



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 Licenciados en: Mercadotecnia.

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

Subtema: Proyecto de emprendimiento para la elaboración y comercialización del producto postre ayote en miel empacado al vacío, dirigido al segmento de personas entre las edades de 15 años a más en el municipio de Jinotepe departamento de Carazo durante el segundo semestre del año 2020.

Autores:

No. de Carnét

Br. Hernández Nelson Reyes	16-09167-4
Br. Ramírez Cortez Yasir Steven	16-09138-8
Br. Valverde Silva Duilio Antonio	16-09177-3

Tutor:

MSc. Mariano Isidoro Gaitán Chávez

Fecha martes 15 de Diciembre del año 2020
Jinotepe, Carazo, Nicaragua



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 del producto, en la IV región del país, presentado por los (as) bachilleres:

Nº	Apellidos y Nombres	Carnet
1	Hernández Reyes Nelson	1609-1674
2	Ramirez Cortez Yasir Steven	1609-1388
3	Valverde Silva Duilio Antonio	1609-1773

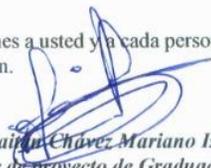
Siendo el subtema: Proyecto de emprendimiento para la elaboración y comercialización del producto postre ayote en miel empacado al vacío, dirigido al segmento de personas entre las edades de 15 a más en el municipio de Jinotepe departamento de Carazo durante el segundo semestre del año 2020.

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

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


MSc. Guisela Chávez Mariano Isidoro
Tutor de proyecto de Graduación

Cc/ Archivo

¡A la libertad por la Universidad!

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

Dedicatoria

A Dios: por brindarnos la vida, darnos sabiduría e inteligencia, por ayudarnos a cumplir con lo que hemos soñado y también por darnos la fuerza para mantenernos siempre con la frente en alto y no rendirnos ante los problemas.

A nuestros padres:

Duilio Antonio Valverde silva: De manera muy especial dedico este proyecto de graduación a la persona que me apoyo desde el principio hasta el fin, a mi madre María Clemencia Silva Dixon, quien siempre me motivo para seguir siendo madre y padre para mí, demostrándome que las metas son para cumplirlas, muchas gracias madre porque siempre me alientas en cada uno de mis logros.

Steven Ramirez: Dedico este proyecto a mis padres Erving Ramirez y cándida Cortez que han sido mi fuerte apoyo, los que me animan a seguir adelante, también son mi gran ejemplo y la razón por la me alientan a dar el extra, son mi inspiración y también el motor de mi vida para seguir avanzando.

Nelson Reyes Hernández: De manera muy especial dedico este proyecto de graduación a mi madre María Lourdes Hernández López, quien fue la mejor madre del mundo y estuvo siempre apoyándome en todo momento, gracias madre hasta el cielo te dedico este gran logro. MADRE LO LOGRAMOS. Así mismo dedico este triunfo a mi abuelita Gloria Marina Hernández López quien me ha sido una gran abuela inculcándome valores desde pequeño siendo una madre y abuela ejemplar, apoyándome en todo momento.

A los docentes: por que han estado siempre dispuestos a ayudar en todo tiempo. De manera muy especial agradecemos a la maestra Luz Margarita Narváez Selva y al maestro Mariano Isidoro Gaitán Chávez. Sus enseñanzas fueron mucho más allá del contenido de un plan de estudio, sus misiones fueron más que unos maestros. Gracias por sus dedicaciones, paciencia y afecto al enseñar.

Equipo investigativo 2020

Agradecimiento

A Dios: por habernos llevado hacia la meta de culminar la carrera, por las bendiciones brindadas cada día, por sacarnos de todas las adversidades y por mantenernos con mucha salud.

A nuestros padres: por sacarnos adelante, por brindarnos todo lo necesario para que no nos faltará nada, por siempre brindarnos su apoyo, y por creer que si lo lograríamos.

A nuestros amigos: por apoyarnos, por enseñarnos de su conocimiento y por orientarnos cuando no entendíamos algo.

A nuestros docentes: por siempre darnos la mejor información y orientaciones, por compartir sus experiencias y conocimiento, por capacitarnos y brindarnos de muchas herramientas en cada asignatura y por cada consejo brindado.

Equipo investigativo 2020

Índice

1. Generalidades del proyecto	1
1.1. Solución	3
1.1.1. Embudo de funnel de innovación	3
1.1.2. Modelo Desing Thinking	5
1.2. Diseño o Modelo 3D	11
1.3 Oportunidad en el Mercado	11
1.4 Propuesta de valor. (Modelo CANVAS)	13
1.4.1 La novedad de mi proyecto desde la base intelectual	15
1.5 Ciclo del proyecto	17
1.6 Visibilidad del proyecto (banner, poster, redes sociales)	21
1.7 Resultados esperados:	21
2. Estudio de Mercado	22
2.1 Planteamiento de la oportunidad	22
2.1.1 Formulación de la oportunidad	23
2.1.2 Sistematización	23
2.2 Objetivos	24
2.2.1 Objetivo general	24
2.2.2 Objetivos específicos	24
2.3 Hipótesis	25
2.3.1 Comprobación de la hipótesis del trabajo	25
2.4 Análisis de la demanda	25
2.4.1 Cálculo de la demanda potencial	26
2.5 Análisis de la oferta	26
2.5.1 Cálculo de la oferta directa e indirecta	26
2.5.2 Cálculo de la demanda insatisfecha	28
2.6 Atractivo del segmento de mercado	28
2.7 Análisis del precio	30
2.7.1 Comparación del precio del mercado	30
2.7.2 Estructura de precio	30
2.7.3 Precio unitario	30

2.8	Análisis de comercialización	32
2.8.1	Logística de distribución	32
2.8.2	Proveedores directos e indirectos	33
2.8.2	Costos de comercialización	34
2.9	Estrategia competitiva de mercado (4PS)	34
2.9.1	Estrategia de Producto	34
2.9.2	Estrategia de Precio	40
2.9.3	Estrategia de distribución	41
2.9.4	Estrategia de promoción	42
2.9.5	Estrategia Social-Media o redes sociales	43
2.10	Presupuesto de publicidad	44
2.11	Proyección de Venta	45
2.11.1	Objetivos de venta	45
2.11.2	Metas de Venta	45
2.11.3	Cálculo de proyección de ventas	45
3.	Plan de producción.	46
3.1	El proceso de producción.	46
3.2	Proveedores y condiciones de compra de los equipos.	50
3.3	Capital fijo y vida útil	59
3.4.	Capacidad planificada.	62
3.5.	Ubicación física y distribución física de la empresa.	63
3.6	Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad	65
3.7	Mano de obra, sus costos y disponibilidad	66
3.8	Gastos generales de producción.	68
4.	Plan de organización y gestión.	68
4.1	Marco legal (forma jurídica)	68
4.2	Estructura de la organización.	80
4.3	Fichas de cargo.	82
4.4	Actividades y gastos preliminares.	88
4.5.	Equipos de oficinas	89
4.6.	Gastos administrativos.	90
5.	Plan financiero.	91
5.1	Inversión y fuente de financiamiento.	91

5.1.1 Activos fijos.....	91
5.1.2 Inversión diferida.....	92
5.1.3 Capital de trabajo.....	93
5.1.4 Inversión total.....	93
5.1.5 Estructura del financiamiento.....	95
5.2. Ingresos, egresos, costos.....	95
5.2.1 punto de equilibrio.....	95
5.2.2 presupuesto de ingresos.....	97
5.2.3 presupuesto de egresos.....	97
5.2.4 presupuesto de costo.....	98
5.2.5 estructura de costos.....	101
5.2.6 flujo de caja.....	102
5.3.1 Flujo de fondos.....	103
5.3.2 valor actual neto VAN.....	104
5.3.3 Tasa interna de retorno TIR.....	105
6. Conclusión.....	106
. Bibliografía.....	107
ANEXOS.....	109

Índice de anexo

anexo 1 cronograma de trabajo.....	109
Anexo 2 diseño metodológico.....	111
Anexo 3 censo poblacional.....	111
Anexo 4 población actual de Jinotepe.....	111
anexo 5 universo cuantitativo.....	112
Anexo 6 pilotaje.....	113
anexo 7 cuadro de operabilización de variables.....	116
Anexo 8 instrumento de recolección de información.....	120
Anexo 9 Pruebas de chi-cuadrado para las variables disposición de con estado civil.....	123
Anexo 10 Pruebas de chi-cuadrado para las variables Cantidad de compra con edad.....	¡Error!
Marcador no definido.	
Anexo 11 Pruebas de chi-cuadrado para las variables Precio con ocupación.....	124
anexo 12 discriminante de genero.....	124
anexo 13 disposición del consumo de ayote en miel empacado al vacío.....	124
anexo 14 frecuencia de compra en porcentaje.....	125
anexo 15 frecuencia de compra de los dos competidores.....	125
anexo 16 formato de estructura de precio.....	125

anexo 17 costo de comercialización.....	127
anexo 18 periodo de recuperación de la inversión.....	127
Anexo 19 requisito para inscripción como persona natural	127

Índice de tablas

Tabla 1 criterio de evaluación.....	8
Tabla 2 modelo canvas	13
Tabla 3 tasas para el registro de marca.....	17
Tabla 4 costos de medios publicitarios.....	21
Tabla 5 correlacion de variables medibles.....	25
Tabla 6 consumo aparente.....	27
Tabla 7 competencia directa	29
Tabla 8 atractivo de mercado.....	29
Tabla 9 precio de competidores	30
Tabla 10 cálculo de precio unitario	31
Tabla 11 inflación de precio	31
Tabla 12 conversión de dólares.....	31
Tabla 13 descripción de proveedores directos e indirectos	33
Tabla 14 plan de medios publicitarios.....	44
Tabla 15 presupuesto de publicidad	44
Tabla 16 proyecciones de ventas.....	45
Tabla 17 proceso de producción.....	47
Tabla 18 actividades del proceso de producción.....	49
Tabla 19 lista de proveedores.....	50
Tabla 20 ficha técnica cocina.....	51
Tabla 21 ficha técnica balanza electrónica.....	52
Tabla 22 ficha técnica del congelador	53
Tabla 23 ficha técnica mesa de acero.....	54
Tabla 24 ficha técnica empacadora y selladora al vacío.....	55
Tabla 25 utensilios de cocina.....	56
Tabla 26 materiales de higiene.....	58
Tabla 27 costos totales de maquinaria, utensilios y materiales higiénicos	59
Tabla 28 depreciación de cocina.....	59
Tabla 29 depreciación balanza electrónica	60
Tabla 30 depreciación congelador	60
Tabla 31 depreciación mesa de acero	61
Tabla 32 depreciación empacadora y selladora al vacío	61
Tabla 33 capacidad instalada proyectada.....	62
Tabla 34 materia prima.....	65
Tabla 35 proveedores de materia prima	66
Tabla 36 costo de mano de obra.....	66
Tabla 37 gastos generales de producción.....	68
Tabla 38 planilla de pago	81

Tabla 39 división de cargos	82
Tabla 40 ficha de cargo de administrador.....	82
Tabla 41 ficha de cargo de responsable de mercadeo y ventas.....	84
Tabla 42 ficha de cargo del responsable de producción	84
Tabla 43 ficha de cargo encargado de cocción.....	86
Tabla 44 ficha de cargo ayudante de cocina	87
Tabla 45 actividad y gastos preliminares.....	88
Tabla 46 depreciación de computadora	89
Tabla 47 depreciación silla de escritorio.....	89
Tabla 48 depreciación de escritorio	90
Tabla 49 gastos administrativos mensual	91
Tabla 50 inversión fija.....	91
Tabla 51 activos intangibles	92
Tabla 52 capital de trabajo.....	93
Tabla 53 inversión total	94
Tabla 54 forma de financiamiento	95
Tabla 55 punto de equilibrio	96
Tabla 56 presupuesto de ingresos	97
Tabla 57 presupuesto de egresos	98
Tabla 58 presupuesto de materiales directos	98
Tabla 59 presupuesto de materiales indirectos.....	99
Tabla 60 presupuesto de costos indirectos de fabricación.....	99
Tabla 61 presupuesto de mano de obra directa.....	101
Tabla 62 estructura de costo.....	101
Tabla 63 flujo de caja.....	102
Tabla 64 flujo de fondos.....	104
Tabla 65 comprobación de rentabilidad.....	105

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 solución.....	3
Ilustración 2 embudo de la innovación.....	4
Ilustración 3 cualidades del producto	7
Ilustración 4 preparación de materia prima.....	9
Ilustración 5 preparación de materia prima.....	9
Ilustración 6 preparación de materia prima.....	10
Ilustración 7 producto 3D.....	11
Ilustración 8 ciclo del proyecto.....	17
Ilustración 9 logística de distribución.....	32
Ilustración 10 diseño de empaque y producto 3D	35
Ilustración 11 etiqueta.....	35
Ilustración 12 logotipo	36
Ilustración 13 código de barra	36
Ilustración 14 línea de producto	38

Ilustración 15 cajilla de plástico.....	38
Ilustración 16 vehículo para distribuir.....	39
Ilustración 17 poster y roll up.....	40
Ilustración 18 canal directo nivel 0.....	41
Ilustración 19 canal directo nivel 1.....	42
Ilustración 20 código QR.....	43
Ilustración 21 mapa de ubicación de la micro empresa.....	64
Ilustración 22 distribución de planta de la micro empresa.....	65
Ilustración 23 requisito para obtención de licencia.....	77
Ilustración 24 requisito para el registro sanitario.....	78
Ilustración 25 estructura organizacional.....	80

Índice de gráficos

grafico 1 tasa interna retornable.....	105
--	-----

Resumen.

El presente trabajo de innovación y emprendimiento, trata de la producción y comercialización del postre ayote en miel empacado al vacío "el ñeto" siendo este un producto tradicional nicaragüense y elaborado 100 % natural a base de ayote tamal, dulce de panela y Canela, todos estos insumos son encontrados fácilmente en la misma zona de Carazo, cabe mencionar que estos productos contienen un sin número de propiedades ejemplo : en el ayote encontramos vitamina B1 y B2 las cuales participan en el proceso metabólico del organismo de igual manera la vitamina D está aporta el fortalecimiento de los huesos y dientes . Así mismo tenemos la panela de caña de azúcar (Dulce) que contiene minerales como: zinc, magnesio y cobre que fortalecen los huesos gracias a su aporte de fósforo y calcio. La Canela ayuda a controlar la diabetes porque ayuda a mejorar la utilización de azúcares, disminuye la fatiga y mejora el estado de ánimo de las personas de igual manera ayuda a combatir el colesterol y triglicérido y sobre todo da un exquisito aroma en los postres.

La microempresa de postre el ñeto estará ubicada en el municipio de San Marcos Carazo. El producto va dirigido a un segmento de hombre y mujeres entre 15 años de edad a más, este producto es reconocido por las familias nicaragüenses por lo tanto no hay dificultad de estar explicando el producto.

La ventaja competitiva que ofrece el producto innovador consiste en brindar un producto 100 % natural y contiene un empaque que conserva el olor, sabor y textura, además de contener un precio competitivo en el mercado y sobre todo mantener el producto en todo momento sin estar esperando fecha especial.

Para tener una buena eficacia para la producción y comercialización de postre fue necesario realizar un plan organizacional donde se estipula la función de cada persona y de esta forma tener un proceso de producción de calidad sin tener ninguna dificultad.

Para finalizar se presenta un plan financiero donde se identifican todos los gastos monetarios que ayuda a identificar si es rentable el proyecto y de esta forma

realizar la proyecciones de venta a futuro, cabe mencionar que en los meses de abril y diciembre se incrementara la producción debido a que son fechas festivas en el país y es tradicional repartir estos postres.

Objetivos del proyecto

Objetivo general.

- Crear un proyecto que permita evaluar la viabilidad de una micro empresa , dedicada a la producción y comercialización del producto emprendedor postre ayote en miel empacado al vacío con presencia en el municipio de Jinotepe, Carazo, durante el II semestre del año 2020.

Objetivos específicos.

- Realizar las generalidades del proyecto de emprendimiento con el objetivo de buscar una propuesta desde valor.
- Elaborar un estudio de mercado para identificar la aceptación del postre ayote en miel.
- Crear un plan de producción para constar todos los aspectos técnicos que incurren en la fabricación del producto innovador.
- Identificar el marco legal que se necesita la micro empres para iniciar sus funciones y cumplir con las leyes del país.
- Diseñar un plan financiero para conocer el monto de recursos monetarios se necesita para iniciar y también conocer el precio real del producto con un margen de ganancia muy bueno.

1. Generalidades del proyecto

En Nicaragua unos de los productos que se cultiva es el ayote, siendo esta una verdura que se puede para preparar de diferentes maneras, cabe mencionar que unos de las preparaciones es el postre de ayote en miel (Dulce), el cual es elaborado con dulce de caña de azúcar y es un producto tradicional en las familias

nicaragüense, pero este producto solo es elaborado en fechas especiales, por ejemplo, repartir en purísima y semana santa.

Por lo tanto, el equipo de trabajo plantea innovar en la comercialización de este producto al ofertarlo con un empaque al vacío, con el objetivo de brindar una mejor higiene y conservación de los nutrientes del producto, también de esta forma llegar a las familias que les gusta consumir este postre sin esperar fechas específicas

Existen distintas variedades en esta verdura y todos guardan en común su alto valor nutricional, además de su delicioso sabor. El ayote tiene diversos beneficios para la salud es rico en vitamina A tiene funciones antioxidantes y contribuye a mantener la visión sana, así como la piel tersa así mismo aporta pigmento como la zeaxantina ambos de color amarillo y gracias que sus propiedades antioxidantes ayuda a proteger al cuerpo contra los daños relacionados al deterioro de las células.

El otro componente esencial de este producto es el dulce, conocido también como Panela de dulce que es elaborado a base del jugo de caña de azúcar, por lo tanto, es un producto 100% artesanal y orgánico en el cual encontramos propiedades nutricionales como vitamina A, C, D y E

Se elaborará una sola presentación, donde el producto contendrá las semillas del mismo ayote debido a que es comestible y están llenas de nutrientes, así mismo contienen grasa insaturada es decir grasa buena que contribuye a prevenir algunas enfermedades cardiovasculares.

Este será un negocio muy factible debido a que este producto no tiene competencia directa y a las personas les agrada y es un postre tradicional de nuestro país. Así mismo tenemos la gran ventaja que los insumos para preparar este postre los encontramos en la misma zona donde se pretende incursionar, para la siembra del ayote se cuenta con una finca de uno de los integrantes esta verdura se adecua al clima de la zona y se conserva muy buen tiempo por lo tanto una vez cultivando se almacenará para que de esta manera mantener siempre en el mercado nuestro producto.

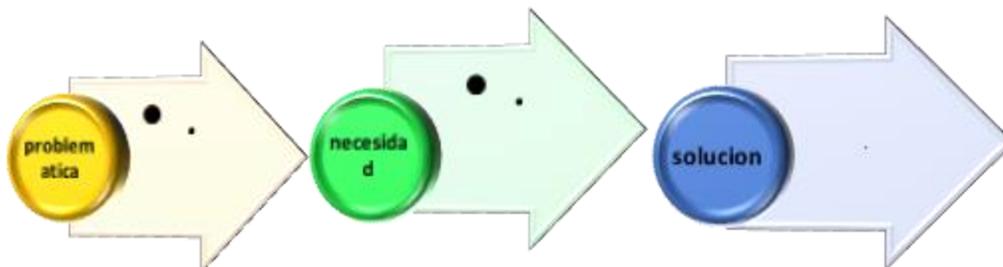
El propósito es de ubicar este producto en puntos estratégicos, donde las personas acudan más a realizar sus compras y puedan adquirirlo el tipo de empaque que poseerá les brinda la alternativa de poder ingerirlo de dos formas heladas o introducirlo a calentar esto ya a gusto del consumidor.

1.1. Solución

Para el desarrollo del proyecto emprendedor con enfoque innovador, fue necesario el uso de distintas metodologías y técnicas que nos facilitó el análisis las necesidades que se presentaban en el entorno. De esta manera se definen las necesidades de carácter general, especialmente en el sector de alimentos, en la cual existen distintas problemáticas con relación a malos hábitos de consumo.

Por otro lado, los hábitos de consumo que prevalecen en la sociedad, son diferenciados por consumir alimentos tradicionales (ayote en miel, gofios, dulces de frutas, dulces de leches, buñuelos y dulces a base de maíz con dulce).

Ilustración 1 solución



Fuente equipo investigativo 2020

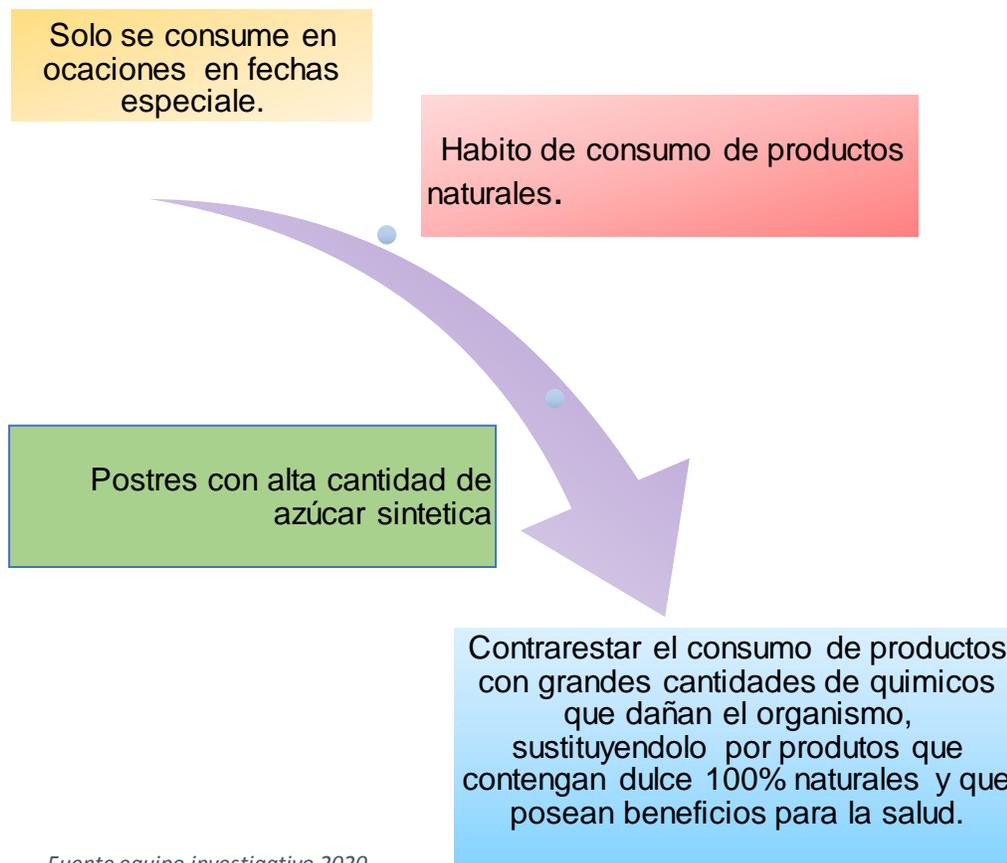
1.1.1. Embudo de funnel de innovación

Según (reyes, 2012) nos explica en su blog consultora innovadora que el embudo o funnel de innovación refleja cómo al principio entra en el proceso un número amplio de ideas que después van pasando por distintos filtros que sirven para descartar las menos válidas y madurar a las mejores.

1. **Generación de ideas:** Como indica su nombre, es la fase más creativa en la que los participantes sugieren todas las ideas que les parecen interesantes para innovar.

2. **De ideas a oportunidades:** Primer filtrado de las ideas que estaban planteadas todavía muy en genérico y en gran cantidad, para convertirlas en oportunidades (“retos”) porque según el diagnóstico realizado, responden a necesidades.
3. **De oportunidades a proyectos:** En esta fase nos centramos en la parte operativa de gestionar equipos para dar respuesta y avanzar en la solución del reto de innovación.
4. **proyectos a prototipos:** De los proyectos sale una primera versión de solución que hay que testar y mejorar a través de lo que a menudo llamamos “experiencias piloto”. En esta fase probamos en un entorno controlado si la solución funciona y le introducimos sucesivas mejoras hasta ponerla a punto.
5. **Implementación:** Cuando la innovación está a punto gracias a la fase anterior, el prototipo ya se ha convertido en una solución extensible a toda la organización, y a otros ámbitos que tengan un problema parecido.

Ilustración 2 embudo de la innovación



Fuente equipo investigativo 2020

1.1.2. Modelo Design Thinking.

Según (Sierra, 2020) Design Thinking es el anglicismo con el que se conoce como una herramienta, que utilizan las empresas para fomentar la innovación de manera exitosa. Su aplicación está permitiendo que numerosas corporaciones mejoren sus resultados, amplíen su cartera de clientes y consoliden su marca.

El Design Thinking apuesta por dejar de lado las soluciones conocidas para hacer frente a los problemas o retos con nuevos enfoques y fórmulas que no habíamos contemplado. La búsqueda de ese punto de vista divergente hace que el proceso sea más abierto, colaborativo y participativo.

Empatizar:

Para lograr este punto de empatía se realizó proceso de estudio de las personas de sus gustos y preferencias en el ámbito culinario, para poder obtener esta información se realizó el método de observación y entrevista, por lo tanto, la realización de estos pasos nos conllevó a evaluar y concretar las necesidades presentadas.

La Purísima es una fiesta tradicional, celebrada desde hace años en Nicaragua y que tienen una cierta autonomía de la Jerarquía Eclesiástica. Durante el transcurso del año, la gente hace peticiones a la Virgen y le prometen ofrecer devociones durante la Purísima si ella responde a sus oraciones. Cada noche la gente le reza la Novena a la Virgen que consiste en lecturas bíblicas y oraciones. Después comienzan las canciones y la habitual distribución de regalitos (a lo que llaman "gorra").

Tradicionalmente esta celebración se centra en la familia. En años anteriores las familias que tenían suficientes medios ofrecían regalos a otras familias a las que invitaban a celebrar la Purísima. Muchas veces los vecinos competían para ver quién podía realizar la celebración más lujosa y mejor. A veces, las familias más

humildes, invierten mucho dinero, más del que podrían teóricamente, para hacer la Purísima. (Inf)

En esta celebración nunca deben de faltar los dulces tradicionales tales como:

- 1) Ayote en miel.
- 2) Gofios (una especie de dulces a base de pinol muy populares en las purísimas).
- 3) Cusnaca de mango, jocote y nancite (juntas o por separado).
- 4) Dulces de frutas.
- 5) Dulces de leche.
- 6) Buñuelos.
- 7) Dulces hechos a base de maíz con dulce de piloncillo (panela, raspadura).

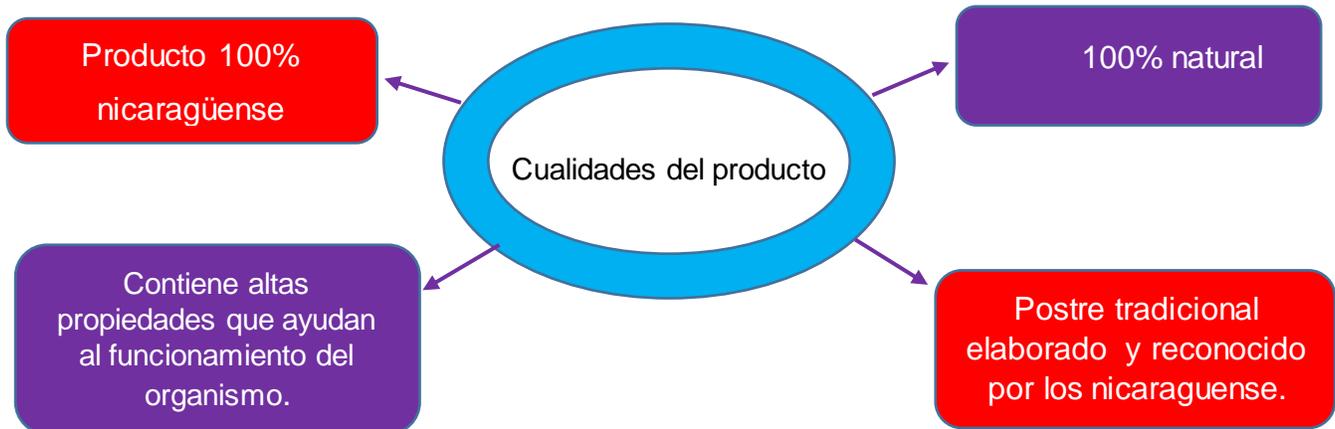
Cabe mencionar que en la actualidad estos tipos de dulces están siendo remplazados por dulces industrializado ya sean nacionales como internacionales, así mismo influye la falta de tiempo para elaborar estos productos nacionales, esta información fue adquirida gracias a las entrevistas realizadas a las personas.

Definir:

El problema que afecta a las personas para poder consumir el postre artesanal ayote en miel es la falta de tiempo para elaborarlo y el poder solamente encontrarlo en fechas específicas, por lo cual se ven con la necesidad de implementar algo práctico que pueda obtenerlo sin la necesidad invertir mucho tiempo y también remplazarlo por un producto que se encuentre todo el año.

Una vez identificada la problemática, se requiere la búsqueda de solución para poder contrarrestar la misma, por lo tanto, se detallará en el esquema siguiente:

Ilustración 3 cualidades del producto



Fuente: Equipo investigativo 2020

Idear:

Para la definición del producto se procede a la realización de lluvias de ideas tomando en cuenta las problemáticas del paso anterior de empatía. Donde se plantearon 3 ideas tratando de definir la idónea para llegar a este punto se realiza una evaluación donde se contemplan 5 indicadores y una puntuación de 1 a 5 presentando los tres productos donde se selecciona el que tenga la mayor puntuación.

Una vez realizado el proceso de calificación, logramos identificar el producto con mayor porcentaje. Donde obtuvimos que la idea número III obtuvo una puntuación de 22 puntos. Por lo tanto, la número tres es la idea del postre ayote en miel empacado al vacío, este es un producto tradicional nicaragüense muy reconocido, por lo tanto, este producto será comercializado en todo el transcurso del año sin esperar una fecha específica para poderlo consumir debido a que este producto en la actualidad solo se elabora en fechas especiales tales como marzo por la semana santa y diciembre por las purísimas.

Para la elaboración de este producto se requiere de la materia prima principal tales como: 1) Ayote. 2) Dulce de panela. 3) Canela.

Tabla 1 criterio de evaluación

critérios Ideas	Nivel de innovación	Mercado potencial	Disponibilidad de materia prima	Conocimiento técnico	Requerimiento de capital	total
Café achocolatado con canela	3	2	4	3	2	14
Llaveros y collares personalizados	2	3	4	4	4	17
Postre Ayote en miel empacado al vacío	4	4	5	5	4	22

Fuente: Equipo investigativo 2020

Prototipo:

Según (gambo, 2014) todos aquellos que se sienten cómodos utilizando sus manos para pensar. Las ideas van a ser aterrizadas y a convertirse en tangibles. Para que de esa forma el cliente no solo imagine propuestas, sino que pueda tocarlas. Cada vez que se ha enfrentado el desarrollo de un nuevo producto o

servicio, se realiza tratando de que incluya el mayor número de funcionalidades posibles, trabajando cada detalle del mismo y procurando dar la impresión de que aquello era algo consolidado.

Se llevó a cabo la elaboración del prototipo con el fin de realizarle mejoras al producto a través de las observaciones y degustaciones del mismo y poderlo llevar a su punto final de calidad y poder brindar un buen producto.

Para poder elaborar el prototipo, se necesitaron herramientas y utensilios de cocina necesarias que facilitaron el proceso de elaboración del producto, aplicando todas las medidas de higiene a la hora de su proceso de elaboración

Ilustración 4 preparación de materia prima



Fuente: equipo investigativo 2020

Esta es la primera etapa de preparación de los materiales para realizar el producto, ayote, especias y dulce de panela.

Ilustración 5 preparación de materia prima



Fuente: Equipo investigativo 2020.

En la segunda etapa es la ubicación de todos los materiales y al proceso de cocimiento, cabe mencionar que esto tiene que estar a fuego lento para que tenga buen cocimiento y una buena conservación y se le introduzca el dulce y evitar a que se queme el producto y nos quede en el punto adecuado.

Ilustración 6 preparación de materia prima



Fuente: Equipo investigativo 2020

En la tercera etapa, se finalizó el proceso de preparación, ya se contemplan el producto terminado. Posteriormente para dar a degustarlo y tomar en cuenta las sugerencias.

TESTEO:

Enlaza con la fase anterior en la que habíamos creado el prototipo, ahora lo probamos con la ayuda del público objetivo hacia el que se orienta la solución que estamos desarrollando. (LN creatividad y tecnología, 2017)

El producto fue realizado en tres ocasiones donde la primera se llevó a la universidad a degustar con docentes y estudiantes, la segunda en casa de habitación de uno de los integrantes de trabajo y la tercera con amistades cercanas. Y de esta forma se recopiló información para mejorar el producto y llevarlo al toque final idóneo, todas las sugerencias y recomendaciones fueron anotadas, y luego tomarlas en cuenta a la hora del procesado, donde valoramos:

- ❖ Olor.

- ❖ Sabor.
- ❖ Color.
- ❖ textura.

1.2. Diseño o Modelo 3D.

En el desarrollo del modelo en 3D se aplicaron las opiniones de los encuestados de acuerdo al sondeo de mercado realizado y entre otros aspectos extraídos de expertos en la materia, se realizaron algunos del modelo 3 dimensiones.

Por otra parte, el diseño 3D tiene un rol muy importante en la producción y la venta del producto ya que este diseño será una guía para la creación de dicho producto, este modelo trata de ser grato a la vista de los clientes reales y potenciales logrando una motivación y seguridad al momento de adquirir este producto.

Ilustración 7 producto 3D



Fuente: equipo investigativo 2020

1.3 Oportunidad en el Mercado.

Este producto abarcara una porción considerable del mercado de tal manera que al momento de introducir este producto se llevaron acabos estudios en el segmento de mercado para conocer los comportamientos de compra de los consumidores.

Gracias al instrumento aplicado y las degustaciones que se hicieron del producto se logró conocer más detallado cuales son las características que tendrán más valor para el consumidor, además de determinar los aspectos tales como la relación de la demanda y la oferta del producto.

Cálculo de la demanda potencial

La determinación de la demanda potencial, nos ayudará a pronosticar o determinar cuál será la demanda real de la comercialización del postre ayote en miel empacado al vacío y así identificar el nivel de venta de la empresa.

En el estudio de mercado realizado por el equipo de trabajo se obtuvo que la comercialización de este producto tiene una aceptación del 94.2% de la población en estudio del casco urbano del municipio de Jinotepe- Carazo, teniendo como un discriminante de un 5.8% por las siguientes razones.

El 2.4 % mencionan que no lo consumirán debido a que es un producto que cuanta con dulce y sufren de diabetes.

El 2.4 % destacan que no lo adquirirán por costumbre de no consumir azucares (Dulces).

1.4 Propuesta de valor. (Modelo CANVAS)

Tabla 2 modelo canvas

Socios clave.	Actividades clave.	Propuesta de valor.	Relaciones con clientes.	Segmentos de cliente.	Recursos clave.	Canales de distribución
<p>Alianza con Proveedores para garantizar la materia prima.</p> <p>Cadena de súper mercados: La colonia, Pali, Y Café xilotepetl</p> <p>MINSA: para verificar el estado de higiene del local y método de elaboración.</p> <p>MIFIC: para registrar mi marca.</p> <p>UNAN: Aquí surgió la idea y</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pedido de metería prima • Recepción de la materia prima. • Proceso productivo. • Levantar pedidos. • Actividades de marketing. • Visitar a los clientes. 	<p>El producto ayote en miel es un producto tradicional y artesanal, 100% nicaragüens e y contiene propiedades como vitamina A y B que ayuda al proceso metabólico y evita, contiene nutrientes para evitar el cáncer de colon además de</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Visitas personalizadas. • Utilizar la red social Facebook para interactuar constantemente con los clientes y así fortalecer los lazos y fidelizarlos • Invitaciones a través de páginas web. 	<p>Persona entre las edades de 15 a más del municipio de Jinotepe con ingresos económicos, que tienen el ámbito de consumo de producto elaborado artesanal y tradicionalmente.</p>	<p>Recursos financieros : aportación por los socios.</p> <p>Recursos humanos: cinco colaboradores</p> <p>Recurso tecnológico: computadora e internet.</p> <p>Maquinaria y utensilios de cocina.</p>	<p>Canal 0 Fabricante y consumidor final.</p> <p>Canal indirecto: Fabricante + supermercados restaurantes = consumidor final.</p>

<p>tenemos equipo de apoyo,</p> <p>MEFCA: se encarga de capacitar a jóvenes emprendedores</p> <p>Enlace con otros protagonistas Ayuda a dar a conocer el producto mediante ferias.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pago del personal 	<p>la producción de energía corporal. Su venta Prevalecerá en el mercado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Degustaciones en los puntos de ventas • Incentivar al cliente mediante regalías. 			
<p>Estructura de costo. Costo de producción. Costos de fabricación: 19.16 Margen de ganancia:35% Costo de venta:25.87</p>		<p>Fuentes de ingresos. El producto será comercializado al contado por efectivo y transferencia bancarios.</p>				

Fuente: equipo investigativo 2020

1.4.1 La novedad del proyecto desde la base intelectual.

El negocio “ayote en miel el nieto” estará regulado por el ministerio de fomento, industria y comercio “MIFIC”, debido a que en el país, es el que permite administrar el registro de la propiedad intelectual, idea de signo y marca que se utiliza para el diseño de la misma, teniendo la otra función que es diferenciar nuestro producto de la competencia u otros similares.

En Nicaragua, se aprobó recientemente la ley número 1024 Ley de Reforma y Adiciones a (Ley 380) Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, entrando en vigencia a partir de 3 de abril del año 2020. (Blog legal, 2020)

Debido a que la ley 380 es la que se encarga de proteger los derechos de autor este proyecto la toma como referencia, por lo cual la empresa “ayote en miel el nieto” será registrado como persona natural permitiendo obtener los derechos que están contemplado en la ley.

Para el procedimiento de registro, inicia con la presentación de la solicitud, que indicará:

1. Nombre, dirección, domicilio y nacionalidades del solicitante. Cuando fuese una persona jurídica deberá indicar además el lugar de constitución.
2. Denominación o reproducción de la marca cuyo registro se solicita.
3. Una lista de los productos o servicios que protegerá la marca que se desea registrar, agrupados por clases conforme a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios, con indicación del número de cada clase.
4. La firma del solicitante o de su apoderado.

5. Lugar para notificaciones en la localidad donde tiene su sede el Registro o correo electrónico, en caso que el solicitante indique recibirla por esta vía. (Blog legal, 2020)

Se deberá acompañar el poder que acredite la representación y los documentos o autorizaciones requeridos cuando corresponda.

De igual manera, se deberá adjuntar fotocopia de cédula de identificación ciudadana o cédula de residencia del solicitante; ocho ejemplares de la marca cuando ésta tuviese una grafía y si la marca fuese sonora, deberá presentar pentagrama y audio de la misma y finalmente el comprobante de pago de la tarifa básica.

Si la solicitud se ajusta a las formalidades establecidas, se considerará admitida para su publicación, y de lo contrario, si existen errores u omisiones, el Registro requerirá que, en el plazo de quince días hábiles, se subsane o corrija los mismos y de no poder subsanar en el tiempo indicado, el solicitante antes del vencimiento del plazo podrá por una (1) sola vez, pedir prórroga de quince (15) días hábiles, previo pago de la tasa en tal concepto.

De no existir omisiones, el registro de propiedad intelectual, emitirá el aviso de publicación de la solicitud, concediendo al solicitante el plazo de 15 días hábiles para gestionar su publicación en el Diario Oficial La Gaceta. (Blog legal, 2020)

Para finalizar la inscripción de la marca se necesita hacer llenado de la solicitud antes las autoridades correspondientes las cuales llevan el siguiente procedimiento: Examen de forma, Periodo de oposición, Examen de fondo, Emisión de certificado

Una vez llenada la solicitud se procede al siguiente paso que es cumplir con ciertas obligaciones arancelarias que corresponde al proceso de inscripción de la marca, una vez realizados estos pagos, tiene un periodo de validez de 10 años. (MIFIC, s.f.).

La tasa para el registro de marca es:

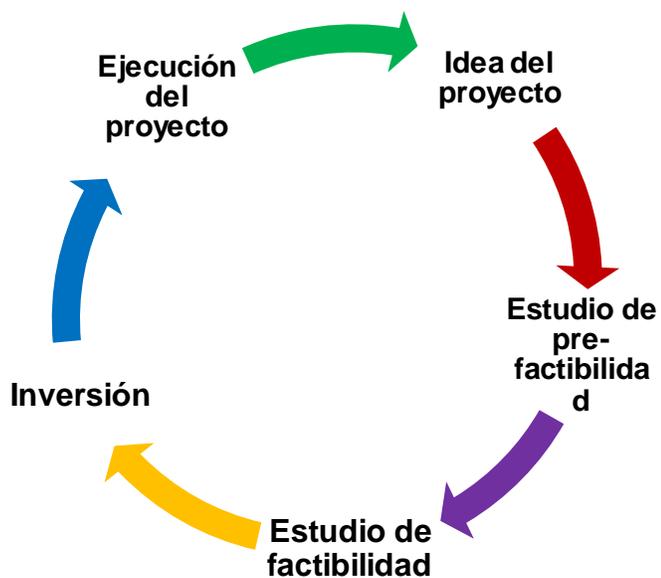
Tabla 3 tasas para el registro de marca

Trámite	Monto
Solicitud de registro de marca, Nombre Comercial, Emblema o Rótulo, Señal de Publicidad y renovación de registro de marca o signos distintivos	\$135
Búsqueda de Antecedentes Registrales por marca	\$60
Certificado	\$25 por el primer registro
Total	\$220

Fuente equipo investigativo 2020

1.5 Ciclo del proyecto

Ilustración 8 ciclo del proyecto



Fuente equipo investigativo 2020

Para facilitar la gestión y control de los proyectos de inversión estas se dividen en grupos de administración dado el grado de incertidumbre en tiempos y costos de estudio y análisis, el conjunto de estos grupos, desde que inicia hasta que concluye. Se denomina ciclo de vida del proyecto.

Los proyectos tienen diferentes etapas, que según (Apaza, 2013) son las siguientes:

Idea del proyecto

Generalmente el ciclo inicia con la generación de idea, por que surge una oportunidad o necesidad no planificado, es decir no requiere consumo de recurso. Sin embargo, actualmente los planificadores tienden a crear la idea desde un departamento o dirección de innovación y desarrollo en los cuales requieren una pre inversión

La idea es un elemento de entrada de datos primarios del proyecto, en esta fase se concibe el proyecto con información mínima, La idea de un proyecto puede iniciarse por las siguientes razones:

Existen necesidades insatisfechas actuales o futuro. Existen potencialidades o recursos no aprovechados que puede optimizarse y mejorar, es necesario complementar o reforzar otras actividades o proyectos

Después de un momento de lluvia de ideas se logró establecer la alternativa más viable, identificando la existencia de muchos recursos accesibles para el desarrollo de la misma, además tomando el factor cultural de este alimento y que solo es consumido en ocasiones.

Por lo cual se estableció proceder al emprendimiento de elaborar el postre ayote en miel empacado al vacío tomando en cuenta que no se comercializa de esta manera y que solamente en fechas especiales.

Pre factibilidad.

Para preparar este estudio se obtuvo información primaria lo cual se logró obtener gracias a técnicas y procedimientos adecuados la información a través de un abordaje personal y directo para lo cual se utilizó el sondeo virtual. De igual manera también se utilizó las fuentes secundarias para abordar información más coordinada por la cual se abordó información de libros de marketing y también se utiliza el acceso a página web que ayudan mucho para ampliar nuestro conocimiento.

Es en esta etapa donde se realizó un estudio más profundo para determinar la demanda que tendría el producto y así mismo poder saber el nivel de aceptación del producto. También el poder realizar estudio de mercado para lograr analizar y brindar las herramientas necesarias para ejecutar el proyecto.

Por otra parte dicho estudio facilito determinar los costos así como los presupuestos de cada una de las actividades que adquirirían un valor monetario, también se establecieron los canales de distribución, finalmente ayudo a definir las estrategias más apropiadas para posicionar nuestro producto en el mercado.

Factibilidad.

En el estudio de factibilidad Se asegura que el proyecto tenga una solución a la necesidad, seleccionada.

En esta etapa es el proceso de estudio de perfeccionamiento y precisión de la mejor alternativa identificada en las fases precedentes y es aquí donde se desarrollan todas las actividades adecuadas para llevar a ejecutar el proyecto sin dejar escapar ningún detalle.

Aquí es muy importante recopilar toda la información al término de esta etapa ya que a través de eso podrá permitir conocer y determinar el costo aproximado que se tendrá que hacer.

Inversión

En esta etapa se empieza programar los recursos y asignar un presupuesto para el proyecto, se procede a calcular los gastos necesarios y requeridos por el proyecto para la adquisición de equipos, materiales, contratación del talento humano entre otros, con el propósito de asegurar el éxito.

Aquí es donde se inicia la asignación y ejecución del presupuesto. Es un proceso de elaboración de las 4C (cronograma, costos, cantidad, y calidad), previa revisión y actualización de los estudios de pre inversión formulando un plan organizacional, documentos, licitación, contratación y ejecución del proyecto

Debe tener ya claramente definido todo lo requerido y toda maquinaria y equipo para la apertura de la empresa.

De igual manera realizar una búsqueda minuciosa que revele cada recurso, e información, así como lo brindado por el estudio de mercado debido a que obteniendo lo antes mencionado poder lograr iniciar las operaciones en la empresa y poder contrarrestar las posibles amenazas hora de la realización.

Ejecución

Es la etapa de montaje o ejecución propiamente dicha, consiste en la construcción y equipamiento de las instalaciones físicas, capacitación del personal, implementación de los instrumentos legales y administrativos necesarios para el funcionamiento de la micro empresa.

En esta etapa se realiza la puesta en marcha, el cual consiste en poner a prueba el funcionamiento las instalaciones de producción antes de iniciar el funcionamiento normal del proyecto, lo cual permitirá de identificar las imperfecciones, defectos, deficiencias para ser corregidos y retroalimentados.

Operación

Esta fase se da el proceso de funcionamiento normal del proyecto, siendo esta etapa en la que se producen los bienes y servicios en óptimas condiciones de

acuerdo a lo programado en los estudios lo que genera poner en marcha la unidad productiva instalada generando el producto.

1.6 Visibilidad del proyecto (banner, poster, redes sociales)

La visibilidad del proyecto estará en dependencia de los siguientes elementos publicitarios: Banner, redes sociales y poster.

A continuación, se presenta la definición de los costos de los medios publicitarios.

Tabla 4 costos de medios publicitarios

Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Banner	1	C\$800.00	C\$800.00
Redes sociales	mensual	1,200.00	C\$ 1,200.00
Poster	1	C\$40.00	C\$40.00
Total			C\$ 2,040

Fuente equipo investigativo 2020

1.7 Resultados esperados:

En este punto nuestro objetivo con idea en el emprendimiento es:

- Promover los ámbitos de consumo de postre artesanal.
- Inducir a los nicaragüenses que no pierda sus tradiciones en postres.
- Incursionar en puntos de ventas más amplios.
- Analizar y seleccionar a los consumidores con precios muy accesibles.
- Mantener un índice y cantidad de recursos a utilizar.
- Conocer el grado de aceptación del producto en un periodo promedio.
- Poder registrar nuestra marca.
- Poder ser la primera marca de ayotes empacado al vacío muy reconocida.
- Contar con las alianzas claves siempre.
- Cumplir con los estándares de calidad estipulados.

2. Estudio de Mercado.

2.1 Planteamiento de la oportunidad.

La palabra innovación, hoy en día un concepto ya muy pronunciado por mucho que han tomado en diferentes prácticas del ser humano y desde luego muy ligada a las actividades principales del diseñador industrial, y la creación de productos innovadores. En Nicaragua unos de las verduras que se cultiva es el ayote que se puede preparar de diferentes maneras, cabe mencionar que unos de las preparaciones es el ayote en miel (Dulce), la receta de este producto está compuesto por ayote o también llamado calabaza o auyama, y otros ingredientes como panela de dulce y canela, lo cual da como resultado un succulento y casero postre. Con origen en el medio oriente, es consumido tradicionalmente en los hogares nicaragüenses. Siendo unos de los dulces típicos más famosos del país, se acostumbra degustar como un dulce en las tardes o en un día frío por su gran sabor de canela y panela (raspadura) acompañando esta verdura utilizado para diferentes postres y diferentes platos en la cocina nicaragüense (Adminerio, 2018)

Por lo tanto, el equipo investigativo plantea innovar en la comercialización de este producto postre de ayote en miel empacado al vacío, en la ciudad de Jinotepe Carazo y de esta manera llegar a las familias que les gusta consumir este postre sin esperar fechas específicas.

La idea surge debido a que en Nicaragua, este tipo de postre solo se consume en fechas específicas y es parte de la cultura en las familias, por lo que se decide emprender en la comercialización de este postre todo el año con un empaque que conserve los nutrientes y mantenga seguro el producto, y de esa forma poder brindar a la población del municipio de Jinotepe la opción de adquirir el producto cuando lo deseen sin necesidad de estar esperando temporadas festivas.

Se pretende comercializar el ayote en miel agregándole la semilla, siendo estas comestible las cuales aportan grandes nutrientes, así mismo contienen grasa

insaturada es decir grasa buena que contribuye a prevenir algunas enfermedades cardiovasculares.

El otro componente de este producto es el dulce, conocido también como Panela su único ingrediente es el jugo de caña de azúcar, por lo tanto es un producto artesanal 100% orgánica aquí nos encontramos con vitamina A, C, D y E.

Este puede ser un negocio muy factible debido a que es un producto que no tiene competencia directa y a las personas les gusta porque es algo tradicional de nuestro país. Así mismo, tenemos la gran ventaja que los insumos para preparar este postre los encontramos en la misma zona donde se pretende incursionar.

Nuestro propósito es de ubicar este producto en puntos estratégicos, donde las personas acudan más a realizar sus compras y puedan adquirirlo el tipo de empaque que poseerá les brinda la alternativa de poder ingerirlo de forma helada o introducirlo a calentar esto ya es gusto del cliente.

Al no aprovechar la oportunidad del mercado se ve afectado tanto el productor como el consumidor, así como la económica nicaragüense, debido a que el ayote en miel es un producto tradicional innovador no existente en el mercado que ofrece características únicas, tales como la conservación natural por un periodo de 3 meses, altos estándares de higiene y calidad y estarán disponible todo el año en los diferentes puntos de ventas en un precio accesible.

Por lo tanto se llevará a cabo el proyecto, el cual se considera de gran rentabilidad y viabilidad.

2.1.1 Formulación de la oportunidad

¿Será viable la comercialización del postre ayote en miel, el ñeto en la ciudad de Jinotepe Carazo?.

2.1.2 Sistematización

- ❖ ¿Cuál será el nivel de aceptación y la oferta actual que tiene este producto innovador postre de ayote en miel empacado al vacío?.

- ❖ ¿Cuál es la estructura de precio y el margen de ganancia que tendrá el producto innovador postre de ayote en miel empacado al vacío?.
- ❖ ¿Cuál es la estrategia de comercialización que se usara para impulsar el producto innovador?.
- ❖ ¿Qué medios de comunicación se utilizará para dar a conocer el producto innovador?.
- ❖ ¿Qué estrategia del marketing mix se aplicaran al producto postre de ayote en miel empacado al vacío?.
- ❖ ¿Cuál es la proyección de ventas del producto postre de ayote en miel empacado al vacío?.

2.2 Objetivos.

2.2.1 Objetivo general.

- Determinar la viabilidad comercial del producto postre ayote en miel empacado al vacío “el ñeto”, como oportunidad de negocio en la ciudad de Jinotepe, durante el segundo semestre del año 2020.

2.2.2 Objetivos específicos.

- Conocer la demanda y oferta que existe en el mercado sobre el producto emprendedor postre ayote en miel el ñeto.
- Determinar la estructura de precio de mercado del producto innovador y emprendedor postre ayote en miel el ñeto.

- Formular la estrategia de comercialización del producto innovador y emprendedor postre ayote en miel el ñeto.
- Elaborar la proyección de venta del producto innovador y emprendedor postre ayote en miel el ñeto.

2.3 Hipótesis

La introducción del producto innovador postre ayote en miel empacado al vacío, tendrá un nivel óptimo de aceptación en base a los gustos, preferencias y disposición de pago del segmento de mercado de Jinotepe.

2.3.1 Comprobación de la hipótesis del trabajo

Tabla 5 correlacion de variables medibles

Variable independiente	Variable dependiente	Valor significativo
Demanda	Demográfica: Estado civil	0.749
Oferta	Demográfica: Edad	0.695
Precio	Demográfica: Ocupación	0.9794
Total		2.4234

Fuente equipo investigativo 2020

Al realizar la prueba de chi cuadrado en el software estadístico SPSS, se tomó en consideración el valor significativo y el nivel de fiabilidad, dando un recuento esperado menor que 5, por lo tanto, no se rechaza la hipótesis de trabajo. **(Ver anexo 9,10 y 11)**

2.4 Análisis de la demanda

La determinación de la demanda es de suma importancia, porque contribuye para la evaluación del atractivo del mercado, además ayuda a determinar el nivel de demanda que el proyecto emprendedor podría cubrir, no solo en costo sino también en factibilidad general.

Se toman en cuenta la población de Jinotepe a las personas entre las edades de 15 a más, donde la población total 14054 de ambos géneros, para la obtención de este dato se indagó en la fuente de INIDE (Instituto Nacional de Información de Desarrollo 2018).

2.4.1 Cálculo de la demanda potencial

La determinación de la demanda potencial, será de gran ayuda a pronosticar o determinar cuál será la demanda real de la comercialización de ayote en miel empacado al vacío y así identificar el nivel de venta de la empresa.

En la encuesta realizada a la muestra poblacional se obtuvo que la comercialización de este producto tiene una aceptación del 94.2% de la población en estudio del casco urbano del municipio de Jinotepe- Carazo, teniendo como un discriminante de un 5.8% por las siguientes razones.

2.9 % mencionan que no lo consumirán debido a que es un producto que contiene dulce y sufren de diabetes.

2.9 % destacan que no lo adquirirán por costumbre de no consumir azúcares.

A continuación, se realizarán tablas discriminantes de cada género. **(Ver anexo 12)**

PEA: 15 años a más, ambos sexos, del municipio de Jinotepe.

Demanda potencial: 14054 proyectado al año 2020

Aceptación: 94.2% = 13239 (sobre el universo de estudio)

No consumo: 5.8% = 815 (sobre el universo de estudio) **(ver anexo 13)**

2.5 Análisis de la oferta

2.5.1 Cálculo de la oferta directa e indirecta

Escenario 1

El Postre ayote en miel empacado al vacío, es elaborado a base de panela de dulce y especias, siendo un producto tradicional en las familias nicaragüense contando con un alto nivel de propiedades nutricionales que ayudan a nuestro organismo, este producto no cuenta con oferta directa debido, a que los productos existentes no cuentan con el diseño y las características similares que contiene el producto antes mencionado, por lo tanto es único en el mercado debido a la duración del empaque por lo cual no hay oferta directa.

Escenario 2

La oferta indirecta del producto innovador Ayote en miel el ñeto son todos los productos que contienen características o ingredientes similares como el ayote el dulce y la canela siendo estos ofrecidos por la competencia indirecta entre los principales competidores indirectos de ayote en miel según la encuesta realizada tenemos:

Tabla 6 consumo aparente

Principales competidores indirectos	%	Consumo aparente
Dulcería Freddy Chávez	31.2%	4,385
Dulcería Carol	13.5%	1897
Total	44.7%	6,282

Fuente equipo investigativo 2020

En base a la muestra poblacional se determinó el consumo aparente, con datos recopilados del instrumento aplicado, por lo cual se procedió a extraer los datos del programa spss tomando como referencia la de variables frecuencia de compra y de la competencia.

Para este procedimiento se calculó dicho porcentaje de la competencia indirecta con respecto a la muestra poblacional lo cual da como resultado la cantidad exacta de personas. **(Ver anexos 14 y 15)**

2.5.2 Cálculo de la demanda insatisfecha

Escenario 1

Ya realizado el estudio de mercado, se percibe que no se cuenta con competencia directa del mismo. El equipo de trabajo calculo la demanda haciendo uso de los datos del consumo aparente, lo cual se le resta la demanda real.

Demanda Real - oferta directa

$$13239 - 0 = 13239$$

Escenario 2

Para calcular la demanda insatisfecha se identificó el porcentaje del mercado que abarca la competencia indirecta, por lo tanto el cálculo que se realizo fue la demanda real menos la oferta indirecta la que da como resultado la demanda insatisfecha.

$$DR-OI=DI$$

Demanda real	-Oferta indirecta	=Demanda insatisfecha
13239	-6282	=6957

2.6 Atractivo del segmento de mercado

Escenario 1

El producto ayote en miel empacado al vacío no presenta ninguna competencia directa debido a que es único en cuanto a la comercialización con ese tipo de empaque, por lo tanto la demanda insatisfecha será igual a la demanda real. De esta manera dicho producto podrá entrar con muchas posibilidades de posicionarse en el mercado.

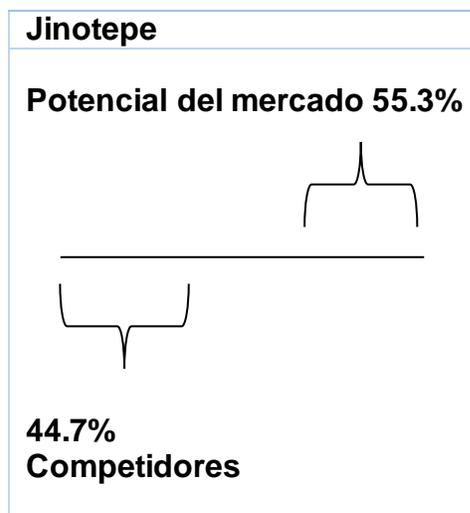
Tabla 7 competencia directa

Demanda Real (Ayote el ñeto)	competencia directa	Demanda insatisfecha
13239	0	13239

Fuente equipo investigativo 2020

Escenario 2

Tabla 8 atractivo de mercado



Fuente equipo investigativo 2020

El producto innovador tiene un atractivo de mercado del 55.3 % basado en el porcentaje de mercado que no cubre la competencia y por ende es al cual la micro

empresa pretende incursionar lo cual es muy viable para su punto de introducción al mercado.

2.7 Análisis del precio

Para determinar el precio del producto postre ayote en miel empacado al vacío se tomaron en cuenta varios factores tales como los precios de los competidores indirectos, la escala de precio preferencial de los consumidores y de igual manera se estableció un precio promedio el cual era de 34 córdobas por lo que el precio tenía que ser más bajo y es lo que se logró determinar.

2.7.1 Comparación del precio del mercado

El postre ayote en miel empacado al vacío no cuenta con una competencia directa por lo que al momento de incursionar al mercado sus principales competidores serán indirecto, los actuales competidores indirectos se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 9 precio de competidores

Competidores	Precio de compra	Precio en la encuesta	Margen
Dulcería Freddy Chávez	35	25	10
Dulcería Carol	33	25	8

Fuente equipo investigativo 2020

2.7.2 Estructura de precio

Para establecer la estructura de precio se determina por la estructura de costos de materia prima, mano de obra directa y los CIF, el cual nos da como resultado el precio de producción, luego se procede a fijar el margen de ganancia lo cual es del 35% lo que define las ganancias de la micro empresa. **(ver anexo 16)**

2.7.3 Precio unitario.

Tabla 10 cálculo de precio unitario

Descripción	Costo
Costo Total Anual	C\$ 943,016.93
N° de unidades	49,200.00
Costo de producción	19.1670107
Margen de Utilidad	35%
Precio de Venta	25.87546445

Fuente equipo investigativo 2020

Inflación del precio.

De acuerdo a la información extraída del banco central de Nicaragua se conoció la inflación de la Módena nacional de tal manera que se definió el precio de venta que tendrá el postre ayote el ñeto y a la vez poder fijar su conversión en dólares.

Tabla 11 inflación de precio

Ayote el ñeto				
Año	Inflación optimista %	Precio optimista	Inflación pesimista%	Precio pesimista
2021	-	C\$ 25.88	-	C\$ 25.88
2022	0.03%	C\$ 25.89	C\$ 0.9	C\$ 26.11
2023	0.03%	C\$ 25.90	C\$ 0.9	C\$26.30

Fuente equipo investigativo 2020

Conversión en dólares

Tabla 12 conversión de dólares

Ayote el ñeto				
Año	Inflación optimista %	Precio optimista	Inflación pesimista%	Precio pesimista
2020	-	\$ 1.36	-	
2021	\$ 0.18	\$ 1.46	\$ 0.44	\$ 1.54
2022	\$ 0.18	\$ 1.52	\$ 0.58	\$ 1.61

(banco central de nicaragua , 2019)

2.8 Análisis de comercialización

2.8.1 Logística de distribución

Ilustración 9 logística de distribución



Fuente equipo investigativo 2020

Los procesos de logística para el negocio postre “AYOTE EN MIEL EL ÑETO”, fueron diseñados para la previsión, la organización del personal, flujo de capital, así como también la regulación del flujo de materiales necesarios para poder llevar a cabo el proceso de producción.

Se definieron los planes de rutas y distribución del postre ayote en miel empacado al vacío, dichas actividades se asocian con los procesos del servicio de distribución y transporte de los productos terminados. De igual manera se definió el canal de distribución siendo este el (nivel 0 y nivel 1) para mantener un mejor control del flujo de efectivo y poder aprovechar al 100% cada uno de los recursos.

Al coordinarse de manera excelente estos procesos, ocasionara poder lograr una mayor eficacia y eficiencia en todo el sistema productivo.

2.8.2. Proveedores directos e indirectos

Tabla 13 descripción de proveedores directos e indirectos

Proveedores directos	Componentes	Descripción del proveedor
Finca "Hernández"	Ayote	Está ubicado en el km 35 ½ carretera sur, San Marcos Carazo, estos productos que el señor Jarquín cultiva son 100 % orgánicos.
Trapiche del propietario Félix Benjamín Rodríguez	Dulce de panela	Ubicado en Santa Teresa Carazo, en el km 56 barrio San José de gracias
Especies Walter	Canela	Ubicado en el Mercado nuevo sección de especie, del municipio de Jinotepe. Carazo
Fernández será, S.A.	Empaque de bolsa de vacío	Ubicada en Managua de la intersección de la pista mayoreo, carretera a sabana grande 2 km al este
Serigrafía D arte	Etiqueta	Ubicada en Diriamba Carazo de la iglesia menor san Sebastián ½ cuadra al este
Casa de las pesas Daetz Porta	Balanza electrónica	Enacal central 3c ½ hacia el oeste frente al parque Bartolomé, Mangua-Nicaragua
Fernández será, S.A.	Empacadora y selladora al vacío DZ-260	Fernández será, s.a.
Proveedores indirectos		
Agua	ENACAL	
Energía	DISS NORTE-DISS SUR	
Teléfono e internet	Claro	
Camión		
Caja de plástico para frutas y verduras de 600 x 400 x274mm	Distribuidora Jirón, ubicada en el mercado mayoreo bodega 8, módulo 33y 34, Managua	
Plástico Film estirable	Plásticos modernos S.A	
Papelería y útiles de oficina	Librería Real, ubicada del hospital Harmín ½ c al sur, Diriamba, Carazo	

Fuente equipo investigativo 2020

Todas estas empresas y negocios serán parte esencial para la fabricación y producción postre ayotes en miel empacado al vacío, puesto que brindan la materia prima principal del producto las cuales son ayote, dulce de panela, especies, como

también las maquinarias necesarias y otros productos esenciales siendo estos el empaque al vacío y etiquetas que brindan la presentación del producto final.

2.8.2 Costos de comercialización

Se identifican cada uno de los gastos que se implica para hacer llegar el postre ayote en miel empacado al vacío con semilla, hasta sus distintos puntos de venta. Los costos de comercialización se detallan como parte de los gastos de ventas, entre los cuales figuran: transporte, embalaje (Cajas de plástico y Film Estibarle). **(Ver anexo 17)**

2.9 Estrategia competitiva de mercado (4PS)

2.9.1 Estrategia de Producto

Concepto del producto

Es un producto alimenticio, que está situado en la categoría de postre. Siendo este, un postre tradicional en las familias nicaragüense debido a que está elaborado con materia prima 100% natural en el cual se encuentran propiedades nutricionales como vitamina A, C, D y E.

El postre “AYOTE EN MIEL EL ÑETO” es un emprendimiento nicaragüense el cual se dedica a la producción de un postre (ayote en miel), 100% natural que busca un crecimiento, poder ser reconocido y posteriormente lograr posicionarse en el mercado de productos comestibles, este producto pretende diferenciarse de la competencia ofreciendo un empaque que conserve los nutrientes esenciales, y brindando higiene y confianza.

Clasificación del producto

Ayote en miel se clasifica como un bien no duradero, ya que es un producto tangible de consumo a corto plazo, otra clasificación es la de ser un producto perecedero debido a que el ayote en miel se cataloga como alimento, por lo tanto, este producto cuenta con fecha de caducidad. De igual manera el producto se

encuentra como un postre tradicional muy demandado en el país siendo un producto que es consumido por todas las personas sin importar el estrato social, por lo tanto es también clasificado como producto de consumo masivo.

Diseño del producto

Ilustración 10 diseño de empaque y producto 3D



Fuente equipo investigativo 2020



El empaque al vacío

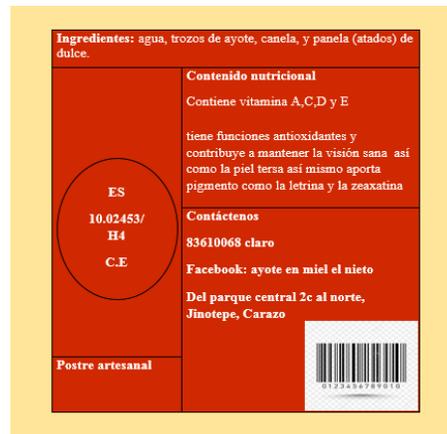
Se decidió seleccionar el empaque al vacío debido a que es una de las técnicas más exitosa para la conservación de alimentos, por otra parte, se obtiene una vida útil más larga al poder conservar las características organolépticas y mantiene el producto fresco; se decidió que el color del empaque sea transparente para que se visualizara de mejor manera el producto y sea más atractivo a los clientes que consuman dicho producto.

Etiqueta

Ilustración 11 etiqueta



Fuente equipo investigativo 2020



En la parte superior de la etiqueta se muestra el logo y marca del ayote, también presenta el eslogan y el contenido en gramos del producto, en la parte trasera de la misma se describen los ingredientes que contiene, un número telefónico para contactarse con la micro empresa, datos nutricionales y lugar de procedencia del producto.

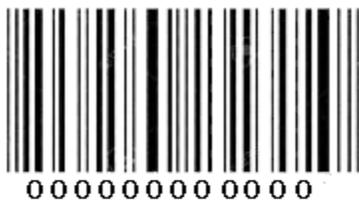
Ilustración 12 logotipo



Fuente equipo investigativo 2020

El nombre de la marca se originó en una reunión del equipo investigativo donde surgieron las preguntas ¿Que queremos transmitir?, ¿Qué nuevo podemos hacer? “algo que suene divertido y entendible”, lo cual al final de la lluvia de ideas también se tomaron en cuenta las opiniones de otras personas, se decidió por ponerle el nombre de ayote en miel el ÑETO, ya que los platillos y postres que preparan las abuelitas son parte representativa de nuestra cultura y tradición lo que a su vez define nuestra identidad las cuales deberán ser transmitidas a las nuevas generaciones.

Ilustración 13 código de barra



Fuente equipo investigativo 2020

Código de barra

Según (Gonzalez, 2016) los códigos de barra son la huella de identidad del producto y un elemento para entrar en el mundo de la comercialización.

Debido a que el proyecto no está concretado al 100%, ni puesto en marcha, no se cuenta con los recursos necesarios para cumplir con los requisitos estipulados en la solicitud de este producto innovador, por lo cual se hablara solamente de manera general en este punto. Es por esto que el código de barra se detalla en 0.

El código de barra tiene distintas utilidades como:

- **Agilizan el etiquetado:** la aplicación de este mecanismo reduce el tiempo de toma de inventarios y permite llevar un control del stock de mercancías.
- **Permiten realizar estadísticas:** los códigos de barra permiten conocer estadísticas comerciales respecto a los productos vendidos, lo cual posibilita la realización de análisis mercadológicos.
- **Eficientizan la experiencia de compra:** al permitir la rápida captura de los datos de un producto hace más cómoda y eficiente la experiencia de compra.
- **Posibilitan un registro efectivo:** cuando el código del producto es capturado muestra con precisión su disponibilidad en inventario. Además, agiliza los tiempos de distribución y favorece un resurtido efectivo.

Los códigos para funcionar deben ser pasados por lectores ópticos o scanner, los que leen de forma inmediata y precisa la información de cada producto y todas las características que este posee.

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 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.

Según (Nuevo Diario , 2011) 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.

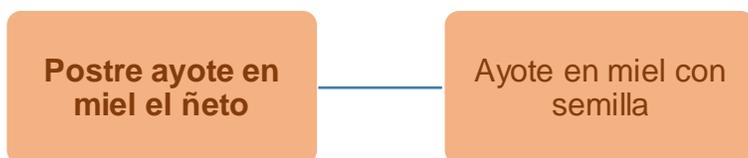
Posteriormente, tiene que imprimir las etiquetas, el valor de estas es de US\$8 por millar en el INC. El proceso es fácil y rápido, así que no tiene ninguna excusa para no hacerlo.

Se debe de tener presente que, el código es de uso únicamente de quien lo solicite este no puede ser transferido; ya que al ser solicitado se asume responsabilidad sobre la calidad del producto al que se asigne. Cualquier alteración a las características antes definidas puede incurrir en la suspensión.

Línea de producto a ofertar.

Se estará ofertando solo una presentación de producto equivalente a 8 onza

Ilustración 14 línea de producto



Fuente equipo investigativo 2020

Características del embalaje y empaque.

Ilustración 15 cajilla de plástico



Para distribuir el producto, se colocarán en una caja de plástico en la cual se acomodará cada producto de manera cuidadosa, después se procede a colocar el Film Estibarle en la parte superior para que no se muevan los productos y se dañen. Todo este proceso para garantizar la protección del producto.

Fuente internet

Ilustración 16 vehículo para distribuir



Se utilizará un camión marca Chevrolet modelo CMP 2013 que tiene una capacidad de carga de 1 tonelada, motor 800cc, con un volumen de carga de 3 metros; tal medio de transporte será alquilado, este permitirá la fácil distribución del producto a nuestros posibles intermediarios.

Fuente fotografía por equipo investigativo 2020

Valor agregado al producto.

La idea se basa en la creación de un postre tradicional de nuestro país, el cual es ayote en miel este estará empacado al vacío lo que aportará un gran valor agregado debido a que estará disponible durante todo el año en los diferentes puntos de venta del municipio de Jinotepe.

Además de ofrecer este producto durante todo el año el cliente podrá degustarlo al momento de adquirirlo cuando desee ya que las características de su empaque le permitirán conservarlo durante más tiempo por lo que garantizará su calidad y frescura al momento de consumirlo.

Muchas son las personas que desean comprar este producto, esto se identificó a la hora de hacer el estudio de mercado debido a que su elaboración demanda tiempo y no disponen de ello, por lo que ofrecerlo con este empaque, y durante todo el año representa una ventaja competitiva.

Forma de presentación del producto.

Al momento de realizar degustaciones y presentar el producto se utilizará banner y poster que irán con el mismo diseño y contiene información del producto.

A continuación, se muestra el diseño que se usará para elaborar el banner y poster.

Ilustración 17 poster y roll up



Fuente equipo investigativo



2.9.2 Estrategia de Precio.

La elección de una adecuada **estrategia de precios** es un paso fundamental dentro del «proceso de fijación de precios» porque establece las directrices y límites para: 1) la fijación del precio inicial y 2) los precios que se irán fijando a lo largo del ciclo de vida del producto, todo lo cual, apunta al logro de los objetivos que se persiguen con el precio.

Por ello, resulta imprescindible que los mercadólogos tengan un buen conocimiento acerca de lo que es una **estrategia de precios** y de cuáles son las principales opciones que debe considerar al momento de diseñar una estrategia de este tipo. (charles, 2002)

La estrategia de precio aplicar del ayote en miel, será la diferenciación del precio, está vinculada al tipo de canal seleccionado para la comercialización, del producto, los canales a implementar son el canal nivel 0 donde el precio de venta al público establecido es C\$ 25.87 córdobas. Y para el nivel 1 se establecerá un acuerdo entre

ambas partes para poder definir esto se tomaron en cuentas los factores de la demanda, hábito de compra y la competencia.

2.9.3 Estrategia de distribución

Entre el consumidor o usuario final y el fabricante o prestador de servicios normalmente hay uno o más intermediarios que le agregan valor a la transacción de intercambio.

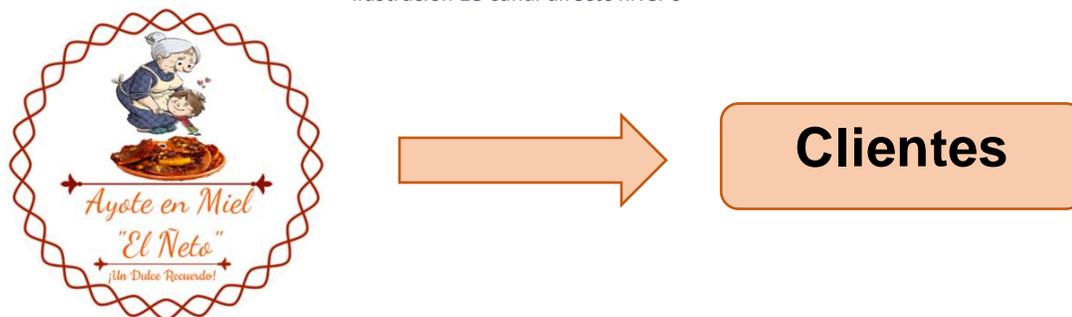
Existen dos formas de analizar las actividades mediante las cuales se hacen llegar bienes y servicios al mercado. La primera toma el enfoque de empuje y atracción como base para entender las relaciones verticales entre los miembros del canal de distribución. La segunda toma el enfoque de procesos como base para entender las relaciones horizontales entre ellos. (Dominguez, 2005)

El producto ayote en miel se venderá a intermediarios con un sistema de entrega semanal del producto, los paquetes de ½ libra de ayote en miel, se transportarán para su comercialización en cajillas de plásticos cubriéndolos con film estirable, con el objetivo de que no se produzcan daños a la hora de transportarlo.

El plan de comercialización apoya y es coherente con la estrategia competitiva de diferenciación de precio, para poder establecer una política comercial competitiva se determinó la manera de llegar al consumidor final.

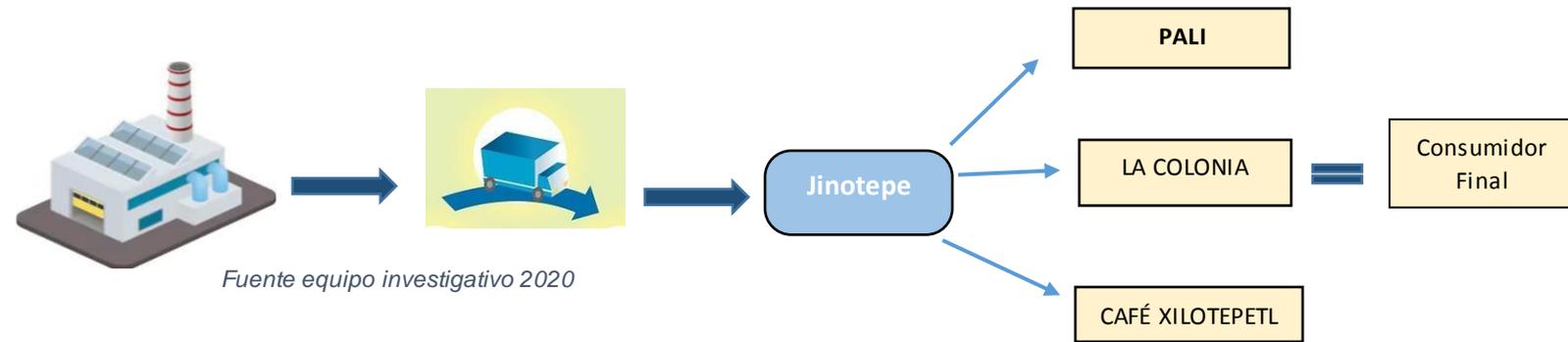
A continuación, se ilustra el canal de distribución a utilizar.

Ilustración 18 canal directo nivel 0



Fuente equipo investigativo 2020

Ilustración 19 canal directo nivel 1



Fuente equipo investigativo 2020

2.9.4 Estrategia de promoción

El marketing push o “de impulso” es una estrategia promocional donde las empresas intentan llevar sus productos a los clientes. Es una forma rápida de mover al cliente de la conciencia a la compra.

En el marketing push se impulsa el producto o servicio a través de los canales de comercialización que va desde la empresa, pasa por los intermediarios hasta el consumidor final. (Rosas, s.f.)

La estrategia que utilizará la empresa de ayote en miel empacado al vacío es la estrategia de introducción.

Estrategia pull

Esta nos permitirá realizar presentación personal, que hace el equipo de venta del postre ayote en miel, con el propósito de hacer venta y desarrollar relaciones más cercanas con el cliente, esta es una herramienta muy eficaz a la hora de realizar degustaciones, así mismo se realizará banner y poster, con el fin de mostrar el banner en ferias, y los posters para ubicarlos en los puntos de ventas donde hará presencia nuestro producto.

Se participará en ferias y eventos, y para todos esos eventos se utilizará el banner, degustaciones y poster.

Estrategia selectiva.

La estrategia que se seleccionó es la selectiva, debido de ser una empresa nueva y se pretende darnos a conocer mediante puntos de venta estratégicos muy acudidos por la población de Jinotepe estos puntos son: Pali, la colonia y café xilotepeth.

2.9.5 Estrategia Social-Media o redes sociales

Una estrategia de social media forma parte del plan de social media e incluye aquellas acciones detalladas que se van a llevar a cabo para alcanzar los objetivos de marketing de la empresa. Y es que tener presencia online conlleva una serie de ventajas y desventajas de las redes sociales para las empresas, debido a que si no se gestionan de la forma correcta, puede conllevar a una crisis de reputación online.

Por lo tanto, se contará con un código QR con el fin de tener acceso a la página web, y de esta manera puedan compartir dicha información del producto. Esto se establecerá con el objetivo de medir quienes visitan nuestras páginas, por lo tanto el código controlara las redes tales como Facebook, Instagram.

Ilustración 20 código QR



Fuente internet

Tabla 14 plan de medios publicitarios

Números	Medios.	Localización.	Impacto esperado.	Cantidad.	Distribución de cantidad.	Costo unitario.	Costo total.
1	Roll up	Presentación en ferias.	Informar sobre el producto.	1	1 sola vez	C\$800	C\$ 800
2	Internet	Micro empresa.	Potenciar la imagen de la empresa.	mensual	1 mes	C\$ 1200	C\$ 1200
3	Posters	Micro empresa y ferias	Captar la atención del cliente.	1	bimensual	C\$40	C\$40
	Total						C\$2040

Fuente equipo investigador 2020

2.10 Presupuesto de publicidad

Tabla 15 presupuesto de publicidad

Concepto.	Cantidad.	Costo unitario.	Costo total.
Roll up.	1. De 1x 2	C\$ 800	C\$ 800
Internet	1 mes	C\$ 1,200	C\$1200
Posters	1	C\$40	C\$ 40
Degustaciones	Tasitas soflera (25 unid)	C\$ 35	C\$ 70
	Cuchara descartables	C\$10	C\$20

	(25 unid)		
	prototipo	C\$66	C\$66
Total			C\$2196

Fuente equipo investigativo 2020

2.11 Proyección de Venta

2.11.1 Objetivos de venta

1. Aumentar los volúmenes de ventas, ampliando la cartera de clientes.
2. Incentivar la fuerza de venta para ingresar a nuevos mercados.
3. Mantener un precio estable en el mercado.

2.11.2 Metas de Venta

1. Incrementar un 103% anual siendo este porcentaje dividido en los primeros 3 meses que son lineales y luego en los 9 meses restantes presentando un incremento y disminución de acuerdo a las temporadas, donde los meses festivos como abril y diciembre aumenta más la producción.
2. Incursionar a nuevos mercados incrementado la producción en un 20 % de unidades para comercializar en otros municipios del departamento de Carazo.

2.11.3 Cálculo de proyección de ventas.

Tabla 16 proyecciones de ventas

Proyección de venta año 2021													
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	total
Unidad a	4000	4000	4000	4800	4000	3800	3600	4400	4000	4200	3600	4800	49200

producir.													
Unidad monetaria.	103,501.86	103501.858	103501.858	124202.229	103501.858	98326.7649	93151.672	113852.044	103501.858	108676.951	93151.672	124202.229	1273,072.85

Fuente equipo investigativo 2020

Como se puede apreciar en las tablas de proyección de venta anual al año 2021 se refleja las cantidades que se comercializaran mensual y el ingreso monetariamente.

Cabe mencionar que se en el transcurso del año en los meses de abril y diciembre se incrementara un 20 % de producción de unidades, por la razón de que son fechas especiales (semana santa y purísima) tradicionales de consumir este producto.

3. Plan de producción.

3.1 El proceso de producción.

En el proceso de producción o también conocido como cadena productiva se detallan diversas operaciones planificada para la transformación de un producto y además calcula los costos de producción.

Ahora, se describirá el proceso de elaboración del postre ayote en miel empacado al vacío de la micro empresa EL ÑETO, donde se detalla todas las actividades a realizar para elaborar un producto de calidad.

Tabla 17 proceso de producción

N.	Descripción del proceso de producción.
1)	Personal de cocina inicia limpieza de los equipos tales como: mesa de acero inoxidable, utensilios, peroles y limpieza de área de la cocina.
2)	Traslado de la materia prima: Consiste de trasladarlo de la bodega al área de cocina, para este proceso el personal de producción tendrá que acarrear toda la materia prima necesaria a ocupar.
3)	Inspección de la materia prima: Se realiza por parte del cocinero, esto con el fin de que ninguno de los productos principales esté en mal estado.
4)	Lavado del producto; Se ejecutará de una forma manual, para realizar esto es necesario utilizar pana plástico grandes y un cepillo de limpieza, debido que muchas veces el ayote contiene manchas que no son de buen agrado.
6)	Corte de la materia prima; Para realizar esta acción es necesario la utilización de un cuchillo de cocina. Que tenga un término medio de largo, siendo un corte en forma triangular.
7)	Preparación del fogón; Esto se realizará por medio de una cocina semi industrial, aquí se utilizará leña, gas y fosforo.
8)	Mezcla de los ingredientes: Una vez teniendo listo los productos los ubicamos en el perol, donde primeramente contendrá una capa de los trozos de ayote y luego una capa de miel y posteriormente repetimos

	<p>el proceso y lo finalizamos agregándole la especie y lo ubicamos al fogón.</p>
9)	<p>Inspección del proceso: Una vez estando en el proceso de cocción constantemente hay que estar chequeando cada media hora, esto con el fin de que no se seque o pegue en el perol, también tenemos que tenerlo a fuego lento para lograr un producto terminado de calidad.</p>
10)	<p>Proceso de enfriado aquí ubicamos el producto terminado en una mesa de acero inoxidable y lo dejamos por media hora, hasta asegurarnos que esté completamente frío.</p>
11)	<p>Empacado y peso: Procedemos a empacar el ayote tomando en cuenta todas las medidas de higienes utilizando guantes, delantal, mascarillas y gorros, utilizamos utensilios para el empacado y posteriormente lo pesamos y nos aseguramos que tenga el peso exacto de media libra. Para lograr esto tenemos que utilizar las bolsas y la balanza.</p>
12)	<p>Sellado y etiquetado: Aquí finalizamos sellado el producto utilizando una maquina especial para sellar este tipo de empaques. Y posteriormente ubicamos la etiqueta a cada producto esto será realizado por uno de los colaboradores.</p>
13)	<p>Traslado y almacenamiento del producto terminado: una vez terminado el producto se procede a ubicarlos en cajillas de plástico y trasladado en una carretilla manual a bodega donde se lleva el control de inventario y lo finalizamos ubicando en un congelador, solo esperando la orden de pedidos para distribuirlo.</p>

fuentes equipo investigativo 2020

Tabla 18 actividades del proceso de producción

N°	Actividades							Tiempo	Observaciones
1	Inicio							-----	
2	Personal de cocina inicial, limpieza del equipo y área de cocina.							5 minutos	
3	Traslado de la materia prima al área de cocina.							2 minutos	
4	Inspección de la materia prima.							10 segundos	
5	Lavado de la materia prima.							1 minuto	
6	Corte de la materia prima.							1 minuto	
7	Preparación del fogón							1 minuto	
8	Mezcla de los ingredientes.							2 minutos	
9	Inspección del proceso.							30 segundos	
10	Proceso de enfriado.							½ hora	
11	Empacado y pesado.							10 minutos	
12	Sellado y etiquetado.							2 minutos	
13	Traslado y almacenamiento del producto terminado.							1 minuto	
14	Fin del proceso.							5 minutos	
15	total							1 hr. 40 sg	

fuerite equipo investigativo 2020

Recopilación de los desechos

Al realizar el proceso de elaboración del postre “ayote en miel”, se obtendrán desechos de la misma materia prima, los cuales serán vendidos a uno de los proveedores a un precio accesible de C\$ 150 córdobas por saco, el saco contendrá un peso neto de 100 libras, este proceso se realizará de manera mensual por lo tanto se verán beneficiados tanto la empresa como el comprador, estos desechos orgánicos serán procesados para ser utilizados como abono para cualquier tipo de planta, fruta y hortaliza, brindando nutrientes para tener una tierra fértil.

3.2 Proveedores y condiciones de compra de los equipos.

Para la selección de proveedores se tomaron en cuenta factores en los cuales saldrían beneficiadas ambas partes, siendo estos la calidad de maquinaria y equipo, localización del proveedor, precio de venta accesible y la garantía que proporciona la empresa.

Los proveedores seleccionados son:

Tabla 19 lista de proveedores

Jireh cocina
Casa de las pesas Daetz porta
Fogel de Nicaragua S. A
Industria López
Fernández será S.A.

fuentes: equipo investigativo 2020

Para evitar cualquier imprevisto y no presentar ningún inconveniente con respecto a la materia prima brindada por proveedores, se establecerá un contrato en el que ambas partes estén de acuerdo con lo que se plasmara, y así poder tener una buena relación.

Tabla 20 ficha técnica cocina

FICHA TECNICA DE MAQUINARIA			
Proveedor: Jireh cocina		Dirección: De los semáforos de la universidad 1 cuadra al norte, 1 cuadra al este, ½ cuadra al sur	
Maquina/Equipo:	Cocina de leña	Sección:	Producción
Vida útil:	5 años		
Modelo:	Ecológica	Precio	C\$8,000
Marca:	Jireh cocina		
CARACTERISTICAS GENERALES			
Medida 1m x 1.20m	Orificios: 2	Chimenea: 1	-----
Características Técnicas *foro exterior de lámina de metal negro *interior de ladrillo cuarteado *forma rectangular *4 patas		FOTO DE LA MAQUINARIA	
Función <ul style="list-style-type: none"> • Para colocar el perol y cocer el ayote, de esa manera que tenga el suficiente calor para quedar en el punto exacto. 			

fuelle equipo investigativo 2020

FICHA TECNICA DE MAQUINARIA			
Proveedor: Casa de las pesas Daetz porta		Dirección: Enacal central 3c 1/2 hacia el oeste frente al parque Bartolomé, Managua-Nicaragua	
Maquina/Equipo:	Balanza electrónica	Sección:	Producción
Modelo:	DY208E		
Marca:	Ace	Precio	2250
Capacidad	30 kg		
CARACTERISTICAS GENERALES			
Altura: 11 cms	Ancho: 33 cms	Profundidad: 34.5 cms	-----
Características Técnicas *Batería interna (Cargable) *Bandeja de acero inoxidable *Establece peso y su costo *pantalla LCD		FOTO DE LA MAQUINARIA	
Función *pesar el producto terminado verificando si cuenta con lo establecido de la porción que refleja el empaque			

fuelle equipo investigativo 2020

Tabla 22 ficha técnica del congelador

FICHA TECNICA DE MAQUINARIA			
Proveedor: Fogel de Nicaragua S.A		Dirección: Puente a desnivel Portezuelo 300 mts al norte Km 5.5 carretera a Masaya	
Maquina/Equipo:	Congelador	Sección:	Producción
Modelo:	CHM11BPL		
Marca:	MABE	Precio	C\$8,700
Capacidad:	100 Unidades		
CARACTERISTICAS GENERALES			
Altura: 87.25 cm	Ancho: 62.50 cm	Largo: 120.75 cm	Peso: 42.0 kg
Características Técnicas *Control de temperatura dual *Sistema doble acción: Congelador y enfriador *Ruedas de alta resistencia		FOTO DE LA MAQUINARIA	
Función *Mantener el producto en óptimas condiciones para la distribución y mantenimiento de los mismos.			

fuelle equipo investigativo 2020

Tabla 23 ficha técnica mesa de acero

FICHA TECNICA DE EQUIPO			
Proveedor: Industria López		Dirección: Puente el Edén 250 mts al oeste, Managua	
Maquina/Equipo:	Mesa de Acero inoxidable	Sección:	Producción
Modelo:	-----		
Marca:	Industria López	Precio	2500
Capacidad:	Apto para todo tipo de peso		
CARACTERISTICAS GENERALES			
Altura: 120 cm	Ancho: 70 cm	Largo: 96 cm	-----
Características Técnicas		FOTO DEL EQUIPO	
<ul style="list-style-type: none"> *Estructura de acero inoxidable *Alto pulido y apariencia elegante *Totalmente ensamblable *Cuenta con un entrepaño 			
<p>Función Soporte de la producción de ayotes con el fin de conservar la calidad de la fabricación del producto</p>			

fuelle equipo investigativo 2020

Tabla 24 ficha técnica empacadora y selladora al vacío

FICHA TECNICA DE MAQUINARIA			
Proveedor: Fernández será S.A		Dirección: Ubicada en Managua de la intersección de la pista mayoreo , carretera a sabana grande 2 km al este	
Maquina/Equipo:	Empacadora y selladora al vacío	Sección:	Producción
Modelo:	DZ-260		
Marca:	DZ series	Precio	C\$7,000
Voltaje :	110V		
CARACTERISTICAS GENERALES			
Longitud de la barra de sellado: 260mm	Dimensiones: 410x 310x 290 mm	Potencia de motor: 120w	-----
Características Técnicas *material de la carcasa de acero inoxidable *tamaño del sellado 260mm x 10 agujero de entrada de aire *uso manual *velocidad de empaque 1- 4 pcs		FOTO DEL EQUIPO	
Función Ideal para el sello de bolsas al vacío y es seguro de usar.			

fuelle equipo investigativo 2020

FICHA DE UTENSILIOS				
Proveedor: Economart			Dirección: Rotonda universitaria 300 mts al norte, Managua	
Utensilio	Descripción	Unidades	Costo Unitario	Costo Total
	Perol de cocina con capacidad mayor a 25 libras	2	C\$1800	C\$ 3,600
	Pana de plástico número 18	2	C\$130	C\$260
	Cuchara de madera	2	C\$ 58	C\$ 116

	<p>Cuchara de acero inoxidable con agujeros</p>	<p>1</p>	<p>C\$ 65</p>	<p>C\$65</p>
	<p>Set de cuchillos de cocina con medidas entre los 10 a 25 cm</p>	<p>1</p>	<p>C\$ 300</p>	<p>C\$ 300</p>
	<p>Vasos medidores</p>	<p>2</p>	<p>C\$ 100</p>	<p>C\$ 200</p>
<p>Total</p>				<p>C\$ 4,541</p>

fuelle equipo investigativo 2020

Material de higiene que se usarán en la elaboración del producto.

Tabla 26 materiales de higiene

Proveedor		Dirección		
Guante y mascarilla (farmacia Xilotepelt)		Contiguo a Bampro, Jinotepe		
delantal y gorro de cocina (costura Zulema)		Barrio los cruces, frente al cementerio, santa teresa Carazo		
Utensilios	Descripción	Unidades	Costo Unitario	Costo Total
	Guante transparente.	1 caja	C\$ 120	C\$ 120
	Delantal de cocina.	3	C\$ 80	C\$240
	Mascarilla de tela.	6	C\$ 10	C\$ 60
	Gorro de tela.	3	C\$ 20	C\$ 60
Total				C\$ 480

fuelle equipo investigativo 2020

Tabla 27 costos totales de maquinaria, utensilios y materiales higiénicos

Maquinaria	C\$ 28,450
Utensilios y materiales higiénicos	C\$ 5,021
Total	C\$ 33,471

fuerite equipo investigativo 2020

3.3 Capital fijo y vida útil.

Según (palacios, 2006) la depreciación es la pérdida del valor de un activo fijo (edificios, maquinaria, muebles, etc.) con motivo de uso. Para prevenir la necesidad de reemplazo de un determinado activo al fin de su vida útil, será necesario traspasar cada año una parte de las utilidades de una empresa a un fondo especial llamado "fondo para depreciación", "reserva de depreciación acumulada. De modo, las contra partidas de la reserva serán gastos o cargos por depreciación.

La causa de la depreciación

La disminución del valor se los bienes del capital pueden ser motivada por diferentes. Causas entre las cuales se encuentran las "físicas y funcionales"

Por otra parte, de acuerdo a la **Ley 822**

Art.45 sistema de depreciación y amortización

Las cuotas de depreciación o amortización, a que se refiere los numerales 12 y 13 del artículo 39 de la presente ley, se aplicarán de la siguiente forma.

En la adquisición de activos, se seguirá el método de línea recta aplicado en el número de años de vida útil de dichos activos

Método de línea recta: $\frac{\text{valor del bien} - \text{valor residual}}{\text{Vida útil}}$

Vida útil

Tabla 28 depreciación de cocina

COCINA

Año	Valor del bien	Depreciación anual	Depreciación Acumulada	Valor en libro
0	C\$ 8,000.00			8,000.00
1		1440.00	1440.00	6,560.00
2		1440.00	2,880.00	5,120.00
3		1440.00	4,320.00	3680.00
4		1440.00	5,760.00	2,240.00
5		1440.00	7200.00	800.00

fuelle equipo investigativo 2020

Tabla 29 depreciación balanza electrónica

BALANZA ELECTRÓNICA				
Año	Valor del bien	Depreciación anual	Depreciación Acumulada	Valor en libro
0	C\$ 2250.00			2250.00
1		405.00	405.00	1,845.00
2		405.00	810.00	1,440.00
3		405.00	1215.00	1,035.00
4		405.00	1620.00	630.00
5		405.00	2025.00	225.00

fuelle equipo investigativo 2020

Tabla 30 depreciación congelador

Congelador				
Año	Valor del bien	Depreciación anual	Depreciación Acumulada	Valor en libro
0	C\$ 8,700.00			8,700.00

1		1566.00	1566.00	7134.00
2		1566.00	3132.00	5568.00
3		1566.00	4698.00	4002.00
4		1566.00	6264.00	2436.00
5		1566.00	7830.00	870.00

fuelle equipo investigativo 2020

Tabla 31 depreciación mesa de acero

MESA DE ACERO INOXIDABLE				
Año	Valor del bien	Depreciación anual	Depreciación Acumulada	Valor en libro
0	C\$ 2,500.00			2,500.00
1		450.00	450.00	2,050.00
2		450.00	900.00	1,600.00
3		450.00	1350.00	1,150.00
4		450.00	1800.00	700.00
5		450.00	2250.00	250.00

fuelle equipo investigativo 2020

Tabla 32 depreciación empacadora y selladora al vacío

EMPACADORA Y SELLADORA AL VACIO				
Año	Valor del bien	Depreciación anual	Depreciación Acumulada	Valor en libro
0	C\$ 7,000.00			7,000.00
1		1260.00	1260.00	5,740.00
2		1260.00	2,520.00	4,480.00
3		1260.00	3,780.00	3,220.00

4		1260.00	5,040.00	1960.00
5		1260.00	6,300.00	700.00

fuerite equipo investigativo 2020

El proceso realizado para sacar la depreciación de cada maquinaria fue realizar el método de línea recta donde como primer punto se define según el proceso, que la depreciación anual es la misma durante toda la vida útil del activo. De acuerdo con ello, la base de depreciación se divide entre el número de años de vida útil calculada y se determina el cargo que anualmente se hará al fondo de reserva resultados. Posteriormente se procedió a calcular la depreciación acumulada y el valor en libro, lo cual para encontrar la depreciación acumulada se suma la cantidad de cada año con la depreciación anual lo cual hace que crezca cada año en una cantidad fija, y con respecto al cálculo del valor en libro se le resta la depreciación anual.

3.4. Capacidad planificada.

Para conocer la capacidad de producción que tendrá la micro empresa postre ayote en miel el ñeto se deberá tomar en cuenta la materia prima con la que se elaborara este producto además de conocer la capacidad de cada una de las maquinarias que se utilizaran.

En la siguiente tabla se detallan la cantidad de unidades producidas en porciones de media libra (8.oz) por día, semana, meses y año.

Tabla 33 capacidad instalada proyectada

Cantidad de producción.				
Especificaciones	Día	Semana	mes	Año
20 unidades*10 ayotes	200 und			
200 unidades*5 días		1000 und.		
200 unidades*20 días			4000 und.	

200 unidades* 240 días	<p style="text-align: right;">48000 und</p>
---	---

fuentes equipo investigativo 2020

Cabe mencionar que al empacar una unidad llevara un tiempo promedio de 23 segundo al momento de sellado con una temperatura 20°C por lo tanto al empacar al sellado al vacío las 200 unidades se realizaran en 1 hora y 40 minutos esto será la producción del día, para esta elaboración se requieren 3 personas en cocina dando inicio de la limpieza del local hasta finalizar con el almacenamiento.

Como antes se mencionó se elaborará 200 unidades por lo tanto se contará con 2 peroles, cada uno contendrá 25 unidades equivalente a 100 libras y este proceso se realizará 2 veces al día teniendo como total 200 unidades producida.

Por lo tanto la maquina tiene una capacidad del 100% a la hora de realizar el empaquetado y sellados.

3.5. Ubicación física y distribución física de la empresa.

Para lograr la ubicación de la empresa postre ayote en miel el ñeto, se realizó un determinado estudio de localización para identificar la posición geográfica y de igual manera que cuente con un espacio adecuado, para lograr la producción necesaria obteniendo más flujo de efectivo con los mínimos recursos.

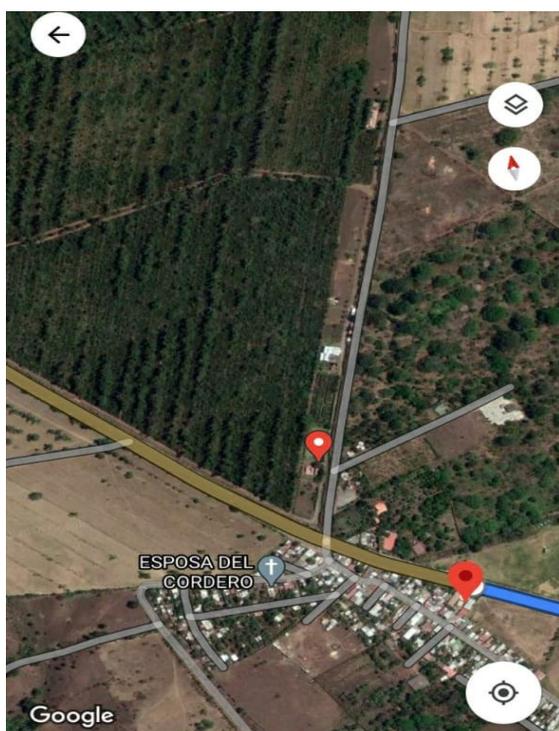
Macro localización:

En este punto se determina en qué lugar del país estará ubicada la micro empresa, tomando en cuenta que el lugar donde se elaborara este producto tiene que ser en un área despejada donde pueda tener contacto con la naturaleza de tal forma que se conserve la manera artesanal de fabricar el producto. Valorando los aspectos anteriormente mencionados, la empresa estará situada en una zona estratégica, por consiguiente, la empresa contará con una ubicación en el Km 35 ½ carretera sur, San Marcos Carazo.

Micro localización:

La ubicación de la micro empresa será en el municipio San Marcos, Carazo por medio de esta ubicación se podrá comercializar de manera más rápida y efectiva llevando los pedidos en el tiempo establecidos.

Ilustración 21 mapa de ubicación de la micro empresa



Fuente internet

Sitio de localización de la empresa:

La empresa está ubicada en el barrio Oscar Baltodano de la escuela salomón Ibarra Mayorga 1c al oeste y 4c al norte mano izquierda.

Distribución física de la empresa:

La planta de producción se muestra en la siguiente ilustración en la cual se encuentran compartimientos y áreas de trabajo, para la distribución y comercialización del producto.

Ilustración 22 distribución de planta de la micro empresa



Fuente equipo investigativo 2020

3.6 Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad

La materia prima representa el elemento de mayor importancia dentro del costo, es la esencia del producto que se pretende producir como final o de consumo, son creadas para la producción o transformación de la materia prima en un artículo terminado. (Roman, 2012)

La tabla de descripción de los distintos proveedores y donde están ubicados es la siguiente:

Tabla 34 materia prima

MATERIA PRIMA				
Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Total
Ayote	unidad	100	C\$34	C\$3400
Atado de dulce	libra	200	C\$ 35	C\$ 7,000
Canela	Libra	10	C\$ 160	C\$ 1,600
Total				C\$ 12000

fuentes equipo investigativo 2020

Tabla 35 proveedores de materia prima

Proveedor	Materia prima	Dirección
Finca "Hernández	Ayote	Está ubicado en el km 35 ½ carretera sur, San Marcos Carazo, este producto que el señor Jarquín cultiva son 100 % orgánicos.
Trapiche del propietario Félix Benjamín Rodríguez	Dulce de panela	Está ubicado en el km 35 ½ carretera sur, San Marcos Carazo, este producto que el señor Jarquín cultiva son 100 % orgánicos.
Especies Walter	Canela	Ubicado en el Mercado nuevo sección de especie, del municipio de Jinotepe. Carazo

fuentes equipo investigativo 2020

3.7 Mano de obra, sus costos y disponibilidad

Se conoce como mano de obra al esfuerzo tanto físico como mental que se aplica durante el proceso de elaboración de un bien. El concepto también se aprovecha para apuntar hacia el costo de esta labor (es decir, el dinero que se le abona al trabajador por sus servicios).

Para lograr producir la cantidad de ayote en miel que se desea comercializar la empresa ayote el ñeto, se debe tener en cuenta con cuanta personal contara para lograr producir las unidades requeridas en el tiempo adecuado.

Tabla 36 costo de mano de obra

Descripción	Costo de mano de obra			
	Horas por día	Precio por día	Precio por semana	Precio mensual
Propietario 1, administrador, encargado de lavado la materia prima.	8 horas	C\$ 250	C\$1250	C\$ 5,000 córdobas

Propietario2 encargado de venta y publicidad, de corte de materia y preparación de la materia prima.	8 horas	C\$ 250 córdobas	C\$1250	C\$ 5,000 córdobas
Propietario 3 Encargado del área de producción, cocción de la materia prima.	8 horas	C\$ 250 córdobas	C\$1250	C\$ 5,000 córdobas
Operario 1 encargado de empaquetado, etiquetado y control de almacenamiento del producto.	8 horas	C\$ 200 córdobas	C\$1000	C\$ 4,000 córdobas
Operario 2 encargado de la distribución del producto	8 horas	C\$200 córdobas	C\$1000	C\$4,000 córdobas
Total				C\$23,000

fuentes equipo investigativo 2020

La empresa contará con 5 colaboradores entre los cuales se encuentran los 3 propietarios que se perfilarán como trabajadores de multifunción; para comenzar en el proceso de producción se hará una limpieza y lavado de la materia prima esta será desarrollado por el propietario 1 quien también cumplirá con la función de la administración general de la empresa, luego se procederá al proceso de corte y preparación de la materia prima este procedimiento será ejecutado por el operario 1, después de lavar, cortar y preparar la materia prima se procederá a realizar la cocción del ayote con sus distintos ingredientes, la que tendrá un tiempo de preparación de 4 horas, este proceso estará a cargo del propietario 2 quien también contará con el cargo de ventas y publicidad, luego este producto pasará por un proceso de enfriamiento, empaquetado y etiquetado y es ejecutado por el 3er propietario siendo este el que tomará el cargo de finanzas en la empresa y

administrador del stock y por ultimo este producto pasara por el proceso de refrigeración en el cual se mantendrá para ser comercializado.

3.8 Gastos generales de producción

Por medio de contratos con proveedores de materia prima, el salario establecido por producción a los operarios decidiendo utilizar este método debido a que es el más apropiado para que el proyecto sea rentable.

De igual manera calculando las especificaciones de los costos indirectos de fabricación, da como resultado los gastos generales de producción para el negocio los cuales se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 37 gastos generales de producción

Gastos generales de producción	
Materia prima	C\$ 15,400
Mano de obra directa	C\$23.000
Costos indirectos de fabricación	C\$ 5350
Total	C\$ 43,450

fuentes equipo investigativo 2020

4. Plan de organización y gestión.

El este paso se describe el plan organizacional, es decir se realiza el análisis de la estructura interna de la empresa donde se detalla cada departamento de un organigrama de personal y funciones, por lo tanto, esto nos ayuda a delimitar las responsabilidades y obligaciones de cada empleado y área de la empresa esto con el objetivo de un correcto funcionamiento.

4.1 Marco legal (forma jurídica)

En este acápite se presenta las normativas jurídicas a las que estará sujeta la empresa ayote el ñeto donde se cumplirá todas las leyes y regulaciones que se deben cumplir para un excelente funcionamiento legal dentro del país.

La empresa postre AYOTE EL ÑETO 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, es importante resaltar que el capital utilizado para la creación de la organización proviene del aporte personal de los socios, los cuales conforman una junta directiva para la división general de la empresa, en lo que cada socio obtendrá un porcentaje de retorno del activo invertido.

Según la ley de promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (Ley645, 2008, art. 3), determina que la organización será determinada será categorizada como microempresa, debido que posee 5 colaboradores dentro de su estructura organizacional.

A continuación, se detallarán las leyes, artículos y aspectos esenciales para lograr poner en marcha la empresa AYOTE EL ÑETO.

- Registro mercantil
- Alcaldía municipal
- Dirección general de ingresos (DGI)
- Instituto de seguridad social (INSS)
- Ministerio de salud (MINSA)
- Código de barra.

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.

◆ **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 (San Marcos, Carazo) tomando en cuenta los siguientes requisitos ya sea para persona natural/ Persona Jurídica:

- Fotocopia de Cédula RUC y/o Cédula de Identidad del Contribuyente.
- Carta Poder (Si actúa en representación del Contribuyente)
- Fotocopia de Cédula de Identidad del Representante Legal o de la persona autorizada para realizar el trámite.
- Fotocopia de la primera página de la Inscripción de los Libros Diarios y Mayor
- Permiso y/o Constancia de la Policía Nacional y de la Dirección General de Medio Ambiente y Urbanismo, cuando el caso lo amerite.
- 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.
- Anticipo de Matrícula (posteriormente será acreditado al efectuarse la matrícula definitiva).
- Copia de la última página del Acta de Constituyente de la sociedad.

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:

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

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.

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.

LEY N° 539, Aprobada el 12de 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 recíproco 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.

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.

Código de barra.

El instituto nicaragüense de codificación (INC) ubicada en la cámara de industria de Nicaragua (candín), 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 productos (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.

Si usted entrega 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, así que no tiene ninguna excusa para hacerlo.

Tenga muy presente que 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:

- A) 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.
- B) 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.
- C) 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.

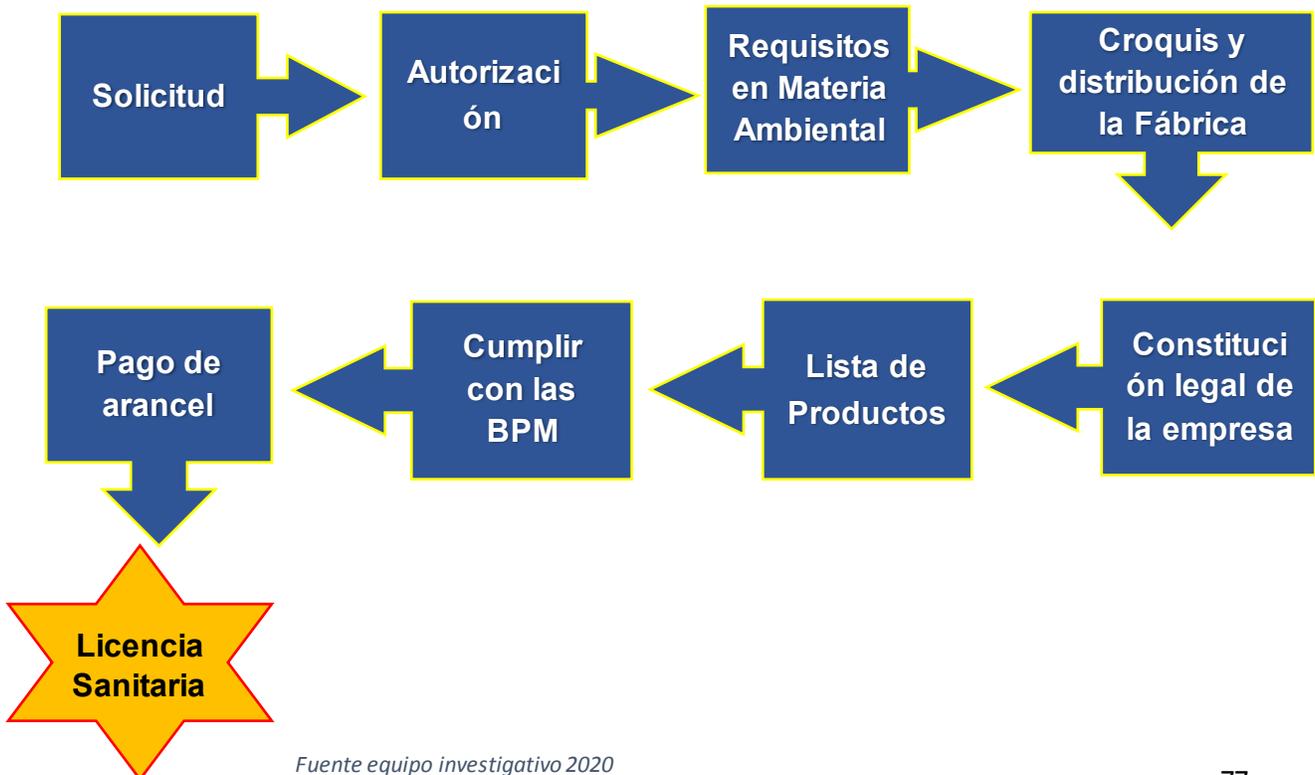
LEY N 26842, Ley general de salud, 20-07-97, Artículo 91 y 92.

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.

REQUISITO PARA OTORGAMIENTO Y RENOVACION DE LICENCIA SANITARIA

Ilustración 23 requisito para obtención de licencia



Fuente equipo investigativo 2020

MECANISMO.

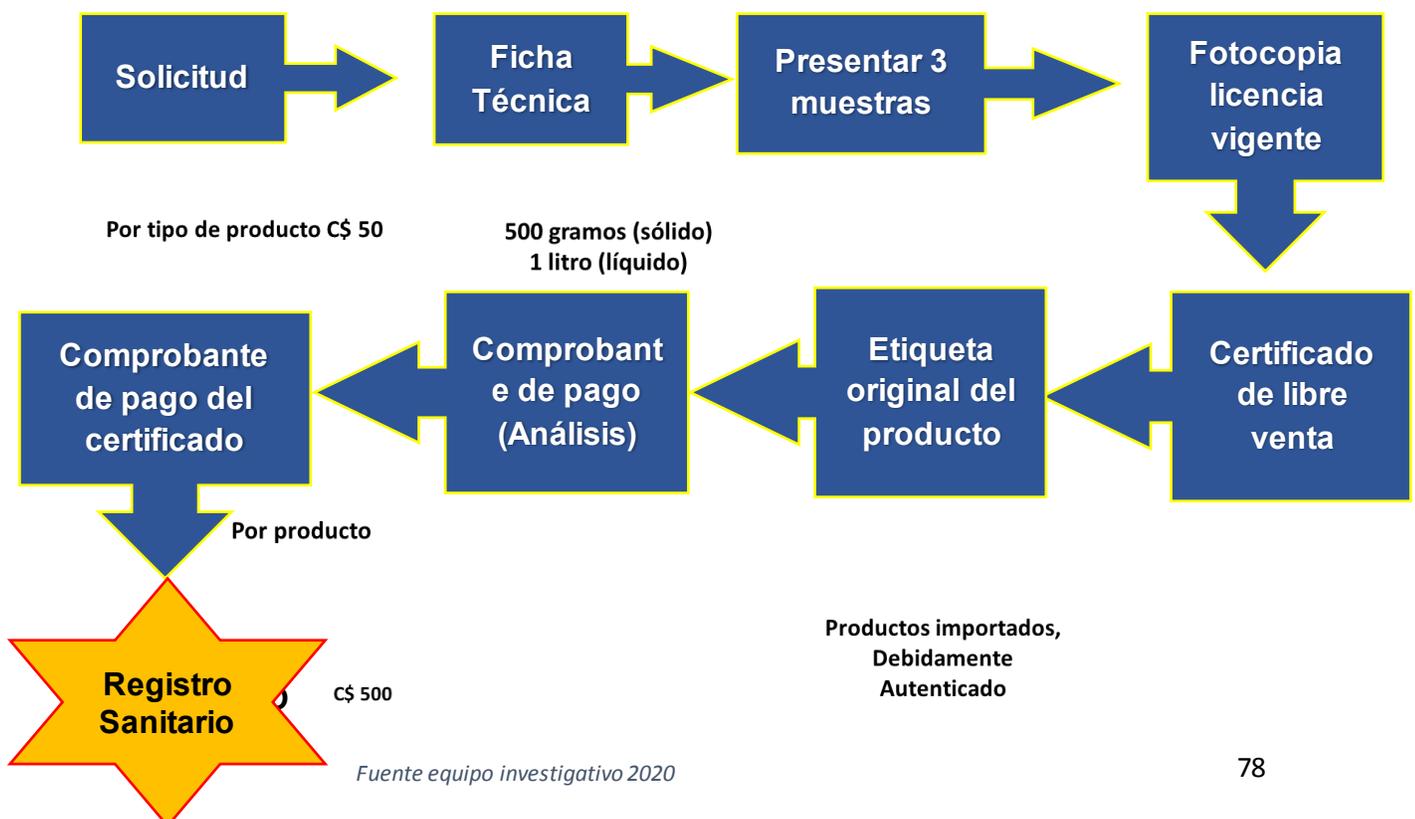
- 1) Presentar la solicitud en el centro de salud/SILAIS No será recibida, si no se acompaña de toda la documentación requerida.
- 2) La autoridad sanitaria revisa la documentación y verifica su cumplimiento.
- 3) La autoridad sanitaria procede a realizar la inspección para verificar el cumplimiento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

➤ 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 REGITRO SANITARIO.

Ilustración 24 requisito para el registro sanitario



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

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

- Llenar solicitud de Registro Sanitario para Alimentos C\$ 50.00
- Copia de la Licencia Sanitaria vigente de la empresa, extendida por el Centro de Salud o SILAIS correspondiente.
- Comprar formulario Costo C\$ 30.00
- Anexar Ficha Técnica del producto que desea registrar.
- Certificado de Libre Venta Original, extendido por las Autoridades Sanitarias del país de origen, para productos importados.
- 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.
- Pago de los aranceles por análisis, estos deberán ser cancelados al momento de presentar las muestras en el Laboratorio.
- 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:
 - a. 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.
 - b. Orden de pago del registro sanitario C\$ 500.00

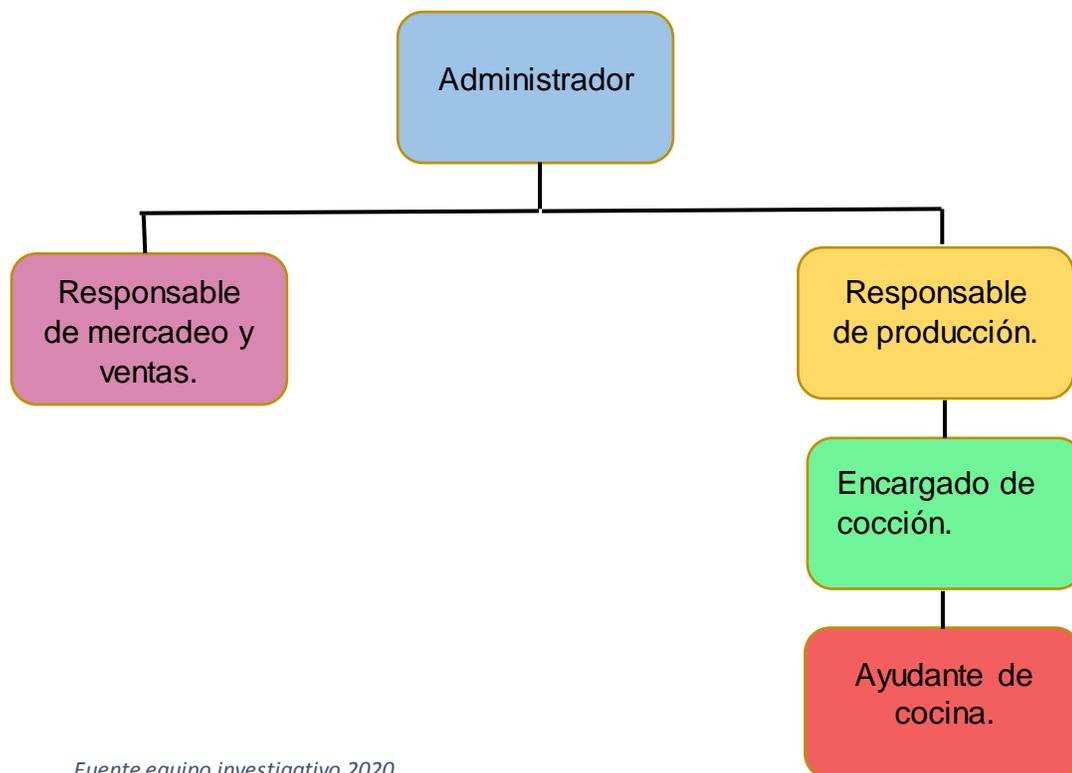
Pago de Aranceles por el Certificado de Registro Sanitario • C\$ 1,500.00 (Quinientos córdobas netos). NOTA: Todos los documentos deben presentarse debidamente archivados, en un fólder por cada solicitud.

Esta tendrá vigencia de 5 años a partir de emisión.

4.2 Estructura de la organización.

A continuación se detallará el siguiente organigrama para la micro empresa ayote el Ñeto. De tipo vertical en la cual, mediante las ramificaciones y posición de cada elemento, se detallan cada uno de los niveles jerárquicos y la relación que existen entre ellos.

Ilustración 25 estructura organizacional



Fuente equipo investigativo 2020

Tabla 38 planilla de pago

Nómina Mensual "Ayote el ñeto"										
Quincena del _____ al _____										
N°	Nombres y Apellidos	2. Cargo	Salario Base	Deducciones	Salario Neto	INSS Patronal	Prestaciones Sociales			
				INSS Laboral			Vacaciones	Treceavo Mes	Indemnización	
Administración										3.
1	Nelson Reyes Hernández	Admón.	C\$ 5,000.00	C\$ 350.00	C\$ 4,650.00	C\$ 1,075.00	C\$ 416.67	C\$ 416.67	C\$ 416.67	
Sub Total Administración			C\$ 5,000.00	C\$ 350.00	C\$ 4,650.00	C\$ 1,075.00	C\$ 416.67	C\$ 416.67	C\$ 416.67	
mercadeo y Ventas										
4	Yasir Steven Ramirez Cortez	Vendedor	5,000.00	350.00	4,650.00	1,075.00	416.67	416.67	416.67	
Sub Total Ventas			C\$ 5,000.00	C\$ 350.00	C\$ 4,650.00	C\$ 1,075.00	C\$ 416.67	C\$ 416.67	C\$ 416.67	
Producción										
7	Duilio Antonio Valverde Silvia		C\$ 5,000	350.00	4,650.00	1,075.00	416.67	416.67	416.67	
8	Ana María García Aguirre		C\$ 4,000	280.00	3,720.00	860.00	333.33	333.33	333.33	
9	Tania Alejandra Velásquez Lopez		C\$ 4,000	280.00	3,720.00	860.00	333.33	333.33	333.33	
Sub Total Gastos de Venta			C\$ 13,000.00	C\$ 910.00	C\$ 12,090.00	C\$ 2,795.00	C\$ 1,083.33	C\$ 1,083.33	C\$ 1,083.33	
Total			C\$ 23,000.00	C\$ 1,610.00	C\$ 21,390.00	C\$ 4,945.00	C\$ 1,916.67	C\$ 1,916.67	C\$ 1,916.67	

Fuente equipo investigativo 2020

Tabla 39 división de cargos

Nombre del cargo	N° de personas en el cargo
Administrador	1
Responsable de ventas y mercadeo.	1
Responsable de producción	1
Ayudante de cocina	1
Encargado de cocción.	1
Total	5

Fuente equipo investigativo 2020

4.3 Fichas de cargo.

En la siguiente ficha de cargo se detallan todas las funciones, requerimiento y atribuciones que el responsable de la administración debe cumplir en base a sus habilidades y estudios necesarios para poder desempeñar de mejor manera el cargo.

Tabla 40 ficha de cargo de administrador

Ficha de cargo	
Ficha #1	Código 001
Puesto:	Administrador
Unidad:	Administración
Depende de:	Propietario
Supervisa a:	Unidad de producción y encargado de mercadeo y ventas
Responsabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar y supervisar el trabajo de cada uno de los colaboradores de la empresa. • Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. • Encargarse de las finanzas del negocio. • Asegurar el abastecimiento de materia prima, y materiales de operación en tiempo, calidad y costo presupuestado. • Responsable de contrato o despido de colaboradores.

Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias. • inspeccionar los procesos de producción o fabricación de los productos a elaborar. • Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros. • Coordinar, supervisar y controlar la ejecución de los procedimientos administrativos y contables que rigen el funcionamiento interno de la Organización. • Supervisar directamente las áreas de producción y ventas de la empresa. • Asegurar el cumplimiento de las políticas administrativas, operativas, medioambientales y de seguridad de la empresa. • Promover la mejora continua y optimización de los procesos. • tramitar puntos de cuentas relacionados con pagos, contratación de servicios y otros. • Brindar charlas motivacionales al personal • Al final de su jornada laboral realizar un cierre de caja y contabilizar el efectivo.
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> • Lic. Administración de empresas o Lic. en Mercadotecnia. • Técnico en contabilidad • Record de policía • Currículum vitae • cartas de recomendación • Fotocopia de cedula.
Experiencia:	Mínimo 3 años en: administración de procesos productivos y área contable.
Conocimiento:	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo paquete Office. • Conocimientos en administración y control de inventarios • Conocimientos contables

Fuente equipo investigativo 2020

La siguiente ficha de cargo hace referencia al responsable de mercadeo y ventas el cual requiere un amplio conocimiento en marketing para ejercer las funciones de manera eficaz y eficiente.

Tabla 41 ficha de cargo de responsable de mercadeo y ventas

Ficha de cargo	
Ficha #2	Código 002
Puesto:	Responsable de mercadeo y ventas
Unidad:	Mercadeo y ventas
Depende de:	Administrador
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Organizar y coordinar tareas • Formular y presentar estrategias de mejoras para la eficiencia y eficacia de ventas del producto. • Presentar informes de ventas diarias, semanal, mensual y anualmente. • Participar en la elaboración del presupuesto anual de la unidad. • Diseñar cartera de cliente.
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de plan publicitario. • Diseño de estrategias de mercado. • Analizar y autorizar los movimientos relacionados con el área de ventas. • Informar al administrador sobre la situación mercadológica de la organización. • Redactar informes del área de venta. • Trazar rutas de ventas. • Cumplir con las metas establecidas. • Distribuir los productos.
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> • Lic. en Mercadotecnia. • Record de policía. • Currículum vitae. • 3 cartas de recomendación. • Fotocopia de cedula.
Experiencia:	Mínimo 2 años en: ventas y área de mercadeo.
Conocimiento:	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en ventas • Dominio de rutas de ventas para la entrega de productos. • Manejo de herramientas digitales de diseño grafico • Diseño de estrategias de mercado

Fuente equipo investigativo 2020

Esta ficha de cargo se refiere al responsable de producción al cual se le asignan varias tareas y requerimiento para que el producto sea de calidad.

Tabla 42 ficha de cargo del responsable de producción

Ficha de cargo	
Ficha #3	Código 003
Puesto:	Responsable de producción

unidad:	Producción
Depende de:	Administrador
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Planifica y gestiona los recursos materiales disponibles • Supervisar toda la transformación de la materia prima y material de empaque en producto terminado • Crear métodos efectivos para reducir el riesgo de incidencia con el flujo de materiales, pérdidas o deterioro. • Vela por la calidad de todos los productos fabricados • es responsable de la existencia de materia prima, material de empaque, y productos en proceso productivo durante el ejercicio de sus funciones.
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar el trabajo de los colaboradores. • Revisión constante de la maquinaria y equipos para un buen funcionamiento. • Enseñar y supervisar a cada colaborador que participa en el proceso productivo. • Ejecutar planes de mejora y de procesos productivos. • Asegurarse de mantener limpia el área de trabajo. • Responder por la calidad de los productos de acuerdo a los estándares definidos y sistemas establecido. • Encargarse del cuidado y almacenamiento de la materia prima y otros suministros que lleguen. • Colocar etiquetas de identificación a paquetes de artículos empaquetados o colocan plantillas e información de plantillas en contenedores, tales como números de lote o destinos de envío. • Revisar el estado del producto al empacar. • Asegurarse que el empaçado este hecho correctamente.
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> • Ing. Industrial o Agroindustrial. • Récord de policía. • Currículum vitae. • 3 cartas de recomendación. • Fotocopia de cedula.
Experiencia:	Mínimo 3 año en: manejo de procesos productivos

Conocimiento:	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en control y calidad de producción. Conocimiento de las normas ISO. <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en control y calidad de producción. • Conocimiento de las normas ISO.
---------------	--

Fuente equipo investigativo 2020

El operario de cocción debe cumplir con ciertos requerimientos para desempeñar de gran manera el cargo y brindar calidad en el producto.

Tabla 43 ficha de cargo encargado de cocción

Ficha de cargo	
Ficha #4	Código 004
Puesto:	encargado de cocción
unidad:	Producción
Depende de:	Responsable de producción
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Reportar las actividades diariamente e informar al superior los altercados que ocurran. • Estar pendiente al tiempo y permanecer constantemente hasta el final del proceso. • Control del buen funcionamiento del proceso de fabricación. • Cumplir con todas las normas de seguridad sanitaria.
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Trasladar los alimentos al perol. • Utilizar recipientes que contengan unidades de medidas para la perfecta elaboración de los productos. • Mezclar cada ingrediente. • Estar moviendo el ayote para que no se pegue. • Estar supervisando el proceso de cocimiento. • Darle el tiempo y punto de cocción exacto. • Llevar el registro de unidades producidas. • Asegurar los niveles de productividad y calidad establecidos.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Técnico alimentario. • Récord de policía. • Currículum vitae. • 2 cartas de recomendación. • Fotocopia de cedula.
Experiencia:	Mínimo 2 año de experiencia como operario de producción

	Experiencia en producción de productos alimenticios, experiencia en negocios de postres.
Conocimiento:	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento básico en gestión integral. • Conocimiento en preparación de postres. • Conocimiento de temperatura adecuada de producto. • Conocimiento en uso y mantenimiento en elementos de protección.

Fuente equipo investigativo 2020

Esta ficha de cargo se refiere al ayudante de cocina donde se reflejan todas las actividades a desempeñar y cada uno de los requerimientos que se necesita para ejercer el puesto.

Tabla 44 ficha de cargo ayudante de cocina

Ficha de cargo.	
Ficha #5	Código 005
Puesto:	Ayudante de cocina
unidad:	Producción
Depende de:	Responsable de producción
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar la materia prima de calidad para la elaboración del producto • Gestiona los recursos materiales. • Mantener limpia el área de trabajo. • Realizar los procesos de producción de manera eficiente.
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Lavar cada uno de los ingredientes a utilizar. • Trasladar la materia prima al área de producción. • Realizar los cortes del ayote, y tener listo los ingredientes con las medidas requeridas. • Reportar las actividades diariamente e informar al superior los altercados que ocurran. • Realizar la limpieza del negocio.
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> • Técnico alimentario. • Record de policía. • Currículum vitae. • 2 cartas de recomendación. • Fotocopia de cedula.
Experiencia:	Mínimo 2 año en: experiencia como operario de producción, Experiencia en producción de productos alimenticios, experiencia en el sector -alimentación.

Conocimiento:	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en preparación de postres. • Conocimiento de temperatura adecuada de producto. • Conocimiento en uso y mantenimiento en elementos de protección.
---------------	---

Fuente equipo investigativo 2020

4.4 Actividades y gastos preliminares.

A continuación se detallan los procesos necesarios para el inicio de operaciones, de igual manera se detallan los gastos necesarios para la realización de los mismos.

Tabla 45 actividad y gastos preliminares

Instituciones a pagar	Actividades	Monto
DGI	Inscripción	C\$500.00
	Obtención del Timbre fiscal	C\$60.00
ALCALDIA	Formulario de solicitud de matrícula	C\$10.00
	Tramitación de la Matrícula	C\$500.00
	Constancia de matrícula	C\$5.00
MINISTERIO DE SALUD (MINSA)	Solicitud de registro sanitario	C\$50.00
	Comprar formulario	C\$30.00
	Orden de pago del registro sanitario	C\$500.00
	Certificado de registro sanitario	C\$1,500.00
MINISTERIO DE FOMENTO, INDUSTRIA Y COMERCIO (MIFIC)	Patente	C\$200.00
INSTITUTO NICARAGUENSE DE CODIFICACION	Registro de marca (Por categoría)	C\$3,216.00
	Codificación de producto	C\$875.00
Total		C\$7,446.00

Fuente equipo investigativo 2020

4.5. Equipos de oficinas

La empresa ayote el Ñeto contara con equipos de oficina de segunda para minimizar los costos y así no afectar el precio de venta del producto, la empresa poseerá equipos y mobiliario de oficina según la función de la empresa tanto en área administrativa como en el are de producción, por lo que adquirirá: una mesa de escritorio, una silla de escritorio, un archivador y una computadora.

En las siguientes tablas se detallan los costos de cada uno de los equipos de oficinas y la depreación de cada uno de ellos.

Tabla 46 depreciación de computadora

Computadora				
Año	Valor del bien	Depreciación anual	Depreciación Acumulada	Valor en libro
0	C\$ 4500			4,500.00
1		1,350	1,350	3,150
2		1,350	2,700	1,800
3		1,350	4,050	450

Fuente equipo investigativo 2020

Tabla 47 depreciación silla de escritorio

Silla de escritorio				
Año	Valor del bien	Depreciación anual	Depreciación Acumulada	Valor en libro
0	C\$ 680			680.00
1		204	204	476

2		204	408	272
3		204	612	68

Fuente equipo investigativo 2020

Tabla 48 depreciación de escritorio

Escritorio				
Año	Valor del bien	Depreciación anual	Depreciación Acumulada	Valor en libro
0	C\$ 1,800			1,800
1		540	540	1260
2		540	1080	720
3		540	1620	180

Fuente equipo investigativo 2020

4.6. Gastos administrativos.

Los gastos administrativos son los que no se pueden vincular directamente con la actividad económica que desarrollara la empresa, dentro de los procesos de fabricación, producción o ventas.

Esto gasto están formado por los sueldos de los gerentes y los costes de los servicios generales.

A continuación, se describirán los gastos administrativos del ayote en miel el "NETO"

Gasto administrativo mensual.

Tabla 49 gastos administrativos mensual

Concepto.	Precios totales	Producción	Ventas	Total Administrativo
Alquiler del local.	C\$2,000	70%	30%	C\$1,400
Teléfono e internet	1,200	40%	60%	480
Servicio de energía	400	60%	40%	240
Servicio de agua potable	250	70%	30%	175
Papelería y útiles de oficina	600	50%	50%	300
Salario del Administrador	5,000	50%	50%	2,500
Total	9,450			C\$ 5,095

Fuente equipo investigativo 2020

5. Plan financiero.

5.1 Inversión y fuente de financiamiento.

Cabe destacar que el financiamiento del proyecto será con capital propio el cual los gastos se dividirán entre los tres propietario. Todo esto con el fin de contar todos con los mismos beneficios y evitar inconvenientes.

5.1.1 Activos fijos.

Los activos fijos del negocio son de gran importancia y vitalidad, para el mejor funcionamiento, siendo de esa manera claves para iniciar las operaciones.

En la siguiente tabla se presentan los activos fijos:

Tabla 50 inversión fija

Maquinaria y equipo.	28,450.00
----------------------	-----------

Mobiliarios y equipo de oficina.	6,980.00
Total.	C\$ 35,430.00

Fuente equipo investigativo 2020

5.1.2 Inversión diferida.

La inversión diferida representan las actividades legales a realizar las cuales traen como resultados derechos y servicios que la empresa comienza a adquirir, por otra parte también refleja el valor de los estudios realizados, así como también la inversión que se realizara en publicidad, otros elementos que forman parte de esta inversión son los pagos de servicios básico y la adquisición de utensilios de cocina, como de materiales higiénicos de vital importancia para estar bien equipados.

Todas estas actividades son necesarias y fundamentales para llevar a cabo el emprendimiento del negocio.

A continuación se muestran los activos intangibles para la micro empresa “AYOTE EL ÑETO”

Tabla 51 activos intangibles

Inversión Diferida	
Gastos Organización.	4,042.05
Gastos de instalación.	4,265
Investigacion y desarrollo.	2,665
Registro de marca.	6248.01
Publicidad al inicio de las operaciones.	996
Utensilios de cocina.	4541
Material para el personal.	480
Servicio básicos.	2550
Total	25,787

Fuente equipo investigativo 2020

5.1.3 Capital de trabajo

El capital de trabajo que “AYOTE EL ÑETO” requiere para iniciar el funcionamiento durante el primer ciclo productivo cubre los primeros tres meses desde que se comienzan a iniciar las operaciones todo esto con el fin de obtener ingresos suficientes para seguir produciendo sin necesidad de volver hacer otra inversión en los primeros meses.

Tabla 52 capital de trabajo

Capital de Trabajo	
Compra de materia prima directa (3meses).	45,933.00
Compra de materia prima indirecta (3meses).	39,933.00
Sueldos y Salarios (3 meses).	69,000.00
Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses).	12,420.00
Gastos Administrativo (3meses).	2,266.00
Gastos de Venta (3meses).	13,025.00
Total.	182,577.00

Fuente equipo investigativo 2020

5.1.4 Inversión total.

Para que la empresa “AYOTE EL ÑETO” comience a operar se necesita una inversión de **C\$ 269,581.12** dicha cantidad está clasificada en todos los elementos que corresponden al plan de inversión, los cuales son inversión fija, inversión diferida y capital de trabajo, las cuales se han calculado cada uno de los elementos y se detallan de la siguiente manera:

Tabla 53 inversión total

Descripción	Total
Inversión Fija.	
Maquinaria y equipo.	28,450.00
Mobiliarios y equipo de oficina.	6,980.00
Sub total Inversión Fija.	C\$ 35,430.00
Inversión Diferida.	
Gastos Organización.	4,042.05
Gastos de instalación.	4,265.00
Investigación y desarrollo	2,665.00
Registro de marca.	6,248.01
Publicidad al inicio de las operaciones.	996.00
Utensilios de cocina.	4,541.00
Material para el personal.	480.00
Servicio básicos.	2,550.00
Sub total Inversión Diferida.	C\$ 25,787.06
Capital de Trabajo.	
Compra de materia prima directa.	45,933.00
Compra de materia prima indirecta.	39,933.00

Sueldos y Salarios (3 meses).	69,000.00
Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses).	12,420.00
Gastos Administrativo.	2,266.00
Gastos de Venta.	13,025.00
Sub total Capital de Trabajo.	C\$ 208,364.06
Inversión Total.	C\$ 269,581.12

Fuente equipo investigativo 2020

5.1.5 Estructura del financiamiento.

El financiamiento del proyecto se realizara por medio de las aportaciones de los propietarios lo cual genera poder estar mejor económicamente y ser más eficientes y eficaces operativamente en la empresa.

Tabla 54 forma de financiamiento

Total Inversión.	C\$ 269,581.12
Fondo Propio.	C\$ 269,581.12

Fuente equipo investigativo 2020

5.2. Ingresos, egresos, costos.

5.2.1 Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio indica la cantidad de unidades que se deben de producir y vender para lograr un monto de ingresos el cual se utilizara para cubrir los egresos antes de lograr ganancias es un cálculo básico y fácil de hacer, lo único que se necesita para llevar a cabo es saber cuáles son sus gastos fijos y sus ingresos por

ventas. Para lograr un punto de equilibrio de no gane ni pierda ayote el ñeto tiene que vender 30,284 unidades.

Tabla 55 punto de equilibrio

Costos Fijos anuales.	C\$ 528,402.81
Costos Variables anuales.	C\$ 414,614.12
Precio de Venta.	C\$ 25.88
Unidades Proyectadas.	C\$ 49,200
Costo Variable Unitario.	C\$ 8.43

Fuente equipo investigativo 2020

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

$$\text{PEU} = \frac{528,402.81}{25.88 - 8.43}$$

$$= \frac{\text{Costos fijos anuales}}{\text{Margen de contribución unitario}}$$

$$= \frac{528,402.81}{17.45} = \mathbf{30,284} \text{ unidades}$$

$$= 30,284 * 25.88 = \mathbf{C\$ 783,608.16}$$

COMPROBACION**Estado de Resultado**

Ventas	783,608.16
Costo de venta	- 255,205.35
Utilidad Bruta	528,402.81
Costos Fijos	- 528,402.81
Utilidad	0

5.2.2 Presupuesto de ingresos

Según estudios realizados se determinó las proyecciones de ventas las cuales son 4000 unidades mensuales debido a que genera ganancia de buen rendimiento para cubrir costos y gastos que se presenten. Los ingresos son unas veces constante y otras variables debido a la temporada.

Tabla 56 presupuesto de ingresos

Ingreso anual													
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	2021
Unidad a producir.	4000	4000	4000	4800	4000	3800	3600	4400	4000	4200	3600	4800	49200
Precio de venta	25.88	25.88	25.88	25.88	25.88	25.88	25.88	25.88	25.88	25.88	25.88	25.88	25.88
Unidad monetaria.	103,50 1.86	10350 1.858	10350 1.858	124202 .229	103501 .858	98326. 7649	93151. 672	113852 .044	103501 .858	1086 76.95 1	9315 1.672	124202. 229	1273,07 2.85
Otros ingresos	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1800
Total													1,274,8 72.85

Fuente equipo investigativo 2020

5.2.3 Presupuesto de egresos.

Las erogaciones que tendrá el negocio ayote el ñeto, se caracteriza en aspectos esenciales como compra de materia prima directa, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación, gastos de venta, gastos administrativos.

En la siguiente tabla se detallan el presupuesto de egresos correspondientes al primer año, para el negocio “ayote el ñeto”.

Tabla 57 presupuesto de egresos

Egresos	
Compra de materia prima directa.	C\$ 154,550.00
Mano de Obra Directa.	C\$ 156,000.00
Costos Indirectos de Fabricación.	C\$ 357,614.12
Gastos de Venta.	C\$ 163,752.00
Gastos Administrativo.	C\$ 100,822.12
Total Egresos.	C\$ 932,738.24

Fuente equipo investigativo 2020

5.2.4 presupuesto de costo.

Los costos del proyecto nos facilitan identificar todo lo que necesitamos utilizar para poner en marcha el proyecto, dichos costos ayudan a conocer cuánto nos cuesta producir y también conocer si el proyecto es viable.

A continuación se muestra los costos necesarios para el inicio de operaciones del negocio “ayote el ñeto”

Tabla 58 presupuesto de materiales directos

Descripción	Costo Unitario	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Ayote	34	3400	3400	3400	4080	3400	3230	3060	3740	3400	3400	3060	4080	41650

Atado de dulce	35	7000	7000	7000	8400	7000	6650	6300	7700	7000	7000	6300	8400	85750
Canela	160	1600	1600	1600	1920	1600	1520	1440	1760	1600	1600	1440	1920	19600
Total		12,000	12,000	12,000	14,400	12,000	11,400	10,800	13,200	12,000	12,000	10,800	14,400	147,000

Fuente equipo investigativo 2020

Tabla 59 presupuesto de materiales indirectos

Descripción	Costo Unitario	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Bolsas al vacío	2	8,000	8,000	8,000	9,600	8,000	7,600	7,200	8,800	8,000	8,400	7,200	9,600	98,400
Etiquetas	3	12,000	12,000	12,000	14,400	12,000	11,400	10,800	13,200	12,000	12,600	10,800	14,400	147,600
Leña	1	1,200	1,200	1,200	1,320	1,200	1,140	1,080	1,320	1,200	1,260	1,080	1,320	14,520
Gas queroseno	5	100	100	100	120	100	95	90.00	110	90	105	90	120	1,220
Total		21,300	21,300	21,300	25,440	21,300	20,235	19,170	23,430	21,290	22,365	19,170	25,440	261,740

Fuente equipo investigativo 2020

Tabla 60 presupuesto de costos indirectos de fabricación

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Costos Fijos													
Mano de obra indirecta	3,250	3,250	3,250	3,250	3,250	3,250	3,250	3,250	3,250	3,250	3,250	3,250	39,000

Mantenimiento de maquinaria	3,250	3,250	3,250	3,250	3,250	3,250	3,250	3,250	3,250	3,250	3,250	3,250	39,000
Depreciación de maquinaria	711.25	711.25	711.25	711.25	711.25	711.25	711.25	711.25	711.25	711.25	711.25	711.25	8,535.00
Amortizaciones	286.52	286.52	286.52	286.52	286.52	286.52	286.52	286.52	286.52	286.52	286.52	286.52	3,438.27
Renta de local	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	12,000.00
Subtotal Costos Fijos	8,497.77	8,497.77	8,497.77	8,497.77	8,497.77	8,497.77	8,497.77	8,497.77	8,497.77	8,497.77	8,497.77	8,497.77	101,973.27
Costos Variables													
Materia prima indirecta	21,300	21,300	21,300	25,440	21,300	20,235	19,170	23,430	21,290	22,365	19,170	20,640	256,940
Servicio de energía	240	240	240	288	240	228	216	264	240	252	216	288	2,952
Agua	237.50	237.50	237.50	285.00	237.50	226.00	214.00	261.25	237.50	249.37	214.00	285.00	2,922.12
Teléfono e internet	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4,800
Subtotal Costos Variables	22,177.50	22,177.50	22,177.50	26,413.00	22,177.50	21,089.00	20,000.00	24,355.25	22,167.50	23,266.37	20,000.00	21,613.00	267,614.12
Total Costos	30,675.27	30,675.27	30,675.27	34,910.77	30,675.27	29,586.77	28,497.77	32,853.02	30,665.27	31,764.14	28,497.77	30,110.77	369,587.39

Fuente equipo investigativo 2020

Tabla 61 presupuesto de mano de obra directa

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Encargado de producción	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	60,000
Operario A	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	48,000
Operario B	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	48,000
Total	13,000.00	13,000	156,000										

Fuente equipo investigador 2020

5.2.5 Estructura de costos.

En tabla que se muestra a continuación se detallan los costos de cada uno de los elementos necesario que tendrá el negocio “ayote el ñeto” para el inicio de la producción.

Tabla 62 estructura de costo

Descripción	Año 2021
Materia prima directa	
Ayote.	41,650
Atado de dulce.	85,750
Canela.	19,600

Sub total MPD.	C\$ 147,000
Mano de obra directa	
Duilio Antonio Valverde Silvia.	60,000
Ana María García Aguirre.	48,000
Tania Alejandra Cano Selva.	48,000
Sub total MOD.	C\$ 156,000
Costos indirectos de fabricación	
Costos fijos.	101,973.27
Costos variables.	267,614.12
Sub total CIF.	C\$ 369,587.39
Costo total anual (MPD, MPI,MOD,CIF)	C\$ 672,587.39

Fuente equipo investigativo 2020

5.2.6 Flujo de caja.

El flujo de caja refleja los movimientos de entradas y salidas de efectivo del negocio “ayote en miel el ñeto”, en un periodo de tres años con el objetivo de conocer el movimiento de efectivo que se genera durante el periodo proyectado, de igual forma se conoce la capacidad que tiene el negocio para generar efectivo.

Tabla 63 flujo de caja

Concepto	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Saldo Inicial.	C\$ 208,364.06	C\$ 550,498.67	C\$ 927,231.12
Ingresos.	C\$ 1273,072.85	C\$ 1336,726.49	C\$ 1430,297.35
Otros Ingresos.	C\$ 1,800.00	C\$ 1,800.00	C\$ 1,800.00

Disponibilidad	C\$ 1483,236.91	C\$ 1889,025.16	C\$ 2359,328.47
Egresos.			
Compra de materia prima directa.	C\$ 154,550.00	C\$ 162,277.50	C\$ 165,523.05
Mano de Obra Directa.	C\$ 156,000.00	C\$ 156,000.00	C\$ 156,000.00
Costos Indirectos de Fabricación.	C\$ 357,614.12	C\$ 370,754.83	C\$ 378,169.92
Gastos de Venta.	C\$ 163,752.00	C\$ 171,939.60	C\$ 175,378.39
Gastos Administrativo.	C\$ 100,822.12	C\$ 100,822.12	C\$ 100,822.12
Total Egresos.	C\$ 932,738.24	C\$ 961,794.05	C\$ 975,893.48
Disponibilidad Efectiva.			
Caja Mínima Requerida.			
Excedente o Déficit sobre la caja mínima.	C\$ 550,498.67	C\$ 927,231.12	C\$ 1383,434.98
Disponibilidad Neta Final.	C\$ 550,498.67	C\$ 927,231.12	C\$ 1383,434.98

Fuente equipo investigativo 2020

5.3.1 Flujo de fondos.

A continuación se detalla el flujo de fondos, los cuales muestran los movimientos de efectivos que presenta el negocio “ayote el ñeto” durante un periodo de tres años, y de esa manera conocer la rentabilidad que tiene y el tiempo para poder solventar gastos, también es de gran ayuda para administrar todos los egresos, lo que permite llevar a tener un mejor control sobre el negocio.

Tabla 64 flujo de fondos

Descripción	Años			
	0	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Ingresos por Ventas.		C\$ 1273,072.85	C\$ 1336,726.49	C\$1430,297.35
Costos de Producción.		C\$ 672,587.39	C\$ 706,216.76	C\$ 755,651.94
Utilidad bruta.		C\$ 600,485.46	C\$ 630,509.73	C\$ 674,645.41
Gastos Administrativos.		C\$ 104,389.01	C\$ 109,608.46	C\$ 108,668.00
Gastos de Venta.		C\$ 166,040.52	C\$ 159,775.29	C\$ 164,547.86
Utilidad antes de Impuesto.		C\$ 330,055.92	C\$ 361,125.98	C\$ 401,429.55
Depreciación.		C\$ 698.00	C\$ 698.00	C\$ 698.00
Amortización.		C\$ 5,157.41	C\$ 5,157.41	C\$ 5,157.41
Inversión Fija.	-C\$ 35,430.00			
Inversión Diferida.	-C\$ 25,787.06			
Capital de Trabajo.	-C\$ 208,364.06			
Flujo Neto de Efectivo.	-C\$ 269,581.12	C\$ 335,911.34	C\$ 366,981.39	C\$ 407,284.96

Fuente equipo investigativo 2020

5.3.2 Valor actual neto VAN

Valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y los pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder en esa inversión. Los criterios de decisión van a ser los siguientes: VAN > 0: El valor actualizado de los cobros y pagos futuros de la inversión, a la tasa de

descuento elegida generará beneficios. VAN = 0: El proyecto de inversión no generará ni beneficios ni pérdidas, siendo su realización, en principio, indiferente y si la VAN < 0 el proyecto de inversión generara perdida.

La tasa del descuento de descuento aplicada por la cual el proyecto se comparó con un bono del estado con una tasa de descuento del **20%**

A continuación de comprueba la rentabilidad de ayote el Ñeto.

Tabla 65 comprobación de rentabilidad

VAN	C\$ 500,890.49
------------	-----------------------

Fuente equipo investigativo 2020

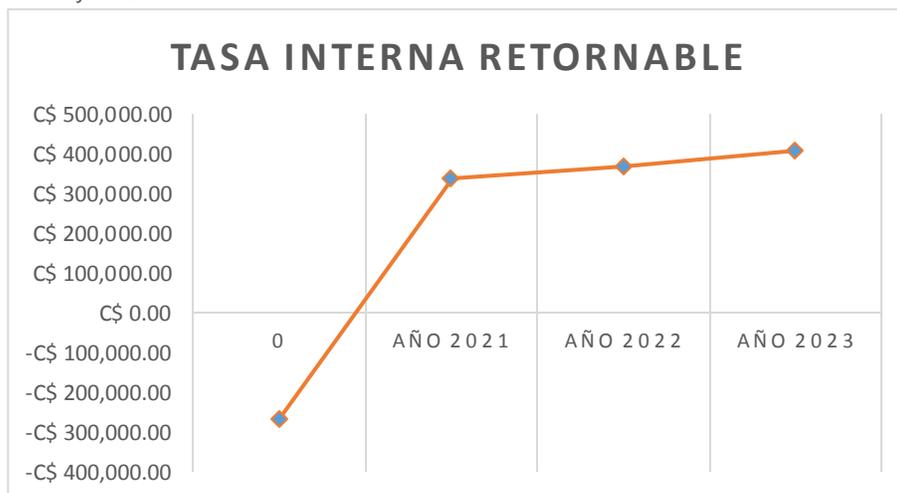
La VAN es positiva significa que la micro empresa Ayote el Ñeto obtiene ganancias a los 3 años proyectados.

5.3.3 Tasa interna de retorno TIR

Tasa interna de rendimiento es la tasa de descuento por la cual la VAN es igual a 0. Es la tasa que iguala los flujos descontados a la inversión inicial.

La microempresa el Ñeto presenta una tasa interna retornable del cual da como resultado que el proyecto es rentable. **118.53%**

Grafico 1 tasa interna retornable



Fuente equipo investigativo 2020

6. Conclusión.

En el presente proyecto de graduación de la producción y comercialización del postre ayote en miel empacado al vacío se logró identificar los atributos y características del producto emprendedor, para lograr identificar todo esto, fue necesario utilizar las diferentes metodologías innovadoras, de igual manera se determinó el tipo de empaque que se utilizará para la comercialización del postre definiendo el empaque al vacío, ya que es uno de los sistemas más exitoso para la conservación de alimentos, ha sido el empaque al vacío porque al retirar el aire del contenedor se obtiene una vida más útil, por lo tanto es el más indicado para la comercialización del postre.

Al realizar el estudio de mercado que se llevó con éxito esto nos permitió conocer la aceptación del producto emprendedor donde se tomó en cuenta la frecuencia de compra, la cual es muy importante para identificar la demanda del producto una vez incursionado en el mercado, por lo tanto al aplicar el instrumento (encuesta) y al insertarlo al spss nos brindó un resultado de 94.2 % de aceptación del postre ayote en miel el ñeto.

Se realizó una estructura de plan de producción, donde principalmente se decide la zona idónea para la ubicación de la microempresa, tomando en cuenta la distancia de los proveedores para que no afecte a la hora de requerir los insumos, así mismo identificando todos los materiales necesario para la producción, mano de obra y todo lo que se requiera al momento de la ejecución del proyecto.

Se estableció una estructura de precio del postre ayote en miel tomando en cuenta la escala de precios de preferencia al momento de realizar el estudio de mercado, de igual manera los factores externos relacionado con la competencia, los factores internos de costos de la producción, una vez identificado todo lo antes mencionado se restó el costo anual de fabricación con número de cantidades a producir, obteniendo un precio unitario de producción de 19.16 luego se le agrega un margen de utilidad de 35% obtenido un precio de venta de 25.88 el cual es un precio accesible al consumidor.

Se formula la estrategia de comercialización para el producto, donde se define que el postre ayote en miel se distribuirá a intermediarios con un sistema de entrega semana trasladando el producto en cajillas de plástico cubriéndolo con film estirable este con el fin de que el producto llegue a los puntos de venta en buen estado.

De igual manera se realiza la proyección de venta del producto, las cantidades que se comercializarán semana, mensual y anual, cabe mencionar que en los meses abril y diciembre se incrementaran en un 20% de producción del postre por razones de que esas dos fecha son especiales y es tradicional consumir este postre.

. Bibliografía

(s.f.). Obtenido de Info@envio.org.ni

Adminerio, v. (21 de marzo de 2018). *dulceria.net*. Obtenido de dulceria.net:
<https://dulceria.net/ayote-en-miel-nicaraguense/>

Apaza, R. (11 de julio de 2013). *Ruben Apaza*. Obtenido de Ruben Apaza:
<https://www.rubenapaza.com/2013/07/ciclo-vida-proyecto.html?m%3D1&hl=es-419>

banco central de nicaragua . (2019). Obtenido de banco central de nicaragua : banco central de nicaragua

Blog legal. (03 de Abril de 2020). Obtenido de Blog legal: <https://latinallince.co/nuevo-procedimiento-de-registro-de-marcas-en-nicaragua/>

Censo Poblacional. (2008). Recuperado el 11 de Marzo de 2019, de Censo Poblacional:
<http://www.INIDE.com.ni>

charles, l. (2002). *marketing*. international thomson editores.

Dominguez, j. i. (27 de marzo de 2005). *gestiopolis*. Obtenido de gestiopolis:
<https://www.gestiopolis.com/estrategias-distribucion/>

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/>

gambo. (2014).

Gonzalez, M. (22 de julio de 2016). *informa BTL*. Obtenido de informa BTL:
<https://www.informatbl.com/la-importancia-del-codigo-barras/>

- LN creatividad y tecnologia*. (26 de mayo de 2017). Obtenido de LN creatividad y tecnologia:
<https://www.google.com/amp/s/www.luisan.net/blog/diseño-grafico/que-es-design-thinking/amp>.
- MIFIC*. (s.f.). Obtenido de MIFIC: <https://www.mific.com.gob.ni/propiedad-intelectual/Signos-Distintivos/Procedimientos-Marcas&hl=es-419>
- Nuevo Diario* . (18 de septiembre de 2011). Obtenido de Nuevo Diario :
<https://www.elnuevodiario.com.ni/especiales/114167-codigo-barras-que-sirve-obtengo-cuanto-vale/&hl=es-149>
- palacios, H. (2006). *fundamentos técnicos de la matemática financiera*. lima: fondo editorial de la pontificia universidad católica de Perú.
- reyes, a. (2012). *blog*. Obtenido de consultora innovadora.
- ROMAN, C. L. (2012). *COSTOS HISTÓRICOS*. México: RED TERCER MILENIO S.C.
- Roman, C. L. (2012). *Costos Historicos*. Red Tercer Milenio.
- Rosas, R. (s.f.). *mailify*. Obtenido de mailify:
<https://www.google.com/amp/s/www.mailify.com/es/blog/autores-invitados/que-es-el-marketing-push-y-pull/amp/>
- Sierra, M. M. (16 de abril de 2020). *universia*. Obtenido de universia:
<https://noticias.universia.es/ciencia-tecnologia/noticia/2017/07/06/1154003/design-thinking-sirve.html>

ANEXOS

anexo 1 cronograma de trabajo

Cronograma de trabajo semanas	marzo				abril				mayo				junio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1 generalidades del proyecto		■														
1.1 solución		■	■	■												
1.1.1 método de embudo o funnel de la innovación					■	■										
1.1.2.metodo Desing Thinking							■									
1.2 diseño o modelo 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 intelectual											■	■				
1.5 ciclo del proyecto													■			
1.6 visibilidad del proyecto														■		
1.7 resultados esperados															■	
2. estudio de mercado																
2.1 planteamiento y formulación de la oportunidad		■														
2.1.1 Sistematización		■	■													
2.2 objetivos		■	■													
2.2.1 objetivo General		■	■													
2.2.2 objetivos específicos		■	■													
2.3 hipótesis		■	■													
2.3.1 comprobación de la hipótesis de trabajo				■												
2.4 análisis de la demanda				■												
2.4.1 cálculo de la demanda potencial				■												
2.5 análisis de la oferta				■												
2.5.1 cálculo de oferta directa e indirecta				■												
2.5.2 cálculo de la demanda insatisfecha				■												
2.6 atractivo del segmento de mercado					■	■										
2.7 análisis de precio						■	■									
2.7.1. estructura de precio						■	■									
2.7.2 comparación de precio del mercado						■	■									
2.7.1 precio Unitario						■	■									
2.8 análisis de Comercialización								■								
2.8.1 logística de distribución								■								
2.8.2 proveedores directos e indirectos									■							
2.8.3 costos de Comercialización										■						

Po	1	TAC	1+TAC	N	(1+ TAC) ⁿ	Pp
30,596	1	0.04	1.04	11	1.54	47,101

Marco muestral.

Para desarrollar nuestro marco muestral se tomaran elementos del universo que queremos estudiar, permitiendo así extraer la muestra, los elementos son el siguiente:

Elemento muestral: proyecto de emprendimiento ayote en miel empacado al vacío.

Unidad de muestreo: Adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores de ambos sexos económicamente activos.

Alcance de estudio: Es el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo

Periodo de tiempo: De Marzo a Junio 2020.

Diseño de la muestra.

Por motivos de fuerza mayor que estamos pasando en el mundo y país debido a la pandemia, se decidió realizar un sondeo a 108 personas las cuales fueron realizadas de manera virtual gracias a la aplicación survey monkey.

Cuantitativo

anexo 5 universo cuantitativo

Jinotepe	
Hombres	
De 15 años a mas	4, o 22
Mujeres	
De 15 años a mas	3, 8 o 9
Total de población: 7,826	

Para poder conocer la cantidad de personas que habitan en la ciudad de Jinotepe Carazo ,se tomó como referencia el censo poblacional 2008 efectuado por el instituto nacional de estadística y censos (INIDE)

Diseño de la muestra

n: tamaño de la muestra

z: nivel de confianza (95% -1.96)

p: a favor de 50% ~ (0.5)

q: en contra del 50% ~ (0.5)

N: población o universo de estudio ~ (7,826)

e: nivel de error (5%) ~ (0.5)

Anexo 6 pilotaje

	Z	p	q	Error	N	Num	Denominador	n	RENDONDEO
Jinotepe	1.96	0.5	0.5	0.05	7,826	7516.0904	20.5229	366.229451	366

Tipo de estudio.

Según **Fuente especificada no válida**. El conocimiento científico (explorativos, descripción explicación) al que espera llegar el investigador se debe formular el tipo de estudio. El proceso de señalar el tipo de investigación que se necesita, así como el nivel de análisis que se deberá realizar.

Estos consisten que los estudios exploratorios son el primer nivel de conocimiento y permite al investigador familiarizarse con el tema y sirve para base para realizar estudios más profundos.

Por lo consiguiente los estudios descriptivos son el segundo nivel de conocimiento y en estos se identifican las características del universo y la realización que existe entre ellos.

El tipo de investigación que realiza el equipo técnico de trabajo es explorativo esto consiste, en un proyecto de emprendimiento de comercialización de ayote en miel (Dulce) empacado al vacío.

Explorativo: Es de tipo Explorativo debido a que es la primera vez que se realiza una investigación en relación al tema en cuestión sobre emprender, en cuanto a la propuesta sobre la comercialización de ayote en miel empacado al vacío, permitiendo conocer todo lo relacionado al producto y sus propiedades que contiene lo cual esto es de gran importancia para el consumidor.

El equipo investigador ha utilizado la investigación explorativa, puesto que permite detallar la propuesta emprendedora.

Técnicas de estudio:

Observación:

Se utilizó esta técnica para obtener información precisa que de otro modo no podríamos obtener, como el de conocer sobre comportamientos espontáneos que suceden solo en la vida cotidiana y se determinó que el producto “ayote en miel” es bien demandado.

Entrevista:

Se realizó entrevista a personas cercanas a los miembros del grupo investigativo, respondiendo a las preguntas relacionadas con el tema de investigación para recolectar datos que nos ayuden a mejorar en nuestra investigación.

Sondeo:

Se utilizó el sondeo para conocer una serie de diversas opiniones y así tener una perspectiva más clara sobre el producto “ayote en miel empacado al vacío”.

Método de estudio.

El método utilizado para realizar el proyecto es el inductivo ,ya que nos permite sacar condiciones generales ,partiendo de los hechos particulares basándose en la observación reales, que nos permite llegar a una conclusión, así como la acumulación de datos que reafirme nuestra postura .

Primeramente se utilizó la observación donde se identificó la necesidad que sustentará nuestro producto, y una vez determinada la idea se realizó un sondeo donde se concretó que no hay emprendimiento en este tipo, posterior mente se realizó la aplicación de encuesta en línea, donde logramos determinar el aceptamiento del producto ayote en miel, este tubo un 82 % de aprobación lo cual esto es gran comienzo para ejecutar el proyecto.

Fuentes de estudio

Las fuentes de información son la herramienta más importante dentro del método de investigación, ya que proporcionan las pautas de conocer, distinguir y seleccionar las fuentes de información, para el desarrollo apropiado y veraz del proceso de investigación así como la fundamentación técnica para la solución del problema

Para recolectar los datos necesarios se utilizaron fuentes primarias y fuentes secundarias

1. Fuentes primarias: Implican técnicas y procedimientos adecuados que suministren la información a través de un abordaje personal y directo para lo cual se utilizara el sondeo virtual.

El sondeo virtual es un instrumento que se aplicara a las personas a través de una aplicación llamada “survey monkey”.

2. Fuentes secundarias: De igual manera también se utilizó las fuentes secundarias para abordar información más coordinada por la cual se abordó información de libros de marketing y también se utiliza el acceso a página web que ayudan mucho para ampliar nuestro conocimiento

Forma de presentación de resultados

Para la recolección de la información referente al tema de investigación, Se aplicaron sondeos y las encuesta para mantener un equilibrio e información útil.

La forma de presentar la información será de los programas office Word, Excel, survey monkey y Power Point con el fin de resumir y analizar la información obtenida, el cual permite que la información sea procesada de forma rápida y objetiva. Permitiendo tener una retroalimentación de la información.

El reporte nos ayudará como una evidencia de la investigación, haciendo tangible lo identificado por medio de la misma.

anexo 7 cuadro de operabilización de variables

Variable independiente	Variable dependiente	Sub variables	Indicadores	preguntas
Oferta	Frecuencia de compra		Semanal Quincenal Mensual	¿Con que frecuencia usted consume postre ayote en miel seleccionadas anteriormente?
	Competencia Directa		Dulcería Freddy Chávez Dulcería Carol	En qué lugar suele comprar el postre ayote en miel.

Demanda	Disposición de compra		Si No	¿Estaría usted dispuesto a comprar el postre ayote en miel empacado al vacío?
	Gustos y preferencias		Sabor Calidad Facilidad Precio Higiene Rendimiento Presentación Todas las anteriores	¿Que lo motivaría a comprar este producto?
	Gustos y preferencias		Olor Color Calidad Precio Diseño	¿Qué le induciría a usted a comprar este producto?
Precio	Accesibilidad		30C\$ a 35C\$ 40C\$ a 45C\$ 50C\$ a 55C\$	¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el postre ayote en miel?
Plaza	Ubicación		<ul style="list-style-type: none"> • Supermercados • Feria gastronómica 	¿En cuál de estos puntos de ventas le gustaría encontrar nuestro producto?

			<ul style="list-style-type: none"> • Repost erías 	
	Delivery		Comodidad Falta de tiempo Distancia	¿Por qué cree usted que sería importante contar con un servicio delivery?
Promoción y Publicidad	Promoción		Excelente Muy bueno Bueno Regular Malo	¿Cómo calificaría usted que se insertara distintas promociones, descuentos y regalías en este producto de emprendimiento?
	Medios		Redes sociales Radio Televisión Página web Periódico	¿Qué medios le atraen más para promocionar este producto?
producto	Consumo		Por las vitaminas que contiene porque es un postre nacional Por cambiar la rutina en su nutrición	¿Porque razón consume postre ayote en miel?

			1 a 3 4 a 6 7 a 10 11 a mas	¿Cuántos miembros de su familia consumen postre ayote en miel?
			Si estoy de acuerdo No estoy de acuerdo	¿Al ser un empaque de bolsa de vacío creé que se contribuye al cuidado del medio ambiente?
	Empaque		456 gramos 226 gramos 113 gramos	¿Cómo les gustaría adquirir este postre de ayote en miel según la presentación?
	Presentación		13-24 25-35 36-46 47 a mas	

clientes	Edad		Masculino Femenino	
	Genero		Soltero(a) Casado(a) Divorciado(a) Viudo(a)	
	Estado civil		Estudiante jubilado trabajador desemplead	
	Ocupación		Estudiante jubilado trabajador desempleado	

Anexo 8 instrumento de recolección de información



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Caso No. _____

Objetivo: Estamos realizando una encuesta para evaluar el lanzamiento de un producto de emprendimiento postre ayote en miel empacado al vacío. Le agradecemos de ante mano su colaboración. La información que nos brinde será de mucha importancia para la realización de esta investigación.

Seleccione su respuesta marcando con una X en el espacio correspondiente

¿Consume postre ayote en miel?

Sí___ No___

1.) ¿Estaría dispuesto a adquirir un postre de ayote en miel (dulce de panela) empacado al vacío?

1) Si ___ 2) No___

1) Aspectos Demográficos

1.1.) Genero.

1.) Femenino ___ 2.) Masculino___

1.2.) Edad.

1) (15 a 20) ___ 2) (21 a 25) ___ 3) (26 a30) ___ 4) (31 a 35) ___ 5) (36 a 40) ___
6) (41 a mas) ___

1.3.) Ocupación.

1) Estudiante___ 2) jubilado ___ 3) trabajador___ 4) desempleado___

1.4.) Estado civil.

1) Soltero___ 2) Unión de hecho estable___ 3) casado___ 4) viudo___

2.) Aspecto relacionado con el producto.

2.1. Consumo.

¿Porque razón consume postre ayote en miel?

1. Por las vitaminas que contiene_____
2. porque es un postre nacional_____
3. Por cambiar la rutina en su nutrición_____

2.2 empaque

¿Cuáles de las siguientes características le atraen más del empaque de bolsa de vacío?

- 1) Diseño___ 2) Higiene y confianza___ 3)seguridad___
- 4) todas las anteriores___



3.) Aspecto relacionado a la demanda.

¿Estaría usted dispuesto a comprar el postre ayote en miel empackado al vacío?

- 1) Si___
- 2) No___

¿Cuántas unidades de postre de ayote en miel estaría dispuesto a comprar?

- 1) 1 a 3 por semana. ___
- 2) de 4 a 6 por semana. ___
- 3) de 7 a más. _____

3.1. ¿Que lo motivaría a comprar este producto?

1. Sabor._____ 2. Facilidad._____ 3. Precio._____ 4. Higiene._____ 5. Calidad._____ 6. Rendimiento._____ 7. Presentación___ 8. Todas las anteriores_____

4.) Aspecto relacionado a la oferta.

. ¿Con que frecuencia usted consume el postre ayote en miel seleccionadas anteriormente?

Frecuencia	Veces
1) Diario	
2) semanal	
3) quincenal	
4) Mensual	

4.2) Lugares donde habita a comprar el postre ayote en miel.

1. Dulcería Freddy Chávez _____ 2. Dulcería Carol_____ 3. Ninguna de las anteriores_____

¿Cuántas unidades de postre ayote en miel habitualmente compra?

- 1) 1 a 3.____ 2) de 4 a 6. ____ 3) de 7 a más. _____

Porción ¿Cómo les gustaría adquirir este ayote en miel según la porción?

- 1)456 gramos__ 2) 226 gramos__ 3) 113 gramos__

5.) Precio

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el postre ayote en miel?

- 1)20C\$ a 25C\$__ 2) 30C\$a 35C\$__ 3) 40C\$a 45C\$__

5.) Aspectos relacionados a la plaza

5.1. ¿Cuál de estos puntos de ventas le gustaría encontrar nuestro producto?

- 1) supermercados__ 2)ferias gastronómica__ 3)repostería__ 4) restaurante_____

5.2. ¿Por qué cree usted que sería importante contar con un servicio delivery?

1) Comodidad___ 2. Falta de tiempo___ 3. Distancia___

6.) Aspectos relacionados a la Promoción y publicidad

6.1.) promoción

6.1.1.) ¿A través de que promoción le gustaría que se ofertara el producto?

1) Regalías __ 2) Rifas __ 3) Descuentos__ 4) degustaciones__

6.2. Medios.

6.2.1.) ¿Por qué medio de comunicación desearía conocer el producto? (puede seleccionar más de una opción)

1) Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter) __ 2) Radio__ 3) televisión___
4) Pagina Web__ 5) Periódico__

¡Gracias por su atención !

Anexo 9 Pruebas de chi-cuadrado para las variables disposición de con estado civil.

	Valor	Gl	Sig. asintótica (2 caras)	Significación exacta (2 caras)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	1.929 ^a	1	.165		
Corrección de continuidad	1.298	1	.255		
Razón de verosimilitud	1.949	1	.163		
Prueba exacta de Fisher				.214	.127
Asociación lineal por lineal	1.923	1	.166		
N de casos válidos	327				

a. 0 casillas (0.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 8.21.

Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

anexo 10 Pruebas de chi-cuadrado para las variables Cantidad de compra con edad.

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3.861 ^a	6	.695
Razón de verosimilitud	4.342	6	.631
Asociación lineal por lineal	.039	1	.843
N de casos válidos	327		

a. 3 casillas (25.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2.40.

Anexo 11 Pruebas de chi-cuadrado para las variables Precio con ocupación.

	Valor	Gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	2.170 ^a	2	.338
Razón de verosimilitud	2.178	2	.337
Asociación lineal por lineal	1.058	1	.304
N de casos válidos	327		

a. 0 casillas (0.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 34.31.

anexo 12 discriminante de genero

Demanda potencial	- Demanda derivada	=Demanda real
14054	- 815	13239

anexo 13 disposición del consumo de ayote en miel empacado al vacío

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	a	e		

anexo 15 frecuencia de compra de los dos competidores

Frecuencia de compra					
		Dulceria Freddy Chavez		Dulceria Carol	
1 vez semana		1,251		520	
Mensual		2,839		1,293	
Quincenal		1,293		84	
Total		5,383		1897	
Válido	Si	308	94.2	94.2	94.2
	No	19	5.8	5.8	5.8
	Total	327	100.0	100.0	100.0

anexo 16 formato de estructura de precio

Materia prima					
Descripción	Unidad	de	Cantidad	Precio Unitario	Total
Ayote	Unidad		100	C\$ 34.00	C\$ 3,400.00
Atado de dulce	Libra		200	C\$ 35.00	C\$ 7,000.00
canela	Libra		10	C\$ 160.00	C\$ 1,600.00

anexo 14 frecuencia de compra en porcentaje

Frecuencia de compra de competencia		
	Dulcería Freddy Chávez	Dulcería Carol
1 vez semana	8.9%	3.7%
Mensual	20.2%	9.2%
Quincenal	9.2%	0.6%
Total	31.2%	13.5%

Sub-Total					C\$ 12,000.00
Mano de obra					
Duilio Antonio Valverde Silvia	mes	20 días	C\$ 250.00	C\$ 5,000.00	
Ana María García Aguirre	mes	20 días	C\$ 200.00	C\$ 4,000.00	
Tania Alejandra Cano Selva	mes	20 días	C\$ 200.00	C\$ 4,000.00	
Sub-Total					C\$ 13,000.00
CIF					
Bolsas al vacío	UND	4000	C\$ 2	C\$ 8,000	
Etiquetas	UND	4000	C\$ 3	C\$ 12,000	
Lena	Rajas	1200	C\$ 1	C\$ 1,200	
Gas queroseno	½ cuarta	20	C\$ 5	C\$ 100	
Servicio de energía	mes	31 Días	C\$ 240.00	C\$ 240.00	
Agua	mes	31 Días	C\$ 237.50	C\$ 237.50	
Teléfono e internet	mes	31 Días	C\$ 400.00	C\$ 400.00	
Total, CIF					C\$ 22,177.50
Costo Total de Producción				C\$ 303,000.00	
Costo Unitario				19.16	

Margen de Ganancia			35%	C\$ 6.71
Precio del producto (Costo Unitario + Utilidad)			19.16	C\$ 25.87

anexo 17 costo de comercialización

Costos de Comercialización	
Alquiler de Transporte (cuota mensual)	C\$ 2,800.00
Caja de plástico de 600 x 400 x274mm	C\$1,625.00
Film Estibarle	C\$ 1,000.00
Total	C\$ 5,425.00

anexo 18 periodo de recuperación de la inversión

PRI	
RENTABILIDAD	122.43
RECUPERACIÓN	0.82

Anexo 19 requisito para inscripción como persona natural

Como persona natural se deben de cumplir ciertos requisitos para la correcta inscripción de un nuevo negocio u empresa y así mismo funcionar legalmente, produciendo y abasteciéndose correctamente.

La Persona natural debe acudir a la Administración de Rentas más cercana al domicilio donde realizará su actividad económica presentando los siguientes requisitos:

1. Llenar el Formulario de Inscripción que la Renta proporciona gratuitamente.
2. Tener la edad de 18 años cumplidos.
3. Documento de identificación ciudadana
4. Documentos para hacer constar el Domicilio Fiscal:

Toda Persona natural para efectos de su inscripción debe acudir a la Administración de renta más cercana al domicilio donde realizara su actividad económica, presentar carta de Solicitud de inscripción dirigida al Administrador de Renta y completar el formulario de inscripción proporcionado gratuitamente, adjuntándole los siguientes requisitos:

- Fotocopia certificada de acta constitutiva y estatus debidamente inscritos en el Registro mercantil. 2
- . Documentos de identificación del Representante Legal de la persona jurídica que se inscribe, considerando lo siguiente: Nacionales: Cédula de Identidad Ciudadana, de acuerdo a lo establecido en el literal f) del artículo 4, de la Ley N° 152 Ley de Identificación Ciudadana.
- Documento que hace constar el domicilio fiscal del Representante Legal y de la Empresa que se inscribe pudiendo ser al menos una de las siguientes facturas de servicios básicos: agua, luz, teléfono o bien el contrato de arriendo del inmueble.
- Cuando la inscripción es en el resto de Dptos. Pagar un arancel de:
 - a) CS500.00 córdobas cuando el monto del capital social sea menor a los cincuenta mil córdobas CS50,000.00
 - b) El 1% sobre el capital social mayor a los cincuenta mil córdobas netos.