



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO

FAREM - CARAZO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

2020: “Año de la educación con calidad y pertinencia”.

Proyecto de Graduación para optar al título de Licenciatura en Mercadotecnia

Tema: Proyecto de innovación y emprendimiento para la elaboración de productos, en la VI región del país.

Sub tema: Proyecto de innovación y emprendimiento para la creación de la microempresa **“Productora Diriangén”**, dedicada a la elaboración y comercialización del dulce artesanal a base de café, cacao y canela, bajo la marca **“Cafela”**, ubicada en el municipio de Diriamba, departamento de Carazo, durante el II Semestre del 2020.

Autoras:

Br. Castillo Bermúdez Adriana Guadalupe

Br. Mojica Baltodano Telma Luz

Br. Velásquez López Irene del Carmen

No. de Carné

16-09154-2

07-09415-0

16-09168-5

Tutores:

M en A.: Luz Margarita Narváez Selva.

Jinotepe, Carazo

Carta Aval



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

2020: "Año de la educación con calidad y pertinencia"

10 de diciembre del año 2020

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

Estimado Doctor.

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

Nº	Apellidos y Nombres	Carné
1	Castillo Bermúdez Adriana Guadalupe	16-09154-2
2	Mojica Baltodano Telma Luz	07-09415-0
3	Velásquez López Irene del Carmen	16-09168-5

Siendo el subtema: Proyecto de innovación y emprendimiento para la creación de la microempresa Productora Diriangén, dedicada a la elaboración y comercialización del dulce artesanal a base de café, cacao y canela, bajo la marca Cafela, ubicada en el municipio de Diriamba, departamento de Carazo, durante el II Semestre del 2020.


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

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

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

Atentamente.

Cc/ Archivo


M en A: Luz Margarita Narváez Selva
Tutor de proyecto de Graduación

¡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.econom.faremc@unan.edu.ni | www.faremcarazo.unan.edu.ni

Dedicatoria

A Dios padre, creador del cielo y la tierra, y todo lo que en ella hay, por permítenos culminar esta etapa tan maravillosa de nuestras vidas. Le damos gracias por acompañarnos en cada peldaño hasta lograr cada una de nuestras metas. A él sea la honra y la gloria y esperamos continúe iluminando nuestro camino.

A nuestros padres por sus esfuerzos realizados en todas estas etapas, gracias por ayudarnos a forjar nuestros caracteres y por ser el apoyo más incondicional.

“Lámpara es a mis pies tu palabra y lumbrera a mi camino”.

Salmos 119:105.

Agradecimientos

*Agradezco primeramente a Diosito por ser mi guía, por darme la fuerza para seguir adelante en este largo camino, a mis padres **Adriana Bermúdez Maliaños y Wilfredo Castillo Ortiz**, por haberme formado como la persona que soy hoy en día, por sus esfuerzos, sacrificios y apoyo incondicional a lo largo de mi carrera, por ayudarme y motivarme a alcanzar mis logros, a mi hermano **Wilfredo Castillo Bermúdez**, por ser mi motivación y alegría para salir adelante, a mi tío **Roberto Bermúdez Maliaños**, por su apoyo incondicional y buenos consejos para seguir adelante, a la **Lic. Rosa María Serrano** por su apoyo, motivación y consejos durante toda la etapa de la carrera. A nuestros docentes, que nos han brindado su ayuda, siendo ellos parte fundamental para el desarrollo de la formación profesional en estos años de estudio.*

Br. Adriana G. Castillo Bermúdez

*Agradezco primeramente a Dios todo poderoso por haberme proveído sabiduría y fortaleza para realizar este trabajo con tanto ahínco, a mis padres **Mirian Baltodano y Manuel Cárdenas** por haberme brindado su apoyo. En especial a mi hermano **MSc. Ing. Manuel Mojica**, por haberme dado su apoyo y sugerencias en el desarrollo de este trabajo, asimismo, a mi hermana **MSc. Raquel Baltodano**, por darme el consejo de empezar una carrera y ser profesional de éxito, a mi abuela **Esther Morales Sánchez**, por llevarme siempre en sus oraciones. Finalmente, agradezco al personal docente de la UNAN-FAREM CARAZO del departamento de ciencias económicas, por haber transmitido sus conocimientos durante mis estudios.*

Br. Telma Luz Mojica Baltodano

*A Dios, sobre todas las cosas, por darme la sabiduría, inteligencia y la serenidad que conlleva el llegar a la culminación de la carrera, por su infinito amor porque si no fuera su voluntad no estaría en esta etapa de mi vida, a mis padres **Jamileth López Aguilar y Máximo Velásquez Ramos**, por su apoyo incondicional tanto financiero como emocional por haber incentivado en mí el espíritu de superación, a la **Lic. Rosa María Herrera Serrano** por todo el apoyo brindado en cada una de las etapas de la carrera, por sus consejos y críticas constructivas, a mi prometido, **Edson Onil Rocha**, a todos mis docentes por el conocimiento y enseñanzas brindadas.*

Br. Irene Velásquez López

Resumen Ejecutivo

El proyecto de innovación y emprendimiento se basa en la elaboración y comercialización de dulces artesanales el cual lleva por nombre “**Cafela**”, este está elaborado con ingredientes 100% naturales tales como el café, cacao y canela, “**Productora Diriangén**” quien se encarga de producirlo, está ubicada en el municipio de Diriamba, departamento de Carazo.

El dulce **Cafela** está elaborado de manera artesanal con ingredientes naturales que no poseen aditivos químicos en su composición y que por su naturaleza aporta grandes beneficios y valiosos nutrientes, por lo que su consumo no es perjudicial para la salud.

El producto innovador está dirigido al segmento de mercado de hombres y mujeres entre las edades de 10 años a más que consuman dulce de preferencia natural y elaborado de manera artesanal.

La ventaja competitiva que ofrece dicho producto consiste en ofrecer a los consumidores un dulce que no contenga aditivos químicos ni preservantes que perjudiquen la salud, además, de su elaboración artesanal lo que permite disminuir los costos y brindar un precio accesible en relación con la competencia.

Los objetivos planteados en relación al producto consisten en el corto plazo incrementar el número de clientes reales y potenciales, incentivar la fuerza de venta en el mercado local, a mediano plazo, ingresar a nuevos mercados ampliando la cobertura, y a largo plazo, mantener la estabilidad del precio en un incremento del 5.3% de inflación anual.

El área administrativa está compuesta por un administrador y dos personas quienes se encargan del proceso productivo.

Para finalizar, se presenta un incremento en las ventas, en los meses de mayor demanda como en Enero, Febrero, Mayo, Junio, Noviembre y Diciembre, y para los años 2 y 3 se estima un incremento del 1.5% anual sobre las ventas, contando con una inversión inicial de C\$ 149,186.82.

Índice

1. Generalidades del proyecto	1
1.1 Solución	3
1.1.1 Método del embudo o funnel de la Innovación	4
1.1.2 Método Design Thinking	8
1.2 Diseño o Modelo en 3D	20
1.3 Oportunidad en el Mercado	24
1.4 Propuesta de valor (modelo canvas)	26
1.4.1 La novedad de mi proyecto desde la base de la Propiedad Intelectual	28
1.5 Ciclo del Proyecto	30
1.6 Resultados esperados	34
2. Estudio de Mercado	35
2.1 Etapa preliminar	35
2.2 Planteamiento de la oportunidad	35
2.3 Formulación	36
2.3.1 Sistematización.....	36
2.4 Objetivos	37
2.4.1 Objetivo General	37
2.4.2 Objetivos específicos	37
2.5 Hipótesis	37
2.6 Análisis de la demanda	38
2.6.1 Calculo de la demanda potencial.....	38
2.7 Análisis de la oferta	39
2.7.1 Calculo de oferta directa e indirecta.....	39
2.7.2 Calculo de la demanda insatisfecha	40
2.8 Atractivo del segmento de mercado	41
2.9 Análisis de precio	41
2.9.1. Comparación de precio del mercado	42
2.10 Estructura de precio	43
2.10.1 Precio Unitario	45
2.11 Análisis de Comercialización	46
2.11.1 Logística de distribución.....	48
2.12 Proveedores directos e indirectos	49
2.13 Costos de Comercialización	51
2.14 Estrategia competitiva de mercado (4PS)	52
2.14.1 Estrategia de mercado.....	52

2.14.2 Estrategia de posicionamiento esperado.....	53
2.14.3 Estrategia de desarrollo de un producto innovador dulce “CAFELA”	53
2.14.4 Estrategia de precio.....	56
2.14.5 Estrategia de Distribución.....	57
2.14.6 Estrategia de promoción y publicidad.....	58
2.14.7 Estrategia social-Media	59
2.15 Presupuesto de publicidad.....	59
2.16 Proyección de Venta	60
2.16.1 Objetivos de venta:	60
2.16.2 Metas de venta:	60
3. Plan de producción.....	61
3.1 El proceso de producción.....	61
3.2 Proveedores y condiciones de compra de los equipos.....	65
3.3 Capital fijo y vida útil.....	69
3.4 Capacidad planificada.....	79
3.5 Ubicación y distribución física de la empresa	80
3.6 Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad	85
3.7 Mano de obra, su costo y disponibilidad.....	88
3.8 Gastos generales de producción	89
4. Plan de organización y gestión.....	90
4.1 Marco legal (forma jurídica).....	90
4.3 Ficha de cargo	104
4.4 Actividades y gastos preliminares	111
4.5 Equipos de oficina	112
4.6 Gastos administrativos	115
5. Plan financiero.....	118
5.1 Inversión y fuente de financiamiento.....	118
5.1.1 Activos fijos	118
5.1.2 Activos intangibles	119
5.1.3 Capital de trabajo.....	119
5.1.4 Inversión total	120
5.1.5 Estructura del financiamiento	121
5.2 Ingresos, egresos y costos	121
5.2.1 Punto de Equilibrio	122
5.2.2 Presupuesto de ingreso	123
5.2.3 Presupuesto de egresos	124

5.2.4 Presupuesto de costos.....	125
5.2.5 Estructura de costo	129
5.2.6 Flujo de caja	130
5.2.7 Flujo de fondo	131
5.2.8 Valor actual neto (VAN)	133
5.2.9 Tasa interna de retorno (TIR)	133
5.2.10 Análisis Financiero	134
6. Conclusiones	135
7. Bibliografía.....	137
8. Anexos.....	139

Índice de tablas

<i>Tabla 1: Enfermedades crónicas.....</i>	<i>4</i>
<i>Tabla 2: Defunciones</i>	<i>5</i>
<i>Tabla 3: Propuestas de ideas.....</i>	<i>10</i>
<i>Tabla 4: Matriz de criterios.....</i>	<i>11</i>
<i>Tabla 5: Matriz de idea alternativa</i>	<i>12</i>
<i>Tabla 6: Beneficios del café</i>	<i>13</i>
<i>Tabla 7: Beneficios del Cacao</i>	<i>14</i>
<i>Tabla 8: Beneficios de la Canela</i>	<i>14</i>
<i>Tabla 9: Procedimiento de preparación del dulce artesanal.....</i>	<i>16</i>
<i>Tabla 10: Modelo CANVAS.....</i>	<i>27</i>
<i>Tabla 11: Proceso del registro de marca</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 12: Variables independiente y dependiente</i>	<i>38</i>
<i>Tabla 13: Razón de no consumo.....</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 14: Comparación de productos.....</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 15: Principal competidor.....</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 16: Precio de la competencia.....</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 17: Estructura de costos y precio.....</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 18: Costo Unitario.....</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 19: Proveedores Directos.....</i>	<i>50</i>
<i>Tabla 20: Proveedores Indirectos</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 21: Costos de comercialización.....</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 23: Plan de medios publicitarios.....</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 24: Presupuesto de publicidad.....</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 25: Proceso productivo</i>	<i>64</i>
<i>Tabla 26: Proveedores y condiciones de compra.....</i>	<i>66</i>
<i>Tabla 27: Capital fijo.....</i>	<i>70</i>
<i>Tabla 28: Depreciaciones de la balanza electrónica</i>	<i>77</i>

<i>Tabla 29: Depreciación de la cocina de fogón</i>	<i>77</i>
<i>Tabla 30: Depreciación del molino artesanal</i>	<i>78</i>
<i>Tabla 31: Depreciación del congelador</i>	<i>78</i>
<i>Tabla 32: Depreciación de la selladora manual</i>	<i>78</i>
<i>Tabla 33: Depreciación de la mesa de acero inoxidable</i>	<i>79</i>
<i>Tabla 34: Capacidad instalada de la maquina</i>	<i>79</i>
<i>Tabla 35: Capacidad instalada proyectada</i>	<i>79</i>
<i>Tabla 36: Capacidad instalada proyectada</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 37: Materia prima, costo y disponibilidad</i>	<i>86</i>
<i>Tabla 38: Formato de control de materia prima</i>	<i>87</i>
<i>Tabla 39: Mano de obra, costo y disponibilidad.....</i>	<i>88</i>
<i>Tabla 40: Gastos generales de producción.....</i>	<i>89</i>
<i>Tabla 41: División de la MiPymes</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 42: División de cargos</i>	<i>103</i>
<i>Tabla 43: Ficha del cargo del administrador</i>	<i>105</i>
<i>Tabla 44: Ficha de cargo del responsable de producción.....</i>	<i>107</i>
<i>Tabla 45: Ficha de cargo del operario</i>	<i>109</i>
<i>Tabla 46: Gastos preliminares</i>	<i>111</i>
<i>Tabla 47: Equipo de oficina</i>	<i>112</i>
<i>Tabla 48: Depreciación de escritorio (administración).....</i>	<i>113</i>
<i>Tabla 49: Depreciación de silla de escritorio (administración).....</i>	<i>114</i>
<i>Tabla 50: Depreciación de la computadora (administración)</i>	<i>114</i>
<i>Tabla 51: Depreciación de la computadora (administración)</i>	<i>114</i>
<i>Tabla 52: Depreciación de la impresora (administración).....</i>	<i>114</i>
<i>Tabla 53: Depreciación de la impresora (administración).....</i>	<i>115</i>
<i>Tabla 54: Depreciación de sillas de escritorio (administración)</i>	<i>115</i>
<i>Tabla 55: Gastos administrativos</i>	<i>116</i>
<i>Tabla 56: Planilla de pago</i>	<i>117</i>
<i>Tabla 57: Activos fijos.....</i>	<i>119</i>
<i>Tabla 58: Activos intangibles.....</i>	<i>119</i>
<i>Tabla 59: Capital de trabajo</i>	<i>120</i>
<i>Tabla 60: Plan de inversión.....</i>	<i>121</i>
<i>Tabla 61: Punto de equilibrio.....</i>	<i>122</i>
<i>Tabla 63: Presupuesto de ingreso.....</i>	<i>123</i>
<i>Tabla 64: Presupuesto de egresos</i>	<i>124</i>
<i>Tabla 65: Presupuestos de materiales directos.....</i>	<i>125</i>
<i>Tabla 66: Presupuesto de materiales indirectos.....</i>	<i>126</i>
<i>Tabla 67: Presupuesto de costos indirectos.....</i>	<i>127</i>
<i>Tabla 68: Presupuesto de mano de obra directa.....</i>	<i>128</i>
<i>Tabla 69: Estructura de costos</i>	<i>129</i>
<i>Tabla 70: Flujo de caja.....</i>	<i>130</i>
<i>Tabla 71: Flujo de fondos.....</i>	<i>131</i>

<i>Tabla 72: Valor actual neto</i>	133
<i>Tabla 73: Tasa interna de retorno (TIR)</i>	134

Índice de gráficos

<i>Gráfico 1: Personas que consumen dulces</i>	24
<i>Gráfico 2: Consumo de dulces y caramelos</i>	25
<i>Gráfico 3: Precio del producto</i>	42
<i>Gráfico 4: Comercialización del producto</i>	46

Índice de ilustraciones

<i>Ilustración 1: Solución</i>	3
<i>Ilustración 2: Embudo de la Innovación</i>	7
<i>Ilustración 3: Prototipo</i>	19
<i>Ilustración 4: Aspectos del producto</i>	20
<i>Ilustración 5: Logo marca</i>	20
<i>Ilustración 6: Empaque terciario del producto</i>	22
<i>Ilustración 7: Etiquetas del producto</i>	23
<i>Ilustración 8: Ciclo del proyecto</i>	30
<i>Ilustración 9: Resultados esperados</i>	34
<i>Ilustración 10: Atractivo del segmento de mercado</i>	41
<i>Ilustración 11: Logística de distribución Productora Diriangén</i>	48
<i>Ilustración 12: Canal de distribución Productora Diriangén</i>	49
<i>Ilustración 13: Código de barra</i>	55
<i>Ilustración 14: Distribución física</i>	84
<i>Ilustración 15: Instituciones</i>	91
<i>Ilustración 16: Organigrama</i>	104

Índice de imágenes

<i>Imagen 1: Fases del Design Thinking</i>	8
<i>Imagen 2: Envase primario del producto</i>	21
<i>Imagen 3: Empaque secundario del producto</i>	22
<i>Imagen 4: Banner del dulce artesanal</i>	32
<i>Imagen 5: Brochure cara frontal</i>	33
<i>Imagen 6: Brochure cara posterior</i>	33
<i>Imagen 7: Parte posterior de la etiqueta</i>	
<i>Imagen 8: Parte posterior de la etiqueta</i>	54
<i>Imagen 9: Prototipo de la envoltura</i>	55
<i>Imagen 10: Macro localización</i>	81
<i>Imagen 11: Mapa del municipio de Diriamba</i>	83
<i>Imagen 12: Mapa satelital del municipio de Diriamba</i>	83

Índice de Anexos

<i>Anexos 1: Cronograma de actividades</i>	139
<i>Anexos 2: Diseño metodológico</i>	142
<i>Anexos 3: Operacionalización de variables</i>	146
<i>Anexos 4: Instrumento de recopilación de la información</i>	151
<i>Anexos 5: Aceptación de hipótesis</i>	154
<i>Anexos 6: Chi cuadrado</i>	154
<i>Anexos 7: Proyecciones de venta en unidades físicas</i>	155
<i>Anexos 8: Proyecciones de ventas en unidades monetarias</i>	155
<i>Anexos 9: Precio con inflación</i>	155
<i>Anexos 10: Proyecciones de gasto de venta mensual</i>	156
<i>Anexos 11: Proyecciones de gasto de administración mensual</i>	156
<i>Anexos 12: Estructura de costo anual</i>	157
<i>Anexos 13: Estado de resultado proyectado</i>	157
<i>Anexos 14: Balance de apertura</i>	158

1. Generalidades del proyecto

En la última década ha habido un repunte en la producción de productos orgánicos, esto con el objetivo de evitar en los consumidores la concentración de altos niveles de toxinas, derivadas de alimentos y bebidas altamente procesados que incluyen un sinnúmero de químicos para su creación, un ejemplo de ello es el café que ahora la mayoría prefiere un café orgánico, es decir, producido prácticamente sin el uso de pesticidas. De este, se basa el fundamento del presente proyecto que consiste en elaborar y comercializar un dulce artesanal a base de ingredientes naturales, libre de aditivos químicos, con el objetivo de brindar un producto innovador en el mercado.

“Productora Diriangén” es una microempresa que se dedica a la elaboración y comercialización de un dulce artesanal, denominado **“Cafela”**, este pertenece al sector secundario de la economía nicaragüense.

La idea de la creación del nuevo producto empieza con el objetivo de poder ofertar un dulce de elaboración artesanal, como se mencionó anteriormente, siendo los ingredientes naturales a incluir en la mezcla el café, cacao y canela.

El producto se proyecta a ser una opción única en el mercado resaltando sus propiedades naturales en comparación a los dulces que actualmente se oferta, lo que le permitirá dar ese toque innovador y poder tener una mayor aceptación en el mercado, destacando la inclusión de café, así como una pequeña cantidad de cacao para aumentar su sabor, y una porción de canela que aportaría exquisitez al paladar, utilizando como endulzantes natural el atado de dulce, extraído de la caña de azúcar.

El carácter innovador del presente proyecto se caracteriza porque en el mercado actual no existe esta combinación de sabores naturales sin preservantes ni endulzantes químicos, siendo esta una propuesta innovadora.



“**Cafela**” es un producto que aporta valiosos nutrientes, tal es el café, que contiene calcio, magnesio, fósforo y selenio, pero sobre todo potasio, además de contener vitaminas del grupo B, que son beneficiosas para el sistema neuromuscular.

Este contiene antioxidante que ayudan a retrasar el envejecimiento de las células, entre los beneficios adicionales del café tenemos que este incrementa el nivel de alerta y reduce la sensación de fatiga mental y física, disminuye la incidencia de la diabetes y de enfermedades hepáticas, así como retardar la aparición del Alzheimer, además de aliviar padecimientos como la migraña y el asma.

El cacao es un calórico, que aporta importantes nutrientes como la fibra, que ayuda a regular el tránsito intestinal, además de contener antioxidantes que regeneran las células, la canela contiene antioxidantes y vitamina C, que protege al sistema inmunológico.

Se han realizado numerosos estudios que han demostrado las propiedades saludables que tiene el cacao, especialmente en cuanto al sistema cardiovascular. Los flavonoides, que generalmente se encuentran en los vegetales, también están presentes en el cacao y son antioxidantes que ayudan a prevenir algunas enfermedades del corazón.

Estos antioxidantes, además, tienen beneficios sobre las células, a las que ayuda a proteger de ataques de los radicales libres para evitar que estas envejezcan. Además, favorecen la producción de endorfinas, lo que produce un mejor estado de ánimo que permite combatir el estrés físico o mental. Por otra parte, la canela ofrece beneficios y características, está repleta de antioxidantes, siendo la especia con más cantidad de estos por encima de otras especias y/o alimentos como el cardamomo, el orégano o el ajo. También reduce el riesgo de padecer enfermedades degenerativas, debido a compuestos hallados en su interior, los cuales inhiben la acumulación de una proteína en el cerebro que desencadena problemas neurodegenerativos como el Alzheimer o el Parkinson.

1.1 Solución

En la siguiente imagen se sistematiza cómo surgió la necesidad del presente proyecto, así como la problemática derivada de la necesidad a solventar en el mercado, siendo este producto presentado como una solución para satisfacer la demanda de un nicho no atendido, conociendo que el producto es meramente elaborado con ingrediente naturales, en comparación a la oferta indirecta existente.

Ilustración 1: Solución



Fuente: Equipo innovador

Los productos y servicios existen tanto en cuanto son capaces de cubrir necesidades preexistentes o provocadas en el mercado, estas deben buscarse activamente y solo pueden descubrirse de forma definitiva utilizando las orejas y el cerebro, en otras palabras, lo importante es escuchar, llegando a esto se llega a identificar la problemática que tendrá el producto o servicio para lograr darle una solución. (Gestión, 2012)

Actualmente gran parte del mercado nacional que se dedica a ofrecer dulces y caramelos, se encuentra posicionado por marcas extranjeras que ofertan productos industrializados, los cuales son importados a nuestro país, esto debido a la variedad que ofrece en cuanto a sabor, colores, formas, tamaños y textura, además de ofrecer mayor calidad.

Es por ello que el producto “**Cafela**” es la oferta indicada para dar respuesta a este segmento de mercado desatendido, es decir, que con este producto se ofrecerá una nueva alternativa para las personas que prefieren consumir un dulce a base de ingredientes naturales y que no es ofertado o tiene poca disponibilidad en el mercado.

1.1.1 Método del embudo o funnel de la Innovación

El método de embudo indica un proceso de depuración y de filtrado de ideas, conceptos y procesos, lo cual ocurre a lo largo de la búsqueda de la innovación. Este método indica ciertos hitos (desarrollo de conceptos o la generación de un modelo de negocios) así como etapas que llevan a alcanzar el momento de la comercialización o implementación de la propuesta de valor innovadora, ya sea un producto, servicio o proceso innovador. (Mente, 2018)

Uno de los perjuicios a la salud que provocan los caramelos y dulces industrializado es la diabetes, lo cual en Nicaragua según el mapa nacional de la salud determina que desde el año 2017 hasta el 2019, la diabetes ha sido la segunda enfermedad crónica más frecuente, llegando al 2019 con un total de 84,846 personas. (Nicaragua, 2019)

Tabla 1: Enfermedades crónicas

Enfermedades Crónicas 2019		
N° enfermedad crónica	Personas	Tasa x 10,000 habitantes
1.Hipertensión Arterial	170,881	261.8
2.Diabetes	84,846	130.0
3.Enfermedades Reumáticas	71,146	109.0
4.Epilepsia	29,994	45.9
5.Asma Bronquial	26,534	40.6
6.Enfermedades Cardiacas	15,908	24.4
7.Enfermedad Renal Crónica	13,703	21.0
8.Enfermedades Psiquiátricas	8,797	13.5
9.Parkinson	729	1.1
10.Autismo	246	0.4
11.Alzheimer	198	0.3
Total:	422,982	

Fuente: Equipo innovador

Asimismo, la diabetes ha sido una de las causas de fallecimientos desde el año 2017 hasta el 2019, quedando en tercer lugar y en el 2019 con un total de 2,253 personas.

Tabla 2: Defunciones

Año 2019		
N° causas de defunción	Defunciones	Tasa x 10,000 habitantes
1. Infarto agudo de miocardio	3,097	4.7
2. Tumores Malignos	2,771	4.2
3. Diabetes mellitus	2,253	3.5
4. Enfermedad renal crónica	1,654	2.5
5. Accidente cerebrovascular	1,398	2.1
6. Enfermedad hipertensiva	1,095	1.7
7. Enfermedades pulmonar obstructiva crónica	822	1.3
8. Accidente de vehículo	686	1.1
9. Neumonía	539	0.8
10. Enfermedad alcohólica del hígado	415	0.6
11. Fibrosis y cirrosis del hígado	347	0.5
12. Suicidio	330	0.5
13. Enfermedad isquémica crónica del corazón	321	0.5
14. Enfermedades del hígado	297	0.5
15. Dificultad respiratoria del recién nacido	296	0.5
Total:	16,321	25.0

Fuente: Equipo innovador

Por otra parte, el 10% de la población nicaragüense padece de diabetes causado por una mala alimentación y un ritmo de vida sedentaria, que lleva al paciente a tener sobrepeso, así lo indica en su último informe la Asociación de Diabetología. Según los especialistas, las personas diabéticas tienen tres veces más posibilidades de sufrir alguna enfermedad infecciosa, porque sus defensas inmunológicas son más débiles, por lo que enfermedades como la tuberculosis, la neumonía, el pie diabético, entre otros, les pueden atacar si el paciente no se atiende a tiempo. (Pellas, 2019)

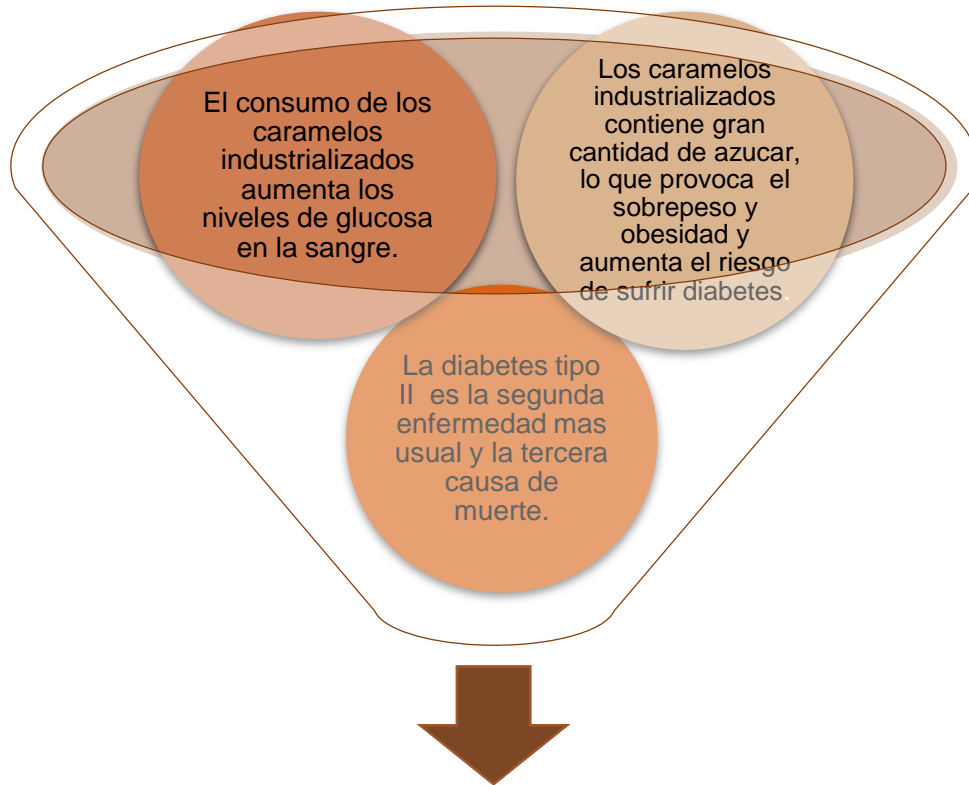
Cabe destacar que cada 20 segundos en el mundo una persona pierde el pie a causa de una infección, este es otro de los males que atacan a una persona diabética. Es importante el control de la diabetes para mejorar la calidad de vida del paciente, hasta por una gripe ellos pueden ser internadas, manifestó Guillermo Cortez, Jefe de Medicina Interna del Hospital Vivian Pellas (HVP). (Pellas, 2019)

Según (Prensa, 2016) el Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS) presentó el anuario estadístico 2018 en el cual presenta un aumento en las cifras de personas con sobrepeso y obesidad extrema, comparada al 2017, también se detalla que de 7,044 hombres 10,109 mujeres asegurados atendidos, 2,704 hombres y 4,070 mujeres presentaron sobre peso, y en obesidad extrema la cifra es de 88 y 192 respectivamente. Esto refleja 55 casos más en hombres y 529 mujeres en comparación con la cifra de sobrepeso del anuario 2017, el cual situaba en 61 y 54 los reportes de obesidad extrema.

Del mismo modo el representante en funciones de OPS/OMS Dr. Sylvain Aldighieri informó que la diabetes emerge con rapidez en el mundo, así mismo se encuentran alrededor de 7 millones de personas cada año que padece de esta enfermedad y cada diez segundos muere una persona por esta causa, poniendo en peligro los logros alcanzados en términos de salud pública, siendo más afectados los niños ya que al asociarla con la obesidad, corren el riesgo de desarrollarla. (OPS/OMS, 2019)

Debido a todo esto se crea un embudo de innovación donde se muestran los daños y perjuicios que poseen los caramelos industrializados.

Ilustración 2: Embudo de la Innovación



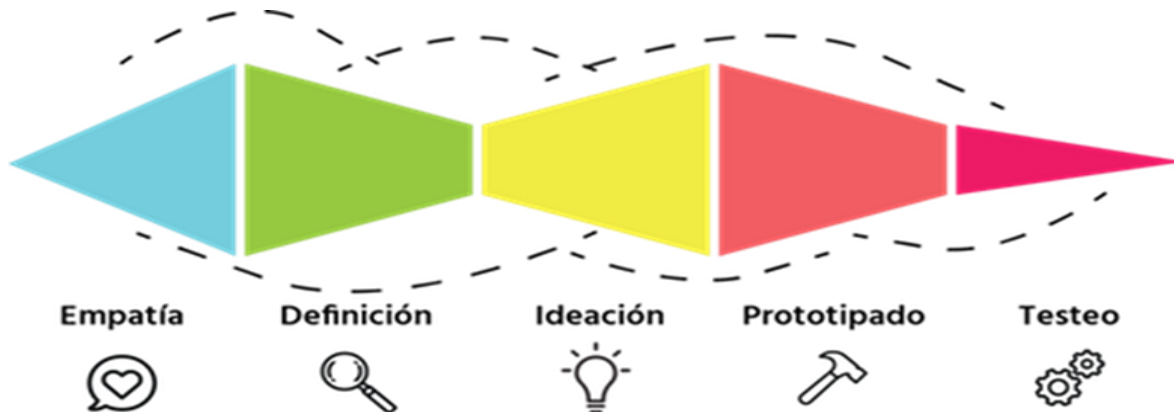
Disminuir el consumo de caramelos o dulces industrializados, que perjudican la salud de las personas, evitando el aumento de los niveles de azúcar en la sangre, lo que provocan las enfermedades más usuales como la diabetes tipo II, sobrepeso, obesidad además de ser causas de muerte en nuestro país.

Fuente: Equipo innovador

1.1.2 Método Design Thinking

Según (Thinking, 2020) Design Thinking es un método para generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios. Proviene de la forma en la que trabajan los diseñadores de producto. De ahí su nombre, que en español se traduce de forma literal como "Pensamiento de Diseño". Tim Brown, actual CEO de IDEO, el Design Thinking "Es una disciplina que usa la sensibilidad y métodos de los diseñadores para hacer coincidir las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y con lo que una estrategia viable de negocios puede convertir en valor para el cliente, así como en una gran oportunidad para el mercado".

Imagen 1: Fases del Design Thinking



Fuente: Portal Design Thinking

El proceso de Design Thinking se compone de cinco etapas. No es lineal. En cualquier momento podrás ir hacia atrás o hacia delante si lo ves oportuno, saltando incluso a etapas no consecutivas. Comenzarás recolectando mucha información, generando una gran cantidad de contenido, que crecerá o disminuirá dependiendo de la fase en la que te encuentres. (Thinking, 2020)

Es por esto que este proceso se aplica al producto de innovación "**Cafela**" resaltando lo siguiente:

Empatiza: Los nicaragüenses tienen por costumbre el consumo de dulces o caramelos de diferentes sabores, ya sea nacionales e importados, los cuales satisfacen un deseo. Se realiza un sondeo digital el cual consiste de 5 preguntas

básicas, a los respondieron un total de 29 personas con la finalidad de conocer el nivel de aceptación del producto innovador del dulce hecho de café, cacao y canela, la primera pregunta que se realiza, es si estos conocían de algún dulce que posea alguno de estos ingredientes, del cual el 52% dijo que sí, pero de manera individual y el 48% restante alega desconocer de algún dulce con estas características.

Al preguntar sobre el consumo actual de caramelos y dulces el 100% testifica consumirlo de manera regular, así mismo forma parte de la cultura nicaragüense. El 90% de los encuestados afirman consumir productos nacionales e importados.

Según la investigación el 48% afirma que les gustaría degustar un dulce con una textura chiclosa. El 96% de los encuestados asegura que desea consumir el dulce artesanal de café, cacao y canela, debido a que es un producto innovador no existente en el mercado.

Define: “Cafela” es un dulce elaborado con ingredientes naturales y fabricado de forma artesanal, no contiene aditivos químicos ni preservantes lo cual lo convierte en una propuesta innovadora y única en el mercado, debido a sus características. Se comercializará a un precio accesible al consumidor debido a que su materia prima es de bajo costo y se adquieren fácilmente en los mercados locales, además de tener un proceso productivo artesanal, lo que permite ahorrar costos.

La peculiaridad que más resalta y atrae de este producto es su sabor, la combinación de diferentes elementos como los es el café, el cacao y la especie de canela, lo cual aportará un sabor exquisito que no ha sido probado en un dulce, a pesar que la combinación del café y cacao producen un sabor amargoso, al mezclarlo con el dulce y la canela, agregando las debidas proporciones dieron como resultado un delicioso sabor, donde cada elemento se distingue por separado, la mezcla de todos los ingredientes, dio un líquido homogéneo, que se llevó a un punto de fusión y ebullición logrando un dulce chicloso con un sabor único.

En cuanto a la textura, se caracteriza por tener una consistencia chiclosa, de fácil digestión y suave, lo que permite ser ingerido por niños y ancianos. En relación al tamaño, **“Cafela”** posee una longitud de 2.5 cm x 2.5cm, este es un dulce un poco

más grande que a los que ofertan en el mercado, lo que aporta un valor agregado al consumidor.

Idea: En el proceso de la matriz de lluvia de ideas se planteó propuestas de parte del equipo innovador, y se determinó que para generar estas ideas no era necesario una inversión extraordinaria y con la gran importancia de convertirse en la solución a las necesidades o problemas que las personas requieren. Mediante la matriz se retomaron 3 ideas innovadoras con el objetivo de realizar una selección, para determinar si el producto puede desarrollar una empresa.

Las ideas propuestas son las siguientes:

- ✓ Idea número 1: Té de naranja agria con eucalipto.
- ✓ Idea número 2: Dulce artesanal de café, cacao y canela.
- ✓ Idea número 3: Mascarilla facial de café.

Tabla 3: Propuestas de ideas

Producto o servicio.	Características.	Necesidad o problema que satisface.
Idea número 1: Té de naranja agria con eucalipto.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Relajante ○ Expectorante ○ Antiinflamatorio ○ Calmante 	Combate el insomnio y reduce la ansiedad, además de aumentar las defensas del organismo.
Idea número 2: Dulce artesanal de café, cacao y canela.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Producto 100% artesanal ○ Mantiene la concentración ○ Reduce la ansiedad ○ Antioxidante ○ Buen aliento ○ Aumenta el flujo sanguíneo 	Cubre la demanda insatisfecha existente en el nicho de mercado, ya que no existe ningún otro tipo de caramelo que combine estos 3 ingredientes.
Idea número 3: Mascarilla facial de café.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Fácil aplicación ○ Ayuda a combatir las impurezas de la piel ○ Exfoliante 	Ayuda a exfoliar y disminuir el acné en personas que presenten problemas faciales

Fuente: Equipo innovador

Una vez generada las ideas, se evalúan mediante una matriz de criterios los cuales llegaran a determinar las ideas de gran impacto.

Tabla 4: Matriz de criterios

Ideas.	Criterios.				
	Nivel de innovación	Mercado potencial	Conocimiento técnico	Requerimiento de capital	Total
Idea número 1: Té de naranja agria con eucalipto.	8	8	8	7	31
Idea número 2: Dulce artesanal de café, cacao y canela.	10	9	8	8	35
Idea número 3: Mascarilla facial de café.	7	8	4	5	24

Fuente: Equipo innovador

Nota: Se evalúa de 1 – 10, donde 10 implica que cumple más satisfactoriamente con el criterio a evaluar.

Al observar que se encuentran dos ideas con valor semejante, se realiza otra matriz, en la cual se hace un segundo análisis con criterios diferentes.

Tabla 5: Matriz de idea alternativa

Ideas	Criterios.					
	Barreras de entrada	Disponibilidad de materia prima	Costo de producto	Competencia	Monto de Inversión	Total
Idea número 1: Té de naranja agria con eucalipto.	8	9	8	5	8	38
Idea número 2: Dulce artesanal de café, cacao y canela.	9	9	9	10	9	<u>46</u>

Fuente: Equipo innovador

Nota: Se evalúa de 1 – 10, donde 10 implica que cumple más satisfactoriamente con el criterio a evaluar.

Dado esta última matriz se determina que la idea número 2 del dulce de café, cacao y canela, es una alternativa que posee todos los criterios evaluados en la tabla con un total de 46 puntos y es un producto factible al mercado nicaragüense.


En efecto se resaltan los beneficios y elementos nutricionales como lo son la materia prima para la elaboración de este dulce innovador, los cuales se muestran de la siguiente manera.

Tabla 6: Beneficios del café

Imagen	Beneficios	Componentes nutricionales
	Ayuda a quemar las grasas.	⇒ Calcio.
	Mejora el rendimiento físico.	⇒ Magnesio.
	Aumenta los niveles de adrenalina.	⇒ Fósforo.
	Disminuye la posibilidad de sufrir enfermedades neurodegenerativas.	⇒ Selenio.
	Protege al hígado de la cirrosis.	⇒ Potasio.
	Combate la depresión.	⇒ 4,7 microgramos de ácido fólico (vitamina B)
	Alivia la migraña.	⇒ 0.5 mg de niacina (vitamina B3)
	Favorece la digestión.	⇒ 0.2 microgramos de vitamina K
	Mejora el rendimiento deportivo.	⇒ 0.6 mg de ácido pantoténico.
	Ayuda como antioxidante.	
	Es aliado de las dietas como adelgazante.	

Fuente: Equipo innovador


Tabla 7: Beneficios del Cacao

Imagen	Beneficios	Componentes nutricionales
	Alivia el estrés.	⇒ 35 % Fibra.
	Disminuye los niveles de colesterol.	⇒ Antioxidantes.
	Combate enfermedades cardiovasculares.	⇒ 14% hidrato de carbono.
	Combate el cáncer hepático.	⇒ 23% proteínas.
	Combate el cáncer gástrico.	⇒ 6% minerales.
	Combate el cáncer de colon.	
	Combate la diabetes.	
	Regula la presión arterial.	
	Ayuda a mantener una piel sana.	
	Excelente para el desempeño sexual.	

Fuente: Equipo innovador

Tabla 8: Beneficios de la Canela

Imagen	Beneficios	Componentes nutricionales
	Ayuda a controlar la diabetes.	⇒ Calorías 373 kcal.
	Mejora los trastornos digestivos.	⇒ 3,2 grasas

	Combate infecciones de las vías respiratorias.	⇒ Colesterol
	Disminuye la fatiga.	⇒ 1.288 calcio
	Mejora el estado de ánimo.	⇒ Vitamina C
	Disminuye el apetito.	⇒ 80.5
	Reduce la acumulación de grasa.	Hidratos de carbono.
	Evita los dolores menstruales.	⇒ 3.9 gr de proteína.
	Combate la ansiedad.	
	Es un relajante muscular.	

Fuente: Equipo innovador

Prototipado: al elaborar el dulce artesanal “**Cafela**” se utilizaron los siguientes ingredientes: café, cacao y canela, estos son sus componentes principales, los cuales le dan un sabor exquisito a este dulce artesanal, siguiéndoles sus ingredientes secundarios: leche, mantequilla lavada, atado de dulce dándole una textura chiclosa al dulce.





Para este también se utilizaron herramientas y utensilios de cocina, los que facilitaron la preparación del dulce artesanal, se puso en práctica el protocolo sanitario usando las debidas medidas higiénicas del Ministerio de Salud para la elaboración del mismo.

Cabe destacar que se realizaron 3 tipos de prototipado, del cual se obtuvo diversos resultados, pero finalmente se logra obtener la fórmula correcta.

En el siguiente cuadro se exponen fichas donde se presentan las medidas, cantidad y forma de preparación del dulce artesanal “**Cafela**”.

Tabla 9: Procedimiento de preparación del dulce artesanal

Descripción gráfica	Medida	Cantidad a utilizar	Preparación
Leche			
	Miligramos (ml) de taza	125 ml de leche de vaca.	Después de haber hecho todos los procedimientos de tostado y molido de los ingredientes principales como lo es el café, cacao y canela, se inicia la realización del dulce, agregando 125 ml de leche cocida de vaca.
Café			
	Cucharada Miligramos (ml) de taza	1 cucharada de café de 5 ml en polvo, diluido en agua en 60 ml.	Se agrega los 60 ml de café diluido en agua en la olla, hecho esto se revuelve junto con la leche por 4 minutos a fuego lento.

Cacao			
 	Cucharadas de ml	1 cucharada de 5 ml de cacao.	Después de haber pasado 4 minutos, se procede a agregar una cucharada de cacao y se mezcla con los ingredientes, esta porción pequeña de cacao es para que no se sienta amargo el dulce.
Canela			
 	Cucharadas de ml	1 cucharada de 2.5 ml de canela.	Ya mezclado el cacao con los demás ingredientes se le agrega la cucharada de 2.5 ml de canela, esto para darle un poco de sabor al caramelo como también darle esa esencia de olor delicioso, todo esto tiene que ir mesclado a fuego lento.

Mantequilla			
	Miligramos (ml)	120 ml	Se le agrega los 120 ml de mantequilla, se empieza a revolver, esto con el fin de darle al dulce brillo y darle esa textura chiclosa que se desea obtener, recalcando que todo esto se revolverá a fuego lento.
Atado de dulce			
 	Cucharadas de ml	1 cucharada de 2.5 de atajo de dulce.	Revuelto los ingredientes la mezcla de color café, va agarrando una consistencia un poco más blanda, es aquí donde se le agrega el atado de dulce (panela), dándole ese punto dulce, revolvemos siempre a fuego lento dándole 7 minutos más hasta que se logre la consistencia del dulce nos quede chiclosa, se retira la olla del fuego, y luego se vierte la mezcla en los

		moldes de 2.5 cm X 2.5 cm, para después dejarlos enfriar a temperatura ambiente y terminen de dar esa textura chiclosa deseada.
--	--	---

Fuente: Equipo innovador

Luego de haber ilustrado las fichas de medidas y preparación del dulce y siendo elaborado el producto, de acuerdo a la formula obtenida, es así como queda el prototipo general para su debida degustación presentado de la siguiente manera.

Ilustración 3: Prototipo



Fuente: Equipo innovador

Testea: Para el proceso de evaluación del testeo se han aplicado métodos los cuales serán de ayuda para la de mejora del producto innovador “**Cafela**”, es por esto que se tomaron 3 aspectos claves para este producto. Para llevar a cabo este apartado, se hizo uso de los resultados obtenidos de la entrevista digital, de la cual se obtuvo un 93% de aceptación del dulce artesanal, equivalente a 28 personas, mientras que del 7% restante, se obtuvieron resultados negativos.

Ilustración 4: Aspectos claves del producto



Fuente: Equipo innovador

1.2 Diseño o Modelo en 3D

Para elaborar el modelo 3D del producto innovador de **“Productora Diriangén”**, el cual consiste en el desarrollo y diseño del producto, se tomó en cuenta la opinión de los consumidores, por medio de resultados obtenidos de manera virtual a través del instrumento de la encuesta, gracias a esto nos da una perspectiva de como el consumidor quiere adquirir el producto desde imagen, diseño y tamaño, además que sea agradable y llamativo para que los consumidores deseen obtener el producto.

Las decisiones que se tomaron para crear el diseño del producto innovador, dulce artesanal **“Cafela”**, se establecieron mediante aspectos como es la elaboración del producto y selección de materia prima para ofrecer un producto de calidad, tanto en textura, esencia, etiqueta y envase que satisfaga las expectativas de los consumidores.

En el aspecto de marca se refiere a un nombre que exprese identidad, distinción, elegancia y tradición, es así como nace **“Cafela”** que es representativo de la cultura nicaragüense. Es por esto que se establece el logo del producto el cual se muestra a continuación:

Ilustración 5: Logo marca



Fuente: Equipo innovador

Al momento de crear el logo, se toma en cuenta la psicología de los colores y su significado, lo que aporta un aspecto único al producto, procurando que este sea atractivo a la vista de los consumidores, es por esto que se han escogido los siguientes colores:

1. Café canela: este color claro expresa calma, tranquilidad y confort.
2. Café chocolate: este color oscuro y fuerte, expresa estabilidad y conformidad, además de madurez y naturaleza como lo es bosques y tierra.

El embalaje primario o envase del producto **“Cafela”** está hecho de papel aluminio, este será un pequeño envoltorio con un tamaño de 2.5 cm x 2.5 cm, debido a que cumple con los aspectos de un dulce artesanal, para darle una buena presentación, además de proteger y contener el producto, este material es favorable y atractivo, por lo que a la hora de comercializarlo tendrá un precio accesible a los consumidores.

Imagen 2: Envase primario del producto



Fuente: Equipo innovador

El empaque o embalaje secundario del producto **“Cafela”**, está elaborado de papel transparente o papel celofán, con un tamaño de 13 cm de ancho x 11 cm de alto, el cual contiene 12 unidades de dulces, este empaque permite la apreciación del producto, siendo este muy creativo y atractivo a los consumidores diferenciándola de la competencia.

Imagen 3: Empaque secundario del producto



Fuente: Equipo innovador

También se cuenta con embalaje terciario o empaque terciario, esta es una caja de cartón rectangular, la cual contiene 24 empaques de 12 unidades de dulce artesanal “**Cafela**”, donde se almacena, protege y conserva el producto además de trasladarlo de manera efectiva y segura a su destino, garantizando al consumidor calidad al entregar el producto, intacto y sin daños.

Ilustración 6: Empaque terciario del producto



Fuente: Equipo innovador

La etiqueta del producto “**Cafela**” transmite información que permite identificar al producto, mediante su nombre y marca, del mismo modo, la etiqueta descriptiva por las características que esta contiene, como sus ingredientes, información del producto, valor nutricional, fecha de caducidad, entre otras, como también se identifica como etiqueta promocional, la cual capta la atención del público por su frase llamativa “Una exquisita tradición”.

Ilustración 7: Etiquetas del producto



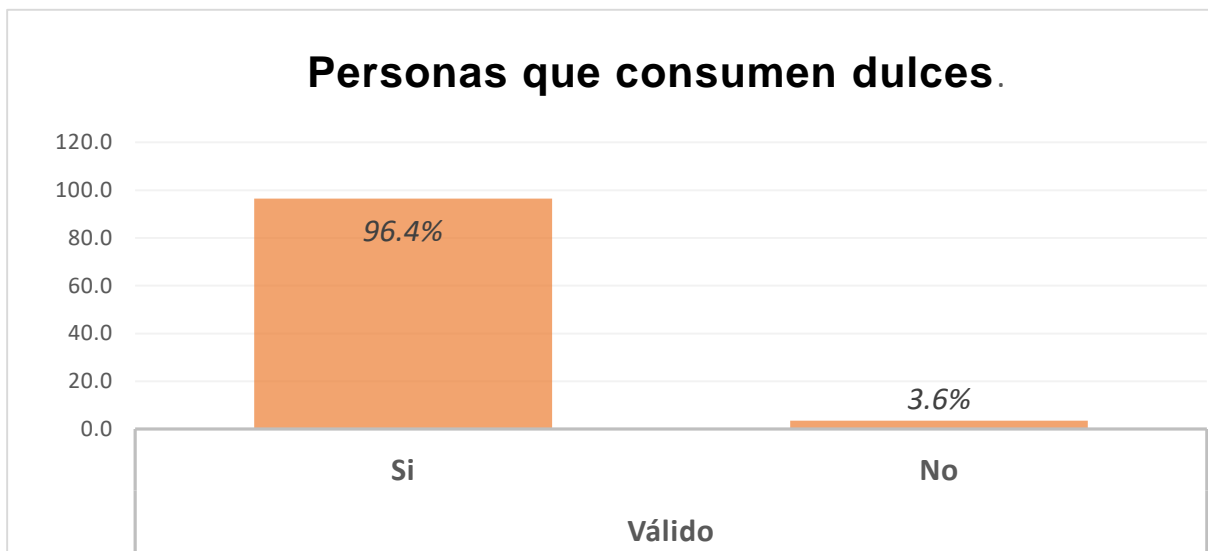
Fuente: Equipo innovador

1.3 Oportunidad en el Mercado

Para determinar la oportunidad que posee el producto en el mercado actual, se aplicaron diferentes instrumentos metodológicos, como la encuesta, degustación y el sondeo digital, con el objetivo de conocer la tendencia en relación a la demanda de dulces y caramelos artesanales, de igual manera estimar la oferta satisfecha de los mismos.

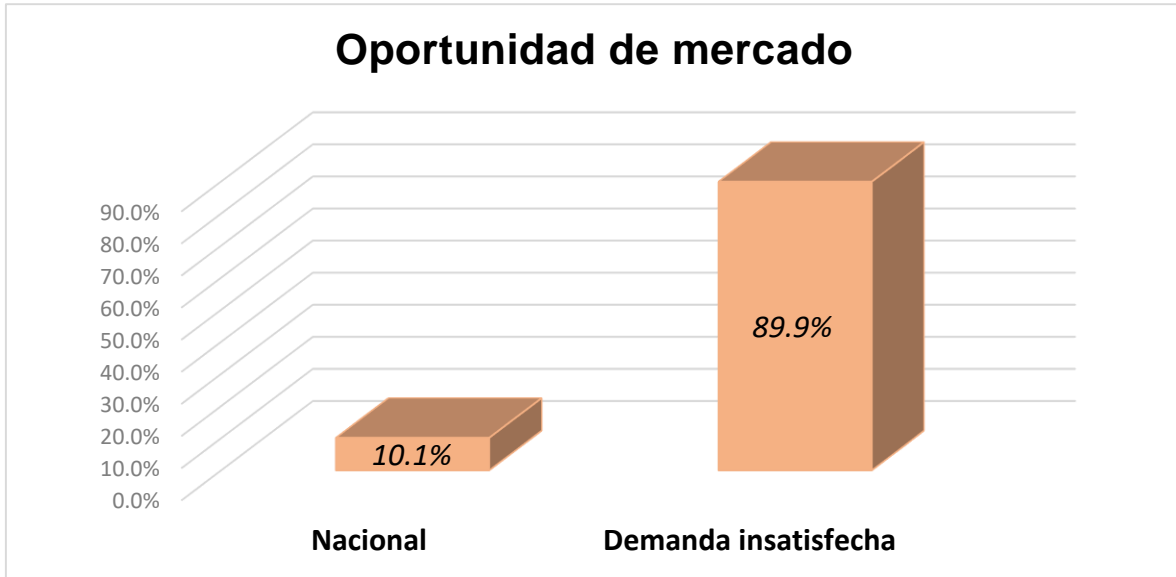
Del 96.4% de personas que consumen dulces y caramelos, el 10.1% de personas consumen actualmente dulces artesanales, por lo que el 89.9% restante constituye la demanda insatisfecha, lo que nos permitirá ingresar al mercado de dulces artesanales, cubriendo un porcentaje del mismo. En los siguientes gráficos se muestran los datos hablados a continuación.

Gráfico 1: Personas que consumen dulces



Fuente: Equipo innovador

Gráfico 2: Consumo de dulces y caramelos



Fuente: Equipo innovador

Del universo total que equivale a 13,316 personas que representa la población económicamente activa (PEA), el 89.9 % constituye la demanda insatisfecha, esto equivale a 11,971 personas, y el 3.6% equivale a 1,345 personas de las cuales se pretende cubrir cierto porcentaje equivalente 2,394 personas, quienes serán nuestros clientes potenciales inicialmente.

1.4 Propuesta de valor (modelo canvas)

Según (René Garzozzi, 2014) el modelo construido por Osterwalder y Pigneur o llamado Modelo Canvas, plantea la construcción y análisis de las relaciones entre nueve bloques fundamentales que constituyen la lógica acerca de cómo una empresa puede hacer dinero y que cubre las cuatro áreas principales de un negocio a saber: los clientes, la oferta, la infraestructura y la viabilidad financiera. A través de varias iteraciones sobre el modelo, en un proceso continuo de desarrollo de clientes el emprendedor puede llevar su proceso de emprendimiento desde la ideación hacia la aceleración pasando por la consolidación de su negocio de una forma ágil.

Los autores plantean la generación de este tipo de modelos de negocio como una alternativa realmente ventajosa para los emprendedores, a la ya tradicional y académica construcción de planes de negocio que exige un trabajo muy arduo en cuanto a levantamiento de información y análisis de la misma, demasiados estudios que cuando se concluyen ya pueden ser obsoletos para un mundo de negocios globalizado y en permanente cambio.

Tabla 10: Modelo CANVAS

 <p>Aliados clave (¿Quiénes nos van ayudar?)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-MANAGUA). • Ministerio de fomento, industria y Comercio (MIFIC). • Ministerio de Economía Familiar Comunitaria, Cooperativa y Asociativa. (MEFFCA). • Proveedores del sector agroindustrial. • Proveedores de equipo, maquinaria y herramientas. • Instituciones financieras. • Empresas de publicidad y diseño. 	 <p>Actividades clave (¿Qué hacemos?)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Registro de la microempresa en instancias legales (DGI, Alcaldía municipal, registro sanitario). • Conocimiento del producto, a través de publicidad. • Implementación de calidad e higiene en el proceso productivo del producto. 	 <p>Propuesta de valor (¿Cómo ayudamos?)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dulce 100% artesanal. • Dulce artesanal hecho de café, cacao y canela, esta combinación es innovadora. • Producto libre de aditivos químicos e ingredientes artificiales. • Contribuye al funcionamiento del sistema inmunológico. • Dulce libre de calorías y niveles de azúcar. • Precio adaptable al consumidor. • Aporta un valor nutricional a la dieta de los nicaragüenses. 	 <p>Relación con clientes (¿Cómo interactuamos?)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mediante contacto directo (por medio de llamadas entre otros). • Publicidad a través de redes sociales como Facebook, Whatsapp, Instagram. 	 <p>Segmento de clientes (¿A quiénes ayudamos?)</p> <ul style="list-style-type: none"> • El dulce artesanal está dirigido a un segmento de personas de ambos sexos, los cuales son niños, adolescentes, jóvenes y adultos entre las edades de 10 años a más, en el municipio de Diriamba, departamento de Carazo, con ingreso promedio.
 <p>Estructura de costes (¿Qué damos?)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gastos administrativos y operativos. • Costos fijos y variables. 	 <p>Fujos de ingresos (¿Qué obtenemos?)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ventas al contado. • Transferencias bancarias. • Tarjetas. 			

Fuente: Equipo innovador

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

Los derechos de propiedad intelectual se asemejan a cualquier otro derecho de propiedad: permiten al creador, o al titular de una patente, marca o derecho de autor, gozar de los beneficios que derivan de su obra o de la inversión realizada en relación con una creación. (Intelectual, pág. 3)

La propiedad intelectual se refiere a las creaciones únicas de valor añadido fruto del intelecto humano, resultantes del ingenio, la creatividad y la capacidad inventiva del ser humano. Un derecho de Propiedad intelectual es por lo tanto un derecho basado en la legislación nacional pertinente en virtud de la cual se protegen ese tipo de derechos de propiedad intelectual. Ese tipo de derecho sólo puede existir cuando se cumplan los requisitos estipulados por la legislación de la propiedad intelectual pertinente y, si resulta necesario, se otorga o se registra tras haberse cumplido el procedimiento vigente en virtud de esa legislación. (OMPI, 2020)

La microempresa **“Productora Diriangén”**, está ajustado por el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC) que permite regir el registro de la propiedad intelectual, idea de signo y marca que se utiliza para el diseño de esta, como también para diferenciar el producto de la competencia.

En Nicaragua se presentan leyes jurídicas las cuales contienen normas que regulan y protegen los derechos del autor, estas son: Ley de protección para las obtenciones vegetales (LEY N° 318), esta ley en su Artículo 1 tiene por objeto establecer las normas para la protección de los derechos de las personas naturales o jurídicas que, ya sea por medios naturales o manipulación genética, hayan creado o descubierto y puesto a punto, una nueva variedad vegetal, a quien se le denominará el obtentor.

Así mismo se encuentra la Ley de Patentes de Invención, Modelo de utilidad y Diseños Industriales (LEY N° 354) la cual habla en su Artículo 1 que tiene como objeto, establecer las disposiciones jurídicas para la protección de las invenciones; los dibujos y modelos de utilidad, los diseños industriales, los secretos empresariales y la prevención de actos que constituyan competencia desleal. También se agrega la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos (LEY N° 380) la cual

en su Artículo 1 habla sobre cómo tiene como objeto establecer las disposiciones que regulan la protección de las marcas y otros signos distintivos. Es aquí donde aplica “**Cafela**” debido al entorno del proyecto, con el objetivo de gozar los derechos que esta ley establece.

Uno de los pasos a establecer es el registro de la marca, el cual esto aparece en el Capítulo III, Artículo 9 de la Ley N° 380 donde se constituyen los requisitos para registrar la marca.

También se detallan los procesos de la misma, estos constan de:

1. Examen de forma.
2. Oposición al registro.
3. Examen de fondo y resolución.
4. Certificado de registro y publicación.

Cabe recalcar que este proceso de registro, deberá cumplir con obligaciones de aranceles que incumbe al proceso de inscribir la marca, hecho esto pagos, esta marca tendrá un periodo de validez de 10 años para volverlo a renovar.

Costo del proceso de registro de marca.

Tabla 11: Proceso del registro de marca

Procesos	Costo
Solicitud de registro de marca básico	C\$100.00
Búsqueda de antecedentes registrales por marcas	C\$20.00
Certificaciones	C\$20.00
Total:	C\$ 140.00

Fuente: Equipo innovador

1.5 Ciclo del Proyecto

Ilustración 8: Ciclo del proyecto



Fuente: Equipo innovador

En la primera fase se presenta la idea del proyecto **“Cafela”** esta consiste en la elaboración y comercialización de un dulce artesanal elaborado con ingredientes naturales, sin aditivos químicos, siendo una propuesta innovadora en el mercado de dulces y caramelos, y distinguiéndose en relación a la competencia por tener un sabor único y exquisito.

En la segunda fase se realiza un estudio de pre factibilidad para cuantificar y determinar qué tan viable es el proyecto, en este caso el producto, se analizan diferentes aspectos tales como: estudio de mercado el cual se realizó aplicando encuestas, Además de contactar proveedores, para brindarnos información y precios para constatar que tan factible será la adquisición de suministros para su elaboración, por lo que se determinó que **“Cafela”** se considera una propuesta viable ya que cuenta con los elementos necesarios para su comercialización.

En la tercera fase del proyecto se establece la factibilidad, lo que corresponde a tomar la decisión definitiva, para llevar a ejecutar el proyecto, esto dependerá de diferentes puntos a considerar, como es verificar si existe un mercado potencial para el producto “**Cafela**”, lo que se estimó que el 96.4% estaría dispuesto a consumir el dulce artesanal. Asimismo, comprobar que se cuenta con los recursos humanos, técnicos y materiales necesarios, también incluye la comprobación de que se tendrá ventajas económicas, financieras y ambientales al ejecutar el proyecto, por lo que se toma la decisión de fabricarlo y comercializarlo e introducirlo al mercado.

En la cuarta fase del ciclo del proyecto consiste en detallar lo que contiene el documento de “**Cafela**” lo cuales son: Generalidades del proyecto, solución, método del embudo o funnel de innovación, método Design thinking, diseño o modelo en 3D, oportunidad de mercado, propuesta de valor (Modelo CANVAS), La novedad de mi proyecto desde la base intelectual, ciclo del proyecto, visibilidad del proyecto, resultados esperados, además del estudio de mercado, plan de producción, plan de organización y gestión y el plan financiero.

La quinta fase del proyecto es la ejecución donde se implementará todo lo planificado y se llevara a cabo todas las actividades en relación al proyecto, las instalaciones del proyecto “**Cafela**” estarán habilitada a partir del segundo semestre del año 2020. Estará ubicada en la ciudad de Diriamba, de la heladería Eskimo una cuadra $\frac{1}{2}$ al norte, donde se iniciarán operaciones para la elaboración del dulce artesanal, además de atender personalmente a los clientes.

1.6 Visibilidad del Proyecto (banner, brochure, spot publicitario)

La visibilidad del proyecto del dulce artesanal “**Cafela**” son todos los medios utilizados para dar a conocer el producto, es por ello que se han elegido vías para llegar a los diferentes clientes potenciales, las cuales son por medio de spot publicitario, banner publicitario y broshure, además de optimizar los recursos, ya que la productora no cuenta con suficiente presupuesto para invertir, por lo que se ha decidido ingresar al mercado a través de estos medios.

Imagen 4: Banner del dulce artesanal



DULCE ARTESANAL

Cafela
¡Una exquisita tradición!

**DELICIOSO DULCE, ELABORADO DE
FORMA ARTESANAL CON
INGREDIENTES NATURALES COMO
LO SON EL CAFÉ, CACAO Y CANELA!**

Contáctanos:



Dulce artesanal "Cafela".



@dulcecafel

Teléfonos: 5841-83xx



8690-58xx

8402-14xx



Imagen 5: Brochure cara frontal

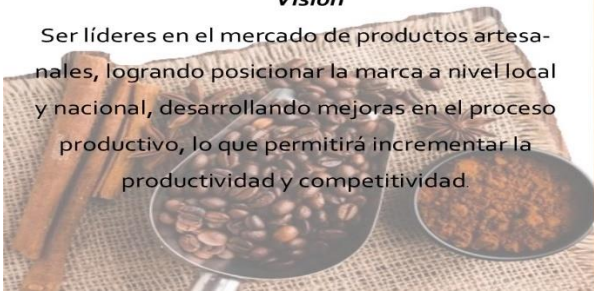


Misión

Elaborar y comercializar productos artesanales de la más alta calidad, con ingredientes naturales que satisfagan las expectativas de los consumidores.

Visión

Ser líderes en el mercado de productos artesanales, logrando posicionar la marca a nivel local y nacional, desarrollando mejoras en el proceso productivo, lo que permitirá incrementar la productividad y competitividad.



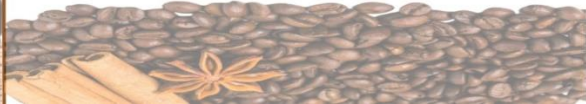
¡ Dulce 100% artesanal!

Para mas información, contáctanos:

📞 Teléfonos: 5841-83xx
8690-58xx
8402-14xx

📷 @Dulcecafela

📘 Dulce artesanal Cafela



Fuente: Equipo innovador

Imagen 6: Brochure cara posterior



“Cafela” es un dulce elaborado con ingredientes naturales y fabricado de forma artesanal, no contiene aditivos químicos ni preservantes lo cual lo convierte en una propuesta innovadora y única en el mercado, debido a sus características.



¡Además de ser un dulce tradicional por su combinación de ingredientes innovadores como lo son el café, cacao y canela, los cuales tienen un sabor único y exquisito para degustar en todo momento!

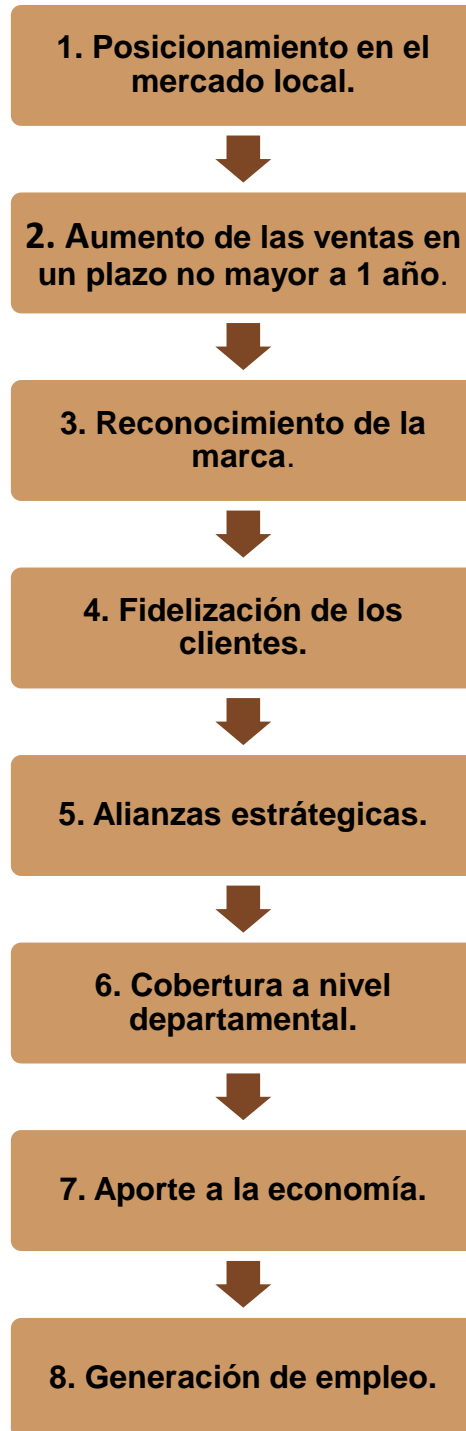


Fuente: Equipo innovador

1.6 Resultados esperados

Como resultados esperados del proyecto de innovación y emprendimiento, se establecen los siguientes:

Ilustración 9: Resultados esperados



Fuente: Equipo innovador

2. Estudio de Mercado

2.1 Etapa preliminar

La etapa preliminar del proyecto de innovación y emprendimiento consiste inicialmente en describir la generalidades de la microempresa tales como caracterización y atributos del producto, seguido de la realización de un estudio de mercado en el que se aplicaran un sondeo digital en primera instancia, luego encuestas dirigidas la población económicamente activa PEA del municipio de Diriamba, que oscilen entre las edades de 10 a 60 años de ambos sexo, siendo este nuestro segmento de mercado, para su posterior recolección y análisis de datos, y de esta manera conocer las necesidades, opiniones y sugerencias de los posibles clientes potenciales respecto al producto para determinar el nivel de aceptación del producto innovador.

2.2 Planteamiento de la oportunidad

Los nicaragüenses tienen por costumbre el consumo de caramelos o dulces de diferentes sabores ya sea nacionales e importados, los cuales satisfacen un deseo gustos o preferencias.

El consumo nicaragüense de dulces está posicionado por fabricantes extranjeros, los cuales son importados a nuestro país, es por ello que nace la oportunidad de elaborar un producto nacional que satisfaga los gustos y preferencias del consumidor, compitiendo en calidad y sabores con productos extranjeros. (elnuevodiario.com.ni, 2013)

Debido a la demanda y oportunidad de mercado existente, se pretende elaborar un dulce artesanal con ingredientes naturales como el café, cacao, canela y de esta manera satisfacer la demanda insatisfecha.

Se realizó un sondeo digital el cual consiste de 5 preguntas básicas, a este sondeo respondió un total de 29 personas con la finalidad de conocer el nivel de aceptación del producto innovador de dulce hecho de café, cacao y canela, la primera consulta que se realiza es si ya conocían de algún dulce que contenga alguno de estos ingredientes, del cual el 52% dijo que, si contenían, pero

individualmente y el 48% restante afirma desconocer algún dulce con estas características.

Al consultar sobre el consumo actual de dulce el 100% afirma consumirlo de manera regular, ya que forma parte de la cultura nicaragüense. El 90% de los encuestados afirman consumir productos nacionales e importados.

Según los encuestados el 48% afirma que les gustaría degustar el dulce con una textura chiclosa.

El 96% de los encuestados afirma que desea consumir el dulce artesanal de café, cacao y canela, ya que es un producto innovador no existente en el mercado.

¿De no aprovechar esta oportunidad que sucederá?

Al no aprovechar la oportunidad de ingresar al mercado de dulces nacionales, el porcentaje de consumo actual será posicionado por dulces importados de diferentes marcas y sabores. Esto conlleva a que la economía de los nicaragüenses se vea afectada por mercados mucho más competitivos y de mayor calidad.

Por ello que se pretende innovar y emprender a través de este producto, ingresando a nichos de mercado posicionados por diferentes marcas extranjeras, con el objetivo de crear un mayor crecimiento en el mercado nacional de dulces.

2.3 Formulación

¿Cuál será la viabilidad comercial del proyecto de innovación y emprendimiento del producto de dulce artesanal de café, cacao y canela, en los consumidores del municipio de Diriamba, departamento de Carazo?

2.3.1 Sistematización

- ¿Cuáles son las características, atributos, beneficios y oportunidad de mercado del dulce Cafela?
- ¿Cuál es la oferta, demanda, estrategias y proyección de ventas del dulce artesanal Cafela?
- ¿En qué consiste el proceso de producción del dulce artesanal Cafela?

- ¿Qué elementos se consideraron para el plan de organización del dulce artesanal Cafela?
¿Cuál es la estimación de los diferentes costos, gastos, ingresos, egreso y proyección de ventas?

2.4 Objetivos

2.4.1 Objetivo General

1. Presentar un proyecto de innovación y emprendimiento sobre la elaboración y comercialización de un dulce artesanal de café, cacao y canela dirigido al segmento de mercado del municipio de Diriamba, Departamento de Carazo, durante el segundo semestre 2020.

2.4.2 Objetivos específicos

1. Describir las generalidades del proyecto de innovación identificando sus características, atributos y beneficios.
2. Conocer la oferta y demanda del dulce artesanal para la determinación del mercado potencial.
3. Diseñar el proceso de producción del dulce artesanal Cafela aumentando su productividad y estándares de calidad.
4. Proponer un plan de organización para la microempresa garantizando los diferentes beneficios que brinda el diseño organizacional.
5. Detallar un plan financiero que incluyan los diferentes costos, gastos y proyecciones garantizando la rentabilidad del proyecto.

2.5 Hipótesis

1. El producto de innovación y emprendimiento dulce artesanal de café, cacao y canela, posee un 95% de nivel de aceptación en base a los gustos y preferencias del segmento de mercado del municipio de Diriamba, Departamento de Carazo.

Tabla 12: Variables independiente y dependiente

Variable independiente	Variable dependiente	Valor significativo
Oferta	Demográfica: Género	0.035
Demanda	Frecuencia de compra	0.000
Precio	Demográfica: Edad	0.004
Total		0.039

Fuente: Equipo innovador

Al realizar la prueba de chi cuadrado en el software estadístico SPSS, se tomó en consideración el valor de significancia y el nivel de fiabilidad, dando como resultado un recuento esperado menor que 0.05, por lo tanto, se acepta la hipótesis debido a que queda demostrado que existe una correlación entre las variables. (Ver anexo 5)

2.6 Análisis de la demanda

Determinar la demanda instituye el primer paso para la evaluación del atractivo de mercado, además que establece el nivel de demanda que el proyecto podrá cubrir no solamente en costos, también en su factibilidad.

2.6.1 Calculo de la demanda potencial

Se calculó la demanda y se evaluó el atractivo de mercado para determinar el nivel de cobertura que el producto estaría dispuesto abarcar.

Se extrajo una muestra de la población que comprende entre las edades de 10 a más, que corresponden a 13,316 personas proyectada al año 2020. ((INIDE), 2008)

$$\begin{array}{rclcl}
 DP & - & DV & = & DR \\
 13,316 & - & 400 & = & 12,916
 \end{array}$$

- PEA: 10 años a más, ambos sexos, del municipio de Diriamba
- Demanda potencial: 13,316 proyectado al año 2020
- Aceptación: 97% = 12,916 (sobre el universo de estudio)

- No consumo: 3% = 400 (sobre el universo de estudio)

Tabla 13: Razón de no consumo

Razón de no consumo	%	Cantidad
Ya he escuchado de la idea	0.6	80
No me gusta la combinación	2.4	320
Total	3%	400

Fuente: Equipo innovador

2.7 Análisis de la oferta

2.7.1 Calculo de oferta directa e indirecta

- Escenario 1:

El dulce artesanal “**Cafela**” no cuenta con oferta directa, debido a que no existe en el mercado actual ningún producto que tenga las mismas características o combinación de elementos de café, cacao y canela, lo cual hace que el producto sea innovador en cuanto a sabor y textura, además de ser una combinación de elementos 100% naturales por lo que no contiene aditivos químicos.

- Escenario 2:

Tomando en cuenta las características organolépticas del producto “**Cafela**”, se tomó como parámetro de comparación, aquellos productos que contengan algún grado de azúcar o una variable de similitud como es su elaboración artesanal.

Tabla 14: Comparación de productos

Oferta indirecta	Composición
Cajeta de leche	leche, mantequilla

Leche de burra	mantequilla, leche, vainilla
-----------------------	------------------------------

Fuente: Equipo innovador

Además de determinar el principal competidor, en el cual abarca el 17.3%, el cual es equivalente a 2,234 personas que consumen dulces artesanales, como son la cajeta de leche, leche burra entre otros. Estos son sustitutos a este producto innovador.

Tabla 15: Principal competidor

Principal competidor	%	Consumo aparente
Dulces artesanales	17.3%	2,234

Fuente: Equipo innovador

2.7.2 Calculo de la demanda insatisfecha

- Escenario 1:

$$\begin{aligned} DR &- OD \\ 12,916 &- 0 = 12,916 \end{aligned}$$

- Escenario 2:

$$\begin{aligned} DR &- OI = DI \\ 12,916 &- 2,234 = 10,682 \end{aligned}$$

La demanda insatisfecha se calculó tomando en cuenta el porcentaje de la demanda real que equivale al 97% de personas que consumen dulces y caramelos menos la oferta indirecta equivalente al 17.3 % que representan la oferta de productos de elaboración artesanal, que funcionan como sustituto del dulce “Cafela”.

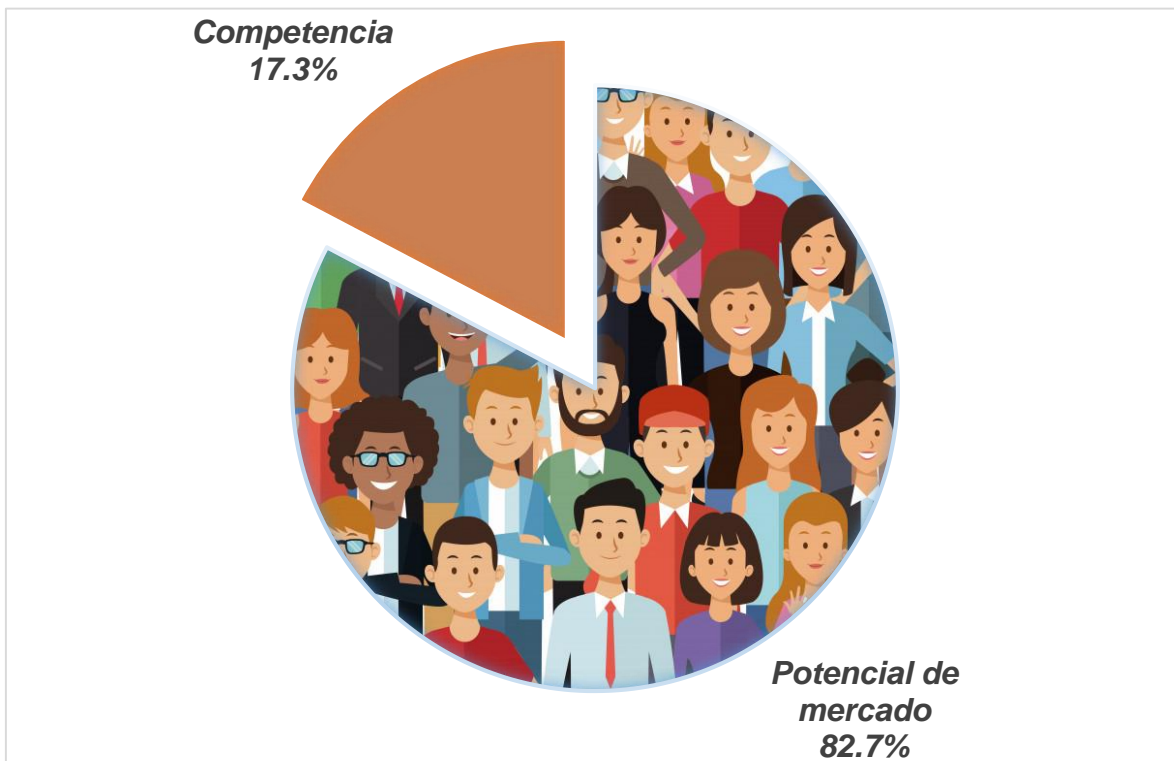
Dicho cálculo de la demanda insatisfecha, nos da entender que realmente lo que existe es una demanda satisfecha no saturada del mercado.

Del porcentaje de demanda insatisfecha, “**Productora Diriangén**” cubrirá el 43% del mercado potencial, esto es equivalente a 4,593 personas.

2.8 Atractivo del segmento de mercado

El atractivo de mercado de “**Productora Diriangén**” representa el 82.7% del potencial de mercado, el cual pretende abarcar el 43% del segmento de mercado. En la siguiente ilustración se representa las diferentes características que distinguen el perfil del segmento de consumidores del dulce artesanal “**Cafela**”.

Ilustración 10: Atractivo del segmento de mercado



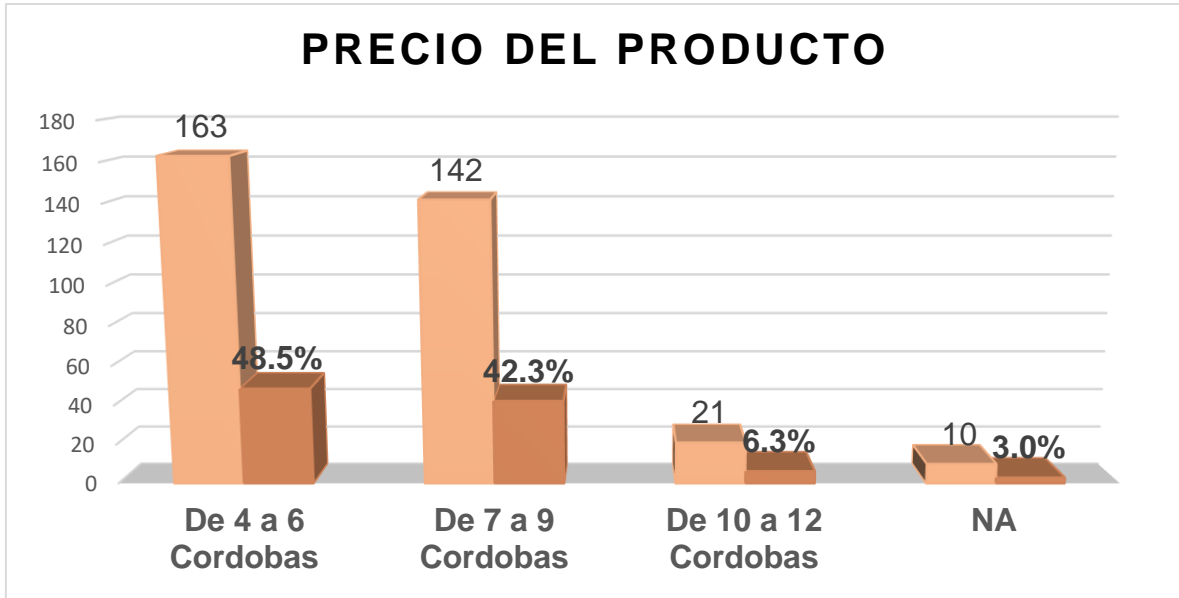
Fuente: Equipo innovador

2.9 Análisis de precio

El precio es la cantidad de dinero u otros elementos de utilidad que se necesitan para adquirir un producto, estos se establecen mediante costo fijo y variable que inciden en el momento de producir el producto. Se debe conocer si lo que busca el consumidor es la calidad del producto, sin importar el costo de este, o si el precio

interfiere en la decisión de compra, es por esto que se muestra el análisis del precio obtenido:

Gráfico 3: Precio del producto



Fuente: Equipo innovador

- El 48.5% de encuestados optaron por comprar el dulce a un costo entre los 4 a 6 córdobas, siendo este el precio definitivo para el dulce artesanal **“Cafela”**.
- Un 42.3 % de los encuestados prefirieron comprar el dulce a un costo de 7 a 9 córdobas.
- El otro 6.3% decidió que sería conveniente adquirir el dulce a un costo de 10 córdobas a 12 córdobas, depende de la calidad que el producto ofrezca.
- Finalmente se muestra el 3.0% de los encuestados, el cual son las personas que no consumen ningún tipo de dulce.

2.9.1. Comparación de precio del mercado

La competencia indirecta del dulce artesanal **“Cafela”**, está constituida por un segmento competidor que suple como sustituto del producto, debido a que en el mercado actual no existe un producto que posea las mismas características.

Tabla 16: Precio de la competencia

Cajeta de leche	Leche de burra	Precio de compra	Precio en la encuesta	Margen
C\$ 7	C\$ 7	C\$ 7	C\$ 6	C\$ 1

Fuente: Equipo innovador

Según los resultados obtenidos en la encuesta, al consultar a los posibles compradores acerca de qué precio está dispuesto a pagar, el 48.5% de personas optó por el rango de precio que oscila entre los 4 – 6 córdobas.

2.10 Estructura de precio

La estructura de precio del dulce artesanal “**Cafela**”, se forma por cada coste fijo y variable que se utiliza al momento de elaborar el producto, es por esto que se presenta la estructura de costo y precio por unidad, estableciendo el valor monetario de sus componentes.

Tabla 17: Estructura de costos y precio

	Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Total
Materia prima	Café	Gramos	1	C\$0.04	C\$0.04
	Canela	Gramos	0.66	C\$0.20	C\$0.20
	Cacao	Gramos	0.16	C\$0.01	C\$0.09
	Leche	Miligramos	20.83	C\$ 0.41	C\$ 0.41
	Mantequilla	Gramos	4.66	C\$ 0.51	C\$ 0.51
	Atado de dulce	Gramos	2	C\$ 0.18	C\$ 0.18
	Sub total de materia prima				

MOD	Proceso de elaboración	Hora		C\$ 0.76	C\$ 0.76
	Sub total MOD				C\$ 0.76
CIF	Envoltura	Unidad	1	C\$ 0.22	C\$ 0.22
	Etiqueta de envoltura	Unidad	1	C\$ 0.33	C\$ 0.33
	Depreciación de maquinaria			C\$0.02	C\$ 0.02
	Herramientas y equipos de producción			C\$0.002	C\$ 0.002
	Servicios básicos de producción			C\$ 0.06	C\$ 0.06
	Equipo de protección			C\$ 0.01	C\$ 0.01
	Equipo de limpieza			C\$0.004	C\$0.004
	Sub total CIF				C\$ 0.64
Gastos de administración	Energía	Unidad		C\$ 0.004	C\$ 0.004
	Agua potable	Unidad		C\$ 0.003	C\$ 0.003
	Salario	Unidad		C\$ 0.41	C\$ 0.41
	Servicios de internet	Unidad		C\$ 0.03	C\$0.03
	Alquiler	Unidad		C\$ 0.02	C\$ 0.02
	Papelería	Unidad		C\$ 0.01	C\$ 0.01
	Depreciación del equipo de computo	Unidad		C\$ 0.009	C\$ 0.009

	Depreciación de mobiliario	Unidad		C\$ 0.001	C\$ 0.001
Sub total de gastos de administración					C\$ 0.48
Gastos de Venta	Servicios de internet	Unidad		C\$ 0.06	C\$ 0.06
	Luz	Unidad		C\$0.004	C\$0.004
	Agua	Unidad		C\$ 0.003	C\$ 0.003
	Renta	Unidad		C\$ 0.04	C\$0.04
	Publicidad	Unidad		C\$ 0.10	C\$ 0.10
	Transporte	Unidad		C\$ 0.2	C\$ 0.2
	Sub total de gastos de venta				
Costo + gasto					C\$ 3.7
Margen de ganancia del 60%					C\$ 2.5
Precio del producto (Costo + gasto + utilidad)					C\$ 5.9

Fuente: Equipo innovador

Para determinar el precio, también es necesario realizar la estructura de costo incluyendo los costos de la materia prima, mano de obra directa e indirecta, costos indirectos de fabricación, llegando así al costo total unitario, obteniendo el precio del dulce artesanal con un margen de ganancia del 60% sobre los costos de elaboración.

2.10.1 Precio Unitario

El precio unitario que se estima para cada dulce de “**Cafela**”, se suma de los costos variables y gastos unitarios.

Tabla 18: Costo Unitario

Descripción	Costo
Precio de venta unitario del producto	C\$ 5.9
Unidades a producir en un mes	9,000 unidades

Costo unitario	C\$ 3.7
Margen de ganancia	60 %

Fuente: Equipo innovador

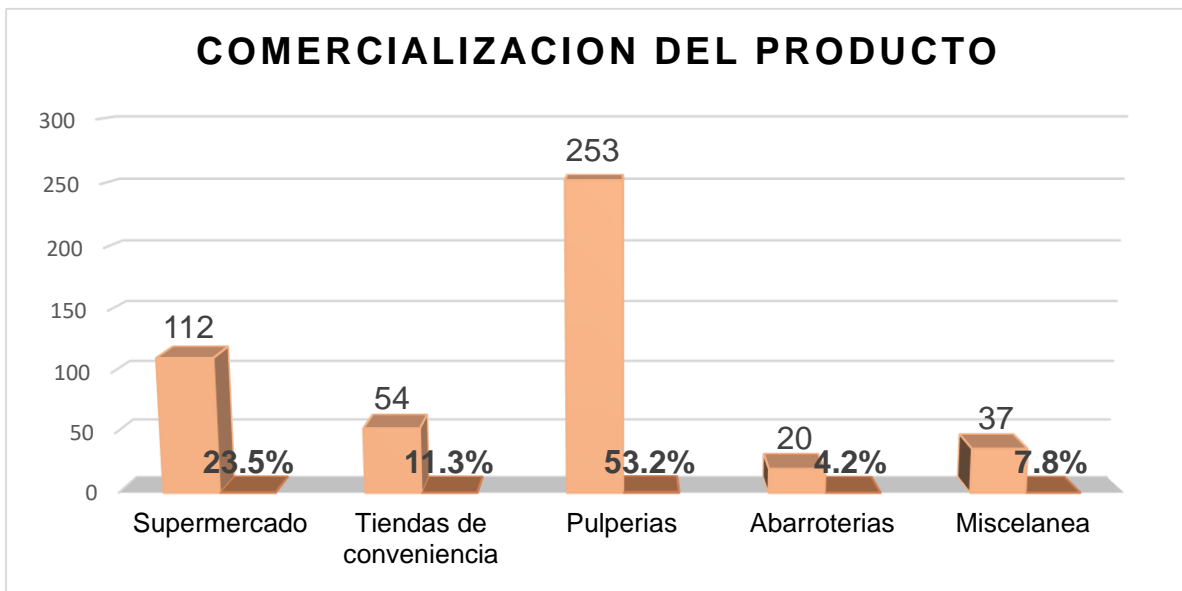
$$\begin{array}{rclcl}
 \text{Costo * unidad} & + & \text{Margen de ganancia} & = & \text{Precio unitario} \\
 \text{C\$ 3.7} & + & \text{C\$ 2.5 (60\% Margen de ganancia)} & = & \text{C\$ 5.9}
 \end{array}$$

Es así como se determina el precio para su comercialización al detallista, este es de C\$ 5.9, este tiene un costo unitario de C\$ 3.7, se estipula una ganancia porcentual del 60% equivalente al C\$2.2, dicha ganancia puede ser mayor, ya que el costo de elaboración es bajo; dependiendo también de las unidades a producir, debido a las temporadas que se presente. Este al ser un producto nuevo que se va a lanzar al mercado, el costo de adquisición es aceptable.

2.11 Análisis de Comercialización

La comercialización le permite a la **“Productora Diriangén”**, hacer llegar el dulce artesanal **“Cafela”** al consumidor final.

Gráfico 4: Comercialización del producto



Fuente: Equipo innovador

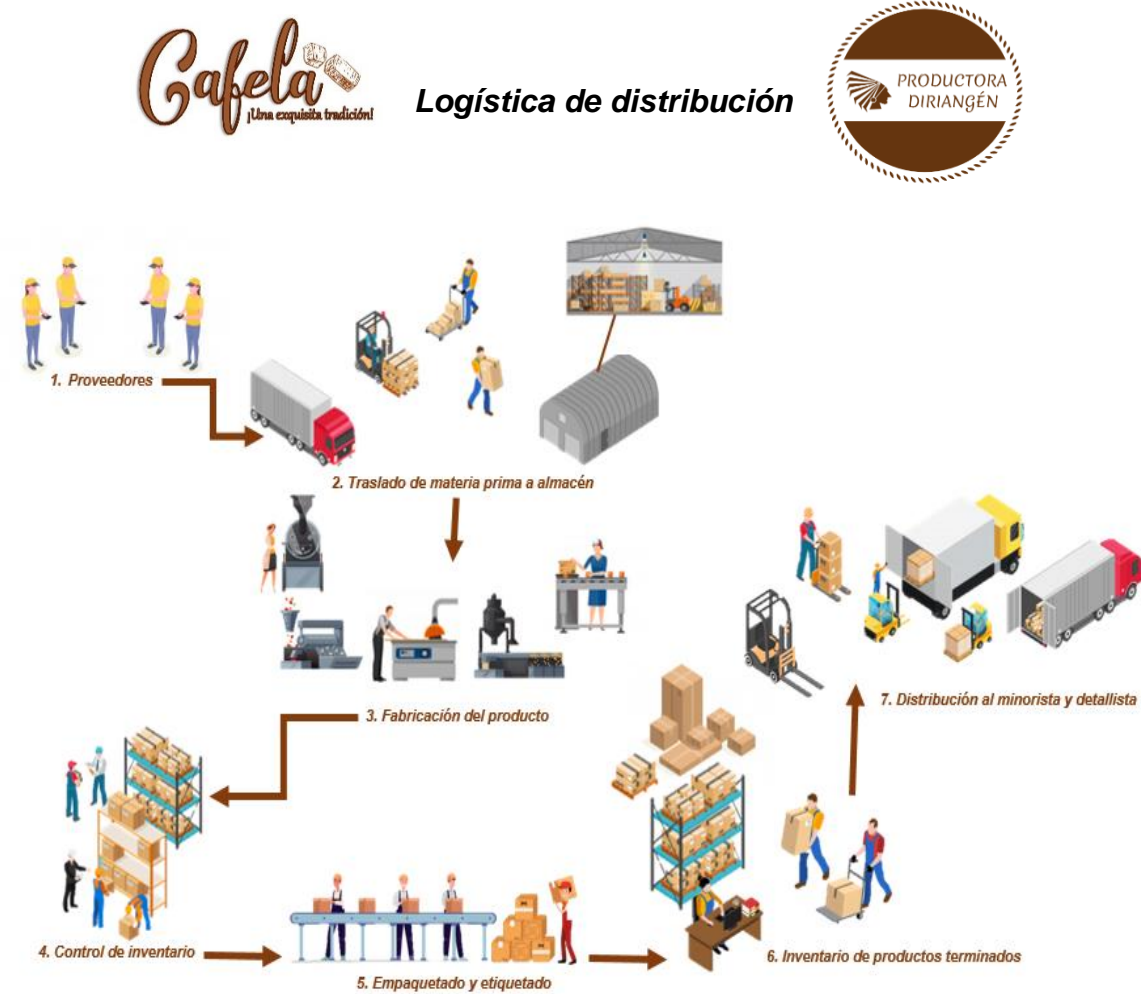
Por medio de la aplicación del instrumento de la encuesta, se determinó lo siguiente:

- 112 de los encuestados prefirió que el canal de comercialización para el nuevo dulce artesanal sea a través de supermercado, lo que representa un 23.5% del total de los encuestados.
- Un 11.3% de los encuestados sugirió que las tiendas de conveniencia serían una buena opción para comercializar el dulce artesanal.
- Las pulperías representan la mejor opción para comercializar el nuevo dulce, de acuerdo a los entrevistados, el cual tiene un 53.2% de preferencia sobre las demás opciones.
- Asimismo, las abarroterías tienen un 4.2% de preferencia como canal de comercialización del nuevo dulce, que, aunque no es la mejor opción, pero sí es una alternativa a ser utilizada para comercializar el dulce artesanal.
- Finalmente, se presenta las misceláneas con un 7.8% de preferencia sobre las demás opciones, lo que hace una alternativa competitiva para posicionar el nuevo dulce artesanal en el mercado.

2.11.1 Logística de distribución

La presente ilustración representa la logística de la “**Productora Diriangén**” con su dulce artesanal “**Cafela**”, el cual demuestra el facilitamiento de distribución del personal del proceso del producto.

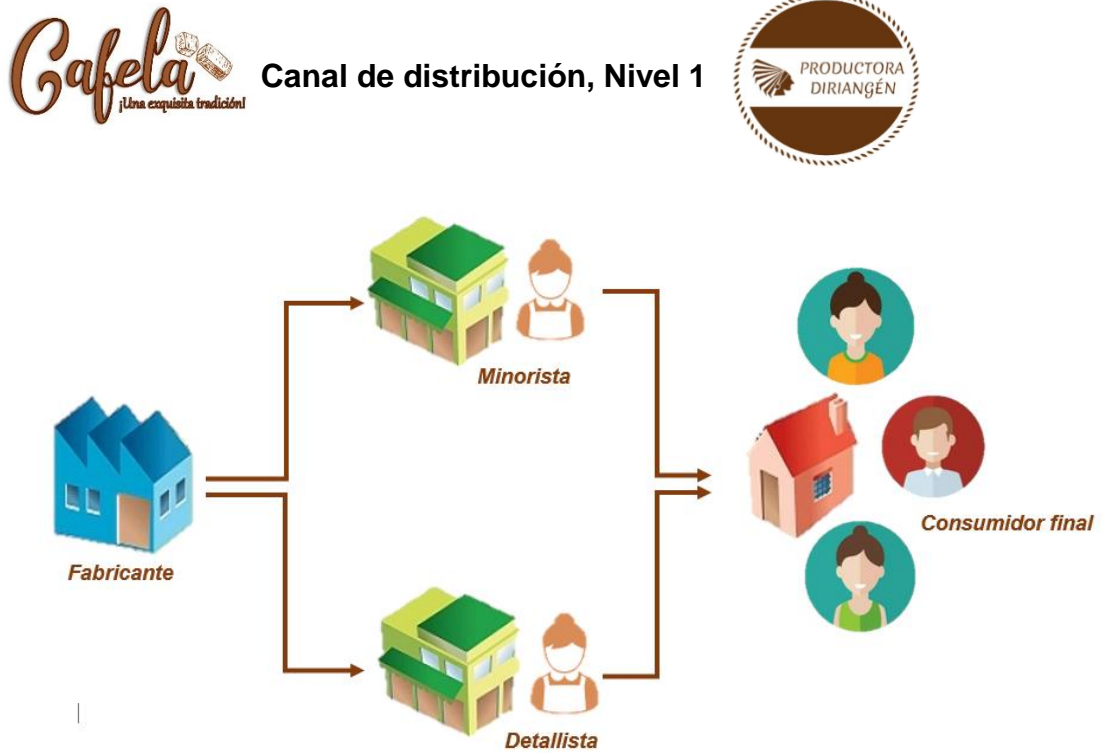
Ilustración 11: Logística de distribución Productora Diriangén



Fuente: Equipo innovador

Asimismo, se muestra el indicador para la gestión de la logística, estos canales de comercialización están determinados por la productora, esto contribuye a lograr mayor eficacia y eficiencia en el sistema productivo.

Ilustración 12: Canal de distribución Productora Diriangén



Fuente: Equipo innovador

2.12 Proveedores directos e indirectos

Los proveedores son los abastecedores de los establecimientos, a través de ellos se establece el precio y la calidad de los ingredientes, maquinaria, herramienta, entre otros, por lo tanto, son de gran importancia para los negocios. **“Productora Diriangén”**, cuenta con proveedores caraceños y de la capital para suministrar la materia prima, como también los materiales indirectos.

En la siguiente lista se muestran los proveedores directos, los cuales facilitan la materia prima:

Tabla 19: Proveedores Directos

Proveedores directos		
Nombre	Ingredientes	Dirección y contacto
Abarrotería Jorge	<ul style="list-style-type: none"> • Café • Cacao • Atado de dulce 	Mercado municipal de Diriamba, Manuel de Jesús Rivera “La Mascota”
Banco de insumos Duyas Mágicas	<ul style="list-style-type: none"> • Canela • Papel de aluminio 	Reloj publico 1 cuadra al oeste 1 ½ al sur, Diriamba
Quesería Belén	<ul style="list-style-type: none"> • Mantequilla lavada 	De donde fue el Pali media cuadra al norte, Diriamba
Quinta Santa Juana	<ul style="list-style-type: none"> • Leche 	4ta calle Barrio Santa Juana, Diriamba
Librería Real	<ul style="list-style-type: none"> • Papel transparente o celofán para la creación de empaque 	Almacenes Tropigas 1 cuadra al norte, Diriamba
Idearte Impresiones	<ul style="list-style-type: none"> • Etiqueta 	Frente al centro comercial Gutiérrez, Diriamba
Construcciones “La Pocha”	<ul style="list-style-type: none"> • Fogón artesanal 	De Disnorte Dissur, una cuadra al oeste, ½ al sur, Diriamba
PREMET Nicaragua	<ul style="list-style-type: none"> • Balanza • Selladora 	Los Robles, de la plaza el sol, 180 mts al sur, Managua
La Curacao, Nicaragua Sucursal Jinotepe	<ul style="list-style-type: none"> • Congelador 	Costado sur, parroquia Santiago, Jinotepe.

John May S. A	<ul style="list-style-type: none"> • Molino artesanal 	Km 3 Carretera Norte, contiguo a Gasolinera UNO Xolotlán, Managua.
---------------	--	--

Fuente: Equipo innovador

De igual forma se muestra la lista de los proveedores indirectos que proveerán a la productora.

Tabla 20: Proveedores Indirectos

Proveedores indirectos	
Servicios	Nombre de la empresa
Energía eléctrica	<ul style="list-style-type: none"> • Unión Fenosa DISS NORTE • DISS SUR
Agua potable	<ul style="list-style-type: none"> • ENACAL
Teléfono e internet	<ul style="list-style-type: none"> • Claro, Nicaragua
Combustible	<ul style="list-style-type: none"> • Gasolinera Puma, Diriamba
Cajas de cartón	<ul style="list-style-type: none"> • Empaque Santo Domingo, S.A.
Papelería y útiles de oficina	<ul style="list-style-type: none"> • Librería Real
Mobiliario para preparación del producto	<ul style="list-style-type: none"> • Industrias Torrez • Equinox Nicaragua • Polines Jehová Jireth
Utensilios para preparación del producto	<ul style="list-style-type: none"> • Plásticos Romero
Productos de Higiene	<ul style="list-style-type: none"> • Farmacia “Farma Ahorro” • Comercial “Fabiola”
Productos de limpieza	<ul style="list-style-type: none"> • Supermercado “Pali”

Fuente: Equipo innovador

2.13 Costos de Comercialización

Para el cálculo de los costos de comercialización, que consiste en transportar el producto desde la productora hasta los diferentes puntos de ventas, se tomó en

cuenta algunos costos como pasaje, cajas, mano de obra indirecta y sellador, debido a que la microempresa ofrecerá su producto en el mismo municipio por lo que estos gastos son menores en relación con la competencia.

Tabla 21: Costos de comercialización

Costos de comercialización	
Concepto	Costo
Transporte mensual	C\$ 1600.00
18 cajas mensuales	C\$ 90.00
Mano de obra indirecta	C\$ 5,000.00
Total	C\$ 6,690.00

Fuente: Equipo innovador

2.14 Estrategia competitiva de mercado (4PS)

Las estrategias mercadológicas tienen la finalidad de definir mejores resultados y alcanzar objetivos de la “**Productora Diriangén**”, para esta microempresa es necesario identificar la estrategia a efectuar, la cual se efectúa conforme estrategias funcionales como lo es el Mix de Marketing, este se basa en las 4 p’s (producto, precio, comercialización y producción).

2.14.1 Estrategia de mercado

Una estrategia exitosa debe ajustarse a la situación externa e interna de la empresa, obtener una ventaja competitiva permanente y mejorar su desempeño (Thompson, Stricklan & Gamble, 2004).

Las estrategias intensivas exigen la realización de esfuerzos intensivos para mejorar la posición competitiva de una empresa en relación con los productos existentes, estas se clasifican en penetración de mercado, desarrollo de mercado y desarrollo de productos.

La estrategia a utilizar para posicionar el dulce artesanal “**Cafela**”, será la penetración de mercado ya que esta intenta aumentar la participación de los productos o servicios presentes en los mercados actuales a través de mayores

esfuerzos de la mercadotecnia. La penetración en el mercado incluye aumento en el número de vendedores, el incremento en los gastos de publicidad, la oferta de los artículos de promoción de ventas en forma extensa y el aumento de los esfuerzos publicitarios.

Al aplicarlo al dulce artesanal Cafela, se pretende intensificar los gastos en publicidad a través de las redes sociales presentando los diferentes beneficios, atributos y características del producto, además de ofrecer promociones de ventas, descuentos.

2.14.2 Estrategia de posicionamiento esperado

Posicionamiento de mercado se refiere a la percepción que los consumidores poseen sobre determinadas marcas, nombres comerciales o empresas en relación con sus competidores.

La idea es clara: lograr por medio del posicionamiento de mercado que los consumidores elijan esa marca por encima de las demás, simplemente porque es lo primero que viene a su mente al pensar en un bien o servicio que necesiten. (Galeano, 2020)

“Productora Diriangén” llevará a cabo la estrategia de posicionamiento esperado a través del ofrecimiento de una ventaja competitiva la cual radica en brindar un producto natural que su composición aporta valiosos nutrientes, libre de químicos y que es totalmente apto para su consumo sin perjudicar la salud. Se llevará a cabo del apoyo de los medios digitales para dar a conocer los números beneficios.

2.14.3 Estrategia de desarrollo de un producto innovador dulce “CAFELA”

El desarrollo de un nuevo producto es el proceso en marketing y economía mediante el cual una empresa se plantea participar en un determinado mercado a través de la inclusión en el mismo de un bien o servicio novedoso, o con una completa modificación y/o actualización de uno anterior.

Las bases en las cuales se sustenta el proceso de desarrollo de un producto son la investigación y diseño de bienes o servicios que lleguen a satisfacer y responder a los gustos y necesidades que cada mercado plantea. (Galan, 2020)

Dicho esto, “**Cafela**” es un dulce artesanal, el cual está dirigido a un mercado objetivo con ciertas características, entre ellas que sean consumidores de caramelos y dulces, que prefieren su elaboración artesanal, que no contenga aditivos químicos, y además que deseen degustar de un sabor único y distinto.

“**Cafela**” es un dulce de elaboración e ingredientes naturales tales como café, cacao y canela, los cuales aportan valor nutricional al organismo humano. El segmento de la población al cual es va dirigido, es al PEA (Población económicamente activa), de 10 años a más, de ambos sexos del municipio de Diriamba.

Este dulce se clasifica como producto de consumo regular, debido a que el segmento elegido son consumidores habituales. A continuación, se muestra el diseño de etiqueta, empaque, envase y envoltura del dulce artesanal “**Cafela**”.

Imagen 7: Parte posterior de la etiqueta



Imagen 8: Parte anterior de la etiqueta



Fuente: Equipo innovador

Imagen 9: Prototipo de la envoltura



Fuente: Equipo innovador

2.14.3.1 Código de barra

Ilustración 13: Código de barra



Fuente: Equipo innovador

Debido a que el proyecto de **“Productora Diriangén”** se encuentra en etapa de planificación, no se cuenta con los recursos para cumplir con los requisitos que se estipulan en la solicitud de este producto, por lo cual este punto no será desarrollado, es por esto que el código de barra del dulce artesanal “Cafela”, se detallara en 0.

Según (Diario, 2011) el código de barra posee ciertas ventajas, en el caso del productor o fabricante, el cual tendrá el control total de inventarios, de pedidos y de distribución. Además, tendrá un código único que identificará su producto, como también para el comerciante o vendedor, en donde se llevará a cabo un servicio de venta más ágil y preciso, lo que dará mejor utilización del tiempo, además de que los pedidos se harán de forma rápida y tendrá un mejor control de inventario.

Como también para el cliente, el cual hará sus pagos de compras mucho más eficientes, agilizando de esta manera el proceso, de modo que el riesgo de error será mínimo en la marcación de precios.

Como todos sabemos, para funcionar como elementos identificadores y de control, los códigos deben ser pasados por lectores ópticos o scanner, los que leen de forma inmediata y precisa la información de cada producto: precio, tamaño, tipo, etc.

- Requisitos para obtener el Código de Barras.

1. Obtener la hoja de solicitud en el INC.
2. Entregarla llena y firmada por el representante legal de la empresa.
3. Presentar copia del número RUC de la empresa (si lo tiene).
4. Cancelar US\$500 o su equivalente en córdobas si va a codificar más de 15 productos. (Las pequeñas industrias que codifiquen menos, deberán cancelar US\$25 por cada uno).
5. Al cancelar puede hacerlo con cheque, siempre que este se emita a nombre del Instituto Nicaragüense de Codificación y/o EAN Nicaragua”.
6. Llevar el listado de todos los productos de su empresa.

Si usted entrega todo lo requerido, el mismo día en menos de una hora se le entregará el código para cada uno de sus productos. Posteriormente, tiene que imprimir las etiquetas, el valor de estas es de US\$8 por millar en el INC.

2.14.4 Estrategia de precio

Esta estrategia es aplicable a productos nuevos, pero totalmente opuesta al descremado de precios. Según Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz, consiste en fijar un precio inicial bajo para conseguir una penetración de mercado rápida y eficaz, es decir, para atraer rápidamente a un gran número de consumidores y conseguir una gran cuota de mercado. El elevado volumen de ventas reduce los costes de producción, lo que permite a la empresa bajar aún más sus precios.

La estrategia de precio de penetración tiene como principales objetivos: Penetrar de inmediato en el mercado masivo, generar un volumen sustancial de ventas, lograr una gran participación en el mercado meta, desalentar a otras empresas de introducir productos competidores y atraer nuevos clientes adicionales que son sensibles al precio.

Esta estrategia es conveniente en las siguientes condiciones:

- 1) El tamaño del mercado es amplio y la demanda es elástica al precio.
- 2) los costes de fabricación y de distribución se pueden disminuir a medida que aumenta el volumen de ventas.
- 3) ya existe una feroz competencia en el mercado por ese producto o se espera que se presente poco después de que se introduzca el producto.

Se establece la estrategia de penetración para dulce artesanal **“Cafela”**, tomando en cuenta la oferta indirecta del producto sustituto y la encuesta realizada a los posibles clientes potenciales, dando como resultado un precio de venta de C\$6 córdobas por unidad. Dicho precio es accesible para el segmento de mercado elegido, debido a que el tamaño del caramelo, la conservación de los olores y la mezcla de sabores se ajusta al precio establecido.

2.14.5 Estrategia de Distribución

La estrategia de distribución intensiva se caracteriza por ser aquella más apta para los productos de consumo de masas. Es decir, productos que serán consumidos por un público general y que, además, deberán estar posicionados en multitud de puntos de venta donde el cliente final pueda acceder a ellos. Debido a su carácter de distribución a gran escala, son productos que deberán ser distribuidos por canales indirectos, contando con diversos intermediarios entre fabricante y consumidor final. En este tipo de estrategia, la atención al cliente y el servicio posventa estarán presentes, aunque tienen mucha menos importancia que en otro tipo de estrategia.

“Productora Diriangén”, con su dulce artesanal, **“Cafela”** implementará la estrategia intensiva, debido a los beneficios que conlleva ponerla en práctica, tales

como el llegar al público objetivo de una manera más eficiente, por lo que es un nuevo producto en el mercado, y es necesario la publicidad, el respaldo de puntos de ventas para lograr el crecimiento y el posicionamiento.

Así mismo, se hará uso de la estrategia de Push o empuje, aplicado a la “**Productora Diriangén**” utilizará los canales de distribución para generar un mayor impacto, a través de la publicidad que estos realicen para dar a conocer en el menor tiempo posible y de la manera más efectiva y económica sobre el producto innovador, los canales o intermediarios recibirán descuentos y promociones para la publicidad que este realice.

Ilustración 14: Estrategia de distribución



Fuente: Equipo innovador

Se elige dicha estrategia debido a que el producto es nuevo en el mercado y la empresa no cuenta con medio de transporte propio, al utilizar este tipo de estrategia la microempresa ahorrara costos y los clientes tendrán un mejor acceso de compra.

2.14.6 Estrategia de promoción y publicidad

La estrategia de promoción de “**Cafela**” se realizará mediante descuentos a los intermediarios por la compra de cantidades mayores a 5 cajas, dándole como promoción de venta ½ caja de producto adicional, es decir, 12 bolsas de 12 unidades.

En la estrategia de publicidad se implementará spot publicitario en las redes sociales, como lo son Facebook e Instagram, además de un banner, broushures y contactos de WhatsApp.

2.14.7 Estrategia social-Media

La estrategia de social-media es la creación de una página en Facebook e Instagram, donde se creará el perfil, dando a conocer los beneficios como características que posee el producto, además de tener interacción con los clientes y seguidores. Se publicará historias con las promociones y novedades del producto, se transmitirá videos en vivo, manteniendo las medidas sanitarias y los controles de calidad de la fabricación del producto.

Tabla 22: Plan de medios publicitarios

Medio	Localización	Veces a repetir	Impacto esperado
Banner	Diriamba Productora Diriangén	1 vez al año	Promocionar el producto
Broushure	Diriamba	Meses de temporada altas	Brindar información del producto
Spot publicitario	Facebook Instagram	Diario	Dar publicidad al producto de manera virtual

Fuente: Equipo innovador

2.15 Presupuesto de publicidad

Tabla 23: Presupuesto de publicidad

Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Spot publicitario	1	C\$200.00	C\$200.00
Banner publicitario	1 de 150 x 0.70	C\$ 550.00	C\$550.00
Brochure	60 unidades	C\$3.00	C\$180.00

Total	C\$ 930.00
--------------	-------------------

Fuente: Equipo innovador

2.16 Proyección de Venta

2.16.1 Objetivos de venta:

- ✓ Incrementar los volúmenes de ventas al mes y el número de clientes reales y potenciales.
- ✓ Incentivar la fuerza de venta en el mercado local.
- ✓ Ingresar a nuevos mercados, ampliando la cobertura en los otros municipios del departamento de Carazo

2.16.2 Metas de venta:

- ✓ Incrementar un 1.5% anual sobre la venta, a partir del segundo periodo del año 2021.
- ✓ Mantener la estabilidad del precio incrementado un 5.3% anual, según la IPC.

El pronóstico de ventas elaborado para “**Cafela**”, presenta una tendencia de evolución factible desde su inicio en el año 2020, así tomando en cuenta condiciones del entorno empresarial, , por otra parte se toma en consideración que existen diversas temporadas donde la demanda del duces tendrá un incremento de ventas, como lo son las temporadas de Enero, Febrero, Mayo, Junio, debido a que son meses festivos o bien donde se celebran actividades religiosas, asimismo en los meses de Noviembre y Diciembre, ya que son temporadas fuertes, donde los clientes demandan este tipo de producto. (Ver anexo 8)

3. Plan de producción

El plan de producción describe todas las operaciones de la empresa en cada fase, desde el proceso de fabricación del producto o prestación del servicio, hasta los recursos humanos, materiales y tecnológicos necesarios para un funcionamiento eficaz y eficiente de dichas operaciones.

El área de producción de “**Productora Diriangén**” tiene como objetivo principal coordinar e implementar todos los procesos, actividades y funciones necesarias para la elaboración del dulce artesanal “**Cafela**”, en este apartado también se gestiona la infraestructura y tecnología necesaria para determinar con claridad la capacidad de producción y la prestación de los servicios de forma eficaz y eficiente.

3.1 El proceso de producción

Dice que la producción de bienes y servicios que consiste básicamente en un proceso de transformación, que sigue planes organizados, según el cual las entradas de factores de producción, como materiales, conocimientos y habilidades, se convierten en los productos deseados mediante la aplicación de mano de obra de una determinada tecnología y de la aportación necesaria de capital.

Los colaboradores de “**Productora Diriangén**” laborarán 8 horas al día, con una producción mensual que oscila entre las 9,000 y 10,000 unidades mensuales, es decir, se producirán entre 375 y 400 unidades diarias.

En el siguiente listado se detalla cada una de las actividades que compone el proceso productivo para la elaboración del dulce artesanal “**Cafela**”, que va desde recepción de materia prima hasta empaquetado y embalaje del producto terminado, a través de un flujo grama emitido por la organización internacional para la normalización ISO.

Actividades:

- **Recepción de materia prima:** Inicialmente se adquiere la materia prima que se necesita para la producción, utilizando un formato de recepción en el cual se realiza una caracterización basada en los atributos físicos como textura, color y olor.






















- **Inspección de materia prima:** Se inspecciona que cada uno de los ingredientes este en excelente estado físico.
- **Almacenamiento de materia prima:** Ya recepcionada y almacenada la materia prima se realiza la división de los ingredientes ordenándolos según el orden del proceso productivo y la cantidad que será utilizada para la producción de unidades diarias.
- **Pesado de cada ingrediente:** En este apartado se procede a pesar la cantidad necesaria de cada ingrediente para la producción diaria.
- **Transporte al área de cocina:** Una vez almacenada la materia prima, se traslada la cantidad que será utilizada al área de cocina para la producción diaria.
- **Tostado de café:** El primer ingrediente que se tiene que tostar es el café debido a que es el que toma más tiempo.
- **Tostado de cacao:** El segundo ingrediente a tostar es el cacao hasta que las cascara se desprenda con facilidad.
- **Tostado de canela:** El tostado de la canela es un proceso corto pues no se necesita tenerlo mucho tiempo en el fuego.
- **Procesamientos de los ingredientes de forma individual (molido):** El primer ingrediente que se tritura en el molino artesanal es el café, este tiene que quedar con una textura muy fina, posteriormente el cacao y por último la canela de forma individual.
- **Rayado del atado de dulce:** En un recipiente limpio se procede a rayar cada atado de dulce de panela.
- **Preparación de los peroles:** Se lava y se seca el perol antes de trasladarlo al fogón.
- **Preparación del fogón:** Se enciende el fogón a fuego alto para que el perol tenga una temperatura alta.

- **Mezcla y cocción de los ingredientes:** Una vez caliente el perol, se le agregan los ingredientes de forma individual sin dejar de mover la mezcla, hasta conseguir la textura apropiada.
- **Inspección de la mezcla:** En este punto se tiene que inspeccionar que la mezcla tenga una consistencia adecuada.
- **Transporte de la mezcla a los moldes:** Luego que obtenemos la mezcla con la textura deseada se traslada a los moldes ya preparados anteriormente.
- **Tiempo de enfriado:** Una vez vertida la mezcla en sus respectivos moldes, se deja enfriar a temperatura ambiente, hasta que estén listos para manipularlos manualmente.
- **Inspección de calidad:** Este paso es muy importante, se tiene que asegurar que el producto cumpla con los estándares de calidad requeridos, tales como olor, sabor y textura.
- **Etiquetado:** Luego de realizar la inspección de calidad se etiquetan los empaques y envoltura del producto, en los que será distribuido el producto.
- **Empacado y sellado:** En este proceso se empaqueta el producto de forma individual, sellándola con una maquina selladora manual para que este mantenga el producto dentro de su empaque.
- **Embalaje:** Se procede a empaquetar en una bolsa de celofán previamente etiquetada, 12 unidades del producto, posteriormente colocándolo en cajas, donde alcanzaran 24 bolsas.
- **Almacenamiento del producto terminado:** El último proceso será el trasladar el producto al área de almacenamiento, el cual estará listo para su posterior distribución y comercialización.

Es así que se muestran las actividades para la producción de dulces “**Cafela**”, se establece el tiempo total en el cual se produce un dulce artesanal de 1 gramo, a través del flujo grama expresado por la organización internacional para la normalización por sus siglas en ingles ISO, la cual es el organismo encargado de

promover el desarrollo de normas internacionales, tanto de productos como de servicios, a través de la estandarización de normas voluntarias que se usan en las empresas para su mayor eficiencia y rentabilidad económica.

Tabla 24: Proceso productivo

FLUJOGRAMA DE PROCESO "ISO"									
Área: Producción.		Actividades:						Simbología	
		<i>Operaciones:</i> fases del proceso.							
Producto: Dulce artesanal "Cafela"		<i>Inspección y medición:</i> Verificación de cantidad o calidad.							
		<i>Operación e inspección:</i> Verificación del proceso o método.							
Producción: 156 dulces		<i>Transportación:</i> movimiento de material o equipo.							
		<i>Demora:</i> retraso en el desarrollo del proceso o método.							
		<i>Entrada de bienes:</i> material que ingresa al proceso.							
		<i>Almacenamiento:</i> depósito del producto.							
N°	Descripción								Duración (minutos)
2	Recepción de materia prima.								00:00:30
3	Inspección de materia prima.								00:00:40
4	Almacenamiento de materia prima.								00:01:00
5	Pesado de ingredientes.								00:05:00
6	Transporte al área de cocina.								00:00:20
7	Tostado de café.								00:35:00
8	Tostado de cacao.								00:20:00

9	Tostado de canela.	●							00:03:00
10	Procesamiento de los ingredientes de forma individual.	●							00:02:00
11	Rayado de atado de dulce.	●							00:02:00
12	Preparación de peroles.	●							00:00:40
13	Preparación del fogón.	●							00:10:00
14	Mezcla y cocción de los ingredientes.	●							00:40:00
15	Inspección de la mezcla.		●						-----
16	Transporte de la mezcla a los moldes.			●					00:03:00
17	Tiempo de enfriado.				●				00:40:00
18	Inspección de calidad.		●						00:02:00
19	Etiquetado, empacado y sellado.	●							00:25:00
20	Embalaje.	●							00:15:00
21	Almacenamiento del producto terminado.							●	00:04:00
Total de horas									03:28:43

Fuente: Equipo innovador

3.2 Proveedores y condiciones de compra de los equipos

“Productora Diriangén” establece criterios o bien parámetros que se deben de tomar en cuenta al momento de seleccionar los proveedores, entre ellos se encuentran, el buen servicio, la calidad del producto, garantía, precio, entre otros, esto con el fin de poder tomar la mejor decisión en lo que respecta a selección de proveedores, tanto de materia prima directa e indirecta como de maquinaria y materiales.

A continuación, se especifican los facilitadores de manera detallada, en donde se muestra el tipo de proveedor, dirección y condiciones de compra:

Tabla 25: Proveedores y condiciones de compra

Productora Diriangén			
Proveedores y condiciones de compra			
Proveedores de materia prima directa e indirecta			
Proveedor	Dirección	Teléfono	Condiciones
Abarrotería Jorge	Dentro del mercado municipal de Diriamba, Manuel de Jesús Rivera “La Mascota”	Número reservado	Pago al contado con buen servicio, este no incluye transporte.
Banco de insumos Duyas Mágicas	Reloj publico 1 cuadra al oeste 1 ½ al sur, Diriamba	(505) 2532-0378	Calidad en servicio y producto, con pago al contado.
Quesería Belén	De donde fue el Pali media cuadra al norte, Diriamba	Número reservado	Calidad de producto con pago al contado.
Quinta Santa Juana	4ta calle Barrio Santa Juana, Diriamba.	Número reservado	Calidad en producto lácteo e incluye transporte adicional.
Empaque Santo Domingo S.A	Semáforos del Mercado Mayoreo 300 metros al sur, contiguo a Tucsa, Managua.	(505) 2233-0000 (505) 2233 -0062	Su compra es de contado e incluyen transporte adicional.

Librería Real	Bancentro ½ cuadra al sur, Diriamba	(505) 2534-2784	Calidad en servicio y su pago es de contado.
Idearte Impresiones	Frente al centro comercial Gutiérrez, Diriamba.	(505) 2530-1799	50% en depósito realizando la orden de pedido y el resto se cancela una vez realizado el trabajo.

Proveedores de maquinaria

PREMET Nicaragua	Los Robles, de la plaza el sol, 180 mts al sur, Managua.	(505) 2252-4053 (505) 2278-1242	Su pago es de contado o con el 50% de depósito, y se cancela mediante un contrato, disponen de envío hasta el lugar de destino y ofrecen garantía del producto hasta por 3 años.
Construcciones “La Pocha”	De Disnorte Dissur, una cuadra al oeste, ½ al sur, Diriamba	(505) 5861-3455	La compra es de contado y ofrecen un servicio de calidad.
John May S.A	Km 3 Carretera Norte, contiguo a Gasolinera UNO Xolotlan, Managua.	(505) 2244-1501	La compra es de contado y ofrecen productos de calidad.

La Curacao, Nicaragua	Costado sur, parroquia Santiago, Jinotepe.	(505) 2532-3659	Compras al contado y al crédito, con envíos sin costo adicional.
Proveedores de materiales indirectos			
Industrias Torrez, Nicaragua	Frente de donde fue el Gadala María, Managua.	(505) 8273-2361	Compras al contado y ofrecen productos de calidad.
Equinox Nicaragua	Sabana Grande. Restaurante Gambei 1C abajo 2C al norte, Managua.	(505) 8516-8690	Compras al contado y ofrecen calidad en sus productos.
Polines Jehová Jireth	Pista el recreo, frente al instituto Benjamín Zeledón, Managua.	(505) 8534-1357	Ofrecen un buen servicio con compras al contado y transferencias, envíos con costo adicional.
Librería Real	Bancentro ½ cuadra al sur, Diriamba	(505) 2534-2784	Calidad en servicio y su pago es de contado.
Plásticos Romero	De la Academia de Santa María, una	(505) 8745-3283	Compras al contado, con envíos sin costo

	cuadra al este, Diriamba.		adicional, ubicado en un lugar céntrico.
Banco de insumos “Duyas Mágicas”	Reloj publico 1 cuadra al oeste 1 ½ al sur, Diriamba	(505) 2532-0378	Calidad en servicio y producto, con pago al contado.
Farmacia “Farma Ahorro”	Antiguo teatro González, 1 cuadra abajo, Diriamba	(505) 2533-0782	Brindan un servicio de calidad con compras al contado, además de ofrecer envíos sin costo adicional.
Comercial “Fabiola”	Bancentro 1 ½ cuadra al este, Jinotepe.	(505) 2532-2039	Calidad en servicio y su pago es de contado.
Supermercado “Pali”	Esquina Opuesta a la Kodak, Jinotepe.	(505) 2269–7288	Compra al contado, precios bajos y ubicación céntrica.

Fuente: Equipo innovador



3.3 Capital fijo y vida útil

El capital fijo es la pérdida o disminución en el valor material o funcional del activo fijo tangible, la cual se debe fundamentalmente al desgaste de la propiedad porque no se ha cubierto con las reparaciones o con los reemplazos adecuados. (Conogasi, 2018)

Al determinar el capital fijo del proyecto de emprendimiento es de suma importancia, debido a que este permite establecer las actividades a realizar, la maquinaria y materiales necesarios para la elaboración del dulce artesanal, además



el recurso humano necesario, con el fin de poder atender de la mejor manera posible el mercado de demanda, es por esto que se muestra lo siguiente:

Tabla 26: Capital fijo


Productora Diriangén					
Capital fijo					
Maquinaria de producción					
Cantidad	Descripción	Características	Dibujo de referencia	Costo unitario	Costo total
1	Balanza electrónica	<p>-Sensor para conocer el valor del peso que se deposita.</p> <p>-El valor se muestra en una pequeña pantalla LCD.</p>		C\$ 2,500.00	C\$ 2,500.00
1	Cocina de fogón	<p>-Calienta de manera artesanal.</p> <p>-Cuenta con dos fogones.</p>		C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00

1	Molino artesanal	<p>-Molino ajustable.</p> <p>-Posee una base sólida.</p>		C\$ 4,000.00	C\$ 4,000.00
1	Congelador	<p>-Ahorro de energía</p> <p>-Posee sistema Xpert Energy Saber</p> <p>-De 16 pies cúbicos.</p>		C\$ 9,000.00	C\$9,000.00
1	Selladora manual	<p>-Material metálico.</p> <p>-Largo de soldadura 200 mm.</p> <p>-Potencia de 300W</p> <p>-Peso de 2,4 kg.</p>		C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00
Total				C\$ 20,500.00	


Mobiliario de producción


2	Mesas de acero inoxidable	<p>-Hecho de acero inoxidable.</p> <p>-Posee un entrepaño.</p>		C\$ 3,700.00	C\$ 7,400.00
5	Polines o pallets	<p>-Almacena mercadería embalada.</p> <p>-Hecho de madera.</p> <p>-Tienen larga vida útil.</p>		C\$ 90.00	C\$ 450.00
Total				C\$ 7,850.00	





Herramientas y utensilios

1	Perol	<p>-Hechas de aluminio.</p> <p>-Indicadas exactamente para fogones y cocinas industriales.</p>		C\$2,300.00	C\$ 2,300.00
---	-------	--	--	-------------	--------------

2	Cucharas de madera	-Sirven para preparar y servir alimentos.		C\$80.00	C\$ 160.00
2	Cucharas soperas de metal	-Hechas de acero inoxidable. -Sirven para medir y mezclar ingredientes.		C\$ 100.00	C\$ 200.00
5	Panas de plástico	-Almacena alimentos o líquidos.		C\$30.00	C\$ 150.00
1	Caja de guantes	-Hechos de látex. -Desechables.		C\$250.00	C\$ 250.00

4	Gorro tejido para cocina	<p>-Red para el pelo.</p> <p>-Sombreros de protección.</p>		C\$80.00	C\$ 320.00
4	Delantal	<p>-Cubre el frente del cuerpo.</p> <p>- Se utiliza por razones higiénicas o para proteger la ropa contra el desgaste.</p>		C\$90.00	C\$ 360.00
1	Caja de mascarilla	<p>-Contiene 50 unidades.</p> <p>-Mascarillas quirúrgicas desechables.</p>		C\$ 150.00	C\$ 150.00

<p>1</p>	<p>Set de tazas y cucharas de medida</p>	<p>-Hechos de aluminio. -Sirven para medir ingredientes.</p>		<p>C\$ 120.00</p>	<p>C\$ 120.00</p>
<p>1</p>	<p>Rayador de aluminio</p>	<p>-Hechos de aluminio. -Raya los ingredientes de diferentes formas.</p>		<p>C\$100.00</p>	<p>C\$100.00</p>
<p>1</p>	<p>Set de cuchillos</p>	<p>-Sirven para cortar alimentos.</p>		<p>C\$100.00</p>	<p>C\$100.00</p>
<p>12</p>	<p>Sartenes de moldes redondos</p>	<p>-Hechos de plástico. -Sirven para moldear la mezcla.</p>		<p>C\$ 83.00</p>	<p>C\$ 996.00</p>

1	Escoba	-Palo de madera. -Es un utensilio de limpieza.		C\$ 45.00	C\$ 45.00
1	Papelera	-Sirve para almacenar basura		C\$ 80.00	C\$ 80.00
1	Pala	-Hecha de plástico. -Sirve para recoger basura.		C\$40.00	C\$40.00
1	Desinfectantes de limpieza	-Químicos para desinfectar el lugar y área de preparación del producto.		C\$ 70.00	C\$ 70.00
Total				C\$ 5,441.00	
Capital fijo				C\$ 33,791.00	

Fuente: Equipo innovador

Así mismo, se procede a realizar las respectivas depreciaciones de acuerdo al reglamento de la ley 822, ley de concertación tributaria, donde se establece la vida útil de los bienes, tomando como referencia el método de línea recta.

Tabla 27: Depreciaciones de la balanza electrónica

Balanza electrónica (Año 1, 2 y 3)			
Año	Cuota de depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libro
0	C\$ 2,500.00		
1	C\$ 750.00	C\$ 750.00	C\$ 1,750.00
2	C\$ 750.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,000.00
3	C\$ 750.00	C\$ 2,250.00	C\$ 250.00
Cuota de depreciación mensual			C\$ 20.8

Balanza electrónica (Año 4 y 5)			
Año	Cuota de depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libro
0	C\$ 2,600.00		
4	C\$ 1,170.00	C\$ 1,170.00	C\$ 1,430.00
5	C\$ 1,170.00	C\$ 2,340.00	C\$ 260.00
Cuota de depreciación mensual			C\$ 21.6

Fuente: Equipo innovador

Tabla 28: Depreciación de la cocina de fogón

Cocina de fogón			
Año	Cuota de depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libro
0	C\$ 2,000.00		
1	C\$ 360.00	C\$ 360.00	C\$ 1,640.00
2	C\$ 360.00	C\$ 720.00	C\$ 1,280.00
3	C\$ 360.00	C\$ 1,080.00	C\$ 920.00
4	C\$ 360.00	C\$ 1,410.00	C\$ 590.00
5	C\$ 360.00	C\$ 1,800.00	C\$ 200.00
Cuota de depreciación mensual			C\$ 16.6

Fuente: Equipo innovador

Tabla 29: Depreciación del molino artesanal

Molino artesanal			
Año	Cuota de depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libro
0	C\$ 4,000.00		
1	C\$ 720.00	C\$ 720.00	C\$ 3,280.00
2	C\$ 720.00	C\$ 1,440.00	C\$ 2,560.00
3	C\$ 720.00	C\$ 2,160.00	C\$ 1,840.00
4	C\$ 720.00	C\$ 2,880.00	C\$ 1,120.00
5	C\$ 720.00	C\$3,600.00	C\$ 400.00
Cuota de depreciación mensual			C\$ 33.3

Fuente: Equipo innovador

Tabla 30: Depreciación del congelador

Congelador			
Año	Cuota de depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libro
0	C\$ 9,000.00		
1	C\$ 1,620.00	C\$ 1,620.00	C\$ 7,380.00
2	C\$ 1,620.00	C\$ 3,240.00	C\$ 5,760.00
3	C\$ 1,620.00	C\$ 4,860.00	C\$ 4,140.00
4	C\$ 1,620.00	C\$ 6,480.00	C\$ 2,520.00
5	C\$ 1,620.00	C\$ 8,100.00	C\$ 900.00
Cuota de depreciación mensual			C\$ 75.00

Fuente: Equipo innovador

Tabla 31: Depreciación de la selladora manual

Selladora manual			
Año	Cuota de depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libro
0	C\$ 3,000.00		
1	C\$ 540.00	C\$ 540.00	C\$ 2,460.00
2	C\$ 540.00	C\$ 1,080.00	C\$ 1,920.00
3	C\$ 540.00	C\$ 1,620.00	C\$ 1,380.00
4	C\$ 540.00	C\$ 2,160.00	C\$ 840.00
5	C\$ 540.00	C\$ 2,700.00	C\$ 300.00
Cuota de depreciación mensual			C\$ 25.00

Fuente: Equipo innovador

Tabla 32: Depreciación de la mesa de acero inoxidable

Mesa de acero inoxidable			
Año	Cuota de depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libro
0	C\$ 3,700.00		
1	C\$ 666.00	C\$ 666.00	C\$ 3,034.00
2	C\$ 666.00	C\$ 1,332.00	C\$ 2,368.00
3	C\$ 666.00	C\$ 1,998.00	C\$ 1,702.00
4	C\$ 666.00	C\$ 2,664.00	C\$ 1,036.00
5	C\$ 666.00	C\$ 3,330.00	C\$ 370.00
Cuota de depreciación mensual			C\$ 30.8

Fuente: Equipo innovador

3.4 Capacidad planificada

“*Productora Diriangén*” determina su capacidad planificada tomando en cuenta factores tales como la disponibilidad de materia prima, además de la capacidad de la maquinaria a utilizar que se muestra en unidades por hora, así mismo, se presenta la capacidad de producción de la maquinaria, con proyecciones de producción diarias, semanales, mensuales y anuales, tal y como se muestra a continuación.

Tabla 33: Capacidad instalada de la maquina

Máquina	Capacidad
Fogón artesanal	62.5 und * Hora

Fuente: Equipo innovador

Tabla 34: Capacidad instalada proyectada

Cantidad del producto				
Especificaciones	Día	Semana	Mes	Año
62.5 und * Hora	500 und			
62.5 und * 8 horas de trabajo				
500 und * 6 días		3,000 und		
2500 und * 4 semanas			12,000 und	
10,000 und * 12 meses				144,000 und

Fuente: Equipo innovador

Los procesos de producción de Productora Diriangén se iniciarán utilizando el 75% de la capacidad instalada a utilizar, así mismo tomando como referente la demanda calculada en el estudio de mercado, se cubrirá el 43% de demanda insatisfecha. Es importante mencionar que este porcentaje aumentará, de acuerdo a los años de producción.

Es así, que la producción será detallada de la siguiente manera:

Tabla 35: Capacidad instalada proyectada

Capacidad de producción						
Descripción	Unidad / medida	%	Capacidad producción diaria	Capacidad producción semanal	Capacidad producción mensual	Capacidad producción anual
Dulce artesanal	Gramos		500	3,000	12,000	144,000
	Capacidad instalada	9%	45	270	1,080	12,960
	Demanda insatisfecha	10%	50	300	1,200	14,400

Fuente: Equipo innovador

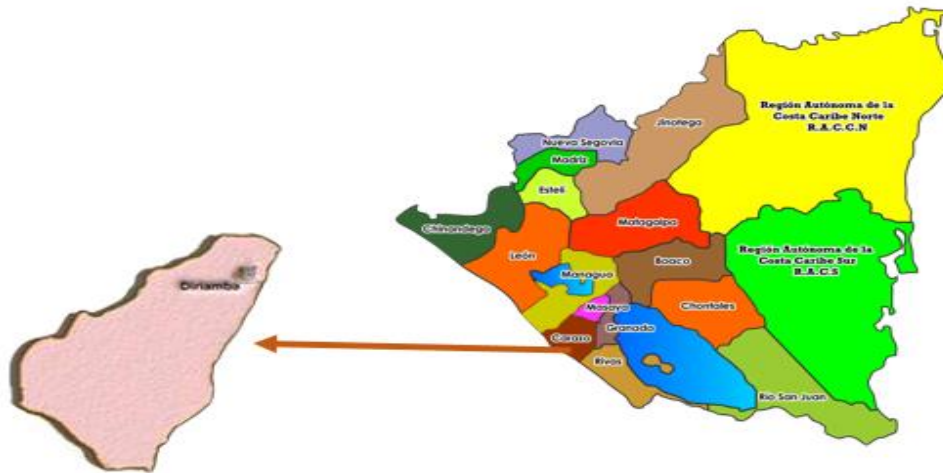
3.5 Ubicación y distribución física de la empresa

El objetivo de establecer la ubicación ideal del proyecto es que este contribuya con el logro de mayor rentabilidad y optimación de recursos. Para determinar la localización óptima de la “**Productora Diriangén**”, se realiza un estudio de macro localización y de micro localización presentado a continuación.

- Macro localización

Para conocer en qué ciudad estaría ubicada la “**Productora Diriangén**” se consideraron aspectos en dos municipios de Carazo, como lo son Diriamba y Jinotepe, lo cual se estableció que este estuviera situado en el municipio de Diriamba, departamento de Carazo.

Imagen 10: Macro localización



Fuente: Equipo innovador

El proyecto de innovación y emprendimiento, geográficamente está ubicado en la zona central de Diriamba, se escoge por ser poblado y poseer un alto movimiento económico como social, además que el local se encuentra situado sobre la carretera, la cual es muy transitada.

En cuanto a infraestructura vial Diriamba cuenta con buen flujo de transporte como moto-taxi y triciclos quienes facilitan a la ciudadanía el desplazamiento interno, además de facilitar el transporte vial de los proveedores, todas las vías se conectan con la carretera panamericana o carretera central.

Para los medios y costes de transporte se toma en cuenta la existencia de carreteras, ya que son importantes para la circulación del transporte terrestre, así determinando la distancia de kilómetros recorrido y sus costes.

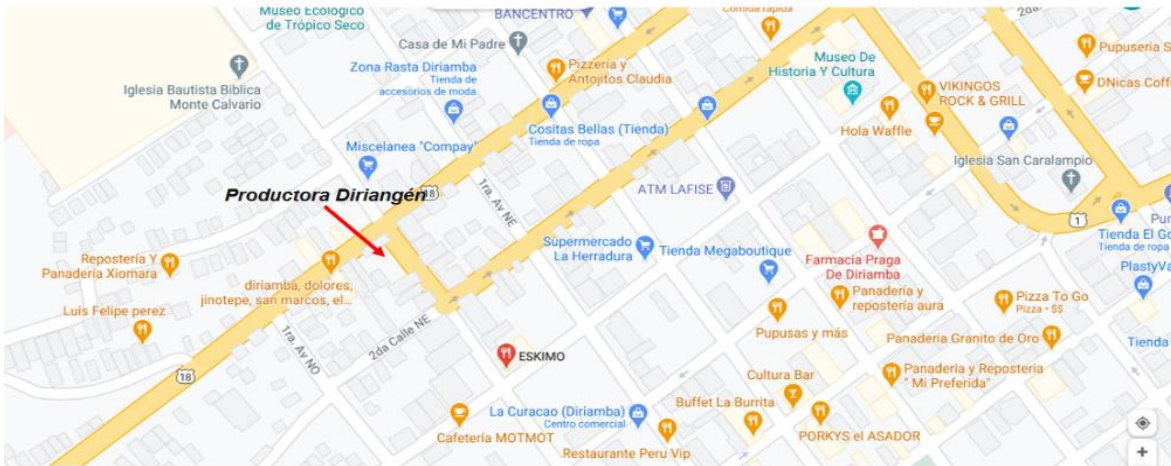
Con respecto a la seguridad de la ciudadanía, se puede llegar al establecimiento de manera segura, ya sea a pie o en vehículo, debido a que Diriamba es una localidad donde se puede transitar libremente, libre de peligro y sin problema.

- Micro localización

En cuanto al micro localización, se hace un análisis para llevar a cabo la selección que sea más adecuada al establecimiento, para esto se evalúan los siguientes parámetros:

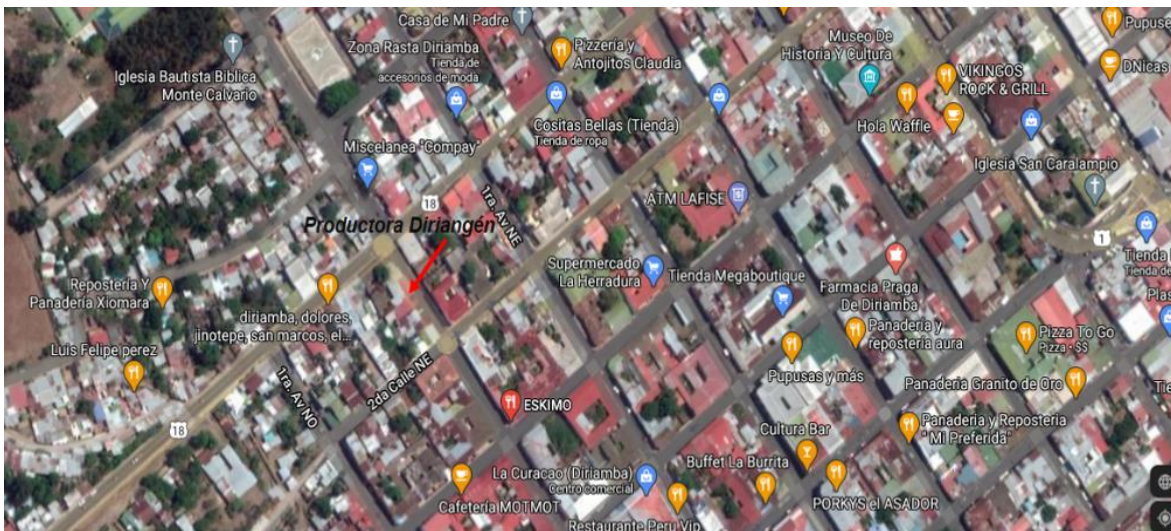
1. Energía eléctrica: Es principalmente importante dentro del establecimiento, ya que este es uno de los recursos más utilizados para el funcionamiento de las herramientas y maquinaria, que son fundamentales para la producción del producto, al mismo tiempo, es necesaria debido a que se utiliza para iluminar las diferentes áreas del local, además que sirve para el uso de las computadoras, conexiones entre otros.
2. Agua potable: con respecto a uno de los recursos más valiosos del mundo, como lo es la red de agua potable, se cuenta con este servicio desde las cuatro de la mañana, también con red de drenaje sanitario, la cual facilita las actividades y funciones del local.
3. Disponibilidad del terreno: este cuenta con la infraestructura y los servicios públicos necesarios, como lo son la electricidad, teléfono, agua potable, transporte terrestre, iglesias, centros de salud, escuelas, cementerios, bancos entre otros, es decir, que esto fue favorable para la productora, debido a que el sitio donde se sitúa este terreno es altamente estratégico y providencial para el mismo. Así pues, el lugar donde se comercializará el servicio del producto será como ya se ha mencionado, en el municipio de Diriamba, especialmente en la siguiente dirección: Heladería Eskimo, 1cuadra $\frac{1}{2}$ al norte.

Imagen 11: Mapa del municipio de Diriamba



Fuente: Google Maps

Imagen 12: Mapa satelital del municipio de Diriamba



Fuente: Google Maps

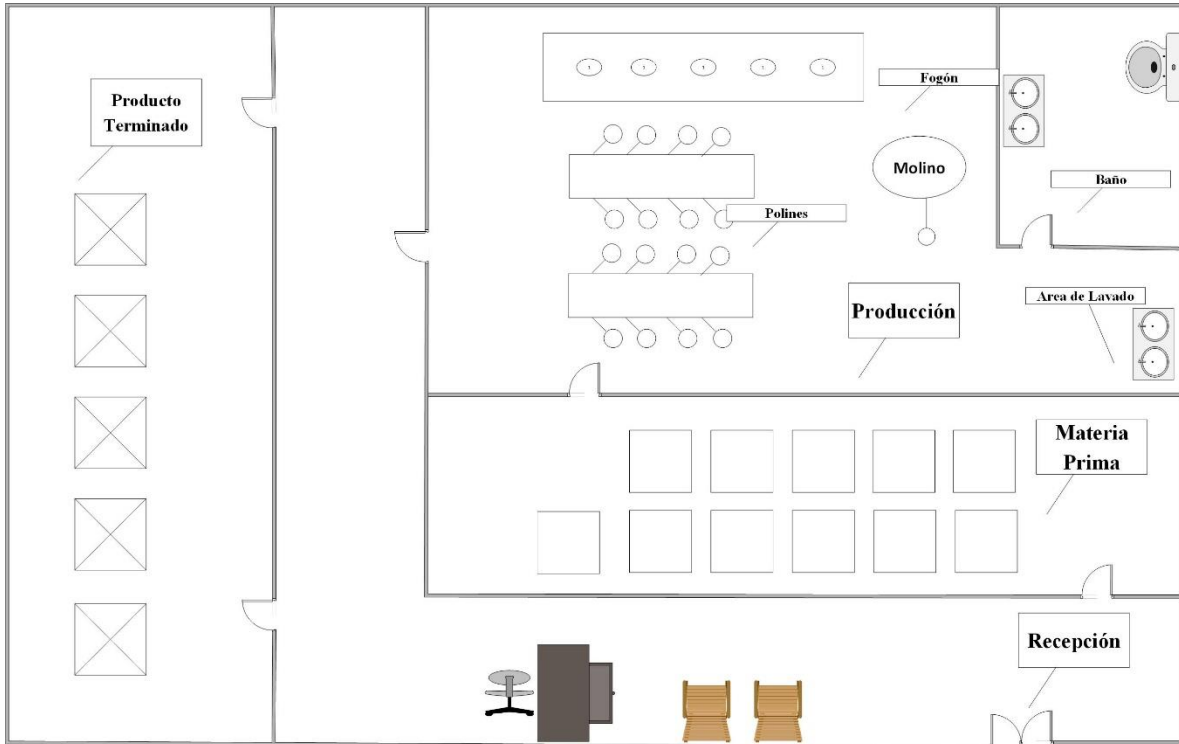
4. Seguridad: en relación con la seguridad, la zona es segura, por lo que no incide algún tipo de atentado contra la vida, sea física o mental de la persona, también se ubica cerca de la policía nacional, sede Diriamba.

- Distribución física de la empresa

La distribución de planta de oficina y producción de la microempresa **“Productora Diriangén”** estará localizada en el municipio de Diriamba, departamento de Carazo, ubicado en una de las calles centrales de Diriamba. El

siguiente grafico enfoca la repartición del espacio físico ocupado para todo el proceso que conlleva la producción del mismo.

Ilustración 15: Distribución física



Fuente: Equipo innovador

Este se conforma de la siguiente manera:

1. Un área de materia prima, la cual cuenta con dos vías de acceso, una que conecta el área de producción y otra que conecta el área de recepción, por donde será ingresada la materia prima, además que será de fácil acceso para poder transferir la materia prima a producción para realizar el producto.
2. De igual forma, consta con un área de producto terminado, con el objetivo de poder tener un espacio que preste las condiciones necesarias para que el producto después de haber sido elaborado, sea debidamente almacenado para su debida comercialización.
3. Posee un pequeño espacio de recepción, para que el cliente consulte o facture su pedido acerca del producto.

4. También cuenta con un área de limpieza, donde estará ubicado el servicio higiénico para uso de los trabajadores y un lavadero para el lavado de las herramientas que se utilizan para la elaboración del producto.
5. Y posteriormente, el área de producción, la cual posee mesas de polines, fogón y molino artesanal, donde se realiza el proceso productivo, hasta enviar el producto terminado a su área de almacenamiento. Estando listos para la distribución y comercialización del producto.

3.6 Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad

Según (Fabozzi, Adelberg, & Polimeni, 1997) los materiales o suministros son los elementos básicos que se transforman en productos terminados, a través de la mano de obra y de los costos indirectos de fabricación.

Para la elaboración del dulce artesanal se requiere de materia prima y de proveedores que nos suministren, en el caso de “**Productora Diriangén**”, cuenta con proveedores de materia prima locales, es decir, podrán abastecer a la microempresa en un periodo de tiempo corto e inmediato de los cuales la mayor parte se encuentra en el mercado municipal de Diriamba.

Se tiene materia prima básicamente todo el año, gracias a la naturaleza de materia lo que representa una ventaja para el negocio, sin embargo, existen inconvenientes de los cuales no tenemos control sobre ellos tales como, la posible alza del precio en un futuro, debido a que estos no son estáticos y sufren variaciones en el tiempo.

Con respecto a los ingredientes que se utilizan en el proceso de la elaboración del producto como lo son café, cacao, canela y atado de dulce, son productos perecederos 100% naturales, cada producto tiene la durabilidad suficientemente y para no tener problema a la hora de almacenarlo, este es guardado sobre polines para evitar el contacto con el concreto y evitar que se dañe la materia prima.

Es importante señalar, que se tendrá materia prima existente, con el fin de estar preparados ante cualquier demanda inesperada, dichas compras de materia prima se realizaran en un tiempo de 3 meses.

Para poder tener una idea más clara acerca de los materiales a utilizar se elabora la siguiente tabla con la descripción del ingrediente, el nombre del proveedor, la unidad de medida y su costo mensual.

Tabla 36: Materia prima, costo y disponibilidad

Productora Diriangén					
Materia prima necesaria costo y disponibilidad					
Materia prima directa					
Descripción	Proveedor	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Café	Abarrotería	Libras	10	C\$ 35.00	C\$ 350.00
Cacao	Jorge	Libras	3	C\$ 45.00	C\$ 135.50
Canela	Banco de insumos Duyas Mágicas	Libras	5	C\$ 180.00	C\$ 900.00
Atado de dulce	Abarrotería Jorge	Libras	39	C\$ 23.00	C\$ 897.00
Leche	Quinta Santa Juana	Litros	187	C\$ 20.00	C\$ 3,740.00
Mantequilla lavada	Quesería Belén	Libras	92	C\$ 50.00	C\$ 4,600.00
Total:				C\$ 10,622.50	
Material indirecto					
Bolsa de empaque de 24 Unidades	Librería real	Unidades	375.00	C\$ 1.00	C\$ 375.00

Envoltura	Duyas mágicas	Unidades	9,000	C\$ 0.05	C\$ 450.00
Etiqueta de empaque	Idearte impresiones	Unidades	375.00	C\$ 3.00	C\$ 1,125.00
Etiqueta de envoltura	Idearte impresiones	Unidades	9,000	C\$ 0.3	C\$ 2,700.00
Cajas de cartón	Empaque Santo Domingo S. A	Unidades	16	C\$ 5	C\$ 80.00
Total:				C\$ 4,730.00	
Costo total:				C\$ 15,352.50	

Fuente: Equipo innovador

Por otro lado, se implementa un formato con el cual podremos tener un mejor control de las salidas de insumo y cuanto queda en existencia, justificando el dinero invertido.

Tabla 37: Formato de control de materia prima

CONTROL DE MATERIA PRIMA N° _____					
Nombres _____			Fecha de salida: _____		
N°	Materia prima	Medida	Cantidad en almacén	Cantidad a ocupar	Cantidad restante
1	Café	Libras			
2	Cacao	Libras			
3	Canela	Libras			
4	Atado de dulce	Libras			
5	Leche	Litros			
6	Mantequilla lavada	Libras			

Firma del responsable

Fuente: Equipo innovador

3.7 Mano de obra, su costo y disponibilidad

La mano de obra es el esfuerzo físico o mental que se emplea en la elaboración de un producto, el costo de este, es el precio que se paga por emplear los recursos humanos. (Fabozzi, Adelberg, & Polimeni, 1997)

Es necesario contar con el recurso humano de calidad que mejoren la eficiencia y eficacia del proceso productivo de “**Productora Diriangén**”, y debido a que es un microempresa nueva en el mercado cuenta con 3 colaboradores, 1 encargado del área administrativa, financiera y de mercadeo, y 2 encargada del proceso productivo del dulce artesanal, es muy importante tener exactitud al momento de seleccionar a las personas que serán parte del proceso, pues estos serán encargados de desempeñar su función de la mejor manera posible, optimizando los recursos disponibles.

En la siguiente tabla se presenta de manera detallada los dos colaboradores del área de producción, los cuales están encargados del proceso de producción del producto, así también se refleja sus horas de trabajo a realizar y las habilidades necesarias para desempeñar dicho cargo, asimismo su salario mensual y anual.

Tabla 38: Mano de obra, costo y disponibilidad

Productora Diriangén					
Mano de obra Costo y disponibilidad					
Cargo	Cantidad de personas	Horas de trabajo	Habilidades	Salario mensual	Salario anual
Producción	2	8	Proactivo Eficiencia	C\$ 9,211.84	C\$110,542.08

			Eficacia Habilidades comunicativa s		
Total:				C\$ 9,211.84	C\$ 110,542.08

Fuente: Equipo innovador

3.8 Gastos generales de producción

Los costos de producción son la suma de los esfuerzos de los capitales invertidos en la formulación del producto, es por esto que se describen los gastos en los que se incurrirán para la elaboración y comercialización del dulce artesanal, para la primera producción mensual y anual, los cuales se muestran a continuación.

Tabla 39: Gastos generales de producción

Gastos generales de producción	
Materia prima	C\$ 10,622.00
Mano de obra directa	C\$ 11,191.18
Costos indirectos de fabricación	C\$ 14,813.57
Total	C\$ 36,626.75

Fuente: Equipo innovador

4. Plan de organización y gestión

El plan de organización y gestión tiene como propósito definir la forma que requiere la microempresa, con base en sus necesidades funcionales. Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la microempresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto, y la descripción de los procedimientos y reglamentos que regularán las actividades durante el período de operación. Mediante este estudio se concretan todos los aspectos concernientes a la nómina de personal y a la remuneración prevista para cada uno de los cargos.

4.1 Marco legal (forma jurídica).

“Productora Diriangén” es una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de dulces artesanales, este negocio estará sujeto a las normativas jurídicas, leyes y regulaciones constituidas por el gobierno nicaragüense las cuales se deberán cumplir para un excelente funcionamiento legal dentro del país.

Estará constituida como persona natural según la ley del país, principalmente por la factibilidad que ofrece al realizar sus trámites al tornarse un papeleo rápido y sencillo, se nombrara a Irene del Carmen Velásquez López para que solicite el número RUC ante la DGI a nombre de Productora Diriangén; también se inscribirá la declaración realizada ante el notario público donde se constituye como comerciante, ante el registro de la propiedad inmueble de Carazo, se realizara tramite de matrícula en la alcaldía municipal de Diriamba para tener el derecho de solvencia.

Según la ley de promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (645, 2008, pág. Arto 3), determina que la organización será categorizada como microempresa, debido que, a poseer 3 colaboradores dentro de su estructura organizacional, es por esto que se detalla la tabla que así lo indica.

Tabla 40: División de la MiPymes

Variables	Micro empresa	Pequeña empresa	Mediana
	Parámetros		
Número total de trabajadores	1-5	6-30	30-100
Activos totales (Córdobas)	Hasta 200.0 miles	Hasta 1.5 millones	Hasta 6.0 millones
Ventas totales anuales (Córdobas)	Hasta 1 millón	Hasta 9 millones	Hasta 40 millones

Fuente: Ley MIFIC

Por otro lado, estaremos adscritos por las leyes mencionadas y se procederá a inscribir a la microempresa como persona natural, ante las instituciones oportunas.

Ilustración 16: Instituciones



Fuente: Equipo innovador

De este modo se muestran las leyes, artículos y aspectos esenciales para poner en marcha la microempresa.

1) LEY N°. 645, Aprobada el 24 de enero del 2008

LEY DE PROMOCION Y FOMENTO Y DESARROLLO DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA.

Art. 3.- Finalidad de la Ley

Son fines primordiales de la Ley:

1. Establecer principios económicos rectores para el fomento de las MIPYME.
2. Instaurar un sistema de coordinación interinstitucional como un instrumento de apoyo a las políticas de desarrollo y fomento a las MIPYME, que armonice la gestión que efectúan las diversas entidades públicas y privadas.
3. Adoptar un instrumento legal de carácter general, que dé lugar a un proceso normativo del cual se deriven nuevos principios legales, reformas de los ya existentes cuando sea necesario, en aquellas áreas y sectores económicos considerados claves para el desarrollo de las MIPYME.
4. Instaurar un proceso educativo y formalización empresarial y asociativa, mediante la reducción de costos monetarios de transacción y la facilitación de procedimientos administrativos ágiles.
5. Promover la existencia de una oferta económica permanente de instrumentos y servicios empresariales de promoción y desarrollo a las MIPYME.
6. Ampliar de manera efectiva, en el ámbito nacional, la implementación de las políticas de fomento a la MIPYME, mediante la incorporación del Gobierno Central, Gobiernos de las Regiones Autónomas y Municipios, a las acciones conjuntas de que se trate.

Cabe mencionar que esta ley, ha sido de gran importancia para todas aquellas personas emprendedoras con espíritu de salir adelante y ayudar al país a tener una buena estabilidad económica muy estable debido a que cuenta con diversos beneficios tales como: programas de apoyos, incentivos fiscales y sobre todo realizar sus trámites a través de la unidad de gestión ambiental del MIFIC de una forma eficaz, segura y sin ningún costo.

2) REGISTRO DE MATRÍCULA DEL NEGOCIO, ALCALDIA

También se debe completar el registro para la matrícula del negocio ante la Alcaldía correspondiente a la ubicación de la empresa (Diriamba, Carazo) tomando en cuenta los siguientes requisitos ya sea para persona natural/ Persona Jurídica:

1. Fotocopia de Cédula RUC y/o Cédula de Identidad del Contribuyente.
2. Carta Poder (Si actúa en representación del Contribuyente)
3. Fotocopia de Cédula de Identidad del Representante Legal o de la persona autorizada para realizar el trámite.
4. Fotocopia de la primera página de la Inscripción de los Libros Diarios y Mayor
5. Permiso y/o Constancia de la Policía Nacional y de la Dirección General de Medio Ambiente y Urbanismo, cuando el caso lo amerite.
6. Copia de las primeras páginas de los Libros Contables Diario y Mayor debidamente inscrito ante el Registro Mercantil del departamento de Managua. Si la Contabilidad la llevará de forma automatizada, deberá presentar la autorización de dicho programa por parte de la DGI.
7. Anticipo de Matrícula (posteriormente será acreditado al efectuarse la matrícula definitiva).
8. Copia de la última página del Acta de Constituyente de la sociedad.

3) LEY N°. 380, Aprobada el 14 de febrero del 2001

LEY DE LA MARCA Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS

La solicitud de Registro de una Marca, Nombre Comercial, Emblema o Señal de Propaganda y cualquier otra solicitud, se presenta ante la Secretaría del Registro de la Propiedad Intelectual, en el Formulario correspondiente, todo de conformidad con el Artículo 9 de la Ley 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos:

Este formulario debe incluir:

1. Nombre y dirección del solicitante

2. Lugar de Constitución de domicilio del solicitante, cuando fuese una persona jurídica.
3. Nombre del representante legal cuando fuese el caso.
4. Nombre y dirección del Apoderado en el país, cuando se hubiera designado.
5. Denominación de la Marca o Nombre Comercial, cuyo registro se solicita, si fuese denominativa sin grafía, forma ni color especial.
6. Etiquetas con la reproducción de la marca, emblema o Señal de Publicidad, cuando tuviera grafía, forma o colores especiales, o fuese figurativa, mixta o tridimensional con o sin color.
7. Señalar si el interesado reivindica derecho de prioridad.
8. Una lista de productos o servicios para los cuales se desea registrar la marca, agrupados por clases conforme a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios. En caso de ser Nombre Comercial o Emblema el giro de actividades de la Empresa o Establecimiento Comercial.
9. La firma del solicitante o de su apoderado.

Examen de forma: Consiste en la revisión de la solicitud de registro de marca, que cumpla con todos los requisitos establecidos en los Artículos 10 y 11 de la Ley 380, Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos. En caso de observarse alguna omisión o deficiencia, se notificará al solicitante dándole un plazo de dos meses para efectuar la corrección, bajo apercibimiento de considerarse abandonada de pleno derecho la solicitud y archivarse de oficio.

Examen de fondo: Consiste en verificar que la marca no infrinja ninguna de las prohibiciones contenidas en el artículo 7 e Incisos a), b), y d) del artículo 8 de la Ley 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, por existir ya otorgado algún Registro concedido o solicitado anteriormente en el país, a favor de otro Titular. Esta verificación se realiza con el auxilio del Sistema Informático y Base de Datos de Marcas concedidas o en trámite de concesión con que cuenta el Registro de la Propiedad Intelectual.

Emisión de certificado: En este certificado se hace contar la titularidad y vigencia de la marca registrada, el que se publicará en la Gaceta Diario Oficial o en el medio de publicación oficial del Registro de la Propiedad Intelectual, el Certificado debe contener, entre otros, lo siguiente:

1. El número de Registro de la Marca, Nombre Comercial, Emblema o Señal de Publicidad.
2. La fecha de la Resolución por la cual se concedió el Registro.
3. La fecha de Vencimiento del Registro de la Marca, que se determinará a partir de la fecha de resolución por la cual se concedió el Registro de Marca.
4. El nombre y la dirección del titular
5. El lugar de constitución y domicilio del titular, cuando fuese una persona jurídica, así como el nombre del apoderado en el país, cuando lo hubiera.
6. El número y la fecha de la solicitud de Registro de Marca, Nombre Comercial, Emblema o Señal de Publicidad.
7. La marca registrada cuando fuese denominativa, sin grafía, forma ni colores especiales.
8. Reproducción de la marca registrada cuando fuese denominativa con grafía, forma, colores especiales, figurativa, mixta, tridimensional, con o sin color.
9. La lista de los productos y servicios para los cuales se usa o se usara la marca, agrupados por clases conforme a la Clasificación internacional de Productos y Servicios, con indicación del número de cada clase.
10. La fecha de inscripción de la marca en el Registro respectivo y la firma autógrafa del Registrador o del Registrador Suplente en su caso, del secretario, el sello del Registro y Timbres de Ley.

Esta ley tiene su objetivo de instituir la disposición que regula la protección de la marca y otros signos distintivos. así mismo la ley le garantiza al propietario de la

marca, a que esta no sea clonada por cualquier producto o empresa, si no ser el único original en su marca el cual lo hará diferente.

4) LEY N°. 354, Aprobada el 1 de junio del 2000

LEY DE PATENTES DE INVENCION, MODELO DE UTILIDAD Y DISEÑOS INDUSTRIALES.

Artículo 1.- Objeto de la Ley. La presente Ley tiene como objeto, establecer las disposiciones jurídicas para la protección de las invenciones; los dibujos y modelos de utilidad, los diseños industriales, los secretos empresariales y la prevención de actos que constituyan competencia desleal.

Artículo 14.- Derecho a la patente: El derecho a la patente pertenecerá al inventor, sin perjuicio en lo establecido en los Artículos 15 y 16 de la presente ley. Si la invención se hubiese realizado por dos o más personas conjuntamente, el derecho de obtener la patente les pertenece en común. El derecho a la patente podrá ser cedido en las formas reconocidas por la presente ley.

5) LEY N° 539, Aprobada el 12 de mayo del 2005

LEY DE SEGURIDAD.

El objetivo de la presente ley establecer el sistema del seguro social en el marco de la constitución política de la república para regular y desarrollar los derechos y deberes recíprocos del estado y los ciudadanos, para la protección de los trabajadores y sus familias frente a la contingencia sociales de vida y del trabajo. El seguro social es el conjunto de instituciones, recursos, normas y procedimiento con fundamentos de solidaridad y en la responsabilidad personal y social.

Arto 3 El instituto nicaragüense de seguridad social, sucesor si solución de continuidad con el anterior instituto nicaragüense de seguridad social, es el órgano competente para aplicar, administrar, implementar y evaluar el cumplimiento de la presente ley y de las normas de que ellas se derivan; así como elaborar, aprobar,

aplicar, supervisar y evaluar normas técnicas, formular políticas, planes, proyecto, manuales e instructivos que sean necesario para su aplicación.

6) LEY N° 618, Aprobada el 19 de abril del 2017

LEY DE HIGIENE Y SEGURIDAD DEL TRABAJO.

Objetivo de la ley.

Arto.1 La presente ley es de orden público, tiene por objeto establecer el conjunto de disposiciones mínimas que, en materia de higiene y seguridad del trabajo, el estado, los empleadores y los trabajadores y los trabajadores deberán desarrollar en los centros de trabajos, mediante la promoción, intervención, vigilancia y establecimiento de acciones para proteger a los trabajadores en el desempeño de sus labores.

7) Código de barra.

El instituto nicaragüense de codificación (INC) ubicada en la cámara de industria de Nicaragua (candin), plaza España, rotonda el Güegüense, 300 metros al sur.

Requisitos para obtener el código de barra.

- 1) Obtener la hoja de solicitud en el INC
- 2) Entregarla llena y firmada por el representante legal de la empresa
- 3) Presentar copia del número RUC de la empresa (si lo tiene)
- 4) Cancelar US\$500 o su equivalente en córdobas si va a codificar más de 15 producto (Las pequeñas industrias que codifiquen menos, deberá cancelar US\$25 por cada uno)
- 5) Al cancelar pueden hacerlo con cheque, siempre que este se emita a nombre del instituto nicaragüense de codificación y/o EAN Nicaragua.
- 6) Llevar el listado de todos los productos de su empresa.

De entregar todo lo requerido, el mismo día en menos de una hora se le entrega el código, para cada uno de sus productos. Posteriormente, tiene que imprimir las

etiquetas, el valor de esta es de US\$8 por millar en el INC. El proceso es fácil y rápido.

El código es de uso, únicamente, de quien lo solicite, no puede ser transferido, ya que al ser solicitado se asume sobre la calidad de determinado producto. Cualquier alteración a las características antes definidas pueden significar las suspensiones.

Condiciones de membresía

La base técnica de referencias se encuentra contenidas en el manual de normas de codificación TAN/UPC. Adicionalmente a las bases mencionadas en los manuales anteriores se deberá observar las siguientes:

1. En el caso de la empresa que necesite código, el código de barras del productor que se le asigne será INTRANSFERIBLE, por lo que será responsable de su manejo y control respectivo. GS1 Nicaragua y/o Instituto nicaragüense de codificación cobrará, a cada una de las empresas que participen en el sistema de codificación una cuota anual de membresía. Las cuotas de asignación del código de barras y membresías se determinarán de acuerdo a las tarifas que se encuentren en vigor a la fecha que se realiza su pago.
2. El solicitante acepta, que el incumplimiento de su parte en cualquiera de las bases aquí consignadas dará derechos a GS1 Nicaragua y/o instituto nicaragüense de codificación (INC) a cancelar su membresía y a reasignar el código del productor que se viera asignado. El miembro que incumpla lo convenido, será civilmente corresponsable de los gastos, daños y perjuicios que ocasione a GS1 Nicaragua y/o instituto nicaragüense de codificación (INC) y a terceros.
3. En caso de que el solicitante haga cualquier tipo de cambio en su empresa, deberá notificarlo inmediatamente a GS1 Nicaragua y/o instituto nicaragüense de codificación (INC), para ser registrado y tomado en cuenta que en las relaciones comerciales mutuas que existen.

GS1 Nicaragua / (INC) no se hace responsable por cualquier inconveniente problema o situación derivada del mal uso del código de barras por parte del productor.

8) LEY N 26842, Ley general de salud, 20-07-97, Artículo 91 y 92.

El registro sanitario se otorga por producto o grupos de productos y fabricante, se considera grupos de productos aquellos laborados por fabricante que tiene la misma composición cualitativa de ingredientes básicos que identifica al grupo y al que comparte los mismos aditivos complementarios.

La licencia sanitaria es la autorización para operar un establecimiento donde se producen alimentos procesados, o donde se almacenan dichos alimentos, extendida por ministerio de salud a través del **SILAIS**.

Requisitos para otorgamiento y renovación de licencia sanitaria

1. Solicitud
2. Autorización
3. Requisito en materia ambiental
4. Croquis y distribución de practica
5. Constitución legal de la empresa
6. Lista de productos
7. Cumplir con las BPM
8. Pago de arancel
9. Licencia sanitaria

Mecanismo.

- 1) Presentar la solicitud en el centro de salud/SILAIS No será recibida, si no se acompaña de toda la documentación requerida.
- 2) La autoridad sanitaria revisa la documentación y verifica su cumplimiento.

- 3) La autoridad sanitaria procede a realizar la inspección para verificar el cumplimiento de la BPN, Cabe mencionar que si la fábrica o bodega cambia de ubicación deberá solicitar nuevamente la licencia sanitaria. Cuando la bodega está ubicada dentro de la fábrica no se requerirá licencia sanitaria adicional, esta tendrá una vigencia de 2 años a partir de su fecha de emisión.

9) Ministerio de salud (MINSa)

El registro sanitario es un acto administrativo mediante el cual el MINSa evalúa Y certifica un alimento procesado, conforme las normas y reglamentos de inocuidad alimentaria.

Requisitos para registro sanitario.

1. Por tipo de producto C\$50

500 gramos (sólido)

1 litro (líquido)

2. Por producto C\$500

Productos importados, debidamente autenticado

Mecanismo

1. Presentar requisitos establecidos.
2. La autoridad sanitaria revisa la documentación y verifica su cumplimiento.
3. La autoridad sanitaria ingresa los expedientes.
4. Remisión de muestras al laboratorio para análisis.
5. Evaluación de documental y de análisis de alimento o bebidas.

Requisitos y costos detallados para Alimentos y Bebidas nacionales e importadas.

1. Llenar solicitud de Registro Sanitario para Alimentos C\$ 50.00

2. Copia de la Licencia Sanitaria vigente de la empresa, extendida por el Centro de Salud o SILAIS correspondiente.
3. Comprar formulario Costo C\$ 30.00
4. Anexar Ficha Técnica del producto que desea registrar.
5. Certificado de Libre Venta Original, extendido por las Autoridades Sanitarias del país de origen, para productos importados.
6. Tres (3) muestras de alimentos de 500 gramos cada una para el caso de Sólidos o tres (3) muestras de un litro cada una en el caso de líquidos del alimento o bebida que desea registrar.
7. Pago de los aranceles por análisis, estos deberán ser cancelados al momento de presentar las muestras en el Laboratorio.
8. Dos (2) ejemplares de las etiquetas de productos que ya están en el mercado o proyectos de etiquetas, para productos nuevos. Si están en idioma diferente al idioma oficial (español), anexar la etiqueta que se utilizará en español, esta deberá contener la siguiente información:
 1. Nombre del producto, listado de ingredientes, nombre del fabricante y b. Distribuidor, número de registro sanitario, fecha de vencimiento y cuando sea necesario las instrucciones de uso.
 2. Orden de pago del registro sanitario C\$ 500.00

Pago de Aranceles por el Certificado de Registro Sanitario • C\$ 1,500.00
(Quinientos córdobas netos).

NOTA: Todos los documentos deben presentarse debidamente archivados, en un fólder por cada solicitud. Esta tendrá vigencia de 5 años a partir de su emisión.

4.2 Estructura de la organización.

Como parte de los lineamientos organizacionales de la microempresa y con el objetivo de darle una identidad empresarial a la “**Productora Diriangén**” que lo diferencie de la competencia, se elabora un plan estratégico que constará de la siguiente información:

Misión de “Productora Diriangén”

Elaborar y comercializar productos artesanales de la más alta calidad, con ingredientes naturales que satisfagan las expectativas de los consumidores.

Visión de “Productora Diriangén”

Ser líderes en el mercado de productos artesanales, logrando posicionar la marca a nivel local y nacional, desarrollando mejoras en el proceso productivo, lo que permitirá incrementar la productividad y competitividad.

Valores de “Productora Diriangén”

1. Disciplina.
2. Pro actividad.
3. Perseverancia.
4. Responsabilidad.
5. Honestidad.
6. Competitividad.

Políticas de “Productora Diriangén”

1. Estar 10 minutos antes de su hora de entrada.
2. Mantener el aseo y limpieza tanto del personal, como de la microempresa.
3. Evitar el uso de celulares en horas laborales (a menos que sea necesario).
4. Brindar un servicio y atención al cliente de calidad.
5. El trato, tanto al personal, como a los clientes debe ser con respeto y tolerancia.
6. Practicar de manera constante el compañerismo.
7. Disposición al cambio.

Objetivos de “**Productora Diriangén**”

1. Ofrecer a los consumidores, un producto nutritivo y de excelente sabor.
2. Promocionar a la Productora Diriangén a nivel departamental y nacional a través de las distintas redes sociales.
3. Incrementar las ventas y el margen de utilidades para el crecimiento y posicionamiento de la microempresa.
4. Cumplir con los estándares y requerimientos de calidad en la elaboración del producto.

El organigrama es un gráfico que representa la estructura formal de una agrupación, en el cual se visualizan las líneas de autoridad, de responsabilidad, los diferentes cargos, las unidades departamentales, entre otras, además, si es una estructura plana o una estructura alta. (Chiavenato, 2011)

Con relación a lo anterior, se muestra la estructura organizacional del organigrama funcional de tipo vertical de la microempresa “**Productora Diriangén**”, el cual está basado en los cargos de la entidad, como también en la estructura jerárquica del negocio, asimismo en agilizar los procesos y hacer visible cada uno de los cargos.

Tabla 41: División de cargos

Nombre del cargo	N° de personas
1. Administrador	1
2. Responsable de producción	1
3. Operarios	1
Total, de personas	3 personas

Fuente: Equipo innovador

Ilustración 17: Organigrama



Fuente: Equipo innovador

4.3 Ficha de cargo

Las fichas de cargo se refieren a las tareas, los deberes y las responsabilidades del cargo, en tanto que el análisis del cargo se ocupa de los requisitos que el aspirante necesita cumplir. Por tanto, los cargos se proveen de acuerdo con esas descripciones y análisis. El ocupante del cargo debe tener características compatibles con las especificaciones del cargo y el papel que deberá desempeñar es el contenido del cargo registrado en la descripción. Es necesario que se analicen y se describan los cargos, para conocer su contenido y sus especificaciones, con el fin de poder administrar los recursos humanos empleados en ellos. (Chiavenato, 2011)

Es así que se presentan las fichas de cargo, donde se muestran las funciones y los cargos de los empleados de la microempresa **“Productora Diriangén”**.

En la siguiente ficha se muestra el cargo del puesto del responsable de administración de la microempresa, el cual realizará diversas funciones, ya que es una pequeña empresa en crecimiento.

Tabla 42: Ficha del cargo del administrador

Fichas de cargo	
Ficha: N° 1	Código de cargo: 001
Puesto: Administrador	
Unidad: Administración	
Depende de: Propietario	
N° de plazas: 1	
Objetivos del cargo	
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener la dirección de la sucursal o departamento en todas las áreas. • Mantener el flujo de información a las jefaturas y a sus subalternos. • Controla, ejecuta, maneja, analiza, comunica, vincula, planifica, lidera, negocia, motiva y toma decisiones. 	
Funciones del cargo	
<ol style="list-style-type: none"> 1) Realizar los reportes de asistencia del personal a cargo. 2) Realizar los cambios necesarios para cubrir al personal libre, en caso de ser necesario. 3) Realizar el análisis de los resultados diarios, semanales y mensuales de la sucursal. 4) Realizar reuniones informativas y motivacionales con su personal a cargo. 5) Cubrir los diferentes puestos de la sucursal ante una posible ausencia. 6) Controlar los costos y los egresos de la microempresa, realizando los informes correspondientes. 7) Llevar el control y el manejo de la Caja Chica. 8) Supervisar y reentrenar a su personal a cargo de forma periódica para velar por el buen funcionamiento de la microempresa. 9) Realizar el pago a proveedores y llevar el control de la entrada de productos o suministros al inventario. 	

- 10) Elaborar los reportes de cierres diarios de la operación.
- 11) Realizar los cuadros de rentabilidad de los productos y de los descuentos.
- 12) Conseguir nuevos clientes.
- 13) Publicita y promociona la venta, distribuirla en los mercados más competitivos, servicio al cliente y es una figura apoyo que ofrece una ventaja competitiva en el mercado.
- 14) toma acciones estratégicas en cuanto a lograr los objetivos propuestos, en cuanto a producto, ya sea por distribución, comercialización, calidad y precios.
- 15) Promociona el producto mediante las redes sociales.

Requisitos del cargo:

1. Licenciaturas en administración de empresas, negocios o carreras afines.
2. Manejo de programas de computación.
3. Récord de policía.
4. Cartas de recomendación.
5. Certificado de salud.
6. Curriculum vitae.
7. Fotocopia de cedula.

Experiencia:

1. Mínima de 2 años.

Conocimientos:

1. Manejo de paquete office.
2. Conocimientos en contabilidad.
3. Conocimientos en control de inventarios.
4. Habilidades numéricas.

Competencias requeridas:

1. Excelente comunicación con el personal.
2. Capacidad para trabajar bajo presión.
3. Iniciativas y estrategias para resolución de problemas.
4. Liderazgo.
5. Compromiso.
6. Responsabilidad.

7. Formación de valores.	
<hr/> Revisado	<hr/> Autorizado

Fuente: Equipo innovador

Asimismo, se muestra la ficha de cargo del responsable de producción, donde se le fijan funciones y se solicitan requerimientos para poder elaborar y supervisar los procesos productivos.

Tabla 43: Ficha de cargo del responsable de producción

Ficha de cargo	
Ficha: N° 2	Código de cargo: 002
Puesto: Responsable de producción	
Unidad: Producción	
Depende de: Administrador	
N° de plazas: 1	
Objetivos del cargo	
<ul style="list-style-type: none"> • Encargado de la gestión técnica, supervisión y control de los procesos de producción industrial para asegurar que funcionan de manera fiable y eficaz. • Planifica y prepara la operativa necesaria en un proceso productivo, ya que organiza y hace el seguimiento de la manufactura para que se determine la carga de trabajo de los diversos medios de producción. 	
Funciones del cargo	

- 1) Garantizar los materiales para la producción del dulce artesanal, para lo cual debe comprobar que se dispone de todo el material para la producción diaria o semanal.
- 2) Supervisar los planes de producción diarios o semanales.
- 3) Gestionar los recursos y los procesos de producción con la finalidad de garantizar el buen funcionamiento de la línea de producción.
- 4) Resolver y hacer frente a los problemas diarios, como problemas de calidad, producciones desequilibradas, planificaciones superiores o inferiores a capacidades productivas, averías de la maquinaria.
- 5) Velar por la calidad de la producción.
- 6) Supervisar y cooperar en toda la transformación de la materia prima y material de empaque en producto terminado
- 7) Coordinar con el departamento de mantenimiento las revisiones y reparaciones de las maquinarias.
- 8) Supervisar la calidad de la materia prima que ingresa y la buena manipulación de la existente.
- 9) Solicitar el material de producción a bodega.
- 10) Velar porque se cumplan las medidas de seguridad.
- 11) Promover los incentivos de producción a los empleados.
- 12) Elaborar los reportes de funciones e incidencias.
- 13) Supervisar el desperdicio de materia prima.

Requisitos del cargo:

1. Licenciatura en ciencias administrativas.
2. Récord de policía.
3. Cartas de recomendación.
4. Certificado de salud.
5. Curriculum vitae.
6. Fotocopia de cedula.

Experiencia:

1. Mínima de 2 años.

Conocimientos:

1. Conocimientos en los esquemas de producción.

	2. Manejo de personal operativo. 3. Conocimientos básicos en leyes (Normas ISO).
Competencias requeridas: Excelente comunicación con el personal. Iniciativas y estrategias para resolución de problemas. Liderazgo. Compromiso. Responsabilidad. Persona proactiva. Formación de valores.	
<hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> <div style="display: flex; justify-content: space-around; width: 100%;"> Revisado Autorizado </div>	

Fuente: Equipo innovador

También se presenta la ficha de cargo de los operarios, donde realiza la función de elaborar el proceso productivo, hasta tener el producto terminado.

Tabla 44: Ficha de cargo del operario

Ficha de cargo	
Ficha: N° 3	Código de cargo: 003
Puesto: Operario	
Unidad: Producción	
Depende de: Administrador	
N° de plazas: 1	
Objetivos del cargo	
<ul style="list-style-type: none"> Mantener el buen funcionamiento de la línea de producción diaria de la empresa, además de realizar la transformación del producto. 	

Funciones del cargo	
1) Realizar las asignaciones otorgadas dentro de la cadena de producción. 2) Recibe la materia prima. 3) Pesa los ingredientes del producto. 4) Realiza el proceso productivo del producto de dulces artesanales. 4) Revisa la calidad del producto que se está elaborando y detectar los errores antes de finalizar el producto. 5) Empaca y sella el producto. 5) Revisar diariamente que el equipo y materiales que utiliza se encuentren en buen estado. Reportar cualquier defecto o problema inmediatamente. 6) Encargarse de los desechos de materiales utilizados durante el turno depositándolos donde corresponda. 7) Realiza el embalaje del producto y lo lleva a almacén. 7) Controlar y revisar las medidas de seguridad e higiene de la planta de trabajo.	
Requisitos del cargo: Técnico. Récord de policía. Cartas de recomendación. Certificado de salud. Curriculum vitae. Fotocopia de cedula.	
Experiencia: 1. Mínima de 1 año.	Conocimientos: 1. Manejo de maquinaria de producción. 2. Conocimiento en producción de productos comestibles.
Competencias requeridas: Excelente comunicación con el personal. Liderazgo.	

Compromiso. Responsabilidad. Capacidad de trabajo bajo presión. Disponibilidad de trabajo Licencia de conducir.	
_____ Revisado	_____ Autorizado

Fuente: Equipo innovador

4.4 Actividades y gastos preliminares

Las actividades y gastos preliminares comprenden los procesos que son necesarios realizar al inicio de las operaciones de **“Productora Diriangén”**, de las cuales se describen las siguientes:

Tabla 45: Gastos preliminares

Productora Diriangén Actividades y gastos preliminares	
Actividad	Costo total
Registro mercantil	C\$ 1,434.82
Alcaldía municipal:	
Formulario de solicitud	C\$ 17.00
Tramitación de la matricula	C\$ 260.00
Constancia de matricula	C\$ 5.00
Dirección general de ingresos (DGI)	C\$ 200.00
Instituto de seguridad social (INSS).	C\$ 10.00
Ministerio de salud (MINSA):	
Solicitud de registro sanitario para alimentos	C\$ 20.00
Certificado de registro sanitario	C\$ 50.00

Ministerio de Fomento, Industria y Comercio	
MIFIC	
Registro de marca	C\$ 3,216.00
Total	C\$ 5,212.82

Fuente: Equipo innovador

4.5 Equipos de oficina

El equipo se refiere al conjunto de equipamientos físicos o muebles destinados a facilitar y posibilitar la realización de actividades habituales de una empresa, por otra parte, la oficina es el local destinado a algún trabajo, este puede tener distintas formas de organización y de distribución del espacio de acuerdo a la cantidad de trabajadores y a su función.

El mobiliario y equipo, que se obtiene para la oficina puede influenciar en el funcionamiento de la microempresa, esto debido a que garantiza el orden de los recursos, como también la activación correcta de los documentos de soporte, tanto de manera digital como física.

“**Productora Diriangén**” posee un área de oficina, la cual es de administración para su funcionamiento eficiente y eficaz, está cuenta con equipo de oficina que facilita cada actividad.

Tabla 46: Equipo de oficina

Productora Diriangén			
Equipo de oficina			
Equipo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Mobiliario de oficina			
Escritorio	1	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00
Sillas de escritorio	2	C\$ 600.00	C\$ 1,200.00
Equipo de computo			
Computadora	1	C\$ 9,000.00	C\$ 9,000.00
Impresora	1	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00
Papelería			

Rema de papel blanca	1	C\$ 110.00	C\$ 110.00
Fólderes	12	C\$ 3.00	C\$ 36.00
Agenda	1	C\$ 70.00	C\$ 70.00
Útiles			
Lapiceros	4	C\$ 5.00	C\$ 20.00
Resaltador	4	C\$ 8.00	C\$ 32.00
Marcador	4	C\$ 10.00	C\$ 40.00
Tijera	2	C\$ 25.00	C\$ 50.00
Regla	2	C\$ 12.00	C\$ 24.00
Corrector	2	C\$ 15.00	C\$ 30.00
Engrapadora	2	C\$ 60.00	C\$ 120.00
Saca grapas	2	C\$ 45.00	C\$ 90.00
Grapas	2	C\$ 12.00	C\$ 24.00
Total			C\$ 13,246.00

Fuente: Equipo innovador

Por otro lado, se presentan las depreciaciones de los equipos de oficina administrativa.

Tabla 47: Depreciación de escritorio (administración)

Escritorio			
Año	Cuota de depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libro
0	C\$ 1,200.00		
1	C\$ 216.00	C\$ 216.00	C\$ 984.00
2	C\$ 216.00	C\$ 432.00	C\$ 768.00
3	C\$ 216.00	C\$ 648.00	C\$ 552.00
4	C\$ 216.00	C\$ 864.00	C\$ 336.00
5	C\$ 216.00	C\$ 1,080.00	C\$ 120.00
Cuota de depreciación mensual			C\$ 10

Fuente: Equipo innovador

Tabla 48: Depreciación de silla de escritorio (administración)

Sillas de Escritorio			
Año	Cuota de depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libro
0	C\$ 600.00		
1	C\$ 108.00	C\$ 108.00	C\$ 492.00
2	C\$ 108.00	C\$ 216.00	C\$ 384.00
3	C\$ 108.00	C\$ 324.00	C\$ 276.00
4	C\$ 108.00	C\$ 432.00	C\$ 168.00
5	C\$ 108.00	C\$ 540.00	C\$ 60.00
Cuota de depreciación mensual			C\$ 5.00

Fuente: Equipo innovador

Tabla 49: Depreciación de la computadora (administración)

Computadora (Año 1, 2 y 3)			
Año	Cuota de depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libro
0	C\$ 9,000.00		
1	C\$ 2,700.00	C\$ 2,700.00	C\$ 6,300.00
2	C\$ 2,700.00	C\$ 5,400.00	C\$ 3,600.00
3	C\$ 2,700.00	C\$ 8,100.00	C\$ 900.00
Cuota de depreciación mensual			C\$ 75.00

Fuente: Equipo innovador

Tabla 50: Depreciación de la computadora (administración)

Computadora (Año 4 y 5)			
Año	Cuota de depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libro
0	C\$ 10,000.00		
4	C\$ 4,500.00	C\$ 4,500.00	C\$ 5,500.00
5	C\$ 4,500.00	C\$ 9,000.00	C\$ 1,000.00
Cuota de depreciación mensual			C\$ 83.3

Fuente: Equipo innovador

Tabla 51: Depreciación de la impresora (administración)

Impresora (Año 1, 2 y 3)			
Año	Cuota de depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libro
0	C\$ 1,200.00		
1	C\$ 360.00	C\$ 360.00	C\$ 840.00

2	C\$ 360.00	C\$ 720.00	C\$ 480.00
3	C\$ 360.00	C\$ 1,080.00	C\$ 120.00
Cuota de depreciación mensual			C\$ 10

Fuente: Equipo innovador

Tabla 52: Depreciación de la impresora (administración)

Impresora (Año 4 y 5)			
Año	Cuota de depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libro
0	C\$ 1,300.00		
4	C\$ 585.00	C\$ 585.00	C\$ 715.00
5	C\$ 585.00	C\$ 1,170.00	C\$ 130.00
Cuota de depreciación mensual			C\$ 10.8

Fuente: Equipo innovador

Tabla 53: Depreciación de sillas de escritorio (administración)

Sillas de Escritorio			
Año	Cuota de depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libro
0	C\$ 1,200.00		
1	C\$ 216.00	C\$ 216.00	C\$ 984.00
2	C\$ 216.00	C\$ 432.00	C\$ 768.00
3	C\$ 216.00	C\$ 648.00	C\$ 552.00
4	C\$ 216.00	C\$ 864.00	C\$ 336.00
5	C\$ 216.00	C\$ 1,080.00	C\$ 120.00
Cuota de depreciación mensual			C\$ 10.00

Fuente: Equipo innovador

4.6 Gastos administrativos

Los gastos administrativos de la “**Productora Diriangén**”, son los gastos que no están directamente vinculadas con la producción, venta y distribución del dulce artesanal “**Cafela**”.

En la siguiente tabla se describen los gastos administrativos calculados mensualmente que incluyen servicios básicos, equipos de oficina, además de incluir la nómina de pago, donde se detallan los nombres de cada colaborador, con su respectivo salario asignado, de acuerdo a la ley 625, Ley de salario mínimo de Nicaragua.

Tabla 54: Gastos administrativos

Gastos de administración			
Concepto	Precio total	Porcentaje	Total
Luz	C\$ 250.00	20%	C\$ 50.00
Agua	C\$ 180.00	22%	C\$ 40.00
Línea telefónica e internet	C\$ 1,200.00	33.3%	C\$ 400.00
Renta	C\$ 1,000.00	25%	C\$ 250.00
Depreciación de equipo de oficina	C\$ 262.00	100%	C\$ 262.00
Papelería y útiles	C\$ 756.00	100%	C\$ 756.00
Total			C\$ 1,758.00

Fuente: Equipo innovador

Asimismo, se presenta la planilla de pago mensual de cada trabajador de la “**Productora Diriangén**”, el cual permite llevar el adecuado registro de pago visualizado en la planilla, además sus salarios estarán asignados de acuerdo a la ley 625 del salario mínimo de Nicaragua en donde se expresa la clasificación de Micro y pequeña industria artesanal y turística.

Tabla 55: Planilla de pago

N°	Nombres y Apellidos	Cargo	Salario Base	Deducciones	Salario Neto	INSS Patronal	Prestaciones Sociales			Firma
				INSS Laboral			Vacaciones	Treceavo Mes	Indemnización	
Administración										
1	Irene del Carmen Velásquez López	Administrador	C\$ 5,000.00	C\$ 350.00	C\$ 4,650.00	C\$ 1,150.00	C\$ 416.67	C\$ 416.67	C\$ 416.67	
				-	-	-	-	-	-	
				-	-	-	-	-	-	
Sub Total Administración			C\$ 5,000.00	C\$ 350.00	C\$ 4,650.00	C\$ 1,150.00	C\$ 416.67	C\$ 416.67	C\$ 416.67	
Producción										
2	Adriana Guadalupe Castillo Bermúdez	Operario	4,605.42	322.38	4,283.04	990.17	383.79	383.79	383.79	
3	Telma Luz Mojica Baltodano	Operario	4,606.42	322.45	4,283.97	990.38	383.87	383.87	383.87	
Sub Total Producción			C\$ 9,211.84	C\$ 644.83	C\$ 8,567.01	C\$ 1,980.55	C\$ 767.65	C\$ 767.65	C\$ 767.65	
Total			C\$ 14,211.84	C\$ 994.83	C\$ 13,217.01	C\$ 3,130.55	C\$ 1,184.32	C\$ 1,184.32	C\$ 1,184.32	

Fuente: Equipo innovador

5. Plan financiero

El plan financiero de una empresa permite reunir toda la información de tipo económico y financiero que tiene que ver con la empresa, para decretar de este modo el grado de su viabilidad económica. Gracias a este plan la empresa podrá analizar y controlar que el negocio cumple las condiciones de liquidez, rentabilidad y solvencia que se necesitan para sobrevivir en el largo plazo. (Montero, 2017)

En este sentido, Productora Diriangén detalla en el plan financiero los elementos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, tomando en cuenta que la única fuente de financiamiento será por medio de aportaciones de los socios ya sea en especie o efectivo.

A continuación, se plantean los siguientes objetivos para establecer de forma clara como se llevará a cabo cada actividad financiera.

Corto plazo: Especificar los montos y distribución de la inversión inicial, acompañado de proyecciones de los estados financieros mensuales y anuales.

Mediano plazo: Determinar el nivel de rentabilidad de la microempresa.

Largo plazo: Analizar y valorar la viabilidad total del proyecto en el tiempo.

5.1 Inversión y fuente de financiamiento

Para llevar a cabo la ejecución del proyecto, ***“Productora Diriangén”*** cuenta con una inversión inicial dentro de las cuales se encuentra la inversión fija, el capital de trabajo y la fuente de financiamiento interna, es decir, aportaciones de los socios.

7.1.1 Activos fijos

El activo fijo se refiere al bien que posee una empresa o negocio, sea tangible o intangible. Una de sus características es que no pueden convertirse en liquidez a corto plazo. Los activos fijos son necesarios para el funcionamiento de una empresa. (Silva, 2020)

En la siguiente tabla se puede apreciar los elementos que conforman activos fijos de la microempresa del cual se obtuvo un monto total de C\$ 46,391.00, el cual comprende mobiliario y equipo de oficina, maquinaria, herramientas y utensilios.

Tabla 56: Activos fijos

Productora Diriangén	
Activos fijos	
Mobiliario y equipo de oficina	C\$ 12,600.00
Maquinaria	C\$ 20,500.00
Utensilios y herramientas	C\$ 13,291.00
Total, activos fijos	C\$ 46,391.00

Fuente: Equipo innovador

7.1.2 Activos intangibles

Los gastos intangibles no pueden verse ni tocarse, pero son capaces de generar un enorme valor para las empresas. La inversión en activos intangibles conduce a un gasto con retorno a futuro. (Abad, 2020)

La microempresa cuenta con un monto total de C\$ 5,212.82.00 correspondiente a los activos intangibles, como lo es los gastos de organización.

Tabla 57: Activos intangibles

Descripción	Total
Gastos de organización	C\$ 5,212.82
Total, activos intangibles	C\$ 5,212.82

Fuente: Equipo innovador

5.1.3 Capital de trabajo

Desde el punto de vista contable el capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos.

La microempresa requiere de un capital inicial para operar durante el primer ciclo productivo, proyectado para los primeros 3 meses, del cual se espera obtener ciertas cantidades de dinero como para seguir laborando en el mercado sin requerir

de ningún financiamiento externo, en la siguiente tabla se detalla cómo está dividido los montos del capital de trabajo del proyecto.

Tabla 58: Capital de trabajo

Capital de trabajo	
Inventario trimestral	
Materia prima directa	Monto
Café	C\$ 1,260.00
Cacao	C\$ 540.00
Canela	C\$ 3,780.00
Leche	C\$ 12,480.00
Atado de dulce	C\$ 3,036.00
Mantequilla lavada	C\$ 15,300.00
Total	C\$ 36,396.00
Materia prima indirecta	Monto
Bolsa de empaque	C\$ 1,251.00
Envoltura	C\$ 6,600.00
Etiqueta empaque	C\$ 3,753.00
Etiqueta envoltura	C\$ 9,000.00
Cajas de cartón	C\$ 270.00
Total	C\$ 20,874.00
Total, en inventario	C\$ 57,270.00
Disponibilidad	
Caja	C\$ 108,344.00

Fuente: Equipo innovador

5.1.4 Inversión total

Para que la microempresa “Productora Diriangén” inicie sus operaciones requiere de un monto de C\$ 149,186.82 de inversión total, a continuación, se detalla los elementos y cantidades que justifican dicho monto total.

Tabla 59: Plan de inversión.

Productora Diriangén	
Plan de Inversión	
Descripción	Total
Inversión Fija	
Mobiliario y Equipo de Oficina	12,600.00
Maquinaria	20,500.00
Transporte	1,600.00
Sub total Inversión Fija	C\$ 34,700.00
Inversión Diferida	
Gastos Organización	5,212.82
Publicidad al inicio de las operaciones	930.00
Sub total Inversión Diferida	C\$ 6,142.82
Capital de Trabajo	
Compra de materia prima	36,396.00
Compra de materiales indirectos	20,874.00
Sueldos y Salarios (3 meses)	39,651.03
Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses)	8,524.97
Gastos Administrativo	1,758.00
Gastos de Venta	1,140.00
Sub total Capital de Trabajo	C\$ 108,344.00
Inversión Total	C\$ 149,186.82

Fuente: Equipo investigador

5.1.5 Estructura del financiamiento

En la estructura de financiamiento del proyecto, se hace uso de la estrategia de aportaciones de los socios (Financiamiento interno) el cual puede ser en efectivo o en especie, debido a los beneficios que esto representa tales como mayor solidez financiera y operativa.

5.2 Ingresos, egresos y costos

En este apartado se enumeran todos los costos en los que se incurre para producir y comercializar el dulce artesanal, además, se proyecta los ingresos

obtenidos por las futuras ventas, así mismo, se lleva un control de todos los egresos que se generen en el tiempo, esto para una mejor administración de los recursos disponibles.

5.2.1 Punto de Equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. Si los costos de una empresa sólo fueran variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables. En primer lugar, hay que mencionar que ésta no es una técnica para evaluar la rentabilidad de una inversión, sino que sólo es una importante referencia a tomar en cuenta. (Urbina, pág. 179)

A continuación, se muestra el punto de equilibrio para la microempresa, el cual es el punto mínimo en donde no se incurren en pérdidas ni ganancias, siendo este de C\$ 86,959.35 anual.

Tabla 60: Punto de equilibrio

Costos fijos anuales	C\$ 316,532.04
Costos variables anuales	C\$ 268,984.00
Precio de venta	C\$ 6.00
Unidades producidas anuales	C\$ 114,000.00
Costos variables unitario	C\$ 2.36

Fuente: Equipo innovador

Punto de equilibrio = Costos fijos anuales / Precio unitario - Costos variables unitarios

$$PE = C\$ 316,532.04 / C\$ 6 - C\$ 2.36 = C\$ 86,959.35$$

5.2.2 Presupuesto de ingreso

Para el cálculo del presupuesto de ingresos se toma como referencia el estudio de mercado previamente realizado, en el que se proyecta producir 10,000 unidades en meses con mayor demanda tales como Enero, Febrero, Mayo, Junio, Noviembre y Diciembre, ya que se pretende participar en ferias locales, además de aprovechar la demanda en meses donde se celebren efemérides tales como el día de la amistad, día de las madres, día del padre, además del aumento comercial en Noviembre y Diciembre, así mismo, se proyecta elaborar 9000 unidades mensuales en el resto de los meses, a un precio de venta de 6 córdobas, a como se detalla a continuación.

Tabla 61: Presupuesto de ingreso

Presupuesto en unidades monetarias													
Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviemb e	Diciembre	2021
Unidades físicas	10000	10000	9000	9000	10000	10000	9000	9000	9000	9000	10000	10000	114000
Precio de venta	C\$ 6.00	C\$ 6.00	C\$ 6.00	C\$ 6.00	C\$ 6.00	C\$ 6.00	C\$ 6.00	C\$ 6.00	C\$ 6.00	C\$ 6.00	C\$ 6.00	C\$ 6.00	C\$ 6
Unidades monetarias	C\$ 60,000	C\$ 60,000	C\$ 54,000	C\$ 54,000	C\$ 60,000	C\$ 60,000	C\$ 54,000	C\$ 54,000	C\$ 54,000	C\$ 54,000	C\$ 60,000	C\$ 60,000	C\$ 684,000
Ventas al contado	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Total, en ventas	C\$ 60,000	C\$ 60,000	C\$ 54,000	C\$ 54,000	C\$ 60,000	C\$ 60,000	C\$ 54,000	C\$ 54,000	C\$ 54,000	C\$ 54,000	C\$ 60,000	C\$ 60,000	C\$ 684,000

Fuente: Equipo innovador

5.2.3 Presupuesto de egresos

En este apartado “**Productora Diriangén**” detalla el presupuesto de egresos con proyecciones mensuales correspondiente al primer año de operaciones, dicho presupuesto está constituido por el salario, prestaciones y seguro social del administrador, además de la publicidad, el transporte de la mercadería terminada hacia los diferentes distribuidores, las depreciaciones del área administrativa y de ventas, entre otros, tal y como se muestra a continuación.

Tabla 62: Presupuesto de egresos

Productora Diriangén													
Egresos ventas y administración													
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	2021
Salarios	C\$ 4650.00	C\$ 4650.00	C\$ 4650.00	C\$ 4650.00	C\$ 4650.00	C\$ 4650.00	C\$ 4650.00	C\$ 4650.00	C\$ 4650.00	C\$ 4650.00	C\$ 4650.00	C\$ 4650.00	C\$ 55,800.00
Prestaciones sociales	C\$ 1250.01	C\$ 1250.01	C\$ 1250.01	C\$ 1250.01	C\$ 1250.01	C\$ 1250.01	C\$ 1250.01	C\$ 1250.01	C\$ 1250.01	C\$ 1250.01	C\$ 1250.01	C\$ 1250.01	C\$ 15000.12
Seguro social	C\$ 1500.00	C\$ 1500.00	C\$ 1500.00	C\$ 1500.00	C\$ 1500.00	C\$ 1500.00	C\$ 1500.00	C\$ 1500.00	C\$ 1500.00	C\$ 1500.00	C\$ 1500.00	C\$ 1500.00	C\$ 18000.00
Propaganda y publicidad	C\$ 310.00	C\$ 310.00	C\$ 310.00	C\$ 310.00	C\$ 310.00	C\$ 310.00	C\$ 310.00	C\$ 310.00	C\$ 310.00	C\$ 310.00	C\$ 310.00	C\$ 310.00	C\$ 3720.00
Transporte	C\$ 1600.00	C\$ 1600.00	C\$ 1600.00	C\$ 1600.00	C\$ 1600.00	C\$ 1600.00	C\$ 1600.00	C\$ 1600.00	C\$ 1600.00	C\$ 1600.00	C\$ 1600.00	C\$ 1600.00	C\$ 19200.00
Depreciación	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 1200.00
Teléfono e internet	C\$ 1200.00	C\$ 1200.00	C\$ 1200.00	C\$ 1200.00	C\$ 1200.00	C\$ 1200.00	C\$ 1200.00	C\$ 1200.00	C\$ 1200.00	C\$ 1200.00	C\$ 1200.00	C\$ 1200.00	C\$ 14400.00
Servicio de energía	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 1200.00
Servicio agua potable	C\$ 80.00	C\$ 80.00	C\$ 80.00	C\$ 80.00	C\$ 80.00	C\$ 80.00	C\$ 80.00	C\$ 80.00	C\$ 80.00	C\$ 80.00	C\$ 80.00	C\$ 80.00	C\$ 960.00
Alquiler del local	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 6000.00
Papelería y útiles de oficina	C\$ 430.00	C\$ 430.00	C\$ 430.00	C\$ 430.00	C\$ 430.00	C\$ 430.00	C\$ 430.00	C\$ 430.00	C\$ 430.00	C\$ 430.00	C\$ 430.00	C\$ 430.00	C\$ 5160.00
Cuota fija DGI	C\$ 50.00	C\$ 50.00	C\$ 50.00	C\$ 50.00	C\$ 50.00	C\$ 50.00	C\$ 50.00	C\$ 50.00	C\$ 50.00	C\$ 50.00	C\$ 50.00	C\$ 50.00	C\$ 600.00
Cuota fija alcaldía		C\$ 30.00	C\$ 30.00	C\$ 30.00	C\$ 30.00	C\$ 30.00	C\$ 30.00	C\$ 30.00	C\$ 30.00	C\$ 30.00	C\$ 30.00	C\$ 30.00	C\$ 330.00
Pago de basura		C\$ 25.00	C\$ 25.00	C\$ 25.00	C\$ 25.00	C\$ 25.00	C\$ 25.00	C\$ 25.00	C\$ 25.00	C\$ 25.00	C\$ 25.00	C\$ 25.00	C\$ 275.00
Total	C\$ 11770.01	C\$11825.01	C\$11825.01	C\$11825.01	C\$11825.01	C\$11825.01	C\$11825.01	C\$11825.01	C\$ 11825.01	C\$ 11825.01	C\$11825.01	C\$ 11825.01	C\$141845.12

Fuente: Equipo innovador

5.2.4 Presupuesto de costos

El presupuesto de costos de la microempresa está conformado por los materiales directos e indirectos, los costos indirectos de fabricación y la mano de obra, siendo éstos los recursos necesarios para poder llevar a cabo el proyecto, en la siguiente tabla se muestra cada uno de los elementos que conforman el presupuesto de costo de “**Productora Diriangén**” con sus respectivos montos.

Tabla 63: Presupuestos de materiales directos

Productora Diriangén														
Presupuesto de Compra de Materiales Directos (Unidades Monetarias)														
Descripción	C/U	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	2021
Café	C\$35.00	C\$420.00	C\$420.00	\$350.00	C\$350.00	C\$420.00	C\$420.00	C\$350.00	C\$350.00	C\$350.00	C\$350.00	C\$420.00	C\$420.00	C\$4,620.00
Cacao	C\$45.00	C\$180.00	C\$180.00	\$135.00	C\$135.00	C\$180.00	C\$180.00	C\$135.00	C\$135.00	C\$135.00	C\$135.00	C\$180.00	C\$180.00	C\$1,890.00
Canela	C\$180.00	C\$1,260.00	C\$1,260.00	\$900.00	C\$900.00	C\$1,260.00	C\$1,260.00	C\$900.00	C\$900.00	C\$900.00	C\$900.00	C\$1,260.00	C\$1,260.00	C\$12,960.00
Leche	C\$20.00	C\$4,160.00	C\$4,160.00	\$3,740.00	C\$3,740.00	C\$4,160.00	C\$4,160.00	C\$3,740.00	C\$3,740.00	C\$3,740.00	C\$3,740.00	C\$4,160.00	C\$4,160.00	C\$47,400.00
Atado de dulce	C\$23.00	C\$1,012.00	C\$1,012.00	\$897.00	C\$897.00	C\$1,012.00	C\$1,012.00	C\$897.00	C\$897.00	C\$897.00	C\$897.00	C\$1,012.00	C\$1,012.00	C\$11,454.00
Mantequilla lavada	C\$50.00	C\$5,100.00	C\$5,100.00	\$4,600.00	C\$4,600.00	C\$5,100.00	C\$5,100.00	C\$4,600.00	C\$4,600.00	C\$4,600.00	C\$4,600.00	C\$5,100.00	C\$5,100.00	C\$58,200.00
Total		C\$ 12,132.00	C\$ 12,132.00	C\$ 10,622.00	C\$ 10,622.00	C\$ 12,132.00	C\$ 12,132.00	C\$ 10,622.00	C\$ 10,622.00	C\$ 10,622.00	C\$ 10,622.00	C\$ 12,132.00	C\$ 12,132.00	C\$ 136,524.00

Fuente: Equipo innovador

Tabla 64: Presupuesto de materiales indirectos

Productora Diriangén														
Presupuesto de Compra de Materiales Indirectos (Unidades Monetarias)														
Descripción	C/U	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Bolsa de empaque	C\$ 1.00	C\$ 417.00	C\$ 417.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 417.00	C\$ 417.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 417.00	C\$ 417.00	C\$ 4,752.00
Envoltura	C\$ 0.22	C\$ 2,200.00	C\$ 2,200.00	C\$ 1,980.00	C\$ 1,980.00	C\$ 2,200.00	C\$ 2,200.00	C\$ 1,980.00	C\$ 1,980.00	C\$ 1,980.00	C\$ 1,980.00	C\$ 2,200.00	C\$ 2,200.00	C\$ 25,080.00
Etiqueta empaque	C\$ 3.00	C\$ 1,251.00	C\$ 1,251.00	C\$ 1,125.00	C\$ 1,125.00	C\$ 1,251.00	C\$ 1,251.00	C\$ 1,125.00	C\$ 1,125.00	C\$ 1,125.00	C\$ 1,125.00	C\$ 1,251.00	C\$ 1,251.00	C\$ 14,256.00
Etiqueta envoltura	C\$ 0.30	C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00	C\$ 2,700.00	C\$ 2,700.00	C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00	C\$ 2,700.00	C\$ 2,700.00	C\$ 2,700.00	C\$ 2,700.00	C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00	C\$ 34,200.00
Cajas de cartón	C\$ 5.00	C\$ 90.00	C\$ 90.00	C\$ 80.00	C\$ 80.00	C\$ 90.00	C\$ 90.00	C\$ 80.00	C\$ 80.00	C\$ 80.00	C\$ 80.00	C\$ 90.00	C\$ 90.00	C\$ 1,020.00
Total		C\$ 6,958.00	C\$ 6,958.00	C\$ 6,260.00	C\$ 6,260.00	C\$ 6,958.00	C\$ 6,958.00	C\$ 6,260.00	C\$ 6,260.00	C\$ 6,260.00	C\$ 6,260.00	C\$ 6,958.00	C\$ 6,958.00	C\$ 79,308.00

Fuente: Equipo innovador

Tabla 65: Presupuesto de costos indirectos

Productora Diriangén													
Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación													
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Costos Fijos													
Depreciación de maquina	C\$ 170.83	C\$ 170.83	C\$ 170.83	C\$ 170.83	C\$ 170.83	C\$ 170.83	C\$ 170.83	C\$ 170.83	C\$ 170.83	C\$ 170.83	C\$ 170.83	C\$ 170.83	C\$ 2,049.96
Renta de local	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 12,000.00
Luz	C\$ 250.00	C\$ 250.00	C\$ 250.00	C\$ 250.00	C\$ 250.00	C\$ 250.00	C\$ 250.00	C\$ 250.00	C\$ 250.00	C\$ 250.00	C\$ 250.00	C\$ 250.00	C\$ 3,000.00
Agua	C\$ 180.00	C\$ 180.00	C\$ 180.00	C\$ 180.00	C\$ 180.00	C\$ 180.00	C\$ 180.00	C\$ 180.00	C\$ 180.00	C\$ 180.00	C\$ 180.00	C\$ 180.00	C\$ 2,160.00
Prestaciones sociales	C\$ 2,302.74	C\$ 2,302.74	C\$ 2,302.74	C\$ 2,302.74	C\$ 2,302.74	C\$ 2,302.74	C\$ 2,302.74	C\$ 2,302.74	C\$ 2,302.74	C\$ 2,302.74	C\$ 2,302.74	C\$ 2,302.74	C\$ 27,632.88
													C\$ 0.00
Sub total Costos Fijos	C\$ 3,903.57	C\$ 3,903.57	C\$ 3,903.57	C\$ 3,903.57	C\$ 3,903.57	C\$ 3,903.57	C\$ 3,903.57	C\$ 3,903.57	C\$ 3,903.57	C\$ 3,903.57	C\$ 3,903.57	C\$ 3,903.57	C\$ 46,842.84
Costos Variables													
Materiales indirectos	C\$ 6,958.00	C\$ 6,958.00	C\$ 6,260.00	C\$ 6,260.00	C\$ 6,958.00	C\$ 6,958.00	C\$ 6,260.00	C\$ 6,260.00	C\$ 6,260.00	C\$ 6,260.00	C\$ 6,958.00	C\$ 6,958.00	C\$ 79,308.00
Mano de obra indirecta													
Empaque	C\$ 417.00	C\$ 417.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 417.00	C\$ 417.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 417.00	C\$ 417.00	C\$ 4,752.00
Etiquetas	C\$ 3,825.00	C\$ 3,825.00	C\$ 3,825.00	C\$ 3,825.00	C\$ 3,825.00	C\$ 3,825.00	C\$ 3,825.00	C\$ 3,825.00	C\$ 3,825.00	C\$ 3,825.00	C\$ 3,825.00	C\$ 3,825.00	C\$ 45,900.00
Envoltura	C\$ 450.00	C\$ 450.00	C\$ 450.00	C\$ 450.00	C\$ 450.00	C\$ 450.00	C\$ 450.00	C\$ 450.00	C\$ 450.00	C\$ 450.00	C\$ 450.00	C\$ 450.00	C\$ 5,400.00

Sub total Costos Variables	C\$ 11,650.00	C\$ 11,650.00	C\$ 10,910.00	C\$ 10,910.00	C\$ 11,650.00	C\$ 11,650.00	C\$ 10,910.00	C\$ 10,910.00	C\$ 10,910.00	C\$ 10,910.00	C\$ 11,650.00	C\$ 11,650.00	C\$ 135,360.00
Total, Costos	C\$ 15,553.57	C\$ 15,553.57	C\$ 14,813.57	C\$ 14,813.57	C\$ 15,553.57	C\$ 15,553.57	C\$ 14,813.57	C\$ 14,813.57	C\$ 14,813.57	C\$ 14,813.57	C\$ 15,553.57	C\$ 15,553.57	C\$ 182,202.84

Fuente: Equipo innovador

Tabla 66: Presupuesto de mano de obra directa

Productora Diriangén													
Presupuesto de Mano de Obra Directa													
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Inss patronal	C\$ 1,980.34	C\$ 1,980.34	C\$ 1,980.34	C\$ 1,980.34	C\$ 1,980.34	C\$ 1,980.34	C\$ 1,980.34	C\$ 1,980.34	C\$ 1,980.34	C\$ 1,980.34	C\$ 1,980.34	C\$ 1,980.34	C\$ 23,764.08
Operario 1	4,605.42	4,605.42	4,605.42	C\$ 4,605.42	C\$ 4,605.42	C\$ 4,605.42	C\$ 4,605.42	C\$ 4,605.42	C\$ 4,605.42	C\$ 4,605.42	C\$ 4,605.42	C\$ 4,605.42	C\$ 55,265.04
Operario 2	4,605.42	4,605.42	4,605.42	C\$ 4,605.42	C\$ 4,605.42	C\$ 4,605.42	C\$ 4,605.42	C\$ 4,605.42	C\$ 4,605.42	C\$ 4,605.42	C\$ 4,605.42	C\$ 4,605.42	C\$ 55,265.04
Total	C\$ 11,191.18	C\$ 11,191.18	C\$ 11,191.18	C\$ 11,191.18	C\$ 11,191.18	C\$ 11,191.18	C\$ 11,191.18	C\$ 11,191.18	C\$ 11,191.18	C\$ 11,191.18	C\$ 11,191.18	C\$ 11,191.18	C\$ 134,294.16

Fuente: Equipo innovador

5.2.5 Estructura de costo

En la siguiente tabla se detalla cada uno de los elementos que conforman la estructura de costo del proyecto de emprendimiento las cuales son necesarios para poder iniciar operaciones, dicha tabla, está conformada por los montos anuales de materia prima directa e indirecta, costos indirectos de fabricación y mano de obra.

Tabla 67: Estructura de costos

Estructura de costo proyectada anual	
Productora Diriangén	
Descripción	2021
Materia prima directa	
Café	C\$4,620.00
Cacao	C\$1,890.00
Canela	C\$12,960.00
Leche	C\$47,400.00
Atado de dulce	C\$11,454.00
Mantequilla lavada	C\$58,200.00
Sub total materia prima directa	C\$ 136,524.00
Materia prima indirecta	
Bolsa de empaque	C\$4,752.00
Envoltura	C\$25,080.00
Etiqueta empaque	C\$14,256.00
Etiqueta envoltura	C\$34,200.00
Cajas de cartón	C\$1,080.00
Sub total materia prima indirecta	C\$ 79,368.00
MOD	
Inss patronal	C\$ 23,766.6
Operario 1	C\$51,402.06
Operario 2	C\$51,402.06
Prestaciones sociales	C\$ 27,635.4
Sub Total MOD	C\$ 154,206.12

CIF	
Costos Fijos	
Depreciación de la maquinaria	C\$ 2,049.96
Renta del local	C\$ 12,000.00
Prestaciones sociales	C\$ 27,632.88
Costos Variables	
Luz	C\$ 3,000.00
Agua	C\$ 2,160.00
Sub total costos fijos y variables	C\$ 46,842.84
Costo total (MD, MI, CIF, MOD)	C\$ 416,940.96

Fuente: Equipo innovador

5.2.6 Flujo de caja

El flujo de efectivo, también llamado flujo de caja, o *cash flow* en inglés, es la variación de entrada y salida de efectivo en un periodo determinado.

El flujo de caja de la microempresa está proyectado para un periodo de tiempo de 3 años, en el que se calcula y analiza la capacidad del proyecto para generar flujos de efectivos, tal y como se muestra a continuación.

Tabla 68: Flujo de caja

Productora Diriangén				
Flujo de Caja Proyectado				
Concepto	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Total
Saldo Inicial	C\$ 108,344.00	C\$ 224,653.24	C\$ 362,467.82	C\$ 695,465.07
Ingresos	C\$ 684,000.00	C\$ 731,055.78	C\$ 742,021.62	C\$ 2,157,077.40
Disponibilidad	C\$ 684,000.00	C\$ 731,055.78	C\$ 742,021.62	C\$ 2,157,077.40
Egresos				
Costos de producción	C\$ 453,811.00	C\$ 477,862.98	C\$ 503,189.72	C\$ 1,434,863.70
Gastos de venta	C\$ 65,219.88	C\$ 66,332.37	C\$ 67,474.11	C\$ 199,026.36
Gastos de administración	C\$ 48,659.88	C\$ 50,045.85	C\$ 51,475.57	C\$ 150,181.29

Total, Egresos	C\$ 567,690.76	C\$ 594,241.20	C\$ 622,139.40	C\$ 1,784,071.36
Disponibilidad Efectiva	C\$ 116,309.24	C\$ 136,814.58	C\$ 119,882.22	C\$ 373,006.04
Caja Mínima Requerida	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 3,000.00
Excedente o Déficit sobre la caja mínima	C\$ 117,309.24	C\$ 137,814.58	C\$ 120,882.22	
Disponibilidad Neta Final	C\$ 224,653.24	C\$ 362,467.82	C\$ 483,350.04	C\$ 1,070,471.11

Fuente: Equipo innovador

5.2.7 Flujo de fondo

El Flujo de Fondo, es una reseña o informe que presenta las entradas y salidas de las disponibilidades de una organización durante un período de tiempo. Es también un método para calcular cuánto efectivo conserva una organización después de pagar las compras, los gastos, los intereses y los dividendos al capital.

En el flujo de fondo de la microempresa se reflejan los ingresos por venta, los costos de producción, la utilidad bruta, los gastos administrativos y de venta, así como el capital y el flujo neto, presentados en el siguiente cuadro.

Tabla 69: Flujo de fondos

Productora Diriangén				
Flujo de Fondos				
Descripción	Años			
	0	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Ingresos por Ventas		C\$ 684,000.00	C\$ 731,055.78	C\$ 742,021.62
Costos de Producción		C\$ 453,811.00	C\$ 472,794.88	C\$ 492,671.21
Utilidad bruta		C\$ 230,189.00	C\$ 258,260.90	C\$ 249,350.41
Gastos Administrativos		C\$ 48,659.88	C\$ 50,045.85	C\$ 51,475.57
Gastos de Venta		C\$ 65,219.88	C\$ 66,332.37	C\$ 67,474.11
Utilidad antes de Impuesto		C\$ 116,309.24	C\$ 141,882.68	C\$ 130,400.73
Depreciación		C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00

Amortización		C\$ 6,142.82	C\$ 6,142.82	C\$ 6,142.82
Inversión Fija	-C\$ 34,700.00			
Inversión Diferida	-C\$ 6,142.82			
Capital de Trabajo	-C\$ 108,344.00			
Flujo Neto de Efectivo	-C\$ 149,186.82	C\$ 123,652.06	C\$ 149,225.50	C\$ 137,743.55

Fuente: Equipo innovador

5.2.8 Valor actual neto (VAN)

La definición del valor presente neto ya tiene sentido. Sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero. (Urbina, pág. 208)

$VAN < 0$ el proyecto no es rentable.

$VAN = 0$ el proyecto es rentable.

$VAN > 0$ el proyecto es rentable.

Para poder calcular la VAN del proyecto, inicialmente se calculó los futuros ingresos y egresos, además de descontar la inversión inicial, esto dio como resultado una VAN de **C\$ 137,198.09** lo que nos indica que el proyecto es rentable, tomando en cuenta que dicha VAN es mayor a cero, por lo tanto, su ejecución será viable, debido a que genera ganancias en el tiempo, es importante señalar que se utilizó una tasa de descuento del 20% y que no se realizó ningún tipo de financiamiento externo.

Tabla 70: Valor actual neto

Tasa de descuento al 20%	
VAN	C\$ 137,198.09

Fuente: Equipo innovador

5.2.9 Tasa interna de retorno (TIR)

Se le llama tasa interna de rendimiento porque supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad. Es decir, se trata de la tasa de rendimiento generada en su totalidad en el interior de la empresa por medio de la reinversión. (Urbina, pág. 209)

El cálculo de la TIR de **“Productora Diriangén”** es igual a 72.15% lo que nos indica que la ejecución del proyecto es viable, gracias a que no cuenta con competidores directos, entre otros aspectos.

Tabla 71: Tasa interna de retorno (TIR)

TIR	72.15%
-----	--------

Fuente: Equipo innovador

5.2.10 Análisis Financiero

La inversión inicial del producto innovador **Cafela** se estimó en C\$ 149,186.82 lo que incluye la inversión fija, inversión diferida y el capital de trabajo siendo una cantidad considerable ya que inversión incluye la maquinaria para la producción y materia prima trimestral.

La estructura de costos se estima en C\$ 416,940.96 que incluye materia prima directa, mano de obra directa e indirecta y los costos indirectos de fabricación, el monto se aumenta debido a la composición del dulce y sus principales ingredientes; los gastos administrativos y de venta ascienden a C\$ 113,879.76 anuales que incluyen los servicios básicos, alquiler del local, pago de nómina, publicidad alquiler de transporte, papelería, útiles de oficina, mobiliario, entre otros.

Los ingresos para el año 1 ascienden a un monto C\$ 684,000.00 lo que permitirá cubrir los costos y gastos operativos. La ganancia o margen de utilidad no será a gran escala debido a que se ingresa con un precio bajo y accesibles para los consumidores, sin embargo, se proyecta un incremento del 5.3% en los próximos 2 años.

La VAN tiene un monto de C\$ 137,198.09 lo que nos indica que es positiva y mayor que cero, esto muestra que los beneficios que produciría la inversión están por encima de la rentabilidad exigida por lo que el proyecto será aceptable.

La tasa interna de retorno del proyecto es de 72.15% esto quiere decir que el porcentaje es alto por lo que estamos frente a un proyecto empresarial rentable que supone un retorno de la inversión aceptable.

6. Conclusiones

De lo anterior se concluye que el producto innovador dulce artesanal “**Cafela**” posee características, atributos y grandes beneficios por lo que aporta valiosos nutrientes. Para determinar la oportunidad del mercado se aplicó diferentes instrumentos metodológicos lo que dio como resultado que el 89.9% de los encuestados constituyan la demanda insatisfecha lo que le permitirá al producto innovador satisfacer cierto porcentaje de la demanda.

En el estudio de mercado realizado en el municipio de Diriamba donde fueron encuestadas 336 personas siendo esta cifra la muestra poblacional del PEA (personas económicamente activas) que corresponde a 13316 personas. Dicho estudio dio como resultado que existe una demanda real del 97% que equivale a 12916 personas quienes están dispuestas a consumir el dulce artesanal Cafela lo que permitirá el ingreso al mercado de manera satisfactoria ya que el producto satisface los gustos y preferencias de los consumidores. En cuanto a la oferta directa en el mercado actual no existen ningún tipo de dulce o caramelo que contenga características similares en cuanto a sabor, olor y textura. La oferta directa en Nicaragua corresponde a dulces o cajetas artesanales que ocupan 17.3% de consumo de los encuestados. Las estrategias utilizadas para lograr el posicionamiento deseado fueron diseñadas a partir del marketing mix siendo las estrategias intensivas las más utilizadas debido a los resultados y beneficios que esta brinda y por el bajo costo en que incurre la empresa para implementarla.

El proceso productivo diseñado para la elaboración del dulce artesanal consiste en simplificar dicho proceso a través de un flujograma ajustado a las necesidades del producto, garantizando su proceso artesanal incrementando la productividad. La maquinaria utilizada es 100% artesanal desde el molino hasta el fogón. El proceso productivo inicia con la recepción de materia prima pasando por el corte de los ingredientes, luego su cocción, enfriamiento hasta su empaque, sellado y embalaje, listos para la distribución y entrega del producto terminado.

La microempresa “**Productora Diriangén**” cuenta con 3 colaboradores quienes garantizaran la eficiencia y eficacia de las actividades administrativas y productivas



el administrador se encargará de la contabilidad financiera, manejo de inventario, y el área de mercadeo, los dos operarios se encargan de la efectividad del proceso productivo quienes garantizaran los estándares de calidad.

Se cuantificaron los costos de producción para la elaboración del dulce artesanal “**Cafela**” siendo de 416,940.96 para el año 2021, los gastos administrativos y de venta ascienden a 113,879.76 los ingresos anuales se proyectaron a un total de 684000 lo que da como resultado una VAN e 137,198.09 y una TIR de 72.15% lo que representa que el proyecto posee gran rentabilidad actual y en tiempo.

7. Bibliografía

- (INIDE), I. N. (2008). *Diriamba en cifras*. Managua.
- 645, L. N. (2008). *LEY MIPYME*. Nicaragua.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos*. Mexico: McGraw Hill.
- Conogasi. (2018). *Diccionario Económico*. Mexico.
- Diario, E. N. (18 de septiembre de 2011). El código de barra, ¿ para que sirve? *El código de barra, ¿ para que sirve?*, pág. 1.
- elnuevodiario.com.ni. (01 de Noviembre de 2013). *La industria de los dulces en Nicaragua*. Obtenido de La industria de los dulces en Nicaragua.: <https://www.elnuevodiario.com.ni/economia/300766-industria-dulces-nicaragua/>
- Fabozzi, Adelberg, & Polimeni. (1997). *Contabilidad de costos* (Tercera Edición ed.). Colombia: McGraw-Hill.
- Galan, J. S. (10 de Noviembre de 2020). *Economipedia* . Obtenido de Economipedia : <https://economipedia.com/definiciones/desarrollo-nuevo-producto.html>
- Galeano, S. (29 de Octubre de 2020). *MarketingEcommerce* . Obtenido de MarketingEcommerce : <https://marketing4ecommerce.mx/que-es-el-posicionamiento-de-mercado/>
- gestion, E. y. (31 de Diciembre de 2012). *SAGE*. Obtenido de SAGE: <https://www.sage.com/es-es/blog/tecnicas-de-venta-satisfacer-necesidades-y.resolver-problemas/>

- Intelectual, O. M. (s.f.). *OMPI*. Obtenido de OMPI:
https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/450/wipo_pub_450
- mente, s. (1 de 4 de 2018). *Somos mente*. Obtenido de Somos mente:
<https://www.somosmente.com/blog/metodologia-de-la-innovacion>
- Nicaragua, M. d. (2019). *Ministerio de Salud*. Obtenido de Ministerio de la Salud: <http://mapasalud.minsa.gob.ni/mapa-de-padecimientos-de-salud-de-nicaragua/>
- OMPI. (2020). *Organizacion Mundial de la Propiedad Intelectual*. Obtenido de Organizacion Mundial de la Propiedad Intelectual:
https://www.wipo.int/sme/es/documents/ip_innovation_development.htm
- OPS/OMS. (2019). *Organizacion panamericana de la Salud*. Obtenido de Organizacion panamericana de la Salud:
https://www.paho.org/nic/index.php?option=com_content&view=article&id=116:unidos-por-diabetes&Itemid=244
- Pellas, C. d. (13 de Abril de 2019). *VOS TV*. Obtenido de VOS TV.
- Prensa, L. (26 de 3 de 2019). *La Prensa*. Obtenido de La prensa:
<https://www.laprensa.com.ni/2019/03/27/nacionales/2537042-aumentan-casos-sobrepeso-diabetes-nicaragua>
- René Garzozi, M. M. (2014). *Planes de negocio para emprendedores*. Proyecto LATIN.
- Thinking, D. (2020). *Diingo*. Obtenido de Diingo:
<http://www.designthinking.es/inicio/>
- Urbina, G. B. (1987). *Evaluacion de proyectos* (Septima ed.). Mexico DF: McGrawHill.
- <https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/nicaragua#:~:text=La%20variacion%20mensual%20del%20IPC,es%20del%201%2C%25>

8. Anexos

Anexos 1: Cronograma de actividades

	Septiembre				Octubre				Noviembre			Diciembre	
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2
Cuerpo del trabajo													
1. Generalidades del proyecto													
1.1. Solución													
1.1.1 Método del embudo o funnel de la Innovación													
1.1.2 Método Design Thinking													
1.2. Diseño o Modelo en 3D													
1.3. Oportunidad en el Mercado													
1.4. Propuesta de valor (modelo canvas)													
1.4.1 La novedad de mi proyecto desde la base de la Propiedad Intelectual													
1.5. Ciclo del Proyecto													
1.6. Visibilidad del Proyecto (banner y brochure)													
1.7. Resultados esperados													
2. Estudio de Mercado													
2.1 Etapa preliminar													
2.2 Planteamiento de la oportunidad													
2.3 Formulación													
2.3.1 Sistematización													
2.4 Objetivos													
2.4.1 Objetivo General													
2.4.2 Objetivos específicos													
2.5 Hipótesis													
2.6 Análisis de la demanda													
2.6.1 Calculo de la demanda potencial													
2.7 Análisis de la oferta													
2.7.1 Calculo de oferta directa e indirecta													
2.7.2 Calculo de la demanda insatisfecha													
2.8 Atractivo del segmento de mercado													

2.9 Análisis de precio																			
2.9.1. Comparación de precio del mercado																			
2.10 Estructura de precio																			
2.10.1 Precio Unitario																			
2.11 Análisis de Comercialización																			
2.11.1 Logística de distribución																			
2.12 Proveedores directos e indirectos																			
2.13. Costos de Comercialización																			
2.14. Estrategia competitiva de mercado (4PS)																			
2.14.1. Estrategia de mercado																			
2.14.2 Estrategia de posicionamiento esperado																			
2.14.3. Estrategia de Desarrollo de																			
2.14.4 Estrategia de precio																			
2.14.5 Estrategia de Distribución																			
2.14.5 Estrategia de promoción y publicidad																			
2.14.6 Estrategia social-Media																			
2.15 Presupuesto de publicidad																			
2.16 Proyección de Venta																			
2.16.1 Objetivos de venta:																			
2.16.2 Metas de venta:																			
3. Plan de producción																			
3.1 El proceso de producción.																			
3.2 Proveedores y condiciones de compra de los equipos.																			
3.3 Capital fijo y vida útil.																			
3.4 Capacidad planificada.																			
3.5 Ubicación y distribución física de la empresa.																			
3.6 Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad.																			
3.7 Mano de obra, su costo y disponibilidad.																			
3.8 Gastos generales de producción.																			
4. Plan de organización y gestión																			

4.1 Marco legal (forma jurídica).													
4.2 Estructura de la organización.													
4.3 Ficha de cargo.													
4.4 Actividades y gastos preliminares.													
4.5 Equipos de oficina.													
4.6 Gastos administrativos.													
5. Plan financiero													
5.1 Inversión y fuente de financiamiento.													
5.1.1 Activos fijos.													
5.1.2 Activos intangibles.													
5.1.3 Capital de trabajo.													
5.1.4 Inversión total.													
5.1.5 Estructura del financiamiento.													
5.2 Ingresos, egresos y costos.													
5.2.1. Punto de Equilibrio													
5.2.2 Presupuesto de ingreso.													
5.2.3 Presupuesto de egresos.													
5.2.4 Presupuesto de costos.													
5.2.5 Estructura de costo													
5.2.6 Flujo de caja													
5.3.1 Flujo de fondo.													
5.3.2 Valor actual neto (VAN).													
5.3.3 Tasa interna de retorno (TIR).													
6. Conclusiones													
7. Bibliografía													
8. Anexos													
Entrega final y entrega al jurado (jueves 10 de diciembre del 2020)													
Revisión de proyectos por parte del jurado													
Defensa de proyecto (15 de diciembre del 2020)													

Anexos 2: Diseño metodológico

Universo de estudio.

Cualitativo: Población económicamente activa (PEA) conformada por: niños, adolescentes, jóvenes, adultos del sexo femenino y masculino entre las edades de 10 años a más del municipio de Diriamba, departamento de Carazo.

Cuantitativo:

PEA		Año: 2008	
Diriamba			
Hombres		Mujeres	
De 10 a 14 años	31	De 10 a 14 años	28
De 15 a 29 años	1,541	De 15 a 29 años	1,220
De 30 a más	2,422	De 30 a más	2,173
Total	3,994	Total	3,421
Total, de la Población: 7,415			

Población económicamente Activa (PEA) según el octavo censo de población y cuarto de vivienda 2008 del Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE).

Proyección tasa de crecimiento (año 2020)

FORMULA:	$P_p = P_o (1 + TAC)^n$	Ejemplo
P_p	Población proyectada	13,316
P_o	Población actual	7,415
Variable	1	1
TAC	Tasa anual de crecimiento	5%
n	Años a proyectar	12

Según el banco central de Nicaragua y el Banco Mundial (5%)

	Po	1	TAC	1+TAC	n	(1+ TAC) ⁿ	Pp
Diriamba	7,415	1	0.05	1.05	12	1.80	13,316

Proyección proyectada del año 2020: 13,316 personas.

Marco muestral.

Elemento muestral: dulces artesanales de café cacao y canela

Unidad muestral: Niños, adolescentes, jóvenes, adultos del sexo femenino y masculino.

Alcance de la investigación: Municipio de Diriamba departamento de Carazo, casco urbano.

Tiempo: Periodo comprendido desde marzo del 2020 hasta junio 2020.

Diseño de la muestra.

n = tamaño de la muestra

N= Población o Universo del estudio

Z = nivel de confianza (95% - 1,96)

e= nivel de error (5%)

p = a favor 50%

q = en contra 50%

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

	Z	p	q	Error	N	Num	Denominador	n	RENDONDEO
Diriamba	1.96	0.5	0.5	0.05	13,316	12788.6864	34.2479	373.415199	373

Obteniendo una muestra de 373 del municipio de Diriamba, departamento de Carazo, casco urbano y rural.

Estratificación y pilotaje.

	Po	1	TAC	1+TAC	n	(1+ TAC) ⁿ	Pp	%	n	Estracto	pilotaje 10%	nr
Diriamba	7,415	1	0.05	1.05	12	1.80	13,316	100%	373	373	37	336
						N	13,316	100%	373			336

Tipo de estudio.

El tipo de estudio es de carácter Exploratorio ya que ofrecen un primer acercamiento al problema que se pretende estudiar y conocer. Esta se realiza para conocer el tema que se abordará, lo que nos permita “familiarizarnos” con algo que hasta el momento desconocíamos.

Este tipo de investigación nos da un panorama o conocimiento superficial del tema, pero es el primer paso inevitable para cualquier tipo de investigación posterior que se quiera llevar a cabo. Así mismo se obtiene la información inicial para continuar con una investigación más rigurosa, o bien se deja planteada y formulada una hipótesis.

Técnicas y métodos de investigación.

Las técnicas de estudio que ha utilizado el equipo de trabajo se ha basado en los siguientes procesos que se mencionan a continuación:

- 1) **Sondeo:** Se utilizó el sondeo para conocer una serie de diversas opiniones y así tener una perspectiva más clara sobre el nuevo caramelo artesanal de café, cacao y canela.
- 2) **Encuesta:** en el presente estudio se aplicará un total de encuestas, para que de esta manera el equipo de trabajo pueda analizar e interpretar los resultados y determinar la viabilidad que tendrá el producto innovador en el segmento de mercado del municipio de Diriamba, departamento de Carazo.

Los métodos de investigación recurren a la recopilación de los datos, los cuales se realizaron por medio de estas técnicas para poder recopilar la información.

- a) Observación directa.
- b) Sondeo digital.
- c) Encuestas.
- d) Tabulación de datos estadísticos en software SPSS.

Fuentes de información.

- 1. Fuentes de información Primaria:** Se realizó un sondeo digital de manera aleatoria del municipio de Diriamba, y para finalizar se hizo uso de la observación directa que sirvió de ayuda para poder recopilar información.
- 2. Fuentes de Información Secundaria:** Se recopilará información en Internet para fortalecer el trabajo de investigación, debido a que no existe ningún otro trabajo anterior relacionado al tema de estudio, la única fuente de información secundaria a utilizar será la ya antes mencionada.

Formas de presentación de resultados.

La información obtenida se va se va a presentar mediante análisis acompañados de algunas tablas y gráficos que ayudaran al lector a entender más la investigación. Lo mencionado anteriormente se realizará con la ayuda de los programas Excel, Word y el software estadístico SPSS el cual es es conocido por su capacidad de gestionar grandes volúmenes de datos y es capaz de llevar a cabo análisis de texto entre otros formatos más, estos medios sirven para procesar la información y obtener un resultado más exacto y concreto.




La información se va recolectar mediante la aplicación de encuestas para conocer los gustos y preferencias de los consumidores del municipio de Diriamba del departamento de Carazo.

Anexos 3: Operacionalización de variables

Variable independiente	Variable dependiente	Sub-variable dependiente	Indicador	Escala	Pregunta
<i>Demográfico</i>	1. Genero		1.Masculino____ 2.Femenino____	Nominal	
	2. Edad		1. 10 a 14 años____ 2. 15 a 30 años____ 3.31 a más años____	Escala	
	3. Estado civil		1.Casado____ 2.Soltero____ 3.Union de hecho estable____	Nominal	
	4. Ocupación		1.Estudiantes____ 2.Negocio propio____ 3.Profesional____	Nominal	
<i>Nivel de aceptación</i>	Consumidor	Frecuencia de consumo	1. Si____ 2.No____	Nominal	¿Usted consume dulces o caramelos?
	Consumo	Variedad	1.Nacional____ 2. Extranjeros____ 3.Ambos____	Escala	¿Qué tipos de dulces o caramelos consume?
	Marca	diversidad	1. Artesanales____ 2. Arcor____ 3. Colombina____ 4. Venadito____ 5. Diana____ 6. Todas las anteriores____	nominal	Actualmente ¿Qué marca de caramelos o dulces consume? (Seleccione dos opciones de su preferencia)

	Preferencia	gustos	1. Por su sabor____ 2. Por su precio____ 3. Por su calidad____	nominal	¿Por qué razón prefiere estas marcas?
	Puntos de ventas	accesibilidad	1. Supermercados____ 2. Tiendas de conveniencia____ 3. Pulperías____ 4. Abarroterías____ 5. Misceláneas____	nominal	¿En qué lugares suele comprar los dulces que consume? (seleccione dos de su preferencia)
	Producto innovador	consumo	1. Si____ 2.No_____	nominal	¿Ha consumido dulces hechos de café, cacao y canela?
	Producto innovador	Adquisición *pregunta filtro*	1. Si ____ 2. No____ Si su respuesta es No especifique 1. No estoy interesado____ 2. Ya he escuchado la idea____ 3. No me gusta la combinación_____	nominal	¿Estaría dispuesto a adquirir un nuevo dulce hecho de café, cacao y canela?
Costos	Precio		1. C\$ 4 a 6 Córdobas____ 2.C\$ 7 a 9 córdobas____ 3.C\$ 10 a 12 córdobas____	escala	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este dulce de café, cacao y canela?

Distribución	Puntos de ventas		1. Abarroterías____ 2. Tiendas de conveniencia____ 3. Pulperías____ 4. Misceláneas____	nominal	¿En cuál de los siguientes puntos de distribución le gustaría adquirir este dulce de café, cacao y canela? (Seleccione dos opciones de su preferencia)
4 P's	Producto	Textura	1. Crocante_____ 2. Cristalizado_____ 3. Chicloso_____ 	Nominal	¿Cómo le gustaría que fuera la textura del producto?
		tamaño	1. De 2.5cmx2.5cm_____ 2. De 55x30mm_____ 3. De 57x36mm_____ 	Escala	¿De qué tamaño le gustaría este dulce?
		Envase	1. Caja_____ 2. Plástico_____ 3. Papel_____ 	Nominal	¿Cómo le gustaría que fuera el envase del dulce?

		envoltura	 <p>1. <input type="text"/></p>  <p>2. <input type="text"/></p>  <p>3. <input type="text"/></p>	Nominal	¿Cómo le gustaría que fuera la envoltura del dulce de café, cacao y canela?
--	--	-----------	---	---------	---

	Publicidad	Redes sociales	1. Facebook____ 2. Instagram____ 3. Twitter____	nominal	¿Por medio de que red social le gustaría conocer de la existencia de este producto?
		Medios publicitarios	1. Radio____ 2. Spot publicitario____ 3. Volantes____	nominal	¿Por cuál medio publicitario le gustaría conocer de este producto?
<i>Frecuencia de consumo</i>	Consumidores	Cantidad	1. De 1 a 5____ 2. De 6 a 10____ 3. De 11 a más____	Escala	¿Qué cantidad de estos dulces estaría dispuesto a comprar?
	Compra	Frecuencia	1. Diario____ 2. Semanal____ 3. Quincenal____ 4. Mensual____	Nominal	¿Con que periodicidad estaría dispuesto a comprar estos dulces?



Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

FAREM-CARAZO

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

Carrera: V Mercadotecnia

Investigación Aplicada

Objetivo: Conocer las preferencias de los consumidores al adquirir un nuevo caramelo. La información reunida se utilizará como fuente primaria y de soporte para la elaboración de un caramelo artesanal de café, cacao y canela, desarrollado como proyecto de innovación y emprendimiento.

Se agradece de antemano su colaboración, sus sugerencias aportaran ideas para mejorar nuestro proyecto. Por lo que le solicitamos unos minutos de su valioso tiempo, dichas respuestas serán de carácter confidencial.

Marque con una **X** la respuesta de su preferencia.

¿Estaría dispuesto a adquirir un nuevo dulce hecho de café, cacao y canela?

1. Si _____ 2. No _____

Si su respuesta es No especifique

1. No estoy interesado _____
2. Ya he escuchado la idea _____
3. No me gusta la combinación _____

1. Aspectos Demográficos.

1. Género:

1. Masculino _____ 2. Femenino _____

2. Edad:

1. 10 a 14 años____ 2. 15 a 30 años____ 3. 31 a más años____

3. Estado Civil:

1. Casado____ 2. Soltero____ 3. Unión de hecho estable____

4. Ocupación:

1. Estudiantes____ 2. Negocio propio____ 3. Profesional____

2. Aspecto sobre el nivel de aceptación.**1. ¿Usted consume dulces o caramelos?**

1. Si____ 2. No____

Si su respuesta es No, pase a la pregunta # 6.

2. ¿Qué tipos de dulces o caramelos consume?

1. Nacional____ 2. Extranjero____ 3. Ambos____

3. Actualmente ¿Qué marca de caramelos o dulce consume? (Seleccione dos opciones de su preferencia)

1. Artesanales____ 2. Arcor____ 3. Colombina____ 4. Venadito____
5. Diana____ 6. Otros____ 7. Todas las anteriores____

4. ¿Por qué razón prefiere estas marcas?

1. Por su sabor____ 2. Por su precio____ 3. Por su calidad____

5. ¿En qué lugares suele comprar los dulces que consume? (Seleccione dos opciones de su preferencia)

1. Supermercados____ 2. Tiendas de conveniencia____ 3. Pulperías____
4. Abarroterías____ 5. Misceláneas____

6. ¿Ha consumido dulces con combinaciones de café, cacao y canela?

1. Si____ 2. No____

3. Aspecto sobre costos.**1. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este dulce de café, cacao y canela?**

1. C\$ 4 a 6 córdobas____ 2. C\$ 7 a 9 córdobas____ 3. C\$ 10 a 12 córdobas____

4. Aspecto sobre la comercialización

1. ¿En cuál de los siguientes puntos de distribución le gustaría adquirir este dulce de café, cacao y canela? (Seleccione dos opciones de su preferencia)

1. Abarroterías_____ 2. Tiendas de conveniencia_____ 3. Pulperías_____
4. Misceláneas_____

5. Aspecto sobre las 4 P'S

1. ¿Cómo le gustaría que fuera la textura del producto?

1. Crocante_____ 2. Cristalizado_____ 3. Chicloso_____

2. ¿De qué tamaño le gustaría este dulce?

1. De 2.5cmx2.5cm_____ 2. De 55x30mm_____ 3. De 57x36mm_____

3. ¿Cómo le gustaría que fuera el envase del caramelo?

1. Caja_____ 2. Plástico_____ 3. Papel_____

4. ¿Cómo le gustaría que fuera la envoltura del dulce de café, cacao y canela?

1. _____ 2. _____ 3. _____







5. ¿Por medio de que red social le gustaría conocer de la existencia de este producto?

1. Facebook_____ 2. Instagram_____ 3. Twitter_____

6. ¿Por cuál medio publicitario le gustaría conocer de este producto?

1. Radio_____ 2. Spot publicitario_____ 3. Volantes_____

6. Aspecto sobre la Frecuencia de consumo

1. ¿Qué cantidad de estos dulces estaría dispuesto a comprar?

1. De 1 a 5_____ 2. De 6 a 10_____ 3. De 11 a más_____

2. ¿Con que periodicidad estaría dispuesto a comprar estos dulces?

1. Diario_____ 2. Semanal_____ 3. Quincenal_____ 4.
Mensual_____

¡Gracias por su Información!

Anexos 5: cruce de variables oferta genero

Cruce de variables Oferta-Genero			
		Valor	Aprox. Sig.
Nominal por Nominal	Phi	.160	.035
	V de Cramer	.160	.035
N de casos válidos		336	

Anexos 6: cruce de variables demanda-frecuencia

Cruce de variables Demanda-Frecuencia de compra			
		Valor	Aprox. Sig.
Nominal por Nominal	Phi	1.000	.000
	V de Cramer	1.000	.000
N de casos válidos		336	

Anexos 7: Medidas simétricas

Medidas simétricas			
		Valor	Aprox. Sig.
Nominal por Nominal	Phi	.237	.004
	V de Cramer	.167	.004
N de casos válidos		336	

Anexos 8: Proyecciones de venta en unidades físicas

Productora Diriangén													
Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas													
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Dulce artesanal Cafela	10000	10000	9000	9000	10000	10000	9000	9000	9000	9000	10000	10000	114000
Total	10000	10000	9000	9000	10000	10000	9000	9000	9000	9000	10000	10000	114000

Anexos 9: Proyecciones de ventas en unidades monetarias

Productora Diriangén														
Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias														
Descripción	P. de Vta.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Dulce artesanal Cafela	C\$ 6.00	C\$ 60,000.00	C\$ 60,000.00	C\$ 54,000.00	C\$ 54,000.00	C\$ 60,000.00	C\$ 60,000.00	C\$ 54,000.00	C\$ 54,000.00	C\$ 54,000.00	C\$ 54,000.00	C\$ 60,000.00	C\$ 60,000.00	C\$ 684,000.00
Total		C\$ 60,000.00	C\$ 60,000.00	C\$ 54,000.00	C\$ 54,000.00	C\$ 60,000.00	C\$ 60,000.00	C\$ 54,000.00	C\$ 54,000.00	C\$ 54,000.00	C\$ 54,000.00	C\$ 60,000.00	C\$ 60,000.00	C\$ 684,000.00

Anexos 10: Precio con inflación

Precio con inflación del 5.3%
C\$ 6.32

Anexos 11: Proyecciones de gastos de ventas mensual

Productora Diriangen																
Proyecciones de Gastos de Ventas																
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	Año 2022	Año 2023	
Salarios	C\$ 2,325.00	C\$ 2,325.00	C\$ 2,325.00	C\$ 2,325.00	C\$ 2,325.00	C\$ 2,325.00	C\$ 2,325.00	C\$ 2,325.00	C\$ 2,325.00	C\$ 2,325.00	C\$ 2,325.00	C\$ 2,325.00	C\$ 27,900.00	C\$ 28,633.77	C\$ 29,386.84	
Vacaciones	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 2,499.96	C\$ 2,565.71	C\$ 2,633.19	
Treceavo mes	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 2,499.96	C\$ 2,565.71	C\$ 2,633.19	
Indemnización	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 2,499.96	C\$ 2,565.71	C\$ 2,633.19	
Inss Patronal	C\$ 575.00	C\$ 575.00	C\$ 575.00	C\$ 575.00	C\$ 575.00	C\$ 575.00	C\$ 575.00	C\$ 575.00	C\$ 575.00	C\$ 575.00	C\$ 575.00	C\$ 575.00	C\$ 6,900.00	C\$ 7,081.47	C\$ 7,267.71	
													C\$ -			
Amortizaciones																
Publicidad al inicio	C\$ 310.00	C\$ 310.00	C\$ 310.00	C\$ 310.00	C\$ 310.00	C\$ 310.00	C\$ 310.00	C\$ 310.00	C\$ 310.00	C\$ 310.00	C\$ 310.00	C\$ 310.00	C\$ 3,720.00	C\$ 3,720.00	C\$ 3,720.00	
transporte	C\$ 1,600.00	C\$ 1,600.00	C\$ 1,600.00	C\$ 1,600.00	C\$ 1,600.00	C\$ 1,600.00	C\$ 1,600.00	C\$ 1,600.00	C\$ 1,600.00	C\$ 1,600.00	C\$ 1,600.00	C\$ 1,600.00	C\$ 19,200.00	C\$ 19,200.00	C\$ 19,200.00	
Total	C\$ 5,434.99	C\$ 5,434.99	C\$ 5,434.99	C\$ 5,434.99	C\$ 5,434.99	C\$ 5,434.99	C\$ 5,434.99	C\$ 5,434.99	C\$ 5,434.99	C\$ 5,434.99	C\$ 5,434.99	C\$ 5,434.99	C\$ 65,219.88	C\$ 66,332.37	C\$ 67,474.11	

Anexos 12: Proyecciones de gastos de administración mensual

Productora Diriangen																
Proyecciones de Gastos de Administración																
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	Año 2022	Año 2023	
Salarios	C\$ 2,325.00	C\$ 2,325.00	C\$ 2,325.00	C\$ 2,325.00	C\$ 2,325.00	C\$ 2,325.00	C\$ 2,325.00	C\$ 2,325.00	C\$ 2,325.00	C\$ 2,325.00	C\$ 2,325.00	C\$ 2,325.00	C\$ 27,900.00	C\$ 28,633.77	C\$ 29,386.84	
Vacaciones	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 2,499.96	C\$ 2,565.71	C\$ 2,633.19	
Treceavo mes	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 2,499.96	C\$ 2,565.71	C\$ 2,633.19	
Indemnización	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 208.33	C\$ 2,499.96	C\$ 2,565.71	C\$ 2,633.19	
Inss Patronal	C\$ 575.00	C\$ 575.00	C\$ 575.00	C\$ 575.00	C\$ 575.00	C\$ 575.00	C\$ 575.00	C\$ 575.00	C\$ 575.00	C\$ 575.00	C\$ 575.00	C\$ 575.00	C\$ 6,900.00	C\$ 7,081.47	C\$ 7,267.71	
Depreciación	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00	C\$ 1,200.00	
Amortización													C\$ -			
Papelería y útiles de oficina	C\$ 430.00	C\$ 430.00	C\$ 430.00	C\$ 430.00	C\$ 430.00	C\$ 430.00	C\$ 430.00	C\$ 430.00	C\$ 430.00	C\$ 430.00	C\$ 430.00	C\$ 430.00	C\$ 5,160.00	C\$ 5,433.48	C\$ 5,721.45	
Total	C\$ 4,054.99	C\$ 4,054.99	C\$ 4,054.99	C\$ 4,054.99	C\$ 4,054.99	C\$ 4,054.99	C\$ 4,054.99	C\$ 4,054.99	C\$ 4,054.99	C\$ 4,054.99	C\$ 4,054.99	C\$ 4,054.99	C\$ 48,659.88	C\$ 50,045.85	C\$ 51,475.57	

Anexos 13: Estructura de costos anual

Productora Diriangen Estructura de Costos Anual Dulce artesanal Cafela				
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Costo Total
Materia Prima Directa				
Café	C\$ 4,620.00	C\$ 4,864.86	C\$ 5,122.70	C\$ 14,607.56
Cacao	C\$ 1,890.00	C\$ 1,990.17	C\$ 2,095.65	C\$ 5,975.82
Canela	C\$ 12,960.00	C\$ 13,646.88	C\$ 14,370.16	C\$ 40,977.04
Leche	C\$ 47,400.00	C\$ 49,912.20	C\$ 52,557.55	C\$ 149,869.75
Sub total Materia Prima Directa	C\$ 66,870.00	C\$ 70,414.11	C\$ 74,146.06	C\$ 211,430.17
Mano de Obra Directa				
Operarios + inss patronal	C\$ 69,818.28	C\$ 71,654.50	C\$ 73,539.01	C\$ 215,011.79
Sub total MOD Directa	C\$ 69,818.28	C\$ 71,654.50	C\$ 73,539.01	C\$ 215,011.79
Costos Indirectos de Fabricación				
Costos Fijos	C\$ 46,842.84	C\$ 49,325.51	C\$ 51,939.76	C\$ 148,108.11
Costos Variables	C\$ 135,360.00	C\$ 142,534.08	C\$ 150,088.39	C\$ 427,982.47
Sub total CIF	C\$ 182,202.84	C\$ 190,377.14	C\$ 198,965.28	C\$ 576,090.58
Costo Total Anual	C\$ 318,891.12	C\$ 332,445.76	C\$ 346,650.36	C\$ 1,002,532.54

Anexos 14: Estado de resultado proyectado

Productora Diriangen Estado de Resultado Proyectado Expresado en Córdoba			
Descripción	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Ventas Totales	C\$ 684,000.00	C\$ 731,055.78	C\$ 742,021.62
Descuento sobre venta			
Rebajas sobre venta			
Venta Netas	C\$ 684,000.00	C\$ 731,055.78	C\$ 742,021.62
Costos de Producción	C\$ 453,021.00	C\$ 471,963.01	C\$ 491,795.25
Utilidad Bruta	C\$ 230,979.00	C\$ 259,092.77	C\$ 250,226.37
<i>Gastos de Operación</i>			
Gastos de Venta	C\$ 65,219.88	C\$ 66,332.37	C\$ 67,474.11
Gastos de Administración	C\$ 48,659.88	C\$ 50,045.85	C\$ 51,475.57
Total gastos operativos	C\$ 113,879.76	C\$ 116,378.21	C\$ 118,949.68
Utilidad de Operación	C\$ 117,099.24	C\$ 142,714.55	C\$ 131,276.69
Otros Ingresos	C\$ 0.00		
Otros Gastos	C\$ 0.00		
Utilidad antes de impuesto	C\$ 117,099.24	C\$ 142,714.55	C\$ 131,276.69

Anexos 15: Balance de apertura

Productora Diriangen Balance de Apertura Al 31 de Diciembre del 2020 Expresado en Córdoba			
<u>Activos</u>			
Corriente			
Efectivo en Caja y Banco	C\$	103,244.00	
Cuentas por Cobrar			
Inventarios			
Sub total Activo Corriente			C\$ 103,244.00
No Corriente			
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$	12,600.00	
Maquinaria	C\$	20,500.00	
Vehículo	C\$	1,600.00	
Sub total No Corriente			C\$ 34,700.00
Otros Activos			
Gastos Organización	C\$	4,608.00	
Publicidad al inicio de las operaciones	C\$	930.00	
Sub total Otros Activos			C\$ 5,538.00
Total Activos			C\$ 143,482.00
<u>Pasivo</u>			
Corriente			
Proveedores			
Total Pasivos			
<u>Patrimonio</u>			
Capital Contable	C\$	143,482.00	
Total Patrimonio			C\$ 143,482.00
Total Pasivo más capital			C\$ 143,482.00