | 3168 |
| Ventas | 235 | 180 | 185 | 165 | 190 | 240 | 170 | 165 | 170 | 175 | 180 | 240 | 2295 |
| Inventario final | 29 | 84 | 79 | 99 | 74 | 24 | 94 | 99 | 94 | 89 | 84 | 24 | 873 |
| Compras para el siguiente mes | 235 | 180 | 185 | 165 | 190 | 240 | 170 | 165 | 170 | 175 | 180 | 240 | |
| Porcentajes de ventas | 89.0% | 68.2 % | 70.1% | 62.5% | 72.0% | 90.9% | 64.4% | 62.5% | 64.4% | 66.3% | 68.2% | 90.9% | 72.4% |
| Stock de inventario | 10.9% | 31.8% | 29.9% | 37.5% | 28.0% | 9.0% | 35.6% | 37.5% | 35.6% | 33.7% | 31.8% | 9.0% | 27.5% |

Anexo N° 13 Amortización de préstamo a 48 meses

| Cuota | Saldo capital inicial | Cuota mensual | Interés corriente | Amortización del capital | Saldo capital final | Seguro | Cuota total mensual |
|-------|-----------------------|---------------|-------------------|--------------------------|---------------------|---------|---------------------|
| 0 | | | | | \$ 2,305.93 | | \$ 3,173.38 |
| 1 | \$ 2,305.93 | \$ 64.18 | \$ 28.82 | \$ 35.35 | \$ 2,270.58 | \$ 3.46 | \$ 67.63 |
| 2 | 2,270.58 | 64.18 | 28.38 | 35.79 | 2,234.78 | 3.41 | 67.58 |
| 3 | 2,234.78 | 64.18 | 27.93 | 36.24 | 2,198.54 | 3.35 | 67.53 |
| 4 | 2,198.54 | 64.18 | 27.48 | 36.69 | 2,161.85 | 3.30 | 67.47 |
| 5 | 2,161.85 | 64.18 | 27.02 | 37.15 | 2,124.70 | 3.24 | 67.42 |
| 6 | 2,124.70 | 64.18 | 26.56 | 37.62 | 2,087.08 | 3.19 | 67.36 |
| 7 | 2,087.08 | 64.18 | 26.09 | 38.09 | 2,048.99 | 3.13 | 67.31 |
| 8 | 2,048.99 | 64.18 | 25.61 | 38.56 | 2,010.43 | 3.07 | 67.25 |
| 9 | 2,010.43 | 64.18 | 25.13 | 39.05 | 1,971.38 | 3.02 | 67.19 |
| 10 | 1,971.38 | 64.18 | 24.64 | 39.53 | 1,931.85 | 2.96 | 67.13 |
| 11 | 1,931.85 | 64.18 | 24.15 | 40.03 | 1,891.82 | 2.90 | 67.07 |
| 12 | 1,891.82 | 64.18 | 23.65 | 40.53 | 1,851.30 | 2.84 | 67.01 |
| 13 | 1,851.30 | 64.18 | 23.14 | 41.03 | 1,810.26 | 2.78 | 66.95 |
| 14 | 1,810.26 | 64.18 | 22.63 | 41.55 | 1,768.71 | 2.72 | 66.89 |
| 15 | 1,768.71 | 64.18 | 22.11 | 42.07 | 1,726.65 | 2.65 | 66.83 |

| | | | | | | | |
|----|----------|-------|-------|-------|----------|------|-------|
| 16 | 1,726.65 | 64.18 | 21.58 | 42.59 | 1,684.05 | 2.59 | 66.77 |
| 17 | 1,684.05 | 64.18 | 21.05 | 43.13 | 1,640.93 | 2.53 | 66.70 |
| 18 | 1,640.93 | 64.18 | 20.51 | 43.66 | 1,597.26 | 2.46 | 66.64 |
| 19 | 1,597.26 | 64.18 | 19.97 | 44.21 | 1,553.05 | 2.40 | 66.57 |
| 20 | 1,553.05 | 64.18 | 19.41 | 44.76 | 1,508.29 | 2.33 | 66.51 |
| 21 | 1,508.29 | 64.18 | 18.85 | 45.32 | 1,462.97 | 2.26 | 66.44 |
| 22 | 1,462.97 | 64.18 | 18.29 | 45.89 | 1,417.08 | 2.19 | 66.37 |
| 23 | 1,417.08 | 64.18 | 17.71 | 46.46 | 1,370.62 | 2.13 | 66.30 |
| 24 | 1,370.62 | 64.18 | 17.13 | 47.04 | 1,323.58 | 2.06 | 66.23 |
| 25 | 1,323.58 | 64.18 | 16.54 | 47.63 | 1,275.94 | 1.99 | 66.16 |
| 26 | 1,275.94 | 64.18 | 15.95 | 48.23 | 1,227.72 | 1.91 | 66.09 |
| 27 | 1,227.72 | 64.18 | 15.35 | 48.83 | 1,178.89 | 1.84 | 66.02 |
| 28 | 1,178.89 | 64.18 | 14.74 | 49.44 | 1,129.45 | 1.77 | 65.94 |
| 29 | 1,129.45 | 64.18 | 14.12 | 50.06 | 1,079.39 | 1.69 | 65.87 |
| 30 | 1,079.39 | 64.18 | 13.49 | 50.68 | 1,028.71 | 1.62 | 65.79 |
| 31 | 1,028.71 | 64.18 | 12.86 | 51.32 | 977.39 | 1.54 | 65.72 |
| 32 | 977.39 | 64.18 | 12.22 | 51.96 | 925.43 | 1.47 | 65.64 |
| 33 | 925.43 | 64.18 | 11.57 | 52.61 | 872.83 | 1.39 | 65.56 |

| | | | | | | | |
|----|--------|-------|-------|-------|--------|------|-------|
| 34 | 872.83 | 64.18 | 10.91 | 53.27 | 819.56 | 1.31 | 65.48 |
| 35 | 819.56 | 64.18 | 10.24 | 53.93 | 765.63 | 1.23 | 65.41 |
| 36 | 765.63 | 64.18 | 9.57 | 54.61 | 711.02 | 1.15 | 65.32 |
| 37 | 711.02 | 64.18 | 8.89 | 55.29 | 655.74 | 1.07 | 65.24 |
| 38 | 655.74 | 64.18 | 8.20 | 55.98 | 599.76 | 0.98 | 65.16 |
| 39 | 599.76 | 64.18 | 7.50 | 56.68 | 543.08 | 0.90 | 65.08 |
| 40 | 543.08 | 64.18 | 6.79 | 57.39 | 485.69 | 0.81 | 64.99 |
| 41 | 485.69 | 64.18 | 6.07 | 58.10 | 427.59 | 0.73 | 64.90 |
| 42 | 427.59 | 64.18 | 5.34 | 58.83 | 368.75 | 0.64 | 64.82 |
| 43 | 368.75 | 64.18 | 4.61 | 59.57 | 309.19 | 0.55 | 64.73 |
| 44 | 309.19 | 64.18 | 3.86 | 60.31 | 248.88 | 0.46 | 64.64 |
| 45 | 248.88 | 64.18 | 3.11 | 61.06 | 187.81 | 0.37 | 64.55 |
| 46 | 187.81 | 64.18 | 2.35 | 61.83 | 125.98 | 0.28 | 64.46 |
| 47 | 125.98 | 64.18 | 1.57 | 62.60 | 63.38 | 0.19 | 64.36 |
| 48 | 63.38 | 64.18 | 0.79 | 63.38 | 0.00 | 0.10 | 64.27 |

Anexo N° 14 Ventas en unidades físicas y unidades monetarias

Ventas en unidades físicas

| B&R | | | | | | | | | | | | | |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas | | | | | | | | | | | | | |
| Año 2018 | | | | | | | | | | | | | |
| Descripción | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Total |
| Porta-pacha | 235 | 180 | 185 | 165 | 190 | 240 | 170 | 165 | 170 | 175 | 180 | 240 | 2295 |
| Total | 235 | 180 | 185 | 165 | 190 | 240 | 170 | 165 | 170 | 175 | 180 | 240 | 2295 |

Ventas en unidades monetarias

| B&R | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias | | | | | | | | | | | | | | |
| Expresado en miles córdobas | | | | | | | | | | | | | | |
| Descripción | Precio de venta | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Total |
| Porta-pacha | 300.00 | 70,500.00 | 54,000.00 | 55,500.00 | 49,500.00 | 57,000.00 | 72,000.00 | 51,000.00 | 49,500.00 | 51,000.00 | 52,500.00 | 54,000.00 | 72,000.00 | 688,500.00 |
| Total | | 70,500.00 | 54,000.00 | 55,500.00 | 49,500.00 | 57,000.00 | 72,000.00 | 51,000.00 | 49,500.00 | 51,000.00 | 52,500.00 | 54,000.00 | 72,000.00 | 688,500.00 |

Anexo N° 17 Costos totales mensuales

Materia prima directa en unidades físicas

| B&R | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| Proyecciones de Materia Prima directa enviada a producción (Unidades Físicas) | | | | | | | | | | | | | | |
| Descripción | UND/ MED | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Total |
| Tela | Yarda | 235 | 180 | 185 | 165 | 190 | 240 | 170 | 165 | 170 | 175 | 180 | 240 | 2295 |
| Total | | 235 | 180 | 185 | 165 | 190 | 240 | 170 | 165 | 170 | 175 | 180 | 240 | 2295 |

Materia prima directa en unidades monetarias

| B&R | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| Proyecciones de Materia Prima Directa enviada a producción (Unidades Monetarias) | | | | | | | | | | | | | | |
| Expresado en córdobas | | | | | | | | | | | | | | |
| Descripción | Costo Unitario | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Total |
| Tela | 20.00 | 4,700.00 | 3,600.00 | 3,700.00 | 3,300.00 | 3,800.00 | 4,800.00 | 3,400.00 | 3,300.00 | 3,400.00 | 3,500.00 | 3,600.00 | 4,800.00 | 45,900.00 |
| Total | | 4,700.00 | 3,600.00 | 3,700.00 | 3,300.00 | 3,800.00 | 4,800.00 | 3,400.00 | 3,300.00 | 3,400.00 | 3,500.00 | 3,600.00 | 4,800.00 | 45,900.00 |

Materia prima indirecta en unidades físicas

| B&R | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| Proyecciones de materia prima indirecta enviada a producción (unidades físicas) | | | | | | | | | | | | | | |
| Descripción | UND/MED | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Total |
| Adhesivos | Yarda | 118 | 90 | 93 | 83 | 95 | 120 | 85 | 83 | 85 | 88 | 90 | 120 | 1148 |
| Hilo | Und | 235 | 180 | 185 | 165 | 190 | 240 | 170 | 165 | 170 | 175 | 180 | 240 | 2295 |
| Rodo para marcar tela | Und | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 24 |
| Paleógrafo | Und | 47 | 36 | 37 | 33 | 38 | 48 | 34 | 33 | 34 | 35 | 36 | 48 | 459 |
| Papel para pasar | Und | 47 | 36 | 37 | 33 | 38 | 48 | 34 | 33 | 34 | 35 | 36 | 48 | 459 |
| Aguja | Paquete | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 12 |
| Etiqueta | Und | 235 | 180 | 185 | 165 | 190 | 240 | 170 | 165 | 170 | 175 | 180 | 240 | 2295 |
| Cinta de mantequilla | Yarda | 59 | 45 | 46 | 41 | 48 | 60 | 43 | 41 | 43 | 44 | 45 | 60 | 574 |
| Empaque | Und | 235 | 180 | 185 | 165 | 190 | 240 | 170 | 165 | 170 | 175 | 180 | 240 | 2295 |
| Total | | 978 | 750 | 771 | 688 | 792 | 999 | 709 | 688 | 709 | 729 | 750 | 999 | 9560 |

Costos indirectos de fabricación

| B&R | | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| Proyecciones de costos indirectos de fabricación | | | | | | | | | | | | | |
| Expresado en córdobas | | | | | | | | | | | | | |
| Descripción | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Total |
| costos fijos | | | | | | | | | | | | | |
| Depreciación de maquinaria | 579.60 | 579.60 | 579.60 | 579.60 | 579.60 | 579.60 | 579.60 | 579.60 | 579.60 | 579.60 | 579.60 | 579.60 | 6,955.18 |
| Luz | 798.09 | 798.09 | 798.09 | 798.09 | 798.09 | 798.09 | 798.09 | 798.09 | 798.09 | 798.09 | 798.09 | 798.09 | 9,577.05 |
| Sub total costos fijos | 1,377.69 | 1,377.69 | 1,377.69 | 1,377.69 | 1,377.69 | 1,377.69 | 1,377.69 | 1,377.69 | 1,377.69 | 1,377.69 | 1,377.69 | 1,377.69 | 16,532.24 |
| Costos variables | | | | | | | | | | | | | |
| Materia prima indirecta | 3,541.25 | 2,730.00 | 2,803.75 | 2,508.75 | 2,877.50 | 3,615.00 | 2,582.50 | 2,508.75 | 2,582.50 | 2,656.25 | 2,730.00 | 3,615.00 | 34,751.25 |
| Mano de obra indirecta | 6,480.00 | 6,480.00 | 6,480.00 | 6,480.00 | 6,480.00 | 6,480.00 | 6,480.00 | 6,480.00 | 6,480.00 | 6,480.00 | 6,480.00 | 6,480.00 | 77,760.00 |
| Sub total costos variables | 10,021.25 | 9,210.00 | 9,283.75 | 8,988.75 | 9,357.50 | 10,095.00 | 9,062.50 | 8,988.75 | 9,062.50 | 9,136.25 | 9,210.00 | 10,095.00 | 112,511.25 |
| Total costos | 11,398.94 | 10,587.69 | 10,661.44 | 10,366.44 | 10,735.19 | 11,472.69 | 10,440.19 | 10,366.44 | 10,440.19 | 10,513.94 | 10,587.69 | 11,472.69 | 129,043.49 |

Anexo N° 18 Flujo de caja proyectado

| Flujo de caja proyectado | | | | | |
|---------------------------------|----------------|----------------|------------------|------------------|------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Saldo inicial en caja | C\$ 127,437.39 | C\$ 270,148.08 | C\$ 417,832.20 | C\$ 569,125.79 | C\$ 724,145.19 |
| Entradas de caja | | | | | |
| Ventas al contado | C\$ 688,500.00 | C\$ 702,270.00 | C\$ 716,315.40 | C\$ 730,641.71 | C\$ 745,254.54 |
| Total de caja disponible | C\$ 815,937.39 | C\$ 972,418.08 | C\$ 1,134,147.60 | C\$ 1,299,777.50 | C\$ 1,469,399.74 |
| Egresos | | | | | |
| Materiales directos | C\$ 45,900.00 | C\$ 46,818.00 | C\$ 47,754.36 | C\$ 48,709.45 | C\$ 49,683.64 |
| Mano de obra | C\$ 141,695.76 | C\$ 144,529.68 | C\$ 147,420.27 | C\$ 150,368.67 | C\$ 153,376.05 |
| CIF | C\$ 129,043.50 | C\$ 131,624.37 | C\$ 134,256.86 | C\$ 136,942.00 | C\$ 139,680.84 |
| Gastos de venta | C\$ 101,178.00 | C\$ 103,201.56 | C\$ 105,265.59 | C\$ 107,370.90 | C\$ 109,518.32 |
| Gastos de administración | C\$ 109,117.26 | C\$ 111,299.60 | C\$ 113,525.59 | C\$ 115,796.10 | C\$ 118,112.03 |
| Amortización préstamo | C\$ 14,453.10 | C\$ 16,433.98 | C\$ 18,733.31 | C\$ 21,402.25 | - |
| Gastos financieros | C\$ 10,432.25 | C\$ 8,181.25 | C\$ 5,568.38 | C\$ 2,535.49 | - |
| Otros gastos | C\$ 1,672.00 | C\$ 200.00 | C\$ 200.00 | C\$ 200.00 | C\$ 200.00 |
| Depreciación de activo | C\$ 7,702.56 | C\$ 7,702.56 | C\$ 7,702.56 | C\$ 7,702.56 | C\$ 7,702.56 |
| Total egresos de caja | C\$ 553,491.87 | C\$ 562,288.44 | C\$ 572,724.36 | C\$ 583,324.87 | C\$ 570,570.87 |
| Saldo final en caja | C\$ 270,148.08 | C\$ 417,832.20 | C\$ 569,125.79 | C\$ 724,145.19 | C\$ 906,531.43 |

Anexo N° 19 Estado de resultado proyectado

| Estado de resultado proyectado | | | | | |
|---------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Descripción | Año 2018 | Año 2019 | Año 2020 | Año 2021 | Año 2022 |
| Venta Netas | C\$ 688,500.00 | C\$ 702,270.00 | C\$ 716,315.40 | C\$ 730,641.71 | C\$ 745,254.54 |
| Costos de Producción | C\$ 316,639.25 | C\$ 322,972.03 | C\$ 329,431.47 | C\$ 336,020.10 | C\$ 342,740.50 |
| Utilidad Bruta | C\$ 371,860.75 | C\$ 379,297.97 | C\$ 386,883.93 | C\$ 394,621.61 | C\$ 402,514.04 |
| Gastos de Operación | | | | | |
| Gastos de Venta | C\$ 101,178.00 | C\$ 103,201.56 | C\$ 105,265.59 | C\$ 107,370.90 | C\$ 109,518.32 |
| Gastos Financiero | C\$ 10,432.25 | C\$ 8,181.25 | C\$ 5,568.38 | C\$ 2,535.49 | - |
| Gastos de Administración | C\$ 109,117.26 | C\$ 111,299.60 | C\$ 113,525.59 | C\$ 115,796.10 | C\$ 118,112.03 |
| Total gastos operativos | C\$ 220,727.51 | C\$ 222,682.41 | C\$ 224,359.57 | C\$ 225,702.50 | C\$ 227,630.35 |
| Utilidad de Operación | C\$ 151,133.24 | C\$ 156,615.56 | C\$ 162,524.36 | C\$ 168,919.11 | C\$ 174,883.69 |
| Otros Gastos | C\$ 1,672.00 | C\$ 200.00 | C\$ 200.00 | C\$ 200.00 | C\$ 200.00 |
| Utilidad antes de impuesto | C\$ 149,461.24 | C\$ 156,415.56 | C\$ 162,324.36 | C\$ 168,719.11 | C\$ 174,683.69 |
| IR por pagar | C\$ 7,419.19 | C\$ 8,462.33 | C\$ 9,348.65 | C\$ 10,307.87 | C\$ 11,202.55 |
| Utilidad después de impuesto | C\$ 142,042.06 | C\$ 147,953.23 | C\$ 152,975.71 | C\$ 158,411.24 | C\$ 163,481.14 |