



**UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA**

UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

FAREM – Carazo

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

**Proyecto de Graduación para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública y
Finanzas**

**Proyecto de emprendimiento para la producción y comercialización de Sandalias tejidas a
crochet, ubicado en el municipio de Granada, departamento de Granada, durante el
segundo semestre del 2021.**

Contaduría Pública y Finanzas

Autores:

Carné

Br. Heysel Auxiliadora Ruiz Ponce

16 – 72483 – 4

Br. Adriana del Socorro Alvarado García

16 – 72487 – 8

Br. Sary Gabriela Miranda Mendoza

16 – 72488 – 9

Tutor:

Lic. Guillermo Bladimir Acevedo Cruz.

Jinotepe, diciembre del 2021

2021: “Año del Bicentenario de la Independencia de Centroamérica”

10 de diciembre del año 2021

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

Estimado Doctor.

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

N°	Apellidos y Nombres	Carnet
1	Heysel Auxiliadora Ruiz Ponce	16724834
2	Adriana del Socorro Alvarado G.	16724878
3	Sary Gabriela Miranda Mendoza	16724889

Siendo el subtema: Proyecto de emprendimiento, para la producción y comercialización de sandalias tejidas a mano, ubicado en el municipio de Granada, departamento de Granada, durante el año 2021

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

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

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

Atentamente.

Lic. Silvio José robles Carballo
Tutor de proyecto de Graduación

Cc/ Archivo

Dedicatorias

Este proyecto de Graduación está dedicado primordialmente a Dios que nos ha dado la vida, fortaleza, paciencia y sabiduría y que nos ayuda en los momentos más difíciles brindándonos valores que nos fortalezcan no solo como trabajo de grupo, sino como personas.

A nuestros padres, por el deseo de superación y amor que nos brindan cada día en que han sabido guiar, con el fin de honrar a mi familia con los conocimientos adquiridos, brindándome el futuro de su esfuerzo y sacrificio por ofrecerme un mañana mejor.

A la vez también dedicamos este trabajo a la UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA por encomendarnos la labor de realizar el presente proyecto que amplía nuestra capacidad intelectual ayudándonos así en varios aspectos que requerimos para el desarrollo de nuestro informe.

Agradecimientos

Gracias a cada uno de los profesores que han estado presente durante toda nuestra etapa como alumnos de la carrera de Contaduría Pública y Finanzas en Farem- Carazo, por su paciencia porque a pesar de todo confiaron en nosotros y nos dieron la oportunidad de seguir en nuestro camino hacia el éxito.

A nuestro tutor, Rafael Serrano, Guillermo Acevedo quienes nos brindó de su ayuda, a través de su conocimiento y experiencias, para concluir con éxito este trabajo.

A nuestros amigos y compañeros de clases quien, con sus palabras, consejos.

A todas aquellas personas que fueron también apoyo en todo momento, incluso a los que sin saberlo fueron de bendición en momentos de dificultad, y que también compartieron victorias y batallas perdidas durante este camino, pues fueron ellos los que nos dieron fuerza y nos enseñaron lo valioso que es esforzarse por las cosas que valen la pena.

Resumen ejecutivo

El presente proyecto de emprendimiento es la microempresa “PONCE’S CROCHET” dedicada a la elaboración y ventas de sandalias tejidas a crochet con altos estándares de calidad y precios competitivos tomando en cuenta que será un producto personalizado “al gusto del cliente”.

Este proyecto surge como una necesidad de que no existe un producto que sea elaborado en Nicaragua, y hacer de un pasatiempo una fuente de ingresos debido a la situación que estamos viviendo en el contexto actual de pandemia y economía de nuestro país.

Surgieron varias ideas, viendo una oportunidad en este rubro “elaboración, creación, y diseños de sandalias tejidas, porque es un proyecto innovador en Nicaragua y a la vez aprovechando que en su mayoría la materia prima la tenemos disponible como lo es el material crochet que es nuestra principal materia prima y contamos con disponibilidad alcanzable para la elaboración de las mismas.

Para conocer la aceptación, preferencias, ventajas y desventajas, precio y competitividad de nuestro producto, utilizamos el método de encuestas a la población granadina para conocer sus gustos y aceptación del nuestro producto. Así mismo utilizamos el método Design Thinking.

“PONCE’S CROCHET” posee el mejor personal capacitado con los mejores métodos y técnicas de tejidos para elaborar cualquier prenda que el cliente desee y realizar el trabajo de manera eficiente y eficaz en cada área designada. De este modo, nuestra empresa competirá rápidamente en el mercado, mostrando la gran calidad que posee su producto

“PONCE’S CROCHET” pretende ubicarse como uno de los primeros talleres de calzado femenino (Sandalias) tejidas a crochet a nivel nacional, no solo para satisfacer una vanidad en la población sino también para generar empleos y una tendencia en el mercado nacional. Ésta microempresa estará ubicada en el municipio de Granada, departamento de Granada.

Índice

1.	Generalidades del proyecto.....	10
1.1.	Solución.....	11
1.1.1.	Método del embudo o funnel de la innovación.....	12
1.1.2.	Método design thinking	13
1.2.	Diseño del producto	26
1.3.	Oportunidad de mercado	27
1.4.	Propuesta de valor (modelo Canvas).....	29
1.5.	Ciclo del proyecto	1
1.6.	Visibilidad del proyecto	4
1.7.	Resultados esperados.....	6
2.	Estudio de mercado.....	7
2.1.	Estudio de mercado	7
2.2.	Análisis de la demanda.....	7
2.2.1.	Calculo de la demanda potencial	7
2.3.	Análisis de la oferta.....	11
2.3.1.	Calculo de oferta.....	13
2.3.2.	Calculo de la demanda insatisfecha	15
2.4.	Análisis de precio	15
2.4.1.	Comparación de precio del mercado.....	15
2.4.2.	Estructura de precio	17
2.4.3.	Precio Unitario.....	21
2.5.	Estrategia competitiva de mercado (4PS)	22
2.5.1.	Estrategia de producto.....	23
2.5.2.	Estrategia de precio.....	26

2.5.3.	Estrategia de Distribución.....	30
2.5.4.	Estrategia de promoción y publicidad.....	32
2.5.5.	Presupuesto de la estrategia	33
2.6.	Proyección de Ventas	33
3.	Plan de producción.....	35
3.1.	El proceso de producción	35
3.1.1.	Descripción del proceso	35
3.1.2.	Diagrama de flujos	37
3.2.	Proveedores y condiciones de compra de los equipos	38
3.3.	Capital fijo y vida útil.....	44
3.4.	Capacidad planificada	47
3.4.1.	Capacidad instalada	48
3.4.2.	Capacidad efectiva.....	49
3.4.3.	Capacidad real.....	49
3.4.4.	Capacidad conforme la demanda	49
3.5.	Ubicación y distribución física.....	49
3.5.1.	Macro localización.....	50
3.5.2.	Micro localización	50
3.5.3.	Distribución física del negocio	51
3.6.	Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad	52
3.7.	Mano de obra, su costo y disponibilidad.....	54
3.8.	Gastos generales de producción	55
4.	Plan de organización y gestión	57
4.1.	Marco legal (forma jurídica)	57
4.2.	Estructura de la organización.....	62

4.3.	Fichas de cargo.....	64
4.4.	Actividades y gastos preliminares.....	69
4.5.	Equipos de oficina.....	70
4.6.	Gastos operativos	74
5.	Plan financiero	77
5.1.	Inversión y fuente de financiamiento.....	77
5.1.1.	Inversión fija.....	77
5.1.2.	Inversión diferida.....	78
5.1.3.	Capital de trabajo.....	80
5.1.4.	Inversión total	81
5.1.5.	Estructura del Financiamiento	81
5.1.6.	Estado de Situación Financiera inicial.....	82
5.2.	Presupuestos de Ingresos, egresos y costos.....	83
5.2.1.	Punto de equilibrio.....	83
5.2.2.	Presupuesto de ingresos	85
5.2.3.	Presupuestos de egreso	87
5.2.4.	Estructura de Costos	91
5.3.	Presupuesto financiero	92
5.3.1.	Flujo de Caja.....	92
5.3.2.	Estado de Resultados Proyectado	93
5.3.3.	Estado de Situación Financiera Proyectado.....	94
5.4.	Evaluación financiera.....	95
5.4.1.	Flujo de fondos	95
5.4.2.	Valor Actual Neto (VAN).....	95
5.4.3.	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	97

5.4.4.	Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	97
5.4.5.	Relación Beneficio-Costo (B/C).....	98
6.	Bibliografía	99
7.	Anexos –	100

1. Generalidades del proyecto

Como parte de los procesos de promoción de crear una cultura de Emprendimiento e innovación, la UNAN Managua ha promovido el desarrollo de proyectos. Por tanto, el objetivo de este documento es, diseñar un proyecto de emprendimiento para la producción y comercialización de calzado nacional con tejido a mano, implementando la metodología novedosa del Design Thinking y Modelo Canvas.

El presente proyecto de emprendimiento es la microempresa “**Ponce’s Crochet**” **dedicada** a la producción y comercialización de sandalias tejidas a crochet, esta idea innovadora surge de hacer que un pasatiempo sea un negocio rentable, aprovechando la habilidad empírica en el tejido, ya que el calzado artesanal está tomando mucho reconocimiento en el país por ser de muy buena calidad.

Ponce’s Crochet pretende ubicarse como uno de los primeros talleres de calzado femenino (Sandalias) tejidas a crochet a nivel nacional, no solo para satisfacer una vanidad en la población sino también para generar empleos y una tendencia en el mercado nacional. Ésta microempresa estará ubicada en el municipio de Granada, departamento de Granada.

Para conocer la aceptación del producto se realizó un estudio de mercado aplicando como herramientas de estudio la encuesta, la cual nos brindó la información necesaria para realizar nuestro prototipo del proyecto, así como también a darnos una perspectiva de la demanda, precio, distribución y publicidad que al cliente potencial le gustaría obtener de nuestro producto final.

1.1. Solución

En Nicaragua la industria del calzado ha descansado históricamente en microempresas más que en grandes industrias. Éstos han estado enfocados en la producción de calzado de vestir colegial y sandalias altas y bajas. En su mayoría la producción se ha venido utilizando el cuero como principal insumo, sin embargo, en la actualidad es común ver en el mercado una amplia gama de calzado nacional fabricado con material sintético y textil, esto como medida para hacerle frente a la alta competencia de calzado importado.

La ciudad de Masaya se puede decir que es el centro de la artesanía nicaragüense con un componente de cultura precolombina muy fuerte, en esta ciudad se trabaja fundamentalmente la madera, el cuero, la cerámica, las piedras y otros tejidos. Industrialmente se producen también zapatos, producto de piel y almidón.

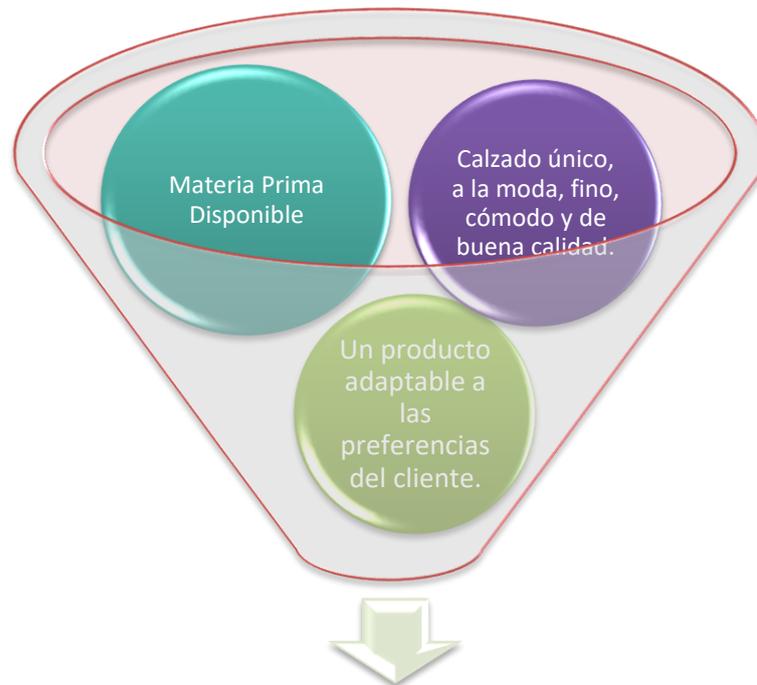
El Periodista Orlando Barrios escribió en su artículo "Monimbó una gigantesca fábrica de calzados" para el periódico El Nuevo Diario: "Las ciudades de Masaya y Granada concentran la mayor parte de la producción de calzado a nivel nacional, con un 70% de las fábricas, mientras Estelí posee un 10%, Managua un 10%, y el restante 10% está distribuido en otras zonas. (2013). El barrio indígena de Monimbó concentra el mayor número de talleres artesanales para la elaboración de zapatos los que abastecen al mercado nacional y centroamericano.

Con este emprendimiento **“Ponce’s Crochet”** Sandalias tejidas a crochet, logramos satisfacer las necesidades de todas aquellas clientas que desean usar unas sandalias únicas tejidas a diferentes patrones, diseños y colores que las han visto en redes sociales como Pinterest y que les gustaría poder usarlas; pero, no venden este producto en Nicaragua. Por lo que nuestro calzado aparte de ser un producto innovador, contribuimos con el medio ambiente reciclando los recursos como: el cartón para el empaque de nuestro producto, y las suelas no serán de madera sino de plástico que se pueda reutilizar cuando la sandalia haya dado su vida útil. Y de hacer conciencia a la población al cuidado de nuestro planeta.

Actualmente no existe una fábrica o taller en Nicaragua que elaboren sandalias tejidas a crochet por lo que este proyecto dará la solución a incluir ésta tendencia que será un producto nuevo en el mercado y que estamos seguros que tendrá bastante aceptación especialmente en la ciudad de Granada, donde vienen muchos turistas de distintos países.

Además, incluiremos que nuestros calzados sean cómodos y puedan personalizarlas según sus gustos y preferencias con éste material “Crochet” que está en tendencia en la línea de ropa.

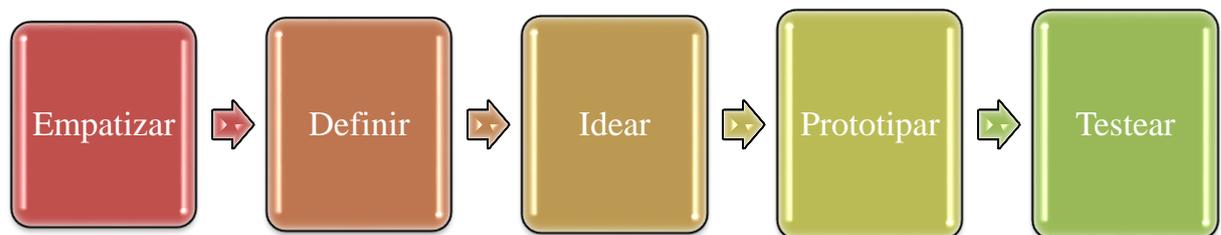
1.1.1. Método del embudo o funnel de la innovación



Aprovechar la demanda de productos artesanales con diseños personalizados que sean accesibles (precio) contribuyendo a la economía Nicaraguense.

1.1.2. Método design thinking

Ilustración 1: Método Design Thinking



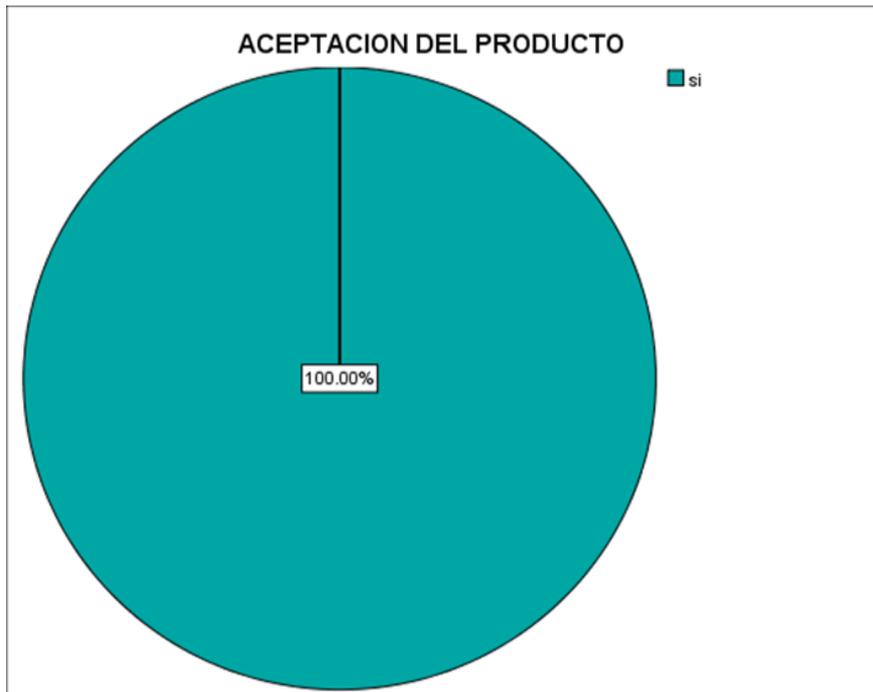
Fuente: elaboración Propia

Design Thinking es una manera de ofrecer una solución a un problema. Descomponemos un problema, lo dividimos en partes más pequeñas, las analizamos, pensamos mucho, sin límites, todo lo que podamos y todo lo que se nos ocurra, de manera empática y junto a otros miembros del equipo, entonces estaremos mucho más cerca de encontrar la solución que buscamos.

Empatía:

Nuestro objetivo para esta investigación es crear o innovar un producto y posicionarlo en el mercado. Hemos analizado el comportamiento de nuestros posibles clientes a futuros y conforme a esto observamos que las personas hoy en día están adquiriendo productos que sean artesanales.

Nuestro objetivo como empresa a futuro es tener un producto que sea acorde a los gustos y necesidades del cliente, que se ajusten al bolsillo de ellos, que sea de fácil alcance. Y por lo tanto presentamos el siguiente producto que pueda ser del gusto del cliente.



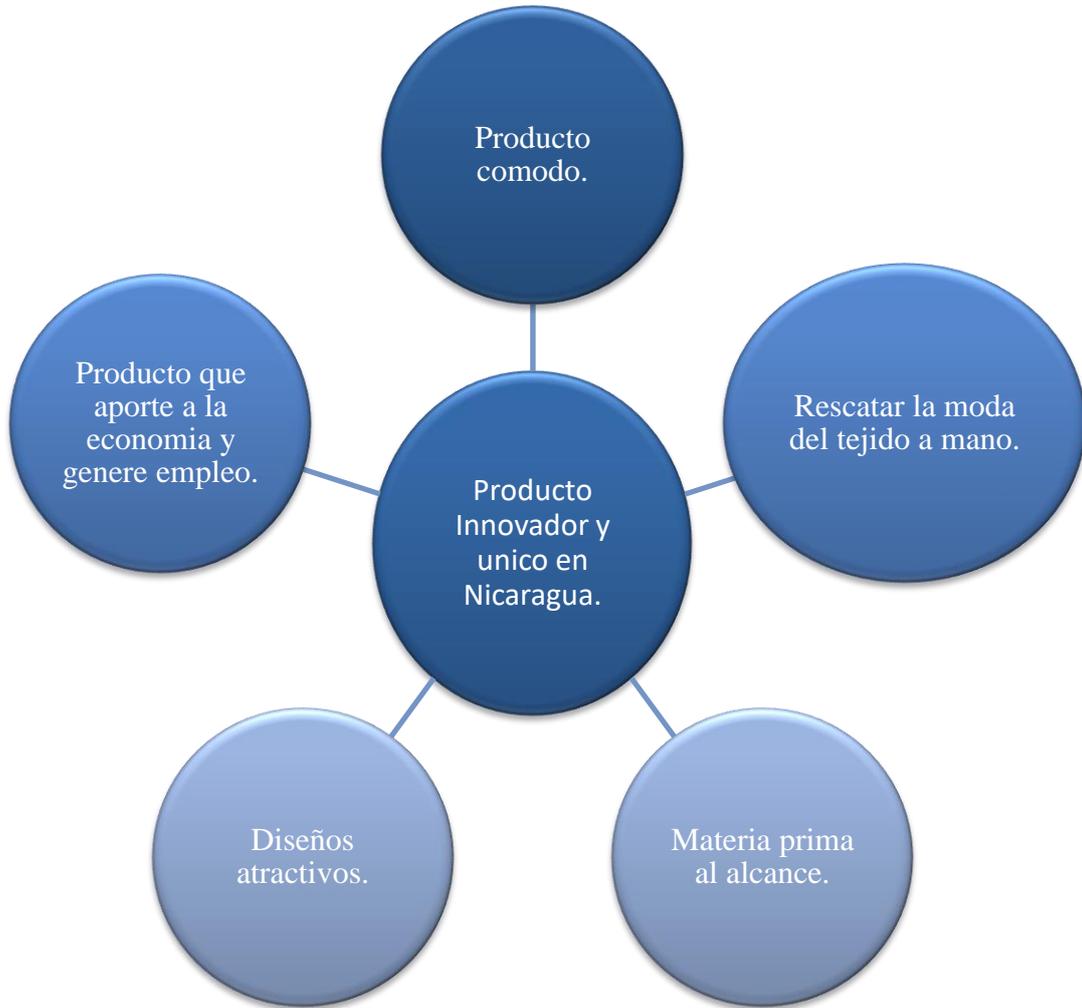
Grafica 1 Aceptación del Producto

En la presente grafica obtenida según nuestra encuesta realizada observamos que el 100% de los encuestados están conformes con la aceptación de este producto innovador como son las sandalias Tejidas a crochet.

Definir

De acuerdo a la oportunidad que se presenta, se establecen variables que se deben integrar en una propuesta de solución.

Ilustración 3: Variables de la solución



Fuente: Elaboración Propia

Idear

Se elaboró una lluvia de ideas, en la cual se trató de aprovechar la oportunidad que existía en el mercado, al comercializar productos calzado tejido a mano, presentando y calificando cada una, hasta obtener la mejor propuesta de proyecto. Además de adquirir la mejor opción de producto que garantice la calidad del mismo. La generación de esas soluciones parte de lo que llamamos reto creativo. Para definirlo, formulamos una pregunta: ¿Porque hacer sandalias a Crochet?

Ideas de Negocios

Número	Inconveniente/oportunidades	Idea de Producto
1	<p>Inconvenientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Puede no ser del gusto de todo el público. <p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Es un producto exclusivo y personalizado. ❖ Una prenda fresca. ❖ A gusto del cliente con una letra bordada a mano. ❖ Materia prima disponible todo el año. 	<p>Camisetas con bordado personalizado.</p> 
2	<p>Inconveniente</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Competencia indirecta. ❖ No es algo de prioridad consumo. ❖ Algunas personas no les gusta. <p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Es un producto saludable y con muchos beneficios. ❖ Es antioxidante y anticancerígeno. ❖ Contiene vitamina A y C. ❖ Disponibilidad de materia prima en el país. ❖ La Mermelada de Mango tiene un alto contenido en de fibra, le confiere propiedades laxantes ❖ Fácil elaboración. 	<p>Mermelada de Mango</p> 
3	<p>Inconveniente</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Producto poco consumo en la vida cotidiana. ❖ Puede no gustar por su sabor un poco picoso. <p>Oportunidad</p>	<p>Té de Jengibre y limón</p> 

	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Mejora la concentración ❖ Mejora la salud de la piel ❖ Estimula el metabolismo para que sea más sencillo adelgazar. ❖ Fortalece el sistema Inmunitario. 	<p style="text-align: center;">Te de Jengibre y limón</p>
<p style="text-align: center;">4</p>	<p>Inconvenientes</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Se requiere bastante tiempo para su elaboración. ❖ Únicamente está disponible para damas por su diseño. <p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Es un calzado único en el mercado. ❖ El cliente puede personalizar a su gusto. ❖ Sandalia a la moda y fina. ❖ Calzado cómodo y de calidad. ❖ Materia prima disponible. 	<p style="text-align: center;">Elaboración de alpargatas con tejido a crochet</p> 
<p style="text-align: center;">5</p>	<p>Inconvenientes</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Temporada de las frutas no disponible para ofrecer el mismo menú. ❖ Que se puedan dañar por el clima. <p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Es un producto consumible, a los niños y adultos les agrada más en época de verano. ❖ Contiene muchos beneficios ya que son hechas con frutas naturales y frescas que aportan vitaminas y minerales para la salud del consumidor. ❖ Fácil elaboración. ❖ Atractivas y deliciosas. ❖ Producto innovador que no se encuentra a la vuelta de la esquina. 	<p style="text-align: center;">Paletas de frutas</p> 

Matriz de evaluación de Ideas

En la primera fila se presentan las 10 ideas de negocios seleccionadas por equipo y en la primera columna los criterios a evaluar por cada idea de negocio. En cada cuadro colocar en una escala de 1 al 5 (siendo 1 el menor y 5 el mayor) la evaluación de la idea en base los criterios del equipo. La idea seleccionada será la de mayor puntaje.

IDEA/ CRITERIOS	1	2	3	4	5
Tecnología para su fabricación	2	2	2	4	4
Demanda	3	3	2	5	4
Competencia	1	3	4	2	2
Precio accesible	3	4	4	4	4
Clientes	4	4	3	4	4
Satisface una necesidad	3	4	4	4	3
Disponibilidad materias primas en el país	4	5	5	5	5
Disponibilidad de mano de obra calificada	5	5	5	5	4
Nivel de innovación	5	4	3	5	2
Conocimiento técnico	4	4	3	4	3
TOTAL	34	38	35	42	35

Descripción de las variables

Nivel de innovación: “La innovación es un proceso que modifica elementos, ideas o protocolos ya existentes, mejorándolos o creando nuevos que impacten de manera favorable en el mercado“. (Nelson, 1999) Por tal razón es una variable que tiene gran impacto y es determinante su valoración, ya que hoy en día un emprendimiento que no lleve una buena dosis de innovación, pasara por desapercibido en un mercado competitivo.

Mercado potencial: (Rivera, 2007) Define “El mercado potencial hace referencia al conjunto de individuos que pertenecen al segmento que se ha definido para la comercialización de un producto o servicio.” Por lo tanto, se puede decir que son todas aquellas personas que necesitan o podrían necesitar el producto o servicio general que deseamos ofrecer.

Conocimiento técnico: Según (Claudio, 2014) “Se conoce como conocimiento técnico o simplemente técnica al tipo de saberes aplicados que comúnmente implican destrezas manuales e intelectuales, así como el uso de herramientas y de otros conocimientos secundarios. Su nombre proviene del griego Techné, que significa “oficio”. Este tipo de conocimientos son propios del ser humano y surgen de la necesidad del mismo. Es importante dominar esta variable ya que debemos saber lo que hacemos al momento del proyecto, ya que es un factor dominante en el proceso creativo.

Bajo requerimiento de capital: Según (Díaz, 2019) “Es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo, entiéndase por corto plazo períodos de tiempo no mayores de un año. “ lo más óptimo es proyectarse con un capital bajo, pero que asegure el desarrollo del negocio

En la tabla anterior se logró filtrar la idea más idónea para el proyecto y así aprovechar la oportunidad en el mercado, con un total de 42 puntos, la idea es elaborar Sandalias tejidas a Crochet con la realización de dicho proyecto se podrá ofrecer un producto de calidad, con innovación y destinado para las damas de la ciudad de Granada y de toda Nicaragua.

Prototipo

(Flores Ucha, 2014. **Definición ABC**) El prototipo designa en nuestro idioma al modelo o molde de algo recientemente creado o fabricado y que se utilizará como guía, modelo, para realizar otros tantos, en aquellos casos de producción en serie, por ejemplo. Esto nos indica que un prototipo nos sirve como una guía para producir un producto en masa de acuerdo a las necesidades y preferencias de nuestros clientes a futuro.

Además, que con este se recrea la idea de lo que queremos introducir en el mercado, lo cual que con ello ya diseñado y elaborado podemos observar a mayor detalle los defectos o limitaciones donde nuestro producto tenga deficiencia y así mejorarlo con mayor facilidad. Nuestro producto final es un calzado artesanal y como prototipo diseñamos de un color en específico y así mismo de un modelo, con el fin de que la población nos generara sus perspectivas del producto en cuanto a los materiales que se utilizaron y demás.



Las principales partes que conforman el calzado son: la suela, el forro, hebillas, hilo crochet, la plantilla, pegamento.

Materiales:

Los insumos necesarios para la elaboración del prototipo de sandalias tejidas a crochet:

Ilustración 4: Materiales Prima



Suela



Forro



Plantilla



Hebilla



Hilo crochet



Aguja de tejer de mano



Pegamento



Logo Sticker

La suela: Es la parte del zapato que está en contacto directo con el suelo y puede ser de diferentes materiales como: cuero sintético, hule negro o de color, suelas prefabricadas, crepe o P.V.C. (poli cloruro de vinil), sobre la suela que soporta todo el peso del cuerpo. Es la parte del zapato que por lo general está conformado por un material más resistente que el resto del zapato.

El forro: Éste poder ser de piel sintética u de otros materiales de fácil maniobrar para añadir con pegamento a la suela.

Plantilla: Es una pieza de piel natural o piel sintética, plástico o hule de espuma, que lleva el zapato por la parte interior y es para que no se lastimen la plantilla de los pies. Pieza plana de material flexible y forma de suela de zapato que se introduce en el interior del calzado para hacerlo más cómodo o en algunos casos para corregir algún defecto del pie.

Hebillas: Utilizado para decorar o para ajustar las fajas del calzado. Se utiliza para la confección.

Hilo crochet: El crochet es una técnica de tejido a mano que consiste en utilizar una aguja, conocida como gancho o ganchillo, para crear una malla de tejido con cualquier tipo de hilos.

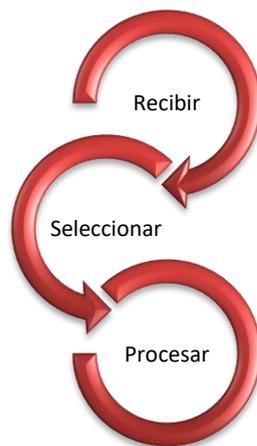
Aguja de tejer: Material esencial para la elaboración de prenda tejida.

Pegamento: Se utiliza para pegar la plantilla de los zapatos a la suela, ésta pueda ser pega blanca o amarilla.

Logo Sticker: Se coloca al finalizar la prenda tejida, para darle presentación a nuestro calzado. Éste lleva el nombre de nuestra marca, de acuerdo al color del calzado tenemos Sticker en blanco y en negro.

Procesamiento de Materia Prima/ Insumos

Ilustración 5: Proceso de recepción de insumos



Fuente: Elaboración Propia

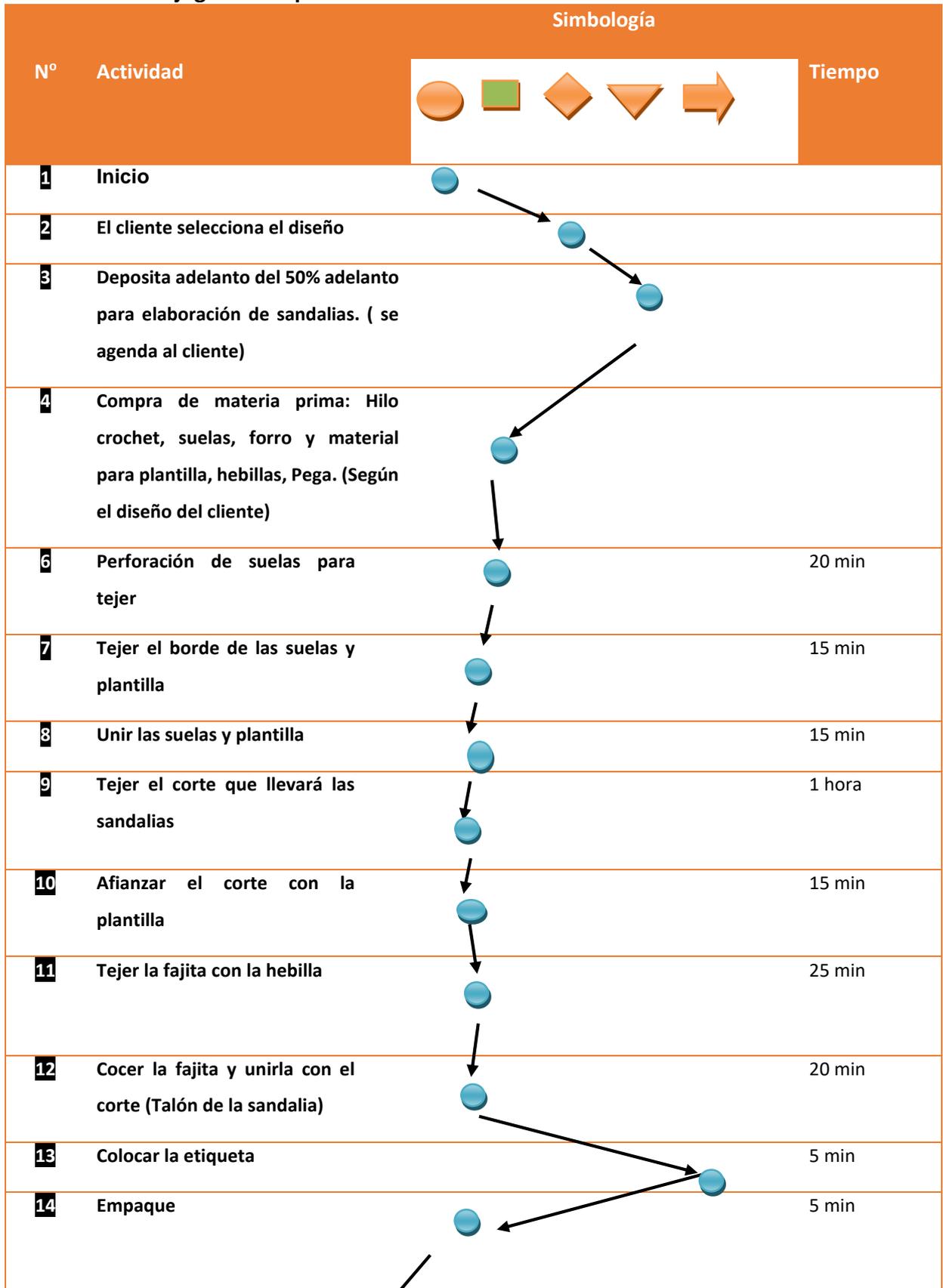
En la ilustración anterior se muestra el proceso de la recepción de la materia prima la cual primero se recibe los materiales (Compras por mayor de tonos de hilos, suelas, hebillas y pegamento) luego, se selecciona los materiales a ocupar según las especificaciones del cliente y posterior el proceso de elaboración de unas sandalias.

Nuestro proveedor de materia prima: DIMUSA (Ubicado en la ciudad de Masaya) este nos proporciona los diferentes cortes para las suelas, plantillas y la cajuela o bien plataforma de material PVC.

Y nuestro proveedor Tienda Ruth (Ubicado en la ciudad de Granada) Nos brinda el material de crochet y agujas, es decir, los materiales para tejer los cortes (Capellada) de las sandalias

Flujograma de procesos de la elaboración de Sandalias tejidas a Crochet.

Ilustración 6: Flujograma de procesos



15	Entrega al cliente/ Envío 	24 horas
	Tiempo estimado de elaboración de 1 par de sandalias	4 horas

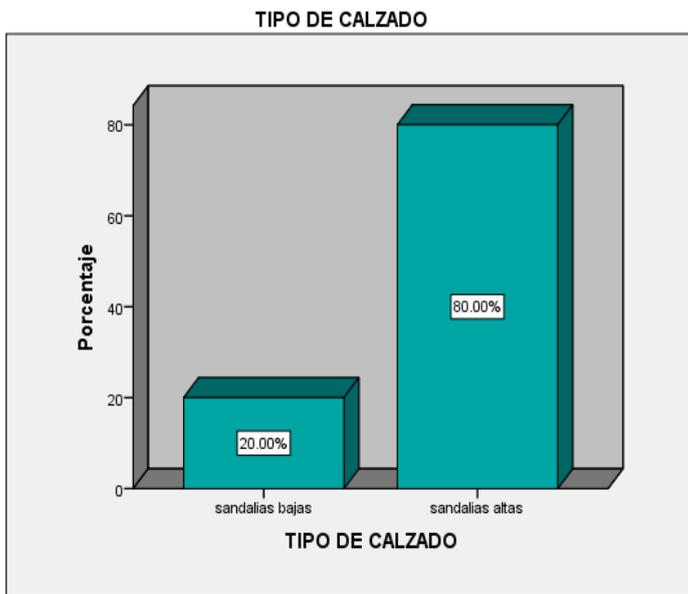
- El cliente selecciona el diseño
- Deposita 50% de adelanto para la elaboración de las sandalias
- Compra de materia prima: Hilo crochet, suelas, forro y material para plantilla, hebillas, Pega. (Según el diseño del cliente)
- Perforación de suelas para tejer
- Tejer el borde de las suelas y plantilla
- Unir las suelas y plantilla
- Tejer el corte que llevará las sandalias
- Afianzar el corte con la plantilla
- Tejer la fajita con la hebilla
- Cocer la fajita y unirla con el corte (Talón de la sandalia)
- Colocar la etiqueta
- Empaque
- Entrega al cliente

TESTEAR

Este es el último paso, pero no el de menor relevancia, ya que aquí se presentan los datos obtenidos según la presentación de nuestro prototipo, así como también el análisis de la encuesta en lo que se refiere al diseño del producto y las preferencias de los clientes.

Realizando el testeo al segmento de mercado dirigido principalmente a mujeres a entre ellas jóvenes y adultas entre las edades de 16 a 40 años a más, tomándose como muestra a una población de 50 personas en total.

En la gráfica 1 sobre la aceptación del producto observamos que el 100 por ciento de las mujeres encuestadas respondieron a la pregunta de ¿le gustaría que en el municipio de Granada se establezca una empresa que elabore calzado tejidos a mano personalizados ¿la cual la respuesta obtenida es si, teniendo un así una buena aceptación de nuestro proyecto en cuanto a nuestro producto innovador en la población de Granada.



Grafica 2 Tipo de calzado

Este grafico nos indica que el 80 % de las personas encuestadas prefieren sandalias altas y un 20% las sandalias bajas, por lo que la mayoría de las mujeres nicaragüenses prefieren y adquieren sandalias altas, esto se debe a lo que representa este calzado para una dama como lo es la elegancia, feminismo y actitud.

En base a estos datos obtenidos pudimos mejorar, modificar e implementar lo sugerido por nuestros clientes potenciales en nuestro prototipo para que sea mejor aceptado y se posicione en el mercado como un producto de calidad y adaptable al 100% a las preferencias de nuestros clientes.

1.2. Diseño del producto

Es el proceso de desarrollo de una representación matemática de cualquier objeto tridimensional (ya sea inanimado o vivo) a través de un software especializado. Al producto se le llama modelo 3D. Se puede visualizar como una imagen bidimensional mediante un proceso llamado renderizado 3D o utilizar en una simulación por computadora de fenómenos físicos. El modelo también se puede crear físicamente usando dispositivos de impresión 3D.

En nuestra encuesta no hubo una pregunta dirigida sobre este aspecto a lo que es la aceptación del diseño, ya que lo que presentamos es una propuesta sobre la visión de nuestro producto donde el cliente pueda hacer sus personalizaciones de sandalias tejidas a mano con crochet en lo que respecta color, diseño y tamaño de suela, ya que nuestro producto es adaptable a modificaciones personales de nuestros clientes.

Ilustración 7: Prototipo del Calzado



1.3. Oportunidad de mercado

El número de competidores en el área del mercado de la oferta de sandalias tejidas a mano con crochet en la ciudad de Granada no contamos con una competencia directa ya que no hay un taller o local que distribuya o elabore este tipo de calzado con tejidos a manos con crochet.

Este es un producto dirigido al sector de Mujeres jóvenes y adultas habitantes en la zona urbana de la ciudad de Granada en el rango de edad de 16 a 45 años a más.

Siendo estos algunos de nuestras visiones a futuro de nuestro Proyecto:

- Comercializar nuestro producto en las diferentes redes sociales para implementar nuestras ventas.
- Crear una página web donde puedan comprar nuestras sandalias en línea y de manera segura.
- Realizar envíos por medio de correos de Nicaragua para todas nuestras clientas que estén ubicadas en los departamentos.
- Ser el primer taller artesanal en la ciudad de Granada que se dedique a este tipo de calzado en específico.

El producto interno bruto (PIB) de Nicaragua crecerá un 3,7 % en 2021, el primer año de crecimiento después de tres años seguidos de cerrar con saldo rojo, según un informe divulgado este sábado por la no gubernamental Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Económico y Social (Funides).

El PIB per cápita sería de 2.027 dólares, lo que representaría un incremento de 6,0 % en comparación con 2020, de acuerdo con la proyección realizada por Funides, un centro de pensamiento independiente.

El PIB decreció un 2,0 % en 2020, el tercer año consecutivo de contracción, como producto de la pandemia de la covid-19 y los daños causados por los huracanes Eta e Iota, en noviembre pasado, según el Banco Central.

En un estudio denominado "Informe de Coyuntura", la ONG Funides indicó que con el aumento en los ingresos la tasa de pobreza será de 24,6 % en 2021, es decir 1,6 millones de personas, de los 6,5 millones de nicaragüenses, quienes vivirán con un promedio de 1,77 dólares por día.

El centro explicó que esas proyecciones suponen un escenario donde no se implementan políticas públicas adicionales con impacto macroeconómico, como una reforma tributaria o una reforma a la seguridad social.

También suponen la ausencia de un rebrote significativo de la pandemia de la covid-19 que modifique la tendencia en la movilidad de las personas e impacte en el consumo de los hogares.

Asimismo, no considera un deterioro en el ambiente sociopolítico con miras a las elecciones generales, convocadas para noviembre, que aumente la incertidumbre en las decisiones de consumo e inversión.

La economía nicaragüense se ha contraído los últimos tres años en un promedio de -3,03 % anual.

El PIB de Nicaragua cayó un 3,7 % en 2019 y un 3,4 % en 2018, como producto de la crisis social, política y de derechos humanos que afecta al país desde hace 37 meses, según la autoridad monetaria, que actualizó las cifras de 2018 y 2019.

El banco emisor del Estado informó hace un año que la economía nicaragüense había decrecido un 3,9 % en 2019, y luego bajó ese indicador a 3,7 %; y un 4 % en 2018, que después se actualizó a un 3,4 %, sin ninguna explicación.

El Gobierno de Daniel Ortega proyecta un crecimiento del 0,5 % en 2021, con una inflación de 4 %, según datos oficiales.

1.4. Propuesta de valor (modelo Canvas)

El modelo canvas es la herramienta para analizar y crear modelos de negocio de forma simplificada. Se visualiza de manera global en un lienzo dividido en los principales aspectos que involucran al negocio y gira entorno a la propuesta de valor que se ofrece.

El modelo canvas se utiliza para pasar de idea a proyecto y plasmar nuestra idea en un modelo empresarial. Es un modelo “vivo”, es decir, que vamos modificando según se va desarrollando, vamos validando clientes, surgen nuevas ideas por eso se utilizan post-its para completarlo.

Origen del modelo canvas

El modelo canvas fue creado y diseñado por el doctor Alexander Osterwalder y se puede ampliar información en su libro “Generación de modelos de negocio”. Este modelo, se integra dentro de la metodología lean-startup que basa en encontrar y fomentar nuevas formas de crear, entregar y captar valor para el cliente mediante el aprendizaje validado.

Beneficios del uso del modelo canvas

1. Mejora la comprensión: Utiliza herramientas visuales. Esta metodología fomenta el pensamiento creativo de los trabajadores que crean el lienzo.

2. Amplios puntos de enfoque: En este modelo se mantiene una constante visión del modelo de negocio desde diferentes perspectivas: comercial, mercado, canales de distribución.

3. Análisis estratégico: En solo una hoja se pueden visionar todos los elementos del lienzo. Una forma sencilla para sacar el mayor partido a esta herramienta.

¿Cómo generar un modelo canvas?

Muestra de manera lógica la interconexión entre los 9 aspectos básicos de un modelo de negocio. A continuación, mostramos cómo se debe completar un modelo canvas, en qué orden y qué significa cada apartado del lienzo.

1. Segmento de clientes

Detectar las necesidades del mercado, del cliente. Nuestro foco siempre es el cliente y debemos orientar el producto a sus necesidades y deseos.

Para poder identificar a nuestro cliente debemos ponernos en su piel y analizar qué es lo que piensa, siente, ve, escucha, cuáles son sus problemas y los beneficios que le puede aportar nuestro producto/servicio.

Debemos dar respuesta a:

- ¿Para quién estamos creando valor?
- ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?

En **Ponce 's Crochet** nuestro segmento de clientes corresponde a mujeres jóvenes y adultas comprendidas entre las edades de 16 a 41 años o más habitantes de la ciudad de Granada municipio de Granada con nivel de escolaridad de secundaria y superior.

2. Propuesta de valor

Es la pieza clave de todo el modelo de negocio. La propuesta de valor o ventaja competitiva es el motivo por el que el cliente nos va a comprar a nosotros y no a otro. Aquí se incluye lo que hace diferente e innovador a nuestro producto/servicio.

Se puede innovar en diferentes aspectos como en el modelo de ingresos, alianzas empresariales, procesos productivos, entrega del producto/servicio, marca.

Debemos dar respuesta a:

- ¿Qué valor estamos entregando a nuestros clientes?
- ¿Qué problema resolvemos?
- ¿Cuál es la necesidad que satisfacemos?
- ¿Qué tipo de producto ofrecemos?

En nuestra microempresa nuestra propuesta de valor es ofrecer sandalias con tejidos a crochet a mano, adaptándose a las preferencias de nuestros clientes, para que opten por un calzado cómodo y a la moda, siendo el primer taller artesanal en la ciudad de Granada que se dedique a este tipo de calzado en específico que sea 100 por ciento nicaragüenses.

3. Canales

Una vez definidos nuestros clientes y la propuesta de valor que les ofrecemos, tenemos que llegar a ellos. Si no nos conocen, no nos van a comprar. Aquí vamos a definir los canales de distribución del producto o servicio.

Debemos dar respuesta a:

- ¿Con qué canales podemos llegar a nuestros clientes?
- ¿Qué canales funcionan mejor?
- ¿Cuáles de estos canales son los más rentables?

Sabemos que hoy en día se utiliza demasiado las redes sociales tanto para la comunicación entre las personas, así como medios publicitarios para que los clientes potenciales puedan adquirir sus productos. **Ponce's Crochet** usa como canal para poder llegar sus clientes las diferentes plataformas para su publicidad y distribución las personas observan nuestro producto en las redes sociales y luego mediante la misma página nos contactan y solicitan

su pedido con las características de su preferencia, luego se les hace llegar mediante correo o Delivery.

4. Relación con los clientes

Debemos comunicarnos correctamente con nuestros clientes y estar pendiente de ellos. Ellos son nuestro eje central, por lo que saber definir la relación que vamos a tener con cada segmento de clientes, es fundamental para el éxito de un negocio.

Debemos dar respuesta a:

- ¿Cuál es la relación que tenemos con cada uno de nuestros segmentos de clientes?
- ¿Qué tipo de relación esperan?
- ¿Qué coste tiene?

Como microempresa de calzado artesanal tenemos un compromiso permanente con nuestros clientes en brindarles un producto de calidad, adaptable a sus gustos y preferencias, a la moda, con diseños variables, a un precio accesible y que cumpla con sus expectativas. Así mismo contamos con redes sociales activas para ofrecerles un mejor servicio.

5. Flujo de ingresos

Para que un negocio sea rentable y podamos sobrevivir en el mercado, tenemos que pensar ¿Cómo monetizarlo? Es decir ¿De dónde vamos a obtener la facturación?

Debemos dar respuesta a:

- ¿Cuál es nuestra principal línea de ingresos?
- ¿Cómo pagarán nuestros clientes?
- ¿Por qué están dispuestos a pagar nuestros clientes?

Nuestros clientes harán un pago adelantado mediante transferencia bancaria o efectivo por el 50% por ciento del costo del producto cuando este sea entregado cancelar el restante del costo es decir el otro 50%.

6. Recursos clave

Conocer con qué recursos contamos y con los que debemos contar para llevar a cabo la actividad de nuestro negocio, es clave a la hora de establecer el plan de negocios. Debemos de ser cautos y prudentes a la hora de definir estos recursos. Siempre debemos

pensar en la forma de optimizarlos, es decir, intentar conseguir la máxima productividad posible al mínimo coste.

Debemos dar respuesta a:

- ¿Qué recursos esenciales requiere nuestra propuesta de valor?

Contamos con un personal calificado en el proceso de producción de nuestro calzado artesanal el cual es frecuentemente capacitado, además de contar con materia prima disponible que sea de calidad para nuestro producto.

7. Actividades clave

Para llevar a cabo la propuesta de valor que queremos ofrecer a nuestros clientes, son necesarias ciertas actividades para preparar el producto antes de que llegue al mercado. Es decir, aquí pensamos en el Core de nuestro negocio, lo que haremos en nuestro día a día.

Debemos dar respuesta a:

- ¿Qué actividad básica requiere nuestra propuesta de valor?
- ¿Cuáles son nuestros canales?
- ¿Cuáles son nuestras fuentes de ingresos?

En **Ponce's Crochet** brindamos con la personalización del diseño para nuestros clientes, así mismo contamos con establecimientos de controles para la materia prima y de todos nuestros insumos para la producción del producto cuidando siempre los estándares de calidad. Mantenemos una comunicación fluida con nuestros clientes y proveedores para un mejor servicio, y estamos en constante innovación en los aspectos de moda y marketing.

8. Aliados clave

Para llevar a cabo un negocio, es imprescindible tener aliados. Estos aliados pueden ser; Una serie de socios/colaboradores: una buena red de partners nos pueden ayudar a llegar más rápido al cliente, a ir avalados por su reputación y experiencia.

Los proveedores: aquellos que nos proporcionan los recursos clave para poder ofrecer los servicios/producto final.

Debemos dar respuesta a:

- ¿Quiénes son nuestros socios clave en el mercado?
- ¿Quiénes son nuestros proveedores?

Nuestros proveedores principales son pequeños talleres artesanales de calzado ubicados en la ciudad de Masaya y peleterías que se encuentran ubicadas tanto en la ciudad de Masaya como en Granada, estos son proveedores de todos nuestros insumos.

9. Estructura de costos

Obviamente, toda esta infraestructura tiene unos costos que debemos pagar y optimizar. Debemos definir cuáles son nuestras prioridades y los gastos fundamentales en el negocio de aquellos que no lo son.

Tener bien clara esta estructura nos ayudará a no desviarnos de los presupuestos y que el negocio fracase por problemas de financiación.

Debemos dar respuesta a:

- ¿Cuáles son los costes más importantes dentro de nuestro modelo de negocio?
- ¿Qué recursos clave son los más costosos?
- ¿Qué actividades clave son las más costosas?

Ponce's Crochet:

Costos directos: Compra de materia prima, pago de obra directa.

Para elaborar un par de sandalias de Ponce's Crochet se necesita 1 unidad de hilo crochet, 2 unidades de plataformas según tamaño de preferencia del cliente, un par de hebillas y material para la plantilla.

En nuestra Pyme "Ponce's Crochet" Se cuenta con dos empleados (Montador y alistador)

El alistador se encarga de tejer los cortes "capellada de la sandalia" y el montador se encarga de armar 100% la sandalia utilizando pegamento u otros instrumentos para obtener un trabajo seguro e impecable. Estos son parte fundamental del proceso productivo, ya que elaboran y realizan entrega del producto a nuestros clientes.

Para la elaboración de un par de sandalias se necesitan 4 Horas de trabajo.

Salario por Hora de las operarias: C\$ 19.38 córdobas

Pago de salario operarias C\$19.38x4hrs: C\$ 77.52 córdobas C/U = Costo de mano de obra para la elaboración de un par de sandalias **C\$77.52**

Costos indirectos: Pago de servicios generales (Energía Eléctrica y pago de Internet en redes sociales para publicidad).

En la Pyme Ponce's Crochet, los costos Indirectos de Fabricación son los siguientes:

CIF VARIABLES:

Para la elaboración de unas sandalias, ocuparemos una etiqueta y una caja para el empaque con el logo de Ponce's Crochet, que le da el toque especial a nuestro producto, ya que le ponemos valor agregado a lo que hacemos.

Etiquetas: C\$5.00

Caja: C\$15.00

- *Todos los gastos serán Asumidos de la siguiente manera:
- 40% Producción, 30% Ventas y el 30% Administración.

 <p>Aliados clave</p> <p>Proveedores de materia prima e insumos pequeños talleres artesanales de calzado y peleterías ubicadas tanto en la ciudad de Masaya como en Granada.</p>	<p>Actividades clave</p>  <p>Personalización del diseño, establecimientos de controles para la materia prima y de todos nuestros insumos cuidando siempre los estándares de calidad, una comunicación fluida con nuestros clientes y proveedores.</p>	<p>Propuesta de valor</p>  <p>Elaboración de sandalias con tejidos a crochet a mano, adaptándose a las preferencias de nuestros clientes. Ser el primer taller artesanal en la ciudad de Granada que se dedique a este tipo de calzado en específico que sea 100 por ciento nicaragienses.</p>	<p>Relación con los clientes</p>  <p>Brindarles un producto de calidad, adaptable a sus gustos y preferencias, a la moda, con diseños variables, a un precio accesible y que cumpla con sus expectativas. Así mismo contamos con redes sociales activas para ofrecerles un mejor servicio.</p>	<p>Segmento de clientes</p>  <p>corresponde a mujeres jóvenes y adultas comprendidas entre las edades de 16 a 41 años o más habitantes de la ciudad de Granada municipio de Granada con nivel de escolaridad de secundaria y superior</p>
<p>Canales</p>  <p>Redes sociales para su publicidad y distribución luego se les hace llegar mediante correo o delivery.</p>		<p>Recursos clave</p>  <p>Personal calificado en el proceso de producción. Materia prima disponible que sea de calidad para nuestro producto</p>		
<p>Estructura de costos Costos directos: compra de materia prima, pago de obra directa.</p>  <p>Costos indirectos: pago de servicios generales, CIF.</p>		<p>Flujo de ingresos</p>  <p>Transferencia bancaria o efectivo</p>		

La novedad de mi proyecto desde la base de la propiedad intelectual

Es un producto nuevo en el mercado, la elaboración de cada corte tejido a mano le da el valor agregado a nuestro producto. Elaboradas 100% por artesanos nicaragüenses impulsamos nuestro producto con el lema: “Yo compro local” “Apoyando a emprendedores”

Sabemos que la tendencia del tejido a mano está actualmente de moda por lo que surgió la idea de elaborar sandalias tejidas a mano que además de verse lindas, puedan utilizar unas sandalias únicas, es decir que el modelo que utilice cada clienta no lo van a encontrar en cualquier tienda o lugar por lo que las hará distinguirse y sentirse seguras y empoderadas y que estos nuevos calzados les brinden comodidad y confort a nuestras clientas ya que será elaborados con material suave pero resistente.

1.5. Ciclo del proyecto

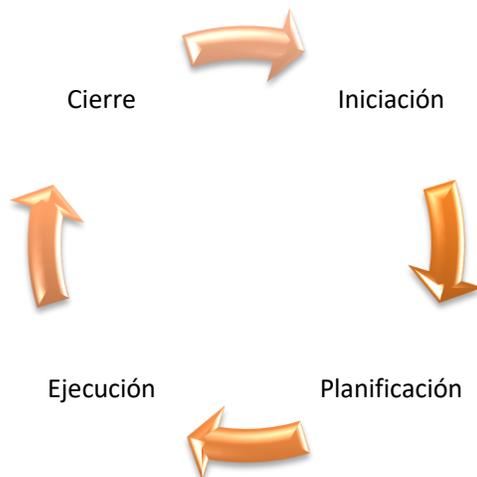
A la hora de plantear un nuevo proyecto, definir bien sus tiempos y otorgarle de una estructura adecuada son dos acciones de máxima prioridad para decidir si merece la pena llevarlo a cabo y, si finalmente se decide realizar, para que resulte exitoso. La gestión de proyectos se encarga de esta labor y de su pericia dependerá en buena medida también la productividad de los equipos involucrados.

Aunque puede resultar una tarea dura y a primera vista poco relevante, lo cierto es que una buena planificación incluye el conocimiento de cómo se hacen las cosas actualmente y cuál es la mejor manera de llevarlas a cabo.

Así, la planificación permite distinguir buenas y malas prácticas, de tal forma que el producto final de esta planificación es un documento que analiza y concluye qué acciones se deben realizar y cuál es la mejor manera de hacerlo para que los proyectos alcancen un grado óptimo de rendimiento.

En la gestión de proyectos se suele distinguir cuatro fases: la iniciación, la planificación, la ejecución y el cierre.

Ilustración 8: Ciclo de Proyecto



Fuente: Elaboración propia

1- Iniciación del proyecto:

Esta primera fase tiene como objetivo decidir si es conveniente llevar a cabo el nuevo proyecto, dicho de otra forma: si la nueva propuesta “Sandalias tejidas a crochet” a va a aportar más beneficios que esfuerzos y si el resultado final merecerá la pena. En este punto será necesario analizar el alcance del nuestro proyecto y los riesgos que lleva, así como definir su coste económico y los plazos que requerirá.

Aquí se elaboraron varios métodos para seleccionar la idea más acorde a la oportunidad que se presentaba en el mercado y por ende tomar la mejor opción para lograr con eficiencia y eficacia la elaboración del producto final.

1- La fase de Planificación:

Una vez decidido que nuestro proyecto es viable, comienza ésta labor que procurará detallar al máximo las tareas y recursos que se necesitará. Se trata de un momento clave, puesto que una planificación errónea puede resultar grave. Plazos que no se pueden cumplir, costes económicos por encima de lo calculado, pérdida de costo en materia prima, el requerimiento de más personal. Son algunos ejemplos de errores de una mala planificación

Esta fase consiste analizar si el proyecto satisface una necesidad o una oportunidad de negocio por lo cual se procede a idear y definir la propuesta de negocio además de analizar sus ventajas y desventajas del alcance del proyecto, la identificación de recursos y de riesgos, todo lo cual constituye el plan inicial para hacer el trabajo del proyecto. Se le llama también: Fase de pre inversión, además es aquí donde se realizó fases de estudios (mercado, técnico, económico-social, ambiental) y también la fase de elaboración del documento del proyecto que es la fase donde se dan todos los elementos necesarios y suficientes para la toma de decisiones referidas al futuro del proyecto.

3- La fase de Ejecución:

Es en esta fase donde los equipos involucrados se pondrán a trabajar en las tareas que se les han encomendado. Si todo va bien, se cumplirán los procesos y plazos fijados en la fase anterior.

Durante esta fase, el avance del proyecto es monitoreado y controlado para asegurar que el trabajo se mantenga dentro el programa previsto, el alcance se completa con base en las especificaciones y todos los entregables cumplen con los criterios de aceptación.

4- La fase de cierre:

La fase final de un proyecto tendrá por objetivo constatar que el trabajo realizado se ha ajustado a lo que se planificó. La reflexión que exige el cierre también servirá para sacar conclusiones aprender, de tal forma que permitirá sacar a la luz aciertos y errores. Este conocimiento resultará muy importante para proyectos futuros.

Es en esta fase donde se tiene que tomarse el tiempo para poder evaluar todo el negocio, plasmar toda la información y repetir la acción cada cierto tiempo, para conocer los parámetros de la rentabilidad que está generando. Además, la etapa en la que se encuentra nuestro proyecto de “elaboración de sandalias tejidas a crochet”, es la de planeación, por lo que se están evaluando su factibilidad y rentabilidad para poder así ejecutarlo.

1.6. Visibilidad del proyecto

PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES

Ilustración 9: Publicidad en Instagram

INSTAGRAM @poncescrochet



MODELO UTILIZANDO SANDALIAS TEJIDAS DE PONCE'S CROCHET

Ilustracion 10: Modelo

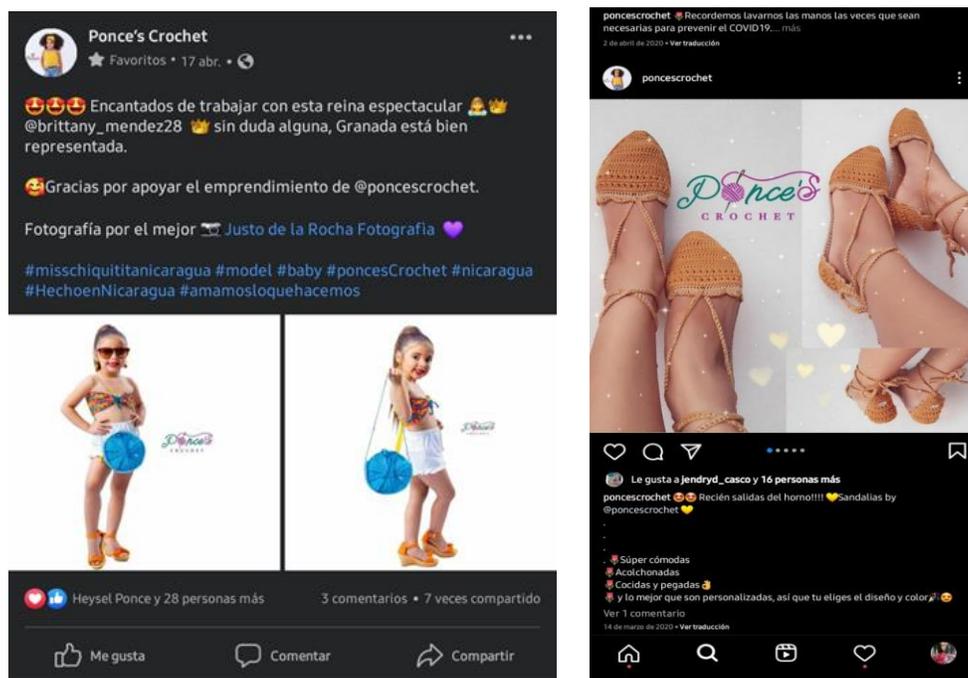


Ilustración 11: Publicidad en Redes Sociales

Nuestro principal medio de ventas de sandalias tejidas a crochet es a través de la venta “Online” en redes sociales: Facebook e Instagram.

En la plataforma de Marketplace damos a conocer los modelos de sandalias tejidas a crochet para tener bastante interacción con nuestros clientes a nivel nacional. Por medio de ésta, nuestros clientes potenciales ven nuestro producto de manera pública por lo que llegamos a vender más que en las publicaciones regulares en la página principal. El cliente manda un mensaje como: ¿Sigue disponible? ¿Precio? Por lo que se hace más fácil el acceso en brindar toda la información para adquirir sus sandalias como: el método de pago, el tiempo de elaboración y el envío.

1.7. Resultados esperados

Los resultados esperados para el proyecto de **Ponce's Crochet** se obtuvieron gracias a la información e implementación del método de estudio del Design Thinking, así como las demás técnicas puestas en prácticas como la planeación, investigación de Mercado, se pudo realizar un análisis de la factibilidad y rentabilidad del proyecto como tal.

Este proyecto resulta ser una atractiva propuesta para el mercado según su nivel de aceptación de acuerdo a la encuesta realizada. Ya que este producto se adapta a las preferencias y gusto de los clientes, siendo este un producto innovador y 100% nicaragüense, el cual tiene la mayor viabilidad para ser reconocido y valorado en el mercado, dándole así un mayor significado al trabajo artesanal para que este sirva de inspiración para otras personas que tienen ciertas habilidades creativas y que se atrevan a explotar ese potencial.

Así mismo hay que aprender a valorizar los enlaces que poseemos a lo largo del mercado consiguiendo optimizar los costos del producto, creando alianzas con los pequeños y medianos empresarios que sea de un bienestar en común en impulsar nuestro trabajo., consiguiendo así proveedores de alta calidad.

2. Estudio de mercado

2.1. Estudio de mercado

2.2. Análisis de la demanda

Para poder cuantificar la demanda de las sandalias tejidas a mano con crochet se tomó de referencia 2 fuentes de información: encuestas e información de internet los cuales nos brindan datos generales sobre la adquisición del calzado artesanal en Nicaragua.

A través de la encuesta pudimos determinar nuestros clientes potenciales, su preferencia acerca de nuestro calzado, el precio que estarían dispuestos a pagar, y el canal distribución de nuestro producto.

2.2.1. *Calculo de la demanda potencial*

Demanda **Simón Andrade** el autor del libro (diccionario de economía) proporciona la siguiente definición de demanda: es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o el consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca.

Morales Clara (2002), la demanda son deseos de un producto específico en función de una capacidad de adquisición determinado, es decir que para que exista demanda, las necesidades y deseos deben estar respaldados por el poder adquisitivo.

Para el cálculo adecuado la demanda potencial de las sandalias tejidas a mano con crochet se definió la siguiente segmentación de la población la cual ayudo a definir datos reales y precisos, además siempre tomando en cuenta el análisis de los resultados de la encuesta en el estudio de mercado.

Segmentación de Mercado

Población global: para el proyecto de la elaboración de las sandalias tejidas a mano con crochet la población global son todos los habitantes del Municipio de Granada es decir según nuestra segmentación del mercado como es un producto dirigido hacia las mujeres jóvenes y adultas. La cual para el año 2020 estimada según el Instituto Nacional de

Información de Desarrollo (INIDE) es de 132,172 habitantes en el municipio de Granada.

PERFIL DEMOGRÁFICO NICARAGUA 2020

Municipio	Población Total	Área Km ²	Densidad Poblacional*	Tasa de Crecimiento Poblacional
Granada	132,107	592	223	0.8
Nandaime	41,637	372	112	0.5
Diriomo	28,328	50	566	0.9
Diriá	7,178	26	281	0.2
Departamento	209,250	1,040	201	0.7

Fuente: Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE).
*Habitantes por km².

Ilustración 11: Perfil Demográfico de la Ciudad de Granada.

En la anterior tabla obtenemos los datos de la estimación poblacional por municipio, así mismo en esta fuente de consulta obtuvimos que la población por género es de 50% masculino y 50% femenino, la población por grupo de edad es de 0-15 30%, 16-45 48%, 46-65+ 22%. La población urbana en el municipio de Granada es del 75% y el restante 25% representa la población rural.

Población Potencial: son todas las mujeres adultas y jóvenes que habitan en el Municipio de Granada según la encuesta realizada a la muestra que se estimó el 100% respondieron que estarían dispuestos a consumir nuestro producto.

Características del segmento de mercado que se pretende cubrir			
Geográficas		Demográficas	
País	Nicaragua	Edad	De 16 a 45 años
Departamento	Granada	Genero	Femenino
Ciudad	Granada	Tamaño de la familia	De 3 a 5 miembros
Zona	Urbana	Ciclo de vida	Casado, soltero o con hijos.
Total población	132,107 habitantes	Escolaridad	Estudiantes y profesionales
Segmento del Mercado	Total de Habitantes Mujeres 66,053 (50% del total de la población)	Total de Habitantes Mujeres 31,76 (Comprendidas según una estimación del 48% sean de la edad de 16 a 45 años).	Población objetivo 23,779 mujeres habitantes en la zona urbana (Mujeres jóvenes y adultas, estimación en zona urbana 75%)

En la tabla anterior se determina la población objetivo o mercado meta para la elaboración de las sandalias tejidas a mano con crochet la cual es la siguiente:

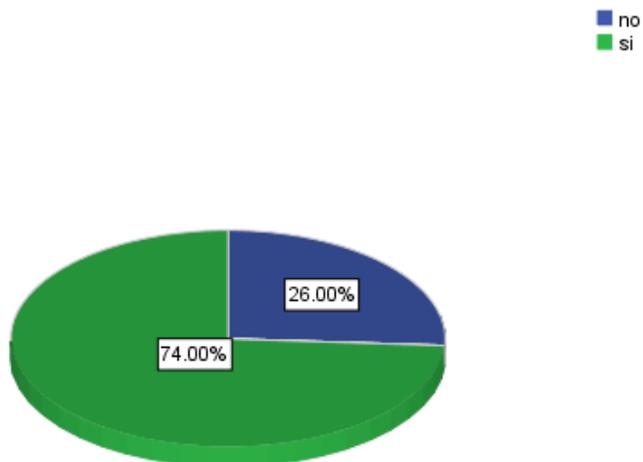
Población objetivo: es el % que como proyectista quieres alcanzar para tu producto, en este caso se determinó el 75% de la población potencial debido a que esta comprende a los jóvenes y adultos de la edad de 16 años a más, la cual arrojó el siguiente cálculo: $31,705.68 * 75\% = 23,779$

Demanda potencial

Para este punto del estudio de mercado utilizamos las respuestas de las preguntas de la encuesta que se enfocaba en adquirir este tipo de calzado dando así un resultado del 74% de los encuestados si estarían dispuestos a comprar este tipo de calzado y el 26% restante dijo que no, lo que significa que tenemos una buena aceptación ya que no hay un producto similar o con las mismas

características al nuestro lo que nos ayudara a posicionarnos en el mercado con esta producto innovador y así obtener una buena demanda.

¿COMPRARIA USTED SANDALIAS PONCES SHOES TEJIDAS A MANO ?



Grafica 3: Compra de Sandalias

Fuente: elaboración propia

Se Calcula:

Proporción Afirmativa (P) = 1.00 = 238 personas

Población objetivo (PO) = 23,779.36 personas

Demanda Potencial mercado total = P * PO

Demanda Potencial mercado total = (1.00) *(23,779.26)

Demanda Potencial mercado total = 23,779.26

Demanda Real = Demanda potencial del mercado total 100% de aceptación del producto

Demanda Real = 23,779.26 personas * 0.98% = **23,304** Personas.

2.3. Análisis de la oferta

Según **Kotler Armstrong, Cámara y Cruz**, autores del libro “Marketing” plantean la siguiente definición de oferta de Marketing:

“combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrecen en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo”. Complementado esta definición, los autores consideran que las ofertas de marketing no se limitan a productos físicos, sino que incluyen: servicios, actividades o beneficios; es decir, que incluyen otras entidades tales como: personas, lugares, organizaciones, información e ideas.

Competencia u oferta directa e indirecta

El número de competidores en el área del mercado de la oferta de sandalias tejidas a mano con crochet en la ciudad de Granada no contamos con una competencia directa ya que no hay un taller o local que distribuya o elabore este tipo de calzado con tejidos a manos con crochet.

Como competencia indirecta existen talleres de calzado femenino en la ciudad de las flores de Masaya que se dedican al calzado artesanal con variedad de diseño utilizando materiales tales como; cuero, yute, madera, tela de gamuza entre otras, pero no ofertan un diseño único personalizado tejido a mano y según las preferencias del cliente.

En la ciudad de granada no existe un taller dedicado a la elaboración calzado femenino, es por ellos que muchos comerciantes viajan a la ciudad de Masaya para adquirir este tipo de producto y comercializarlo en sus locales o mercado en general. Actualmente en esta ciudad existen microempresa que se dedican a la elaboración de calzado masculino en diversos estilos y diseños siendo los más conocidos: “Calzado Alex y Tauro Shoes” y Calzado Guadalupe.

Ilustracion 12: Competencia Indirecta Alex's shoes



Calzado Alex's y Tauro
Zapatería

Me gusta

Llamar

A María, Sergio Geovanny, Roger y 1.285 personas más les gusta esto

Inicio Información Fotos Opiniones Publicaciones

Información [Sugerir cambios](#)

calle nueva reparto el rosario
costado norte de la pila de agua, [CÓMO LLEGAR](#)
505. Granada. Nicaragua

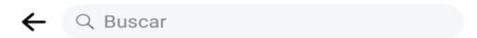
21 personas registraron una visita aquí

[Preguntar por el sitio web](#)
Envía esta pregunta en Messenger.

[Enviar mensaje](#)

2552 0887

Zapatería



Calzado Guadalupe (cuero Granada)

Agregar

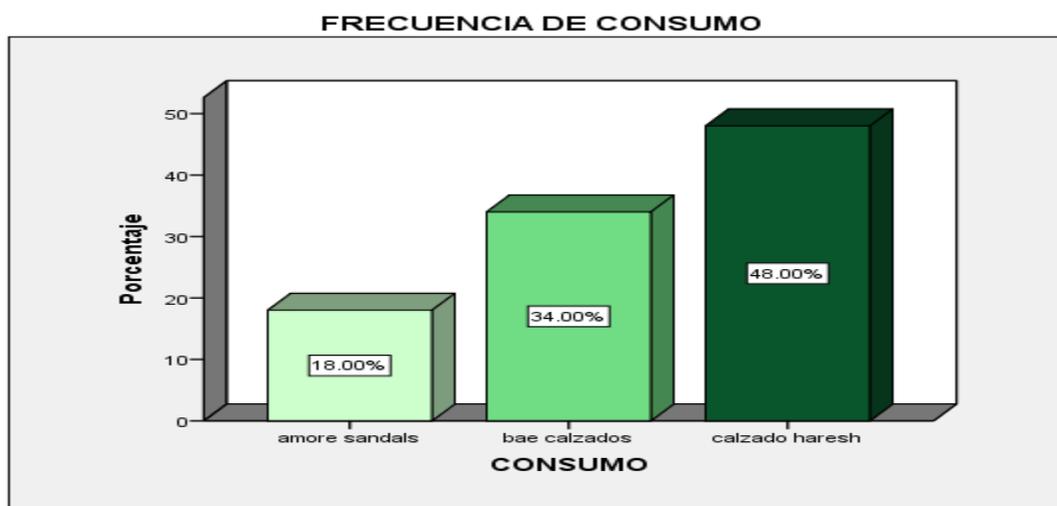
- Trabaja en **Optica Las Gafas**
- Estudió Administracion de Empresas en El Paso Community College
- Vive en **Granada (Nicaragua)**
- De **Granada (Nicaragua)**
- 40 seguidores
- Ver la información de Calzado

Ilustración 13: Competencia Indirecta Calzado Guadalupe

Competencia indirecta

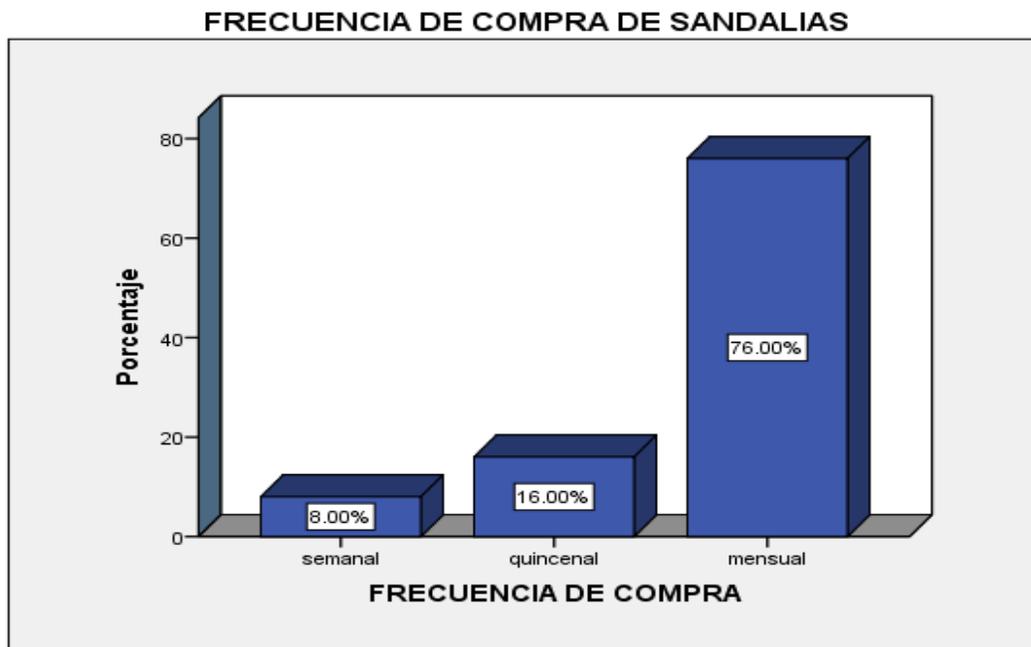
1. Taller **Amore Sandals** ubicado en la ciudad de Masaya se dedican al calzado hecho a mano de alpargatas de yute, sandalias flats y de cuero genuino, son distribuidores de calzado en toda Nicaragua y realizan sus ventas al por mayor y al detalle.
2. **Bae Calzados** ubicados en carretera a Masaya dedicándose a la elaboración de sandalias de alpargatas, flats, zapatillas con suelas de PVC y madera un distribuidor local no cuenta con la capacidad de elaborar su producto en cantidades mayores.
3. **Calzado Haresh** está ubicado en el mercado Ernesto Fernández de la ciudad de Masaya ofreciendo calzado para damas, caballeros, niños y niñas al por mayor y al detalle.

2.3.1. *Calculo de oferta*



Grafica 4 Frecuencia de Consumo

En esta grafica el 48% de la población femenina consume frecuentemente el Calzado Haresh, el 34% indico compra sus sandalias Bae Calzados y el restante el 18% prefiere comprar en Amore Sandals, la mayoría de las encuestadas hicieron referencia a cerca de los precios ya que ellas indicaron que consumen donde sea más accesible y donde se encuentre el modelo de su agrado.



Grafica 5 Frecuencia de Compra

Como indica el grafico anterior las personas encuestadas respondieron a la pregunta ¿Con que frecuencia compraría este producto? Las cuales respondieron que un 76% lo adquiere mensualmente, el 16% afirma que compra quincenalmente y el restante 8% semanalmente. Esto nos da a entender que para nuestra población objetivo es un artículo de muy buena demanda, más si se tiene en cuenta la variedad de diseños y que esta se mantenga siempre a la moda, y con nuestro producto innovador lograremos mantenernos en el mercado ya que siempre estamos atentos a las preferencias de nuestras clientas y a la innovación que tiene el mercado constantemente.

Demanda real: es la cantidad de personas que estarían dispuestas a adquirir el producto en este momento y según el muestreo realizado indica que el 100% lo haría, por lo cual nuestra demanda real se definió es: **23,304 personas.**

Demanda real: 23,304 personas.

Oferta Directa: Para nuestra oferta directa tomaremos el porcentaje del **30%** que es la estimación de los compradores que adquirirán el producto semanalmente y quincenalmente, esto por ser los rangos de más corto tiempo de compra que representa a **6,991 personas.**

Oferta Indirecta: Tomaremos el porcentaje del **50%** que sería la estimación de los compradores que adquirirían el producto en un rango de tiempo mensual con **11,652 personas**.

Elegimos estos porcentajes de estimaciones de acuerdo a la opinión de los encuestados ya que expresaron que al momento de la compra valoraban los precios, diseños, etc.

2.3.2. *Calculo de la demanda insatisfecha*

Se llama demanda insatisfecha es aquella demanda que no ha sido cubierta por el Mercado y que pueda ser cubierta al menos por el proyecto, o sea, cuando la demanda es mayor que la oferta.

Demanda Real	Oferta Indirecta o Directa	Demanda Insatisfecha
23,304 personas	18,643 personas	4,661 personas

2.4. **Análisis de precio**

2.4.1. *Comparación de precio del mercado*

En la actualidad existen competencias indirectas las cuales en su mayoría se encuentran ubicadas en la ciudad de las flores Masaya y estas son las que distribuyen en gran volumen a nivel local representando una amenaza inmediata como la potencial competencia.

Descripción de la competencia

En la competencia de las sandalias nacionales a producir son: Taller Amore Sandals, Bae Calzados y Calzados Haresh que varían igual según su diseño, color, material y precios que sobresalen en el mercado nacional a continuación se reflejan los precios y díselos que se pueden encontrar:

Nombre de Talleres	Diseño	Precios
Taller Amore Sandals		C\$ 1000 P/unidad
Bae Calzados		C\$ 800 P/ unidad
Calzados Haresh		C\$ 700 P/ unidad

Las sandalias con mayor demanda en el mercado local y tiendas locales son los de menor precios los cuales según refleja la tabla anterior con precios que van desde los C\$700 a C\$1,000.00 córdobas.

El análisis de precios en comparación con la competencia indirecta se realizó por medios de visitas a los talleres y mercados donde es más popular encontrar estos productos y entrevistamos a los trabajadores del mismo, para indagar que tipos de sandalias tienen más demandas de esta manera se obtuvo la información necesaria.

2.4.2. Estructura de precio

La fijación del precio es de suma importancia para el proyecto ya que el precio influye en la percepción que tiene el comprador final sobre el producto. No olvidando a qué tipo de mercado nos estamos enfocando en la elaboración de las sandalias tejidas a mano con crochet.

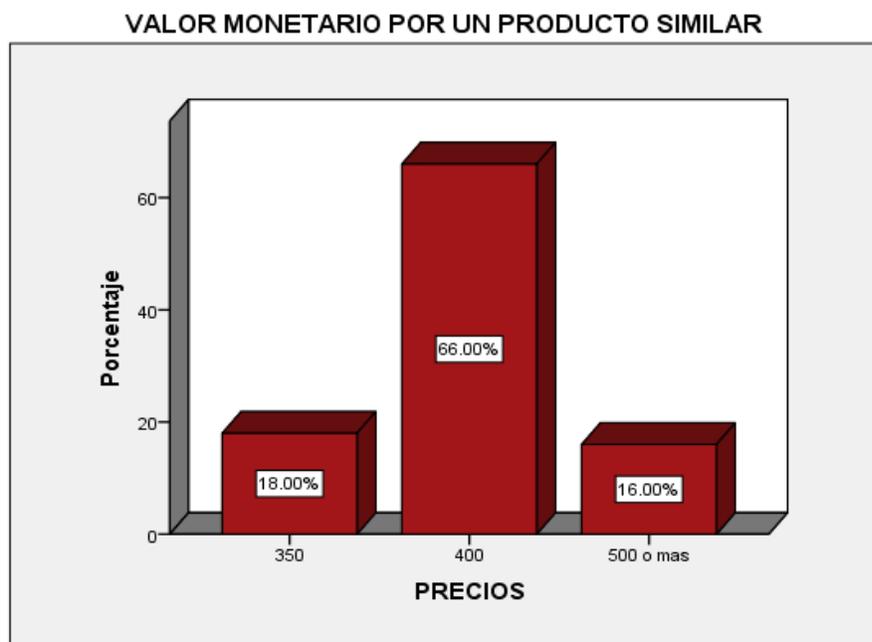
En muchas ocasiones una mala fijación de precio es la responsable de la escasa demanda de un producto.

Una estructura de los precios establecidos adecuadamente puede ser un instrumento útil para determinar dónde puede efectuarse economías en los costos de transportes en los márgenes de distribución etc.

Estimación de costos fijos y variables de las sandalias tejidas a mano con crochet

Para realizar la estimación se tomó en cuenta la respuesta que brindaron los encuestados de la pregunta ¿cuál es el valor monetario que usted paga por un producto similar a este? Por lo que un

66% respondió que el precio que normalmente pagan es de C\$ 400 córdobas.



Grafica 7: Precios

Fuente: elaboración propia

Costo para la elaboración de unas sandalias tejidas a mano con crochet

Materiales Directos e Indirectos: C\$217.14

Materia Prima Directa	Precio
HILO CROCHET	C\$ 70.00 C/U
Materia Prima Indirecta	
PLATAFORMA DE PVC	C\$100.00 PAR
HEBILLAS METALICAS	C\$5.00 PAR
FORROS PARA PLANTILLA	C\$ 40.00 PAR
PEGAMENTO	C\$2.14 PAR

Para la compra de nuestros materiales tenemos proveedor “DIMUSA” ubicado en Masaya.

CIF VARIABLES: C\$20.00

Para la elaboración de unas sandalias, ocuparemos una etiqueta y una caja para el empaque con el logo de **Ponce's Crochet**, que le da el toque especial a nuestro producto, ya que le ponemos valor agregado a lo que hacemos.

Etiquetas: C\$5.00 Esta se coloca en la plantilla de las sandalias y está hecha de material Vinilo y PVC.

Ilustración 14: Etiqueta del Producto



Caja Empaque: C\$15.00

Las cajas que ocuparemos son recicladas, compradas a la empresa E. Chamorro Industrial, donde elaboran jabón y las cajas que se les dañan o cajas viejas que ya no les sirve para el empaque de sus productos nosotros se las compramos para empacar las sandalias. Les damos la vuelta de modo que no aparezca el logo o marca de esa empresa y colocamos un detalle de **Ponce's Crochet**. De esta manera estamos colaborando con el medio ambiente.



Ilustración 15: Empaque del Producto

Mano de obra directa: C\$77.52

Nombre y apellidos	Cargo	Área	Salario Mensual
Lilliam Ponce Arana	Operaria / Alistador	Producción aprox	C\$ 4,651.47
Sary Miranda	Operaria/ Montador	Producción aprox	C\$ 4,651.47

Para la elaboración de 1 par de sandalias se le paga C\$77.52 córdobas de MOD. Equivalentes a 4 horas de trabajo.

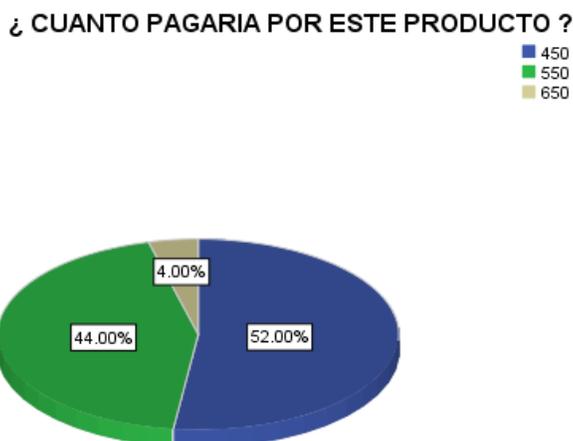
Costos fijos mensuales: C\$1,293.50 / 30 días C\$ 43.12 / 4 pares de sandalias por día = C\$10.78

En la Pyme **Ponce's Crochet**, los costos Indirectos de Fabricación son los siguientes:

Nombre	Área	Mensual
Energía eléctrica	Ventas y administración	C\$ 500.00
Internet	Ventas y administración	C\$ 593.50
Agua potable	Ventas y administración	C\$ 200.00

2.4.3. Precio Unitario

Una de las preguntas de las encuestas que ayudo a definir el precio unitario del producto fue la siguiente: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este nuevo producto? La respuesta se refleja en el siguiente gráfico.



Grafica 8: Precio de Producto

Fuente: elaboración propia

Según el gráfico anterior el precio que más le gustaría pagar a los clientes reales es el de C\$450.00 córdoba cabe de recalcar que este no será el precio final de nuestro producto por qué se debe tomar en cuenta algunos otros factores como el alza de la materia prima.

Se presenta el proceso para estipular el precio unitario según la estimación de los costos hasta el momento:

1. Determinar el costo total del producto:

Tabla 1: costo total del producto

Costo variable(+)	C\$ 20.00
Costo fijo	C\$ 305.44
Producción estimada(/)	1 par de sandalias
Costo total (=)	C\$ 325.44

Fuente: Elaboración propia

1. Calcule el precio de venta que ofrecerá a sus clientes en el canal de distribución.

Tabla 2: Precio de venta

Costo total (+)	C\$ 325.44
Costo total x el % de ganancia deseado	75 %
Precio de venta (=)	C\$569.52 = 580

Fuente: Elaboración propia

Según el cálculo de nuestros costos es C\$ 325.44 y proponemos una ganancia del 75% para un precio de venta de C\$569.52 como vemos el precio está por debajo de la competencia en el mercado que es C\$800 por tanto, nosotros estamos sugiriendo un precio de venta de C\$580. El cual nuestro ingreso estará calculado en base a nuestro precio.

2.5. Estrategia competitiva de mercado (4PS)

Una estrategia competitiva es un conjunto de acciones ofensivas y/o defensivas que se ponen en marcha para lograr una posición ventajosa frente al resto de los competidores. El objetivo de la estrategia es consolidar una ventaja competitiva que se sostenga a lo largo del tiempo, y redonde en una mayor rentabilidad.

Michael Porter describe tres estrategias competitivas genéricas, que se diferencian en función de la ventaja competitiva que generan y el ámbito en el que compiten: liderazgo en costos, liderazgo en diferenciación, y segmentación de mercado.

Liderar en costos supone para una empresa la capacidad de reducir costos en todos los eslabones de su cadena de valor, para luego transferir este ahorro al precio final del producto.

Liderar en diferenciación implica generar un producto exclusivo por el que los clientes estén dispuestos a pagar más.

El enfoque o segmentación tiene que ver con la audiencia a la que está dirigido un producto o servicio. Con esta estrategia, una empresa se concentra en satisfacer segmentos bien definidos según el tipo de población, la ubicación, o sus hábitos de consumo.

2.5.1. Estrategia de producto

Las sandalias tejidas poseen características únicas que las diferencian de las demás que se encuentran en Masaya y a nivel nacional ya que son tejidas a mano con hilo crochet, cómodas, y con estilos únicos y personalizados según las preferencias del cliente. El cliente brinda toda la información de tal manera que la sandalia quede perfecta y acorde a su pie.

Lo primero que se realizó fue un análisis en el nombre del producto, un nombre único y contagioso y fácil de decir, que tuviera un toque de elegancia y pueda transmitir confianza a nuestras clientas “Ponce’s”. por esta razón se definió de la siguiente manera:

- **Nombre del producto**

“**Ponce’s Crochet**” Ponce’s se deriva del apellido de la creadora de este emprendimiento Heysel Ponce, es un apellido poco común y bonito por lo que ponerle Ponce’s fue algo único ya que no existe ninguna tienda con ese nombre. Y Crochet porque es el material que se utilizamos en la elaboración de las sandalias.

Características competitivas:

- a- Productos elaborados a mano.
- b- Elaboración artesanal.
- c- Empaque amigable con el medio ambiente.
- d- Producto que brinda comodidad y confort incluso siendo sandalias altas.
- e- Precio competitivo.

Características físicas del producto

Tabla 3: Características físicas de las sandalias tejidas.

Tipo de Material	Color
Duradero	A gusto del cliente

Fuente: Elaboración propia

El material de suela de las sandalias es de PVC que también es un material reciclado y que es duradero.

Los colores de las sandalias son según las preferencias de nuestras clientas, puede ser el cualquier tono: Rosa, Blancas, Colores en tendencias como nude, color beige entre otros.

Logo del producto

El logotipo, también conocido como logo, es un elemento gráfico que representa e identifica a la marca de una empresa, organización, producto o negocio. De esta manera, debe estar relacionado con la marca en cuestión, para que los consumidores logren hacer la asociación entre ambos en su mente.



Ilustracion 17: Logo del Producto

Especificaciones de Calidad

Tomamos en cuenta la calidad del mismo, su proceso de elaboración y la finalidad del producto terminado, que al final lo importante es la satisfacción de nuestras clientes, y de llevarse una buena imagen, automáticamente nos está aprobando que nuestro mercado va con éxito y al mejor camino a través de la recomendación.

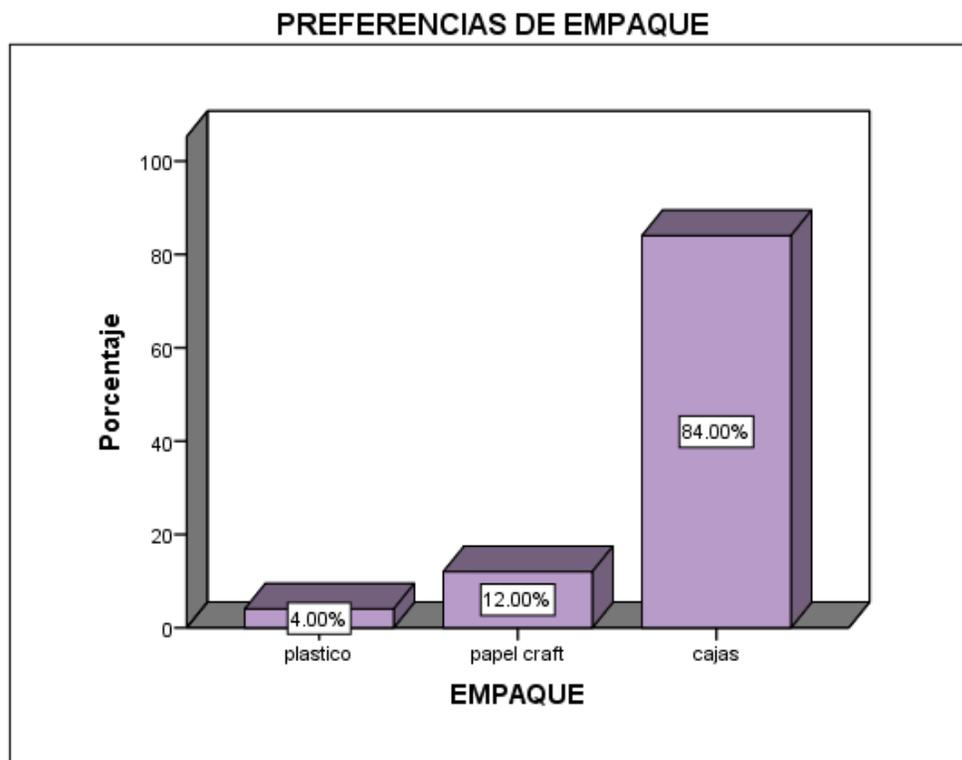
Contamos con un conjunto de atributos beneficiosos para los clientes, con gustos distintos y únicos, con el objetivo de sobre pasar las expectativas de nuestros consumidores, sin embargo, se deben hacer algunas precisiones sobre la mejora de nuestros productos:

- Registrar o patentizar la marca.
- Tener documentado todos los procesos.
- Ser un producto 100% calidad y durabilidad.
- Tener nuestras facturas con pie de imprenta fiscal o autorización de DGI.

Empaque

El empaque y etiquetado constituye las envolturas o protección que acompaña a un producto, pero al mismo tiempo forma parte de sus características y cumple con varios objetivos:

- **Protección**
- **Comodidad**
- **Promoción**
- **Comunicación**
- **Mejoramiento de la imagen de su marca**



Grafica 9: Empaque

Fuente: elaboración propia

En la presente grafica según el análisis de la encuesta aplicada las personas respondieron con un 84% que su empaque de preferencia son las cajas, dejando al papel craft con un 12% y plástico 4%.

2.5.2. Estrategia de precio

Los consumidores prefieren un producto que cueste menos que los otros y que sea de calidad, ya que esto significa ahorro para su bolsillo. Este proyecto está enfocado en brindar estos dos elementos al público como lo son calidad y precios accesibles.

Como el producto del proyecto es nuevo en el mercado se necesitan establecer las estrategias más adecuadas y adaptables para Ponce's Crochet las cuales se detallan a continuación:

Estrategia de fijación de precios para nuevos productos

- **Fijación de precios para penetrar en el mercado:** se fija un precio bajo para un producto nuevo, buscando atraer a un gran número de compradores y conseguir una importante participación en el mercado.

Características de fijación de precios para penetrar en el mercado

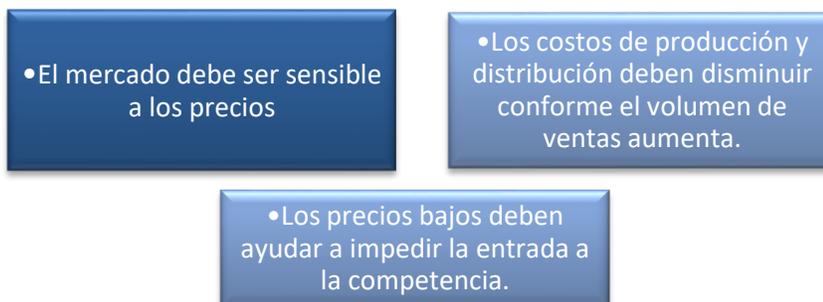


Ilustración 18: Fijación de Precios

Fuente: Elaboración propia

Por las razones antes mencionadas el calzado nacional, los costos de producción y márgenes de utilidad el precio que se pretende establecer para **Ponce's Crochet** por un par de sandalias tejidas de 10, 12 o 14 cm de altura a un precio que oscile como lo expone en la tabla siguiente.

Tabla 4: Precio según la estrategia de fijación de precios de entrada

Precio de venta	Precio de venta promedio del mercado
De C\$ 500.00 a C\$ 650.00 Córdobas	De C\$ 900.00 a mas

Fuente: Elaboración propia

Estrategias de ajuste de precios

Fijación de precios psicológica: considera la psicología acerca de los precios y no simplemente su economía. Esta táctica es muy utilizada ya que estimula la percepción del cliente, para **Ponce's Crochet** se pretende establecer la táctica siguiente:

Precio impar: Son precios con terminación impar o precios por debajo de un número redondo por lo que se determinara que el precio sea por debajo de la figura redonda (00) en este caso sería así:

Ilustracion 19: Estrategias de ajuste de precios

	<p>En la imagen a la par que se observa, hace referencia al precio según la estrategia de precio impar además del .99, cabe recalcar que la etiqueta q está al lado del empaque es meramente ilustrativa, pero el precio de C\$579.99 si es el estipulado para el producto.</p>
--	---

Fuente: Elaboración propia

- **FJACION DE PRECIOS PROMOCIONALES**



The image shows a promotional advertisement for 'Dance's CROCHET'. It features a pair of red crocheted sandals. A red speech bubble with a white outline contains the text '-10%'. A blue arrow points from this speech bubble to the sandals. Below the sandals, a white speech bubble with a black outline contains the price 'C\$ 522.00'. In the background, there is a graphic with the word 'WONDERFUL' in a stylized font and two large, colorful eyes. The 'Dance's CROCHET' logo is visible in the bottom left corner.

Ilustracion 20: Fijación de Precios Promocionales

Esta estrategia de descuentos es para vender productos a precios bajos en gran volumen. Con esta estrategia importante reducir los costos y mantenerse competitivos.

Para **Ponce's Crochet** el descuento establecido será del 10% debido a la apertura de nuestro proyecto.

FIJACION DE PRECIOS POR EVENTOS ESPECIALES

Esta estrategia será empleada con descuentos de acuerdo a días o eventos que se encuentran estratégicos, además se implementará una combinación de estrategias como lo es por la compra de un par de sandalias tejidas a mano con crochet se le estará obsequiando ya sea un par de aretes tejidos o cintillo y si es una compra mayor a más de 6 pares de sandalias recibirá como regalía un bolso tejido con crochet.

MUESTRAS DE NUESTRAS REGALIAS



Ponce's
CROCHET

Ilustracion 21: Muestras de Regalías

EVENTOS Y DIAS ESPECIALES

- Ferias de la economía familiar que se realizan los fines de semanas en el parque central y P. Sandino en Granada.
- Día de San Valentín 14 de febrero
- Día de la mujer 08 de marzo cada año.
- Día de la madre nicaragüense
- Día de Viernes Negros (Black Friday) fin de año
- Día del niñ@s nicaragüenses 01 de junio

2.5.3. Estrategia de Distribución

La estrategia de distribución viendo las posibilidades de llegar a la mayor cantidad de clientes posibles asegurando que los consumidores puedan tener acceso a nuestros productos fácilmente siempre siguiendo las normas sanitarias contra el COVID-19 y sus variantes ,hemos decidido crear un nuevo mecanismo de venta directa mediante los medios digitales para evitar los puntos de ventas físicos por riesgos de contagios y así manera fácil y segura para la obtención de nuestro producto.

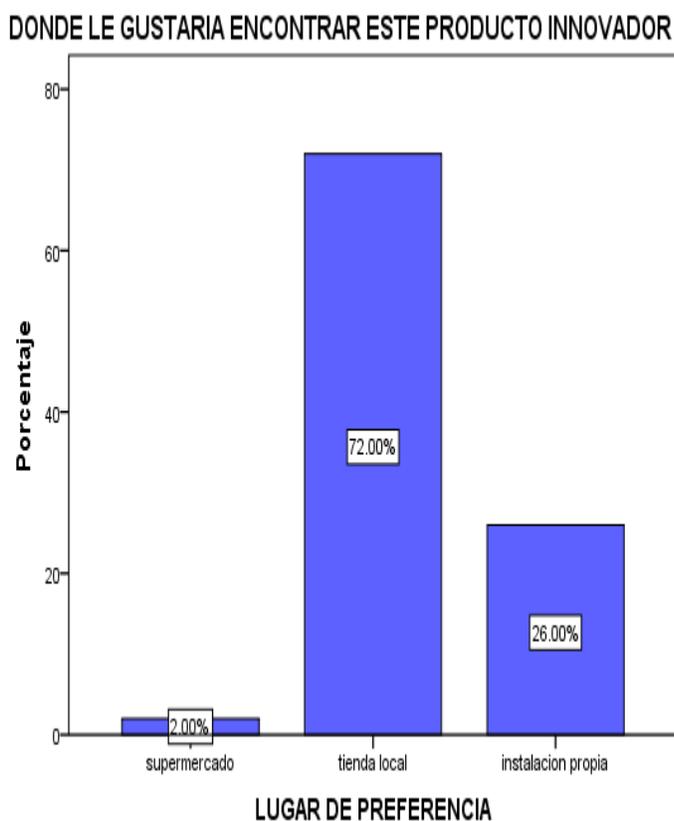
Hemos establecido las siguientes estrategias de distribución de nuestro producto:

1. Mediante nuestras redes sociales siempre activas con respuestas inmediatas al cliente donde puedan observar nuestros diversos diseños y asimismo poder realizar sus pedidos de compra.
2. Contamos con WhatsApp Bussiness para una comunicación directa con el cliente.
3. En las diferentes plataformas que poseemos se les brindara un pequeño catálogo de nuestros diseños personalizados.
4. Los pagos se podrán realizar electrónicamente.
5. Su producto será enviado mediante: Delivery o por Correos Nicaragua.
6. Previo al empackado y envío del mismo nuestro producto pasara por un proceso de desinfección para prevención de COVID-19 y sus variantes.

CANALES DE DISTRIBUCION

Estos canales se obtuvieron mediante la investigación previa que se realizó mediante las encuestas donde se logró identificar los canales de distribución con mayor preferencia es la tienda local con un 72% esto debido a que la mayoría de los consumidores visitan las diversas tiendas ubicadas en el mercado de granada para obtener un producto similar por lo tanto para la distribución de nuestras sandalias tejidas a mano con crochet se establecerán 2 canales de distribución:

- El directo: nos encargaremos de vender a nuestro consumidor final.
- El indirecto: seremos distribuidores mayoristas para que puedan encontrar nuestros productos en tiendas locales.



Grafica 10: Lugar de Compra de preferencia

Fuente: Elaboración propia

2.5.4. Estrategia de promoción y publicidad

La publicidad es una estrategia de mercadotecnia que envuelve la compra de un espacio en medios para divulgar un producto, servicio o marca, con el objetivo de alcanzar el público objetivo de la empresa e incentivarlo a comprar.

La publicidad tiene como objetivo informar al consumidor sobre los beneficios de un producto o servicios resaltando las diferencias sobre otras marcas asimismo busca inclinar la balanza motivacional del sujeto hacia el producto anunciado de manera que crezca la probabilidad de que este adquiera el producto.



Ilustracion 22: Plataformas Digitales

2.5.5. Presupuesto de la estrategia

Para impulsar nuestro producto invertimos en la publicidad para maximizar nuestras ventas a continuación el presupuesto mensual estipulado con lo que serían algunas de nuestras actividades publicitarias.

DESCRIPCION	UNIDAD	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Regalías y obsequios	20	C\$ 900.00	C\$ 10,800.00
Plan de mercadeo digital (internet)	1	C\$ 593.50	C\$ 7122.00
Total		C\$ 1,760.00	C\$ 17,122.00

2.6. Proyección de Ventas

PONCE'S CROCHET													
Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas													
Año 2019													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Sandalias tejidas a crochet	60	75	100	90	130	85	85	120	85	85	135	150	1200
Total	60	75	100	90	130	85	85	120	85	85	135	150	1200

En la tabla anterior de proyección de ventas, lo calculamos en base a la capacidad de producción de nuestros operarios que al día producen 4 pares de sandalias en una jornada regular de 8 horas al día, de acuerdo a las metas mensuales y a la demanda del mes tendremos un aumento en nuestra producción, es decir, en mayo, noviembre y diciembre calculamos producir entre 130 y 150 pares de sandalias tejidas respectivamente.

La mayoría de las clientas desea comprar sandalias para sus madres, aprovechar el aguinaldo para estrenar sus sandalias para la reunión familiar. No obstante, sabemos que las mujeres no siempre necesitan una fecha especial para comprar sandalias sino de acuerdo a la necesidad de cada una,

es por ello que dependiendo de la demanda de nuestro producto aumentará nuestras ventas lo cual en base a nuestro estudio de mercado los meses antes mencionados son los de mayor producción y demanda y adquisición de nuestro producto.

3. Plan de producción

El plan de producción es una herramienta básica para poder planificar las necesidades del equipo de trabajo, ya sea en cuanto a disponibilidad o en cuanto a orden de realización de tareas.

Un plan de proyecto o plan de producción es una herramienta que se utiliza para planificar un proyecto y para reflejar las decisiones tomadas en relación con todos los componentes de un proyecto (tareas, perfiles y calendario). En el plan de producción se desglosa cada tarea en subtareas, de forma que cada una de las nuevas subtareas implique un único proceso que deba ser acometido por una única tipología de perfiles.

Las decisiones tomadas en la elaboración de un plan de producción pueden tener un gran impacto en el presupuesto definitivo. Imaginad por ejemplo la reubicación de los perfiles por dificultades de disponibilidad: si las tarifas del personal disponible son más caras que las del personal con que se contó en el momento de elaborar el presupuesto que el cliente aprobó, el coste del proyecto resultará más caro.

3.1. El proceso de producción

Según (Ana Gardey. Publicado: 2008). Un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor.

3.1.1. Descripción del proceso

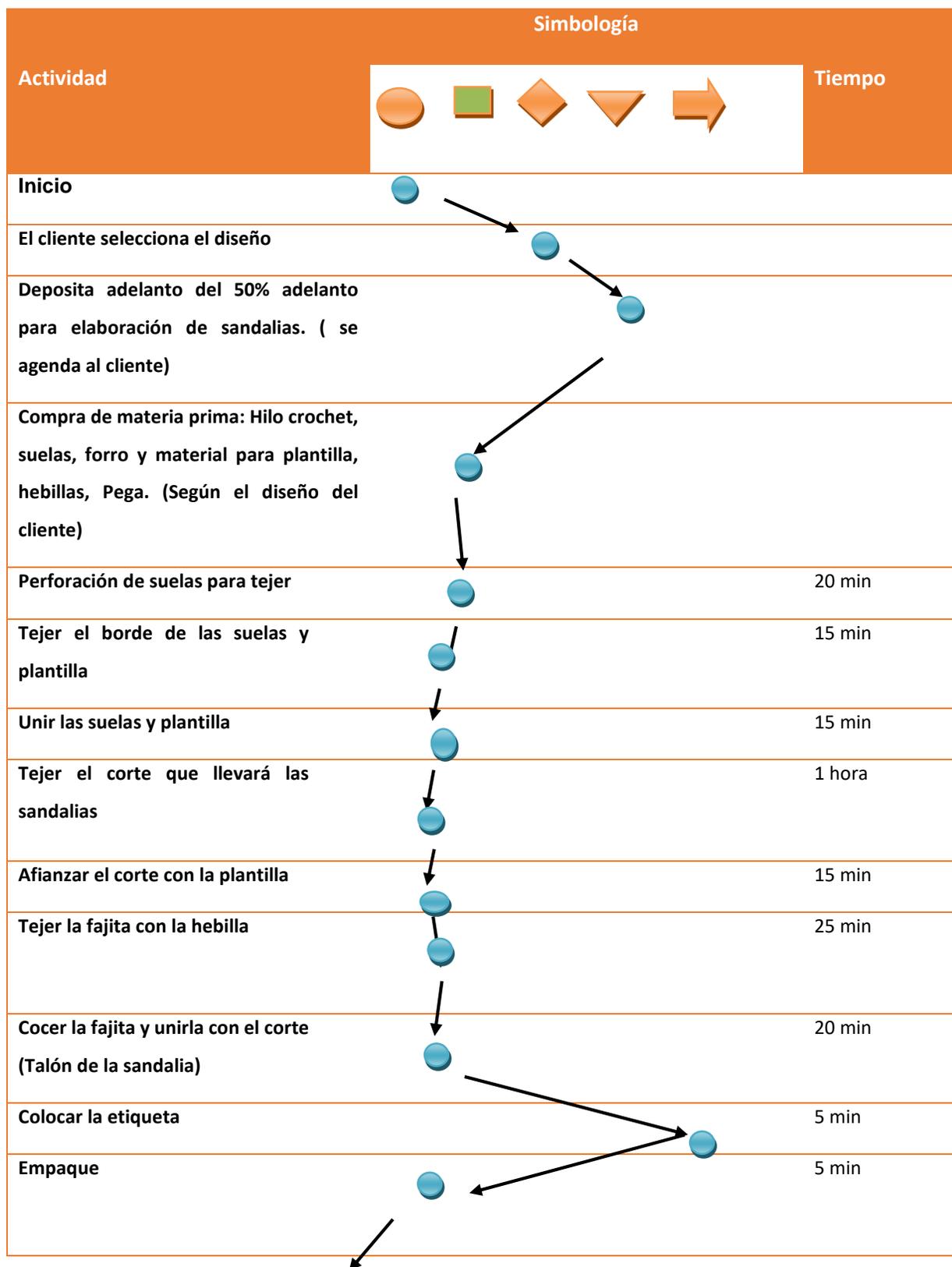
Para lograr una mejor descripción de los procesos se necesita representar la realidad de la manera más exacta posible, a partir de la identificación de las diferentes actividades y tareas que se realizan en dicho proceso y así lograr el resultado deseado.

A continuación, detallamos:

- 1- El cliente selecciona el diseño: A través de las redes sociales el cliente nos contacta para adquirir sus sandalias, le brindamos toda la información del proceso de adquisición, el cliente acepta y procedemos al siguiente paso.

- 2- Adelanto del 50% para la elaboración de sandalias tejidas a mano: Explicamos al cliente que para agendar sus sandalias requerimos adelanto del 50% para garantizar el pedido y la compra de los materiales. Brindamos el número de cuenta Bac · 3604-94058 a nombre de Heysel Ponce (Propietaria de **Ponce's Crochet**). El cliente realiza el depósito y confirmamos recibido y agentamos.
- 3- Compra de materia prima: En este punto se procede adquirir los materiales para la elaboración de las sandalias de acuerdo al estilo escogido por la clienta, esto incluye (Hilo crochet, suelas, forro, hebillas y material para plantilla)
- 4- Perforación de suelas: después de haber comprado las suelas (cajuela para montar las sandalias) con nuestro punzón empezamos a perforar todas las orillas de la cajuela dando medio centímetro de distancia en cada perforación.
- 5- Tejer el borde de las suelas y plantilla: luego de hacer la perforación de las suelas, procedemos a tejer el borde de la cajuela con la técnica de medio puntos y cadenas tanto en la cajuela y plantilla.
- 6- Unir las suelas y plantilla: después de tejer las plantillas y suelas procedemos a unir ambas piezas para obtener la base de las sandalias. Utilizando medio puntos para realizar la unión de estas dos piezas.
- 7- Tejer el corte que llevara las sandalias: el corte de la “capellada” es la parte superior que lleva las sandalias. En este corte utilizamos el tejido de pilares y medios puntos haciendo la forma de acuerdo al diseño de la clienta.
- 8- Afianzar el corte con la plantilla: en este punto procedemos a unir el corte de la capellada tejida con la plantilla, tejiéndolo con la aguja e hilo de tejer.
- 9- Tejer la fajita de amarre: utilizamos la técnica de medio punto enlazada con la hebilla con medida de 30 centímetros. Posteriormente cocemos la fajita con el corte de la parte trasera de la sandalia y ya está nuestro producto terminado.
- 10- Colocar la etiqueta: utilizamos 2 etiquetas para un par de sandalias que son de material PVC y van cocidas en la parte superior de las sandalias.
- 11- Empaque: utilizamos una caja reciclada para empacar nuestras sandalias ya terminadas.
- 12- Envío y entrega al cliente: Avisamos a nuestra clienta que su sandalia están 100% terminadas y nos debe depositar la cancelación de las sandalias más el envío por correos de Nicaragua o Cargotrans. El tiempo del envío es de 24 horas.

3.1.2. Diagrama de flujos



Entrega al cliente/ Envío		24 horas
Tiempo estimado de elaboración de 1 par de sandalias		4 horas

MEDIDAS DE PREVENCIÓN EN EL PROCESO PRODUCTIVO ANTE EL COVID 19

Como nuevos emprendedores en medio de la pandemia del Covid 19 y sus variantes tomamos en cuenta todas las medidas necesarias recomendadas por la OMS, para evitar la propagación del virus así mismo proteger a nuestros colaboradores y clientes para brindarles un mejor servicio, de calidad y con la higiene necesaria para tener la confianza de nuestros clientes.

A continuación, mencionamos algunas medidas:

- Para la adquisición de la materia prima:** uso de mascarilla, uso caretas de policarbonato y llevan siempre un alcohol en spray para sanitas las manos y materiales.
Una vez llegado al local toda la materia prima adquirida pasa por su debido proceso de desinfección.
- Estrategias de higiene y seguridad en el taller donde se elaboran las sandalias:** Lavado de manos al momento de entrar al local, uso obligatorio de mascarilla.
Desinfección del área y lugar de trabajo con alcohol.
Sanitación de utensilios y herramientas de trabajo (Agujas de tejer, tijeras, etc.)
Lavado constante de manos en el transcurso de la jornada.

3.2. Proveedores y condiciones de compra de los equipos

Cantidad	Equipo	Proveedores	Precio unitario	TOTAL	Calidad	Proveedor seleccionado
2	Mesas	Muebleria Ruiz	C\$ 3,000.00	C\$ 6,000.00	Muy buena	X
4	Sillas	Distribuidora la Universal	C\$ 260.00	C\$ 1,040.00	Muy buena	X
2	Punzón de costura de acero	Aceros inoxidables S.A	C\$ 30.00	C\$ 60.00	Muy buena	X
2	Tijeras	Distribuidora la Universal	C\$ 85.00	C\$ 170.00	Buena	X
2	Martillo para asentar	Aceros inoxidables S.A	C\$ 220.00	C\$ 440.00	Muy buena	X
2	Agujas de tejer Singer	Tienda Ruth	C\$ 25.00	C\$ 50.00	Muy buena	X
		TOTAL		C\$ 7,760.00		

Ficha técnica de la Mesa

DENTIFICACIÓN Y ESPECIFICACIONES DE EQUIPO	
Nombre del Equipo:	Mesa de madera de pino
Ubicación del equipo:	Granada
Marca:	
Modelo:	Mesa rectangular
Teléfono:	58308013
Fecha de puesta en funcionamiento:	12 de Enero 2019
DATOS DEL PROVEEDOR	
Fabricante y Lugar de origen:	Mueblería Ruiz
Precio:	C\$ 3,000.00
Nombre de proveedor:	Juan Ruiz
Dirección:	Granada, Barrio el Domingazo.
Producto:	

Fuente: Elaboración Propia

Ficha técnica de las sillas

DENTIFICACIÓN Y ESPECIFICACIONES DE EQUIPO	
Nombre del Equipo:	Sillas plásticas
Ubicación del equipo:	Granada, Calle Carazo.
Marca:	Plastimas
Modelo:	

Teléfono:	58308013
Fecha de puesta en funcionamiento:	12 de Enero 2019
DATOS DEL PROVEEDOR	
Fabricante y Lugar de origen:	Plastimas hecho en Nicaragua.
Precio:	C\$ 260.00 cada una
Nombre de proveedor:	Distribuidora la Universal, S.A
Dirección:	Managua Nicaragua.
Producto:	

Fuente: Elaboración propia

Ficha técnica de Punzón de costura de acero.

DENTIFICACIÓN Y ESPECIFICACIONES DE EQUIPO	
Nombre del Equipo:	Punzón de costura de acero
Ubicación del equipo:	Granada Nicaragua
Marca:	Punzón de madera con acero inoxidable
Modelo:	Punta fina
Teléfono:	58308013
DATOS DEL PROVEEDOR	
Fabricante y Lugar de origen:	Producto hecho en Nicaragua por Aceros Inoxidables. S.A
Precio:	C\$30.00 c/u

Nombre de proveedor:	Aceros inoxidables S.A
Dirección:	Managua, Nicaragua.
Producto:	

Fuente: Elaboración Propia

Ficha técnica de Tijeras de acero Inoxidables

DENTIFICACIÓN Y ESPECIFICACIONES DE EQUIPO	
Nombre del Equipo:	Tijeras de acero Inoxidables
Ubicación del equipo:	Granada Nicaragua
Marca:	Gingher
Modelo:	220520-1102
Teléfono:	58308013
DATOS DEL PROVEEDOR	
Fabricante y Lugar de origen:	Hecho en China
Precio:	C\$85.00
Nombre de proveedor:	Distribuidora la Universal
Dirección:	Managua, Nicaragua.

Producto:	
-----------	--

Fuente: Elaboración Propia

Ficha técnica de martillo para asentar

DENTIFICACIÓN Y ESPECIFICACIONES DE EQUIPO	
Nombre del Equipo:	martillo para asentar
Ubicación del equipo:	Granada Nicaragua
Marca:	TRUPER
Modelo:	MA-07
Teléfono:	58308013
DATOS DEL PROVEEDOR	
Fabricante y Lugar de origen:	Hecho en China
Precio:	C\$220
Nombre de proveedor:	Aceros Inoxidables.
Dirección:	Managua, Nicaragua.
Producto:	

Fuente: Elaboración Propia

Ficha técnica de Agujas de tejer

DENTIFICACIÓN Y ESPECIFICACIONES DE EQUIPO	
Nombre del Equipo:	Agujas de tejer #6
Ubicación del equipo:	Granada Nicaragua
Marca:	DAMA
Modelo:	06
Teléfono:	58308013
DATOS DEL PROVEEDOR	
Fabricante y Lugar de origen:	Hecho en China
Precio:	C\$25.00
Nombre de proveedor:	Tienda Ruth
Dirección:	Granada, Nicaragua.
Producto:	

Fuente: Elaboración Propia

Costo de la maquinaria y herramientas

Herramienta y utensilios

C\$ 7,760.00

Total	C\$ 7,760.00
--------------	---------------------

Fuente: Elaboración propia

3.3. Capital fijo y vida útil

La vida útil de un activo hace referencia al periodo de tiempo durante el cual se espera que un determinado activo de una empresa contribuya a la generación de ingresos. Para determinar la vida útil de un activo hay que tener en consideración el desgaste por el uso, la participación de factores naturales, los cambios en la demanda de los bienes o servicios a cuya producción o suministro colabora, así como la posible obsolescencia a consecuencia de los avances tecnológicos.

De acuerdo a la ley 822 de concertación tributaria se realizará la depreciación de los activos y se considerará el método de línea recta. Es uno de los métodos de depreciación más utilizados, principalmente por su sencillez y facilidad de implementación, pues sólo requiere de una simple operación aritmética.

Mesas

Depreciación de 2 mesas de tablón de madera (representado en córdobas)

2 mesas de madera de pino					
Años	Depreciación anual	Depreciación Mensual	Valor residual	depreciación acumulada	valor en libros
0	4,800.00				6,000.00
1	960.00	80	1200	1,080.00	5,040.00
2	960.00	80	1200	2,040.00	4,080.00
3	960.00	80	1200	3,000.00	3,120.00
4	960.00	80	1200	3,960.00	2,160.00
5	960.00	80	1200	4,920.00	1,200.00

Fuente: Elaboración Propia

Comparamos dos mesas de tablón de madera a un costo de C\$ 3,000.00 cada una Las cuales son utilizadas para la elaboración de las sandalias tejidas. Las mesas tendrán un valor residual de 600 córdobas cada una al final de cinco años de uso de las mismas.

Sillas

Depreciación de 4 sillas plásticas (representado en córdobas)

4 SILLAS DE PLASTICOS					
Años	Depreciación anual	Depreciación Mensual	Valor residual	depreciación acumulada	valor en libros
0	640.00				1,040.00
1	213.33	17.78	400	213.33	826.67
2	213.33	17.78	400	426.66	613.33
3	213.33	17.78	400	640.00	400.00

Fuente: Elaboración Propia

Adquirimos cuatro sillas de plásticos para brindar comodidad a las trabajadoras al momento de elaborar las sandalias tejidas a mano. Costo de las sillas C\$ 260.00 córdobas cada una que tendrán un valor residual de C\$100.00 al final de su vida útil en tres años.

Punzón de costura de acero

Depreciación de punzón de costura de acero (representado en córdobas)

2 PUNZON DE COSTURA DE ACERO					
Años	Depreciación anual	Depreciación Mensual	Valor residual	depreciación acumulada	valor en libros
0	60.00				60.00
1	20.00	1.67	-	20.00	40.00
2	20.00	1.67	-	40.00	20.00
3	20.00	1.67	-	60.00	0.00

Fuente: Elaboración Propia

Para la elaboración de las sandalias tejidas utilizamos esta herramienta para perforar las suelas y luego tejerlas. La compra de cada punzón cuesta C\$30.00 córdobas que tiene una vida útil de 3 años ya que es

una herramienta de larga duración por su material de acero inoxidable. Una vez terminada la vida útil se desecha.

Tijeras

Depreciación de tijeras (representado en córdobas)

2 TIJERAS					
Años	Depreciación anual	Depreciación Mensual	Valor residual	depreciación acumulada	valor en libros
0	170.00				170.00
1	85.00	7.08	-	85.00	85.00
2	85.00	7.08	-	170.00	0.00

Fuente: Elaboración Propia

Esta herramienta es esencial en la elaboración de las sandalias tejidas ya que cortamos constantemente los hilos crochet para afianzar los cortes. Estos tienen un costo de C\$85.00 córdobas cada uno y tienen una vida útil de dos años. Posteriormente se desechan ya que pierden su filo.

Martillo para asentar

Depreciación de martillo para asentar (representado en córdobas)

2 MARTILLO PARA ASENTAR					
Años	Depreciación anual	Depreciación Mensual	Valor residual	depreciación acumulada	valor en libros
0	280.00				440.00
1	56.00	4.67	160	80.00	384.00
2	56.00	4.67	160	136.00	328.00
3	56.00	4.67	160	192.00	272.00
4	56.00	4.67	160	248.00	216.00
5	56.00	4.67	160	304.00	160.00

Esta herramienta la utilizamos para asentar las plantillas a las suelas para tener un mejor pegado. Cada martillo cuesta C\$220.00 cada una y tendrá un valor residual de C\$80.00 correspondientes.

Agujas de tejer

Depreciación de agujas de tejer (representado en córdobas)

AGUJAS DE TEJER					
Años	Depreciación anual	Depreciación Mensual	Valor residual	depreciación acumulada	valor en libros
0	50.00				50.00
1	50.00	4.17	-	50.00	0.00

Esta herramienta es la más relevante para la elaboración de las sandalias tejidas a Crochet ya que con ella se hace el corte para la capellada de nuestra sandalia. Cada aguja cuesta C\$25.00 córdobas es de material de acero, y tiene una vida útil de doce meses luego de ese período la desechamos.

3.4. Capacidad planificada

Con respecto a la capacidad planificada de **Ponce's Crochet**, se tomaron en cuenta: factor de la demanda insatisfecha, la cantidad de materia prima existente en el inventario, el tiempo de trabajo de cada operario por elaboración del calzado, el nicho del mercado al cual se lanzará el producto y de esta manera determinar la cantidad de sandalias que se puede elaborar. Al tomar todas estas variables se pretende crear el producto con eficacia y eficiencia.

Mano de Obra Directa

Capacidad

Capacidad de la Mano de Obra

Mano de obra (Operario 2)	1 par de sandalias * 4 hrs
------------------------------	----------------------------

Fuente: Elaboración propia

Referente a la tabla anterior, se presentarán las proyecciones por día, semana, mes y año y de esta manera determinar la cantidad exacta del porcentaje de materia prima para la elaboración del calzado.

3.4.1. Capacidad instalada

Capacidad del producto

Capacidad del producto

Detalles	Día	Semanal	Mensual	Anual
1 par * 4 horas Dos operarios * 8 horas laborales	4 pares			
04 pares* 6 días		24 pares		
24 pares semanales* 4 semanas			96 pares	
96 pares mensuales* 12 meses				1,152 pares

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla anterior observamos que el 100% de la capacidad anual de producción de sandalias tejidas es de 1,152 pares anuales con 6 días laborales y 8 horas diarias. Sin embargo, tomando en cuenta las jornadas laborales por días feriados nacionales y días asueto la capacidad real es de 1,200 pares promedio al año, correspondientes a 300 días disponibles de trabajo.

Nuestra proyección de ventas para el año 1 es del 100% de nuestra capacidad real, es decir nuestra producción es de 1,200 pares de sandalias tejidas a crochet. Cubriendo la demanda según el estudio de mercado realizada.

En el segundo año aumentaremos nuestra producción contratando un trabajador más para incrementar nuestra producción y capacidad real para la producción de un total de 1,800 pares de sandalias anual. Para satisfacer la demanda potencial de nuestras clientas que desean adquirir nuestro producto.

Y en el tercer año proyectamos producir 2,400 pares de sandalias aumentando el 100% de nuestra producción en relación al año uno. Para penetrar en el canal tradicional con gran parte de la población nicaragüense especialmente en la zona urbana de la ciudad de Granada.

3.4.2. Capacidad efectiva

$$\begin{array}{rcl}
 \text{CAPACIDAD} & \text{horas disponibles de producción -} & 8,496 - 453 = 2,010 \\
 \text{EFECTIVA} = & \text{horas inactivas} & = \\
 & \text{Promedio de horas para producir} & \frac{\quad}{4} \\
 & \text{una unidad} &
 \end{array}$$

3.4.3. Capacidad real

$$\begin{array}{rcl}
 \text{CAPACIDAD REAL} = & \text{Unidades Producidas al día según} & 4 * 300 = 1,200 \text{ pares} \\
 & \text{MOD disponible * Días disponibles} & \text{anuales} \\
 & \text{p/producción} & =
 \end{array}$$

3.4.4. Capacidad conforme la demanda

Según nuestro cálculo de nuestra demanda insatisfecha tenemos una población de 4,661 personas, y la capacidad real de nuestro de producto para el primer año es de 1,200 pares equivalente al 25.74% de la demanda insatisfecha. Para el segundo año de nuestra proyección de ventas planificamos abastecer al 38% de la población insatisfecha con 1,800 pares y en el tercer año el 51.49% con la elaboración de 2,400 pares, con un crecimiento anual de 600 pares.

3.5. Ubicación y distribución física

La ubicación del negocio es muy importante ya que influye mucho por los clientes y nos favorezca la visibilidad de nuestro producto, ya que donde estaremos ubicado será cerca de una empresa por lo tanto esto nos ayudara a decepcionar más clientes y así mismo se ubica en un punto donde no está alejado al centro de la ciudad de Granada maximizando así la capacidad de nuestro negocio para atraer clientes.

Vías de comunicación

En este punto tomamos en cuenta la localización de nuestra empresa ya que tenemos accesos a carreteras ya que es esencial para el funcionamiento del negocio y así mismo para el acceso de nuestros clientes.

Presencia de la competencia

Cerca de nuestra localización no contamos con una competencia ya sea directa o indirecta ya que en el área no se encuentra ningún taller o tipo de negocio que distribuya lo mismo.

Característica del espacio elegido

Así mismo tomamos en cuenta que el local que elegimos cuenta con las medidas necesarias de seguridad que permite un correcto desarrollo de nuestra actividad comercial.

3.5.1. Macro localización

Se decidió instalar el proyecto **Ponce's Crochet** en la ciudad de Granada ubicándonos en el Barrio Calle Carazo, costado norte de la empresa MONISA, ya que somos residentes de este municipio, en esta localidad tenemos ventajas en la distribución del producto así mismo contamos con agua potable, energía y comunicación para el fácil acceso a distribuidores y consumidores.

3.5.2. Micro localización

En la siguiente ilustración se identifica la dirección del local donde se elaboran las sandalias tejidas a manos del emprendimiento **Ponce's Crochet** ubicándonos en el costado norte empresa MONISA, Barrio Calle Carazo. Así mismo pretendemos aprovechar la cercanía de supermercados, pulperías y a esta empresa reconocida como lo es "MONISA", los cuales serán nuestros clientes potenciales, al igual teniendo cerca la estación policial de la ciudad de Granada para brindarle seguridad al negocio y a nuestros clientes.

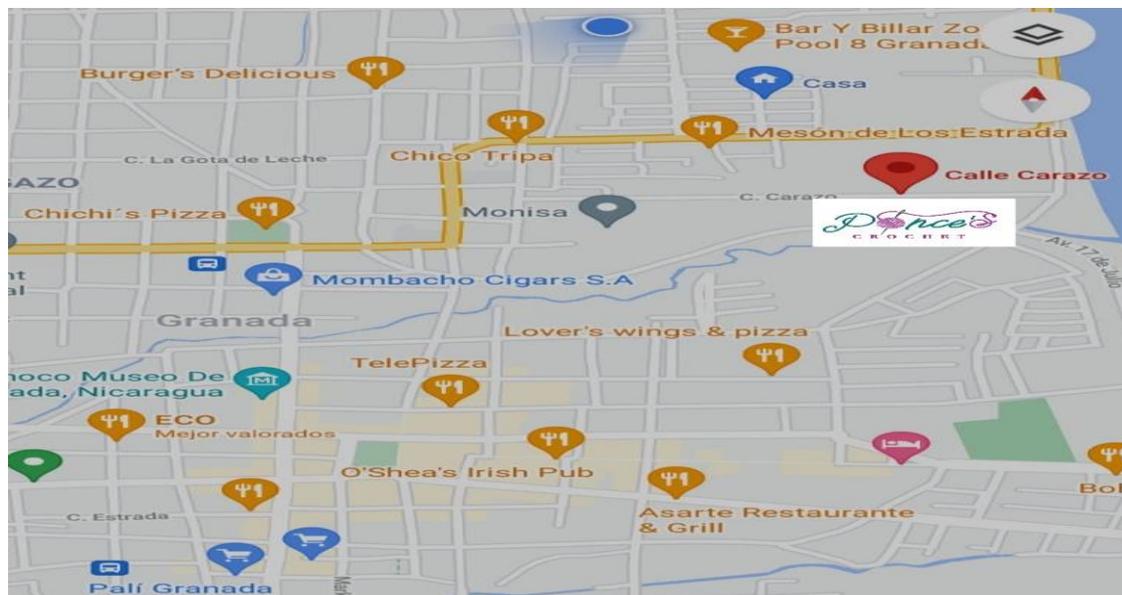


Ilustración 23: Micro localización

3.5.3. *Distribución física del negocio*

La distribución física de mercancías consiste en el conjunto de actividades que realiza una empresa para movilizar sus productos terminados desde el punto de producción hasta el consumidor final. En este sentido, en la distribución física interviene tanto la distribución comercial como la distribución logística. Por un lado, la comercial se refiere a todos los procesos transaccionales (compras, ventas, pedidos, documentación, etc.). Por otro lado, la logística se refiere a las operaciones y a los flujos de materiales (almacenamiento, despachos, transporte logístico, etc.)

Por tanto, de una adecuada gestión de la distribución física depende que el producto llegue a tiempo y en buenas condiciones a su destino, garantizando así la satisfacción del cliente y la buena reputación de la marca.

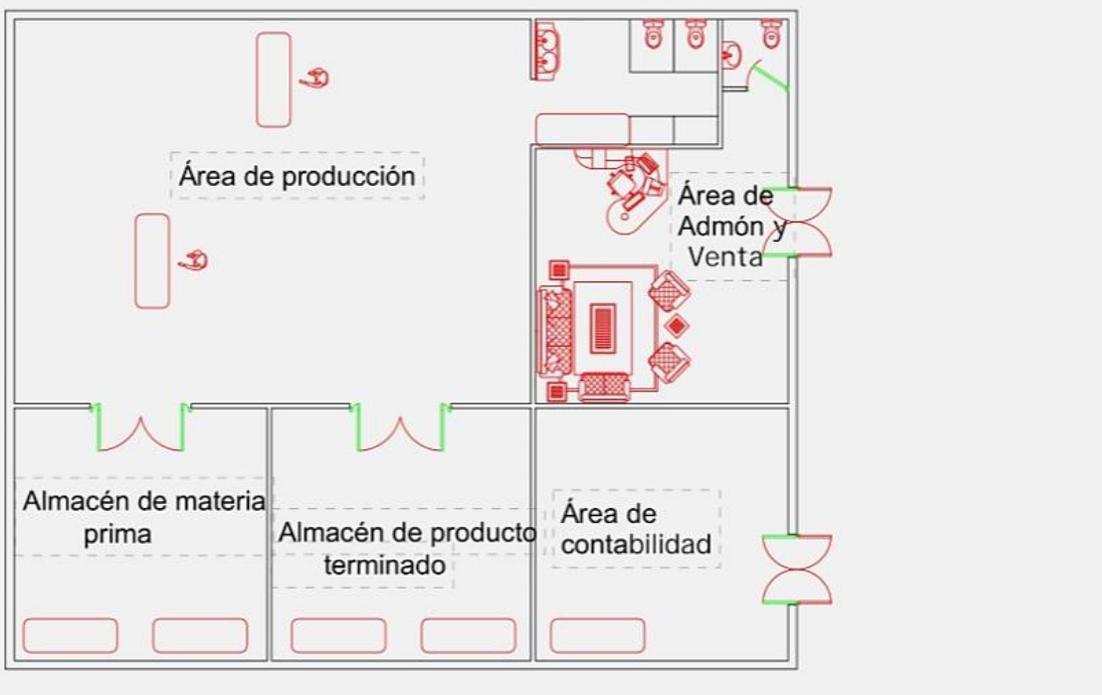


Ilustración 24: Plano del Local

Fuente: Elaboración Propia

3.6. Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad

Materia Prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final. Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante el proceso de transformación permitieron la confección del producto final.

Materia Prima Directa todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima debe ser perfectamente identificable y medible, para poder determinar tanto el costo final del producto como su composición. En el proyecto Ponce's Crochet el material directo que se utilizará es el Hilo Crochet siendo este material el principal de la elaboración y diseño de las sandalias.

Materia Prima Indirecta son todos los materiales sujetos a transformación, que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados, por ejemplo, en **Ponce's Crochet** los MPI son: plataforma de PVC, hebillas metálicas, forros para plantillas, pegamento, empaque y etiqueta. Los materiales indirectos son aquellos necesarios y que son utilizados en la

elaboración de un producto, pero no son fácilmente identificables o que no a merita llevar un control sobre ellos y son incluidos como parte de los costos indirectos de fabricación como materiales indirectos.

Tablas de los proveedores y tabla del costo de la materia prima para la producción de 100 pares de sandalias tejidas a mano con crochet, equivalente a un mes.

Proveedores	Materia Prima	Dirección
Tienda Ruth	Hilo Crochet	Mercado munic. Granada
DIMUSA	<ul style="list-style-type: none"> • Plataforma PVC • Hebillas metálicas • Forros para plantilla • Pegamento 	Masaya , mercado municipal
E. Chamorro	<ul style="list-style-type: none"> • Empaque 	Frente a MARENA
Imprenta Kenia	<ul style="list-style-type: none"> • Etiqueta 	Calle Cuiscoma, Granada

	Materia prima	unidad de medida	cantidad	Prec. Unit.	Total
M.D.	Hilo	Rollo		70	7,000.00
	crochet	100			
	Plataforma de PVC	Par	100	100	10,000.00
	Hebillas	Par	100	5	500.00
	Metálicas				
	Forros p/plantilla	Par	100	40	4,000.00
M.I	Pegamento	Galn	1	214	214.00
	Empaque	Und	100	15	1,500.00
	Etiqueta	Und	200	5	1,000.00
	Subtotal				24,214.00

3.7. Mano de obra, su costo y disponibilidad

En términos económicos, se entiende por mano de obra tanto el esfuerzo físico y mental llevado a cabo por un trabajador para fabricar, reparar, o mantener un bien, como a la remuneración económica que dicho trabajador implica, ósea, el precio de los servicios de los trabajos.

Mano de obra directa es aquella que se encuentra involucrada en el circuito productivo. Sus labores, indispensables pueden asociarse fácilmente al bien o al servicio obtenido.

Tablas de la mano de obra costo

Operario 1 para la producción de sandalias tejidas a crochet

Costo de Mano de obra 1 (representado en córdobas)

Función	Horas laborables	Valor a pagar por hora laborada	Salario por día de trabajo	Salario mensual
----------------	-------------------------	--	-----------------------------------	------------------------

Recepción de m.p para la producción.				
Perforación de suela				
Tejer el borde de suela y plantilla	8 horas x día	19.38	155.05	4,651.47
Tejer corte de capellada y fajitas de amarres				

Fuente: Elaboración propia

Operario 2 para la producción de sandalias tejidas a crochet

Costo de Mano de obra 2 (representado en córdobas)

Función	Horas laborables	Valor a pagar por hora laborada	Salario por día de trabajo	Salario mensual
----------------	-------------------------	--	-----------------------------------	------------------------

Ensamblar las sandalias				
Afianzar la capellada delantera y trasera	8 horas x día	19.38	155.05	4,651.47
Colocar etiquetas				
Empacar las sandalias				

Fuente: Elaboración Propia

3.8. Gastos generales de producción

Se entiende por gastos generales de producción el conjunto de costos indirectos relacionados con la elaboración del producto, entendiéndose por costos indirectos aquellos que se conocen de forma global que no se pueden imputar por unidad producida esto están relacionados con la elaboración del producto y con su transformación.

Es importante destacar el hecho que los gastos generales de producción juegan un papel preponderante a la hora de calcular el costo final del producto, puesto que su participación en el costo final es cada día más elevada.

Gastos generales de producción de un mes

Materia Prima	C\$7,000.00
Mano de Obra Directa	C\$9,302.94
Costos Indirectos de Fabricación	C\$ 17,214.00
Total	C\$ 33,516.94

4. Plan de organización y gestión

4.1. Marco legal (forma jurídica)

Es importante que la pequeña y mediana empresa este formalizada, porque esto le permite tener acceso a todos los programas, derechos e incentivos que la LEY DE PROMOCIÓN, FOMENTO Y DESARROLLO DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (LEY MIPYME - N°645) y el estado otorgan para su desarrollo.



Ilustración 25: Beneficios de formalizar un Negocio

Fuente: Guía del Emprendedor, Comisión Nacional de Economía Creativa.

Beneficio de estar formalizado para los negocios

- Acceso a beneficios fiscales de acuerdo a la lista taxativa.
- Las exportaciones de bienes de producción nacional o servicios prestados al exterior se le aplicara una tasa del 0% de Impuesto al Valor Agregado (IVA).
- Puede aplicar un crédito tributario a los anticipos o IR anual con previo aval de la administración tributaria en un monto equivalente al 1.5% del valor FOB de las exportaciones.
- Al realizar inscripción ante INSS y Ministerio del Trabajo, se aplica el salario mínimo para MIPYME.

• Acceso a los programas y proyectos impulsados por nuestro buen gobierno.

(Oportunidad de participar de ferias y ruedas de negocios y eventos a nivel internacional.)

El proceso de formalización de nuestro negocio inicia en la VUI (Ventanilla Única de Inversiones) que es un centro de formalización empresarial, donde puedes dirigirte para inscribir tu negocio bajo la modalidad de régimen general persona natural y régimen general persona jurídica. Algunos de los servicios que puedes encontrar en la VUI son:

- ✓ Orientación, Asesoría, Asistencia técnica gratuita a los empresarios y el seguimiento en el proceso de formalización de Empresa.
- ✓ Gestión de solicitudes: Registros, costos, aspectos fiscales, Aspectos legales, Permisos adicionales, entre otros.
- ✓ Entrega de documentos necesarios para operar.

Estas ventanillas físicas las puedes encontrar en los departamentos de: Managua, Rivas, Masaya, Estelí, Matagalpa, León, Chinandega y Juigalpa.

Inscripción persona natural (cuota fija y régimen general)

Administración de renta.

RUC, (Registro Único de Contribuyente) Acude a la Administración de Rentas más cercana al domicilio donde realizará su actividad económica, presentando los siguientes Requisitos:

Persona Natural (CUOTA FIJA):

1. Tener la edad de 18 años cumplidos.

2. Documento de identificación ciudadana:

a) 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.

b) Nacionales residentes en el exterior: Pasaporte y/o Cédula de Residencia en el extranjero, en base al artículo 1 de la Ley N° 514 Ley de Reforma a la Ley N° 152, Ley de Identificación Ciudadana.

c) Extranjeros: Pasaporte extendido por la autoridad competente de su país de nacionalidad, de conformidad a lo establecido en Artos. 87, 89 y 213 de la Ley N° 761, Ley General de Migración

y Extranjería; Arto. 65, inciso 2 y Arto. 69, inciso 1.3 de su reglamento. La Cédula de residencia permanente condición 1 (A TRABAJAR) queda de manera opcional, o sea si la persona solicita que la inscriban con dicho documento.

3. Documentos para hacer constar el Domicilio Fiscal:

Debe presentar al menos una de las siguientes facturas de servicios básicos: agua, energía eléctrica, teléfono o contrato de arriendo del inmueble. Si la factura no está a su nombre, debe adjuntarle constancia de la persona que aparece reflejada en la misma.

4. En caso de ser una tercera persona quien realiza el trámite, la representación deberá ser mediante un escrito simple.

Persona Natural (RÉGIMEN GENERAL):

1. Tener la edad de 18 años cumplidos.

2. Documento de identificación ciudadana:

a) 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.

b) Nacionales residentes en el exterior: Pasaporte y/o Cédula de Residencia en el extranjero, en base al artículo 1 de la Ley N° 514 Ley de Reforma a la Ley N° 152, Ley de Identificación Ciudadana.

c) Extranjeros: Pasaporte extendido por la autoridad competente de su país de nacionalidad, de conformidad a lo establecido en Artos. 87, 89 y 213 de la Ley N° 761, Ley General de Migración y Extranjería; Arto. 65, inciso 2 y Arto. 69, inciso 1.3 de su reglamento. La Cédula de residencia permanente condición 1 (A TRABAJAR) queda de manera opcional, o sea si la persona solicita que la inscriban con dicho documento.

3. Documentos para hacer constar el Domicilio Fiscal: Al menos una de las siguientes facturas de servicios básicos: agua, luz, teléfono o contrato de arriendo del inmueble. En caso de que las facturas mencionadas no estén a nombre del solicitante, debe presentar "Declaración Notarial", indicando las generales de ley (nombre, estado civil, oficio, dirección domiciliar, dirección del negocio o empresa y la dirección para oír notificaciones).

4. Servicios Profesionales: Título o Carta de Egresado, que lo acredita como Técnico o Profesional, emitido por el Instituto Técnico o la Universidad correspondiente, sin perjuicio de que quien no

posea estos documentos también están obligados a inscribirse en el Registro Único del Contribuyente (RUC).

5. En caso de que sea una tercera persona quien realiza el trámite, debe presentar Poder Especial notariado, según lo establecido por el artículo 82 del Código Tributario y Cédula de Identificación Ciudadana.

La Administración Tributaria no aplica ningún arancel, pero si es importante señalar que, para el proceso de la inscripción se completa el formulario DUR (Documento Único de Registro) con el cual simultáneamente se inscribe en DGI, Alcaldía e Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS).

Matricula de la Alcaldía

Cualquier persona, natural o jurídica que realice una actividad económica debe notificar a la alcaldía de su respectivo municipio y solicitar su matrícula. El requerimiento de la matrícula del negocio como usualmente se le conoce, está establecido en los planes de arbitrio municipales, es necesario que el negocio tenga su Registro único de Contribuyente.

¿Qué requisitos debe presentar?

- Original y copia del número RUC.
- Original y Copia de la cedula de identidad.
- Solvencia municipal o boleta de no contribuyente.
- Carta poder (si actúa en representación del contribuyente).
- Especificar el barrio, teléfono y dirección exacta del negocio y del dueño de la actividad.
- Completar el Formulario de apertura de matrícula de cuota fija debidamente. El valor de la matrícula del negocio se establece según el tipo de actividad económica, entre C\$ 80.00 a C\$ 1,500.00 córdobas.

REGISTRO DE MARCA

La marca es el símbolo que identifica tu producto o servicio en el mercado y los hace diferente al resto de los demás.

El registro de la marca es proceso legal que se hace conforme a la ley 380, “LEY DE MARCA Y OTROS DISTINTIVOS”.

Para realizar el registro el registro debe presentarse al MIFIC, en la Dirección General de Registro y propiedad Intelectual (RPI):

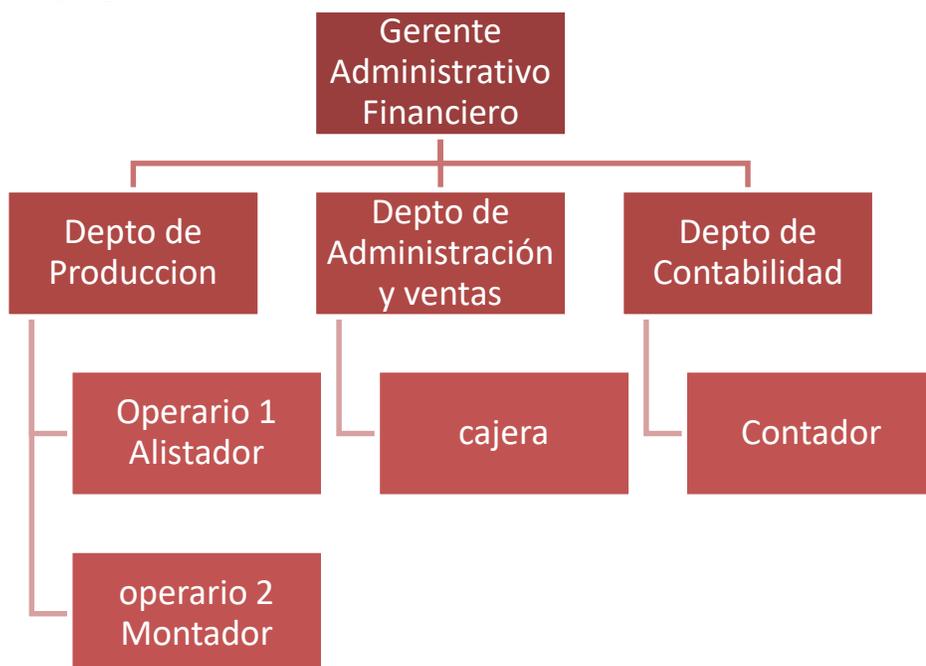
- Llena el formulario con la información de tu negocio.
- En el caso de enviar a un apoderado, éste debe presentar un poder de representación que lo acredite para registrar tu marca.
- Presenta el documento gráfico de la marca (grafía, forma o color especiales, marca figurativa, mixta o tridimensional).
- Examen de forma: Verifica que esta no tenga duplicidad y que todos sus detalles sean acordes a la descripción.
- Publicación en La Gaceta Diario Oficial.
- Periodo de oposición: Plazo menor de 2 meses con fundamentos y pruebas.
- Examen de fondo: Es una verificación que se realiza con el auxilio del sistema informático y base de datos de marcas concedidas o en trámite.
- Resolución: Hace constar la titularidad y vigencia de la marca registrada, la cual deberá ser publicada en el diario Oficial La Gaceta.
- Emisión del certificado.

Inversión para la inscripción de tu marca:

- Tasa básica: U\$ 135 Dólares, se paga al solicitar el registro.
- Tasa complementaria: U\$ 65 dólares.
- Formulario: U\$ 2 dólares.
- Publicación en la Gaceta Diario Oficial: C\$ 800.00 córdobas.

4.2. Estructura de la organización

Ilustración: Organigrama de Ponce's Crochet



Fuente: Elaboración Propia

Como podemos observar en la imagen anterior, el gerente general es quien está encargado del personal en general y velará por su seguridad y utilizar las medidas necesarias para que el proceso fluya correctamente en la microempresa para cumplir a cabalidad los objetivos de la misma.

Ilustración: Distribución de cargo

Nombre del cargo	N° de personas en el cargo
Gerente General / Contador	1
Encargados del depto. producción	2

Encargado del depto. de ventas	1
Total:	4

Lineamientos Organizacionales

Misión

Elaborar y ofertar un producto de calidad que satisfaga las necesidades a un costo al alcance de su bolsillo. Así mismo, contar con el personal altamente capacitado para dar la atención y comodidad adecuada a nuestros clientes.

Visión

Ser una empresa de referencia con un producto de calidad, costo accesible y que compense la necesidad de nuestros clientes.

Valores

Honradez: Nos caracterizamos por conductas que demuestran el desempeño laboral

- Al actuar siempre con rectitud y veracidad; cumplir con el correcto proceder en el desempeño de su cargo y en todos sus actos: servicial, oportuno, amable, esmerado, disciplinado, pertinente y considerado, cabal, justo, moral y no generando dudas respecto a lo que se espera.

- Al cumplir siempre con el trabajo, utilizar el tiempo laboral para realizar las tareas propias del cargo con el mejor esfuerzo y esmero, haciendo buen uso de los recursos y evitando el desperdicio y con el cuidado debido.

- Al actuar con rectitud y en el uso, manejo, y protección de los bienes de la institución contra cualquier pérdida, uso indebido, irregularidad o acto ilegal.

Lealtad: Es una actitud de profundo compromiso de los empleados con la empresa y se manifiesta en las cosas a las que nuestros subordinados están dispuestos a renunciar o a hacer con sacrificio por el bien de la pyme **"Ponce's Crochet"**.

Fidelidad / Confidencialidad: Es la exactitud o puntualidad en la ejecución de una acción. La fidelidad es la virtud para dar cumplimiento a una promesa. El compromiso con nuestro trabajo nos caracteriza por ser fiel y guardar sigilo profesional tanto el área de producción como ventas y administración.

Amabilidad: La importancia de la amabilidad en nuestro trabajo. Una de las principales claves para generar un buen ambiente de trabajo es la amabilidad entre compañeros.

Cortesía: Nos caracterizamos por ser cortés con nuestros clientes. Desde el momento que atendemos a los clientes con frases hechas que se utilizan a menudo en la vida diaria y que son símbolo de educación y de respeto hacia la otra persona. ¡Buenos días/tardes/noches!

4.3. Fichas de cargo

Las fichas de cargo se elaboran con el objetivo de estipular los cargos, tareas y los requisitos necesarios para cumplir con las metas deseadas por la empresa y por ende mantener el orden en cada una de las funciones llevada a cabo por los colaboradores de Ponce's Crochet. De esta forma se crea una empresa factible que brinde y cumpla con los deseos de los clientes potenciales. Un cargo es la reunión de todas aquellas actividades realizadas por una sola persona, que pueden unificarse en un solo concepto y ocupa un lugar formal en el organigrama.

La descripción y el análisis de cargos tienen que ver directamente con la productividad y competitividad de las empresas, ya que implican una relación directa con el recurso humano que en definitiva es la base para el desarrollo de cualquier organización. Son herramientas que permiten la eficiencia y eficacia de la administración de personal, tomando en cuenta que se mantendrá un orden en las actividades estipuladas.

Ficha de cargo del Gerente General

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	PC 001
		Edición:	1
		Fecha:	01 Enero 2019
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:			
Gerente Administrativo Financiero			
Funciones:			
<ul style="list-style-type: none"> • Ejercer autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales • Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización determinando los factores críticos, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa. 			

- Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.
- Preparar descripciones de tareas, y objetivos individuales para cada área funcional liderada por su gerente.
- Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.
- Mantener contacto continuo con proveedores en busca de nuevas tecnologías y herramientas más adecuada para la ejecución de los proyectos.
- Responsable de preparar los estados financieros y entregar soporte a todas las unidades, supervisando y manteniendo la normativa contable de la empresa.
- Responsable de elaborar los análisis e informes contables y financieros sugiriendo medidas tendientes a optimizar resultados.
- Responsable de llevar el control de las ventas y distribución de los productos al inicio de las operaciones.

COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO
FORMACIÓN

Licenciatura en admón. de empresas, Posgrado o diplomado en gerencia

Diplomado en finanzas

EXPERIENCIA

3 a 5 años en cargo de dirección y/o gerencia general

APTITUDES

Pensamiento crítico, comunicación, auto control, capacidad de planificar, creatividad.

Observaciones

Fecha: _/_/_

Fuente: Elaboración Propia

Ficha de cargo de los operarios

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código: PC 002
		Edición: 1
		Fecha: 01 Enero 2021
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:		

Operarios – Alistador

Funciones:

- Este es el encargado de darle su debido proceso a toda la materia prima de Crochet.
- El alistador arma cada corte de las sandalias. (Delantero, talonera y amarre)
- Elije los tonos de hilos de acuerdo a las especificaciones de nuestras clientas.
- Prepara cada instrumento que va utilizar en el proceso de elaboración de las sandalias.
- Limpiar y quemar los hilos después de haber tejido para un mejor acabado.
- Alista los cortes al montador ya que este depende del trabajo del alistador para completar el calzado.
- Pega las etiquetas en el corte de las sandalias.
- Dejar limpio y ordenado el lugar de trabajo como las bodegas de insumos.
- Cualquier otra función que le sea encomendada su jefe inmediato para fines de la microempresa.

COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO

FORMACIÓN

Bachiller

EXPERIENCIA

2 a 3 años de experiencias como alistador de calzado para damas.

Saber tejer.

APTITUDES

Comunicación, trabajo en equipo, rapidez y creatividad.

Observaciones

Fecha: __/__/__

Fuente: Elaboración Propia

Tabla # : Ficha de cargo de los operarios

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	PC 003
		Edición:	1

 <p>Pance's C R O C H E T</p>		Fecha: 01 Enero 2021
DENOMINACIÓN DEL PUESTO: <p style="text-align: center;">Operarios montador</p>		
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> • El montador arma completamente las sandalias con los cortes y cajuelas o suelas. • Quemar los hilos para un mejor acabado. • Revisa los últimos detalles de cada sandalia. • Pone etiquetas y empaca el producto para ser llevado a nuestras clientas. • Ambos trabajan en conjunto para terminar cada par de sandalias según las especificaciones de nuestro cliente. • Pasar el producto terminado al vendedor para que informe al cliente y tome las fotos de las sandalias. • Ordenar su área de trabajo • Utilizar correctamente el material y utensilios. • Cualquier otra tarea encomendada por su jefe inmediato a fin de cumplir con los objetivos de la microempresa. 		
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO		
<p style="text-align: center;">FORMACIÓN</p> <p style="text-align: center;">Bachiller</p>		
<p style="text-align: center;">EXPERIENCIA</p> <p style="text-align: center;">2 a 3 años de experiencias como montador de calzado para damas.</p> <p style="text-align: center;">Saber tejer.</p>		
APTITUDES Orden, calidad, trabajo en equipo, rapidez y creatividad.		

Observaciones	Fecha: _/ _/ _

Fuente: Elaboración Propia

Tabla # : Ficha de cargo de vendedor.

 <p>Ponce's C R O C H E T</p>	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código: PC 004
		Edición: 1
		Fecha: 01 Enero 2021
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:		
Responsable de Ventas		
Funciones:		
<ul style="list-style-type: none"> • Tener pleno conocimiento de las características del producto • Saber sobre el mercado y la distribución del producto • Este es el encargado de vender el producto terminado • Hacer publicidad en las redes sociales, de la página Ponce's Crochet ofertando y recomendando nuestras sandalias tejidas. • Atender de la mejor manera a cada clienta, haciéndola sentir especial y segura de su compra. • Conocer el perfil de los clientes • Recomendar a las clientas los diseños de acuerdo a sus gustos y preferencias. • Agendar los pedidos de cada clienta e informarles cuando su producto está terminado. • Realizar publicaciones y estados atractivos, informando a nuestras clientas cuando tengamos promociones en días festivos. • Mantener la lealtad y respeto por la empresa • Colocarse metas de ventas • Conseguir pedidos 		
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO		
FORMACIÓN		
Universitario o Lic. En marketing.		

EXPERIENCIA	
Tener 2 o 3 años de experiencia en el área de ventas de canal tradicional.	
APTITUDES	
Buena comunicación, hacer buenas fotos, proactividad , creatividad, sociable, confidencialidad.	
Observaciones	Fecha: _/ _/ _

Fuente: Elaboración Propia

4.4. Actividades y gastos preliminares

Para iniciar operaciones se debe de cumplir con el marco legal antes mencionado, según el sector económico de nuestro negocio se realizaron los siguientes trámites y costos en los que se incurrieron para llevar a cabo el funcionamiento de **Ponce's Crochet**. El cual está detallado en la siguiente tabla:

Tabla de Gastos Preliminares

Gastos generales de la empresa	Costo
Registro mercantil	
Papel sellado con timbres fiscales	85.00
Solicitud de Comerciante	300.00
Sellado de libros contables (Libros contables Diario y Mayor)	Libros de 200 páginas 100.00 c/u Más de 200 páginas 0.50 c/página
Sub total	585 .00
DGI	
Obtención de timbre fiscal	70.00
Sub total	70.00
Alcaldía municipal	
Matrícula	100.00

Plan de arbitrio municipal Artículo 6.	Cuando se trate de apertura será el 1% del capital invertido
Sub total	100.00
BOMBEROS	
Inspección del sistema eléctrico	400.00
Sub total	400.00
MIFIC	
Solicitud por Registro de Marca	4,752.00
INSTITUTO NICARAGUENSE DE CODIFICACION	
Registro de marca (Por categoría) y Búsqueda de antecedentes de marcas	2,288.00
Formulario	70.40
Publicación en Gaceta Diario Oficial	800.00
Sub Total	7,910.40
Total	9,065.40

4.5. Equipos de oficina

Lo primero a considerar es que, el mobiliario debe ser elegido de acuerdo con las necesidades y funciones de los usuarios que lo ocuparán, tomando en cuenta su utilidad para no tener ni más ni menos de lo que requerimos esencialmente.

Una oficina es un local que se destina a la realización de algún trabajo. Se trata de un espacio físico que puede estar organizado de distintas formas y presentar diversas características de acuerdo a su función.

Mobiliario	Descripción	Costo
Depto. de administración		unitario

	<p>El escritorio es usado frecuentemente en el entorno de trabajo de oficina, para leer, escribir sobre él, para usar utensilios sencillos como lápiz y papel o complejos como una computadora.</p>	<p>3,500.00</p>
	<p>Una silla de oficina es un tipo de silla que está diseñada para su uso en un escritorio en una oficina, por lo que tiene una gran influencia en el rendimiento laboral, la productividad y la salud de los empleados.</p>	<p>2,500.00</p>
	<p>La computadora, es un equipo indispensable es una máquina electrónica que permite procesar y acumular datos.</p>	<p>7,000.00</p>
<p>Equipo de Venta</p>		

	<p>El mueble exhibidor será usado para colocar nuestro producto terminado y este a la vista de los clientes .</p>	<p>3,000.00</p>
	<p>Espejo de 2 metros estará ubicado en el área de recepción para que nuestros visualicen como lucen nuestros calzados .</p>	<p>2,000.00</p>

Total, Inversión de equipos de oficina y área de venta: **C\$ 18,000.00**

DEPRECIACIONES

Tabla: depreciación de escritorio (Expresado en córdobas)

ESCRITORIO					
Años	Depreciación anual	Depreciación Mensual	Valor residual	depreciación acumulada	valor en libros
0	3,000.00				3,500.00
1	600.00	50	500	600.00	2,900.00
2	600.00	50	500	1,200.00	2,300.00
3	600.00	50	500	1,800.00	1,700.00
4	600.00	50	500	2,400.00	1,100.00
5	600.00	50	500	3,000.00	500.00

Tabla: depreciación de silla de escritorio (Expresado en córdobas)

SILLA DE ESCRITORIO					
Años	Depreciación anual	Depreciación Mensual	Valor residual	depreciación acumulada	valor en libros
0	2,000.00				2,500.00
1	666.67	55.56	500	666.67	1,833.33
2	666.67	55.56	500	1,333.34	1,166.67
3	666.67	55.56	500	2,000.00	500.00

Tabla: depreciación de computadora (Expresado en córdobas)

COMPUTADORA					
Años	Depreciación anual	Depreciación Mensual	Valor residual	depreciación acumulada	valor en libros
0	5,600.00				7,000.00
1	1,120.00	155.55	1400	1,120.00	5,880.00
2	1,120.00	155.55	1400	2,240.00	4,760.00
3	1,120.00	155.55	1400	3,360.00	3,640.00
4	1,120.00	155.55	1400	4,480.00	2,520.00
5	1,120.00	155.55	1400	5,600.00	1,400.00

Tabla: depreciación de mueble exhibidor (Expresado en córdobas)

MUEBLE EXHIBIDOR					
Años	Depreciación anual	Depreciación Mensual	Valor residual	depreciación acumulada	valor en libros
0	2,250.00				3,000.00
1	450.00	37.5	750	450.00	2,550.00
2	450.00	37.5	750	900.00	2,100.00
3	450.00	37.5	750	1,350.00	1,650.00
4	450.00	37.5	750	1,800.00	1,200.00
5	450.00	37.5	750	2,250.00	750.00

Tabla: depreciación de espejo (Expresado en córdobas)

ESPEJO 2 METROS					
Años	Depreciación anual	Depreciación Mensual	Valor residual	depreciación acumulada	valor en libros
0	1,500.00				2,000.00
1	300.00	25	500	300.00	1,700.00
2	300.00	25	500	600.00	1,400.00

3	300.00	25	500	900.00	1,100.00
4	300.00	25	500	1,200.00	800.00
5	300.00	25	500	1,500.00	500.00

4.6. Gastos operativos

Los gastos administrativos son aquellos que se originan en el ejercicio de la dirección, organización y administración, evitando ser catalogados en la actividad ordinaria de la empresa. Los gastos administrativos sirven para que la empresa pueda llevar a cabo su actividad de manera satisfactoria. Influyen directamente en labores de alta dirección, contratación o contabilidad.

Son en su gran mayoría de tipología fija. Es decir, van a existir sea cual sea el nivel de ventas sin variar apenas en su montante. Además, suelen ser los más difíciles de justificar en términos de ratios de rentabilidad y eficacia, puesto que no participan en la producción o venta.

Gastos administrativos mensuales (representación en córdobas)

Concepto	Precio total			
Alquiler del local	C\$ 5,280.00	C\$ 5,280.00	C\$ 5,280.00	C\$ 5,280.00
Servicios Básicos				
Luz	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00
Agua Potable	C\$ 200.00	C\$200.00	C\$200.00	C\$200.00
Internet	C\$ 593.50	C\$ 593.50	C\$ 593.50	C\$ 593.50
Papelería y útiles	C\$ 350.00	C\$ 350.00	C\$ 350,00	C\$ 350,00
TOTAL	C\$6,923.50	C\$ 6,923.50	C\$ 6,923.50	C\$ 6,923.50

Fuente: Elaboración propia.

NOMINA

Permite efectuar el pago de los empleados de manera ordenada, ahí se especifica la cantidad de dinero que reciben por el trabajo que hicieron durante un determinado tiempo. Además, sirve

como un registro de las percepciones y deducciones de cada uno de ellos, sumando o restando al salario base la cantidad correspondiente por cada concepto.

Es la prueba de que las leyes de trabajo y obligaciones fiscales están siendo cumplidas. Facilitan trámites legales y agilizan el pago de impuestos que conlleva manejar una empresa. Permiten llevar un orden en la contabilidad financiera de la empresa

En Ponce's crochet contamos con 4 colaboradores a continuación detallamos pagos de sus deducciones y prestaciones laborales:

PONCE'S CROCHET
PLANILLA DEL PERSONAL de PRODUCCION
 Correspondiente al mes Enero del 2019

Nombre	Cargo	Salario basico Mensual	Total devengado	Inss laboral 7%	Total a pagar	Inss patronal 21.5%	Intec 2%	Vacaciones	Aguinaldo	Indemnización
Lilliam Ponce	OPERARIA / Alistador	C\$ 4,651.47	C\$ 4,651.47	C\$ 290.72	C\$ 4,360.75	C\$ 837.26	C\$ 93.03	C\$ 387.62	C\$ 387.62	C\$ 387.62
Sary Miranda	OPERARIA/ Montador	C\$ 4,651.47	C\$ 4,651.47	C\$ 290.72	C\$ 4,360.75	C\$ 837.26	C\$ 93.03	C\$ 387.62	C\$ 387.62	C\$ 387.62
Sub Total		C\$ 9,302.94	C\$ 9,302.94	C\$ 581.43	C\$ 8,721.51	C\$ 1,674.53	C\$ 186.06	C\$ 775.25	C\$ 775.25	C\$ 775.25

PLANILLA DEL PERSONAL de ADMINISTRACION Y VENTAS

Heyse Ponce	Gerente/ Contador	C\$ 10,000.00	C\$10,000.00	C\$ 700.00	C\$ 9,300.00	C\$ 2,150.00	C\$ 200.00	C\$ 833.33	C\$ 833.33	C\$ 833.33
Adriana Alvarado	Ejecutiva de ventas	C\$ 6,500.00	C\$ 6,500.00	C\$ 455.00	C\$ 6,045.00	C\$ 1,397.50	C\$130.00	C\$ 541.67	C\$ 541.67	C\$ 541.67
Sub Total		C\$ 16,500.00	C\$ 16,500.00	C\$ 1,155.00	C\$ 5,345.00	C\$ 3,547.50	C\$ 330.00	C\$ 1,375.00	C\$ 1,375.00	C\$ 1,375.00
TOTAL		C\$ 25,802.94	C\$25,802.94	C\$ 1,736.43	C\$ 24,066.51	C\$ 5,222.03	C\$ 516.06	C\$ 2,150.25	C\$ 2,150.25	C\$ 2,150.25

5. Plan financiero

Es la reunión, clasificación, análisis, interpretación de la información financiera. Con objeto de formar un plan combinado de las necesidades financieras, así como de las probables consecuencias financieras de las operaciones.

Los autores (**Stephen et al., 1996**) definen la planificación financiera como la declaración de lo que se pretende hacer en un futuro, y debe tener en cuenta el crecimiento esperado, las interacciones entre financiación e inversión, opciones sobre inversión y financiación y líneas de negocio, la prevención de sorpresas definiendo lo que puede suceder ante diferentes acontecimientos y la factibilidad antes objetivos y metas.

Por su parte **Weston (2006)** plantea que la planificación financiera implica la elaboración de proyecciones de ventas, ingresos y activos tomando como base estrategias alternativas de producción y mercadotecnia, así como la determinación de los recursos que se necesitan para lograr estas proyecciones.

Otros la definen (**Brealey y Myer, 1994**) como un proceso de análisis de las influencias mutuas entre las alternativas de inversión y financiación, proyección de las consecuencias futuras de las decisiones presentes, decisión de las alternativas a adoptar y por ultimo comparación del comportamiento posterior con los objetivos establecidos en el plan financiero.

5.1. Inversión y fuente de financiamiento

5.1.1. Inversión fija

Es la incorporación al aparato productivo de bienes destinados a aumentar la capacidad global de la producción. También se le llama formación bruta de capital fijo. Las principales clases de inversión fija son equipo y maquinaria (maquinaria, equipo de trabajo, equipo de reparto, equipo de seguridad, equipo de cómputo, y equipo de oficina). En la siguiente tabla se muestra el total de la inversión fija en este proyecto:

Tabla 5: Detalle de inversión fija.

No	Descripción del activo	Cantidad	Costo de adquisición	Total	Valor residual	Valor depreciable	Años de vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
Herramientas y Equipo de producción									
1	Agujas de tejer	02	C\$ 25	C\$ 50	C\$ 0.00	C\$ 0.00	1	C\$ 50	C\$ 4.17
2	Punzón de costura de acero	02	30	60	0.00	0.00	3	20	1.67
3	Tijeras de acero	02	85	170	0.00	0.00	2	85	7.08
4	Mesas de madera	02	3,000	6,000	1,200	4,800	5	960	80
5	Sillas de plástico	04	260	1,040	400	640	3	213.33	17.78
6	Martillo	02	220	440	160	280	5	56	4.67
Mobiliario y Equipo de Oficina									
7	Escritorio	01	3,500	3,500	500	3,000	5	600	50
8	Silla de Oficina	01	2,500	2,500	500	2,000	3	666.67	55.56
9	Mueble Exhibidor	01	3,000	3,000	750	2,250	5	450	37.50
10	Espejo de 2 metros	01	2,000	2,000	500	1,500	5	300	25
Equipo de computo									
8	Computadora Compaq Mini	01	7,000	7,000	1,400	5,600	3	1,866.67	155.56
Total de inversión fija				25,760	5,410	20,070		5,267.67	438.99

Fuente: Equipo de trabajo, los años de vida útil fijados están en correspondencia de lo indicado en el artículo 34 del Reglamento de la Ley No. 822. Ley de Concertación Tributaria.

5.1.2. Inversión diferida

Se caracteriza por su inmaterialidad, son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico. Usualmente está conformada por trabajos de investigación y estudios, gastos de organización y supervisión, de puesta en marcha de la planta, administrativos, intereses, de asistencia técnica, capacitación de personal, imprevistos, gastos de patentes y licencias, etc. Dentro de esta esta inversión se encuentran los gastos operativos, organización y constitución de la empresa y capital de trabajo. Los cuales se encuentran detallados en la siguiente tabla:

Tabla 6: Detalle de inversión diferida.

No.	Descripción del gasto	Importe	Años de amortización	Amort anual	Amort mensual
Investigación y desarrollo					
1	Materiales encuesta	C\$ 50	3	C\$ 16.67	1.39
Gastos de organización e instalación					
2	Pintura	1,500	3	500	41.67
3	Diluyente	360	3	120	1.67
4	Brocha	75	3	25	2.08
5	Rodos	240	3	80	6.67
6	Mano de Obra	3,000	3	1,000	83.33
7	Registro Mercantil	585	3	195	16.25
8	DGI	70	3	23.33	1.94
9	Matricula Alcaldía	100	3	33.33	2.78
10	Bomberos	400	3	133.33	11.11
11	Pago Alcaldía	-	3	-	-
Licencias y patentes					
12	Marca y Patente	7,910.40	3	2,636.80	219.73
Publicidad inicial					
13	Regalías y obsequios	900	3	300	25
14	Plan de mercadeo digital	583.50	3	194.50	64.83
15	Diseño de eslogan	100	3	33.33	2.78
Total inversión diferida		15,873.50		5,157.96	481.23

Fuente: Equipo de trabajo, los años de amortización se fijaron según lo estipulado en el artículo 45, numeral 6, de la Ley de Concertación Tributaria Ley No. 822.

5.1.3. Capital de trabajo

El capital de trabajo se define como los recursos destinados a cubrir el costo de operación, es decir, la herramienta necesaria para operar. En la siguiente tabla se detalla la inversión del proyecto en activos a corto plazo, donde lo materia prima directa e indirecta donde en promedio se elaboran 100 pares en los primeros 3 meses proyectados, así mismo los salarios se calcularon por un periodo de tres meses:

Explicar de qué manera fue calculado el capital de trabajo dentro de las particularidades del proyecto, además de justificar, el porqué de esa masa monetaria de efectivo.

Tabla 7: Detalle de cálculo del capital de trabajo.

Capital de Trabajo	
Compra de materia prima directa	21,000.00
Compra de materia prima indirecta	51,642.00
Sueldos y Salarios (3 meses)	77,408.94
Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses)	18,771.63
Gastos Administrativo	55,831.41
Gastos de Venta	43,610.16
Sub total Capital de Trabajo	C\$ 268,264.14

Capital de Trabajo	
Compra de materia prima directa	21,000.00
Compra de materia prima indirecta	51,642.00
Sueldos y Salarios (3 meses)	77,408.94
Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses)	18,771.63
Gastos Administrativo	55,831.41
Gastos de Venta	43,610.16
Sub total Capital de Trabajo	C\$ 268,264.14

5.1.4. Inversión total

PONCE'S CROCHET		
Plan de Inversión		
Descripción		Total
Inversión Fija		
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$	18,000.00
herramientas y eq de area de produccion	C\$	7,760.00
Sub total Inversión Fija	C\$	25,760.00
Inversión Diferida		
Gastos de Constitución e instalacion		14,290.00
Publicidad al inicio de las operaciones		1,583.50
Sub total Inversión Diferida	C\$	15,873.50
Capital de Trabajo		
Compra de materia prima directa		21,000.00
Compra de materia prima indirecta		51,642.00
Sueldos y Salarios (3 meses)		77,408.94
Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses)		18,771.63
Gastos Administrativo		55,831.41
Gastos de Venta		43,610.16
Sub total Capital de Trabajo	C\$	268,264.14
Inversión Total	C\$	309,897.64
Fondo Propio	C\$	309,897.64

5.1.5. Estructura del Financiamiento

La aportación de los socios de **Ponce's Crochet** será a partes iguales por lo que cada socio tendrá que aportar el 33.33% del total de la inversión final lo cual representado en córdobas sería la cantidad de C\$ 103,299.21

PONCE´S CROCHET
Estructura de Financiamiento

Fuente de Financiamiento	Importe	%
Fuentes Externas		
Financiamientos externo		
Total, de financiamiento externo		
Fuentes Internas		100%
Capital	C\$ 309,897.64	
Total, de financiamiento interno	C\$ 309,897.64	100%
Inversión Total	C\$ 309,897.64	100%

5.1.6. Estado de Situación Financiera inicial

Nos indica la situación financiera que tiene la empresa al inicio del ejercicio contable, se realiza cada vez que comenzamos un nuevo año para conocer el estado financiero y situación patrimonial de la empresa.

PONCE´S CROCHET

Balance de Apertura

Al 01 de enero del 2019

Expresado en Córdoba

Activos

Corriente

Efectivo en Caja y Banco

C\$ 268,264.14

Inventarios

Sub total Activo Corriente

C\$ 268,264.14

No Corriente

Mobiliario y Equipo de Oficina

C\$ 18,000.00

herramienta y eq de area de produccion

7,760.00

Vehículo

Sub total No Corriente

C\$ 25,760.00

Otros Activos

Gastos Organización

C\$ 14,290.00

Publicidad al inicio de las operaciones

1,583.50

Sub total Otros Activos		C\$ 15,873.50	
Total Activos			C\$ 309,897.64
<u>Pasivo</u>			
Corriente			
Proveedores			
Total Pasivos		C\$ -	
<u>Patrimonio</u>			
Capital Contable	C\$ 309,897.64		
Total Patrimonio		C\$ 309,897.64	
Total Pasivo más capital			C\$ 309,897.64

Elaborado Por

Revisado Por

Autorizado Por

5.2. Presupuestos de Ingresos, egresos y costos

Es el presupuesto operativo es donde se incluyen los gastos, los costos y los ingresos esperados que va a tener una empresa a lo largo del ejercicio económico. Nuestros costos derivados de nuestro primer año con una proyección de venta de 1,200 pares, con la cual contamos con dos operarios a los cuales se les pagara por su producción, así mismo observamos que el precio sugerido de venta por unidad es de C\$ 580 el cual será su precio de inducción en el mercado.

5.2.1. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es un término que sirve para definir el momento en que una empresa cubre sus costos fijos y variables, es decir, cuando los ingresos y los egresos están al mismo nivel. En el caso de Ponce´s Crochet se aplicaron los siguientes cálculos:

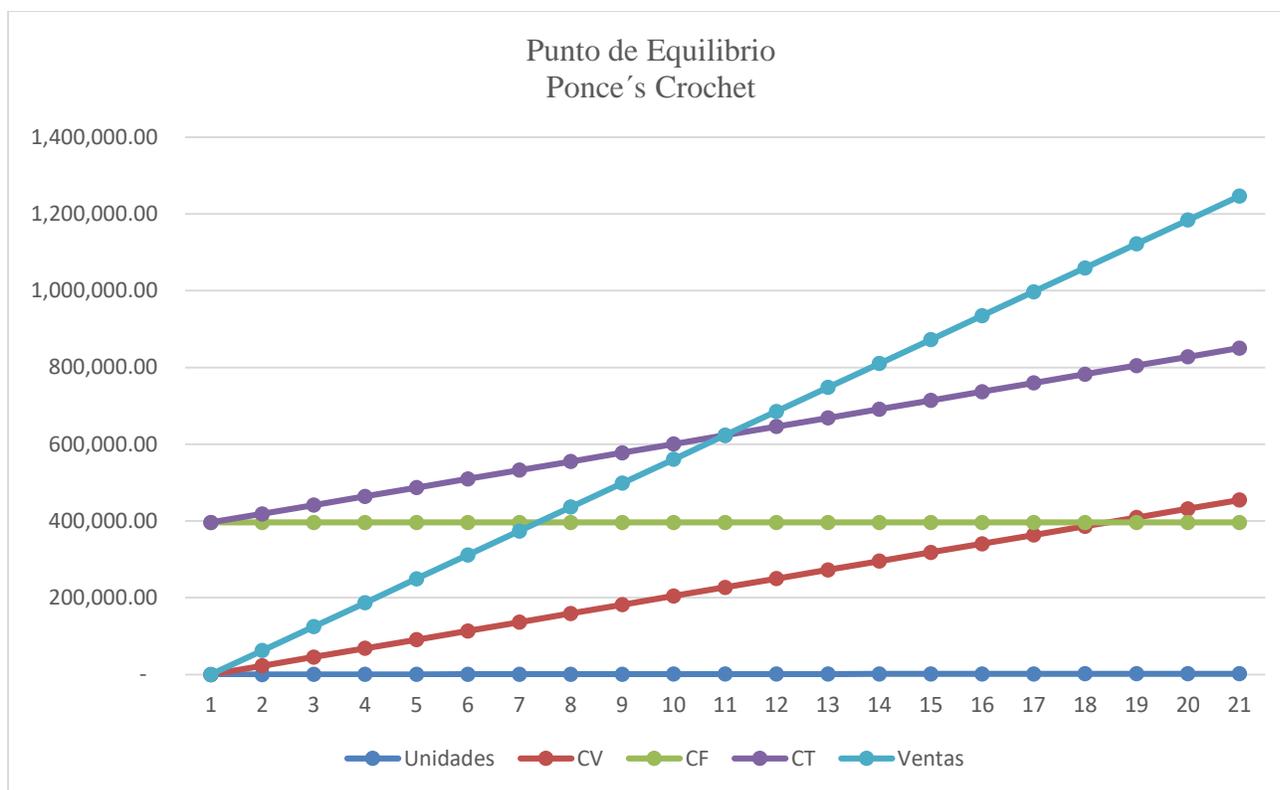
$$PVU = \frac{\text{Costos Fijos Anuales}}{\text{Precio de Venta Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}} = \frac{\text{Costos Fijos Anuales}}{\text{Margen de Contribucion Unitario}}$$

$$\text{PVU} = \frac{\text{C\$ } 395,991.06}{\text{C\$ } 580 - \text{C\$ } 211.44} = \frac{\text{C\$ } 395,991.06}{\text{C\$ } 368.56} = 1074 \text{ pares}$$

Para realizar el grafico del punto de equilibrio se necesitó de la siguiente tabla donde está representado las unidades físicas a producir el costo variable y fijo, el costo total y las ventas monetarias, hasta observar el punto de equilibrio entre los costos e ingresos del producto.

Unidades	CV	CF	CT	Ventas
-	-	395,991.06	395,991.06	-
107	22,718.51	395,991.06	418,709.57	62,317.62
215	45,437.02	395,991.06	441,428.08	124,635.23
322	68,155.53	395,991.06	464,146.59	186,952.85
430	90,874.04	395,991.06	486,865.10	249,270.46
537	113,592.55	395,991.06	509,583.61	311,588.08
645	136,311.06	395,991.06	532,302.12	373,905.69
752	159,029.57	395,991.06	555,020.63	436,223.31
860	181,748.08	395,991.06	577,739.14	498,540.92
967	204,466.59	395,991.06	600,457.65	560,858.54
1,074	227,185.10	395,991.06	623,176.16	623,176.16
1,182	249,903.61	395,991.06	645,894.67	685,493.77
1,289	272,622.12	395,991.06	668,613.18	747,811.39
1,397	295,340.63	395,991.06	691,331.69	810,129.00
1,504	318,059.14	395,991.06	714,050.20	872,446.62
1,612	340,777.65	395,991.06	736,768.71	934,764.23
1,719	363,496.16	395,991.06	759,487.22	997,081.85
1,827	386,214.67	395,991.06	782,205.73	1,059,399.47
1,934	408,933.18	395,991.06	804,924.24	1,121,717.08
2,041	431,651.69	395,991.06	827,642.75	1,184,034.70
2,149	454,370.20	395,991.06	850,361.26	1,246,352.31

Grafico del Punto de Equilibrio



El punto de equilibrio de Ponce's Crochet es de **1,075 unidades** a producir para poder obtener el punto muerto donde los costos sean iguales a las ventas, para luego entre más unidades se produzcan después de este punto se podrá generar una utilidad en el ejercicio.

5.2.2. Presupuesto de ingresos

En el siguiente presupuesto observaremos la expresión cifrada, conjunta y sistemática de los derechos de cobro. Es donde se recopila y a su vez se desglosa el origen de los ingresos. En la siguiente de tabla detallamos las ventas proyectadas en unidades físicas en un periodo de 3 años. Este cálculo se obtuvo de la siguiente manera para el primer año proyectado con 02 operarios a tiempo completo:

Promedio de horas p/producir una unidad * Dias disponibles p/produccion= **4*300=** **1200 pares anuales**

- ✓ Para el **segundo año** se realizará la contratación de un operario de tiempo completo para poder producir 06 pares al día contando con 03 operarios:

$$\text{Unidades Producidas según MOD * Días disponibles} = 1800 \text{ pares} \\ \text{p/producción} = 6 * 300 = \text{anuales}$$

- ✓ Para el **tercer año** se realizará la contratación de un operario de tiempo completo para poder producir 08 pares al día contando con 04 operarios:

$$\text{Unidades Producidas según MOD * Días disponibles} = 2400 \text{ pares} \\ \text{p/producción} = 8 * 300 = \text{anuales}$$

Presupuesto de ventas en unidades físicas

Descripción	Año 2019	Año 2020	Año 2024	Total
Sandalias Tejidas a Crochet	1,200	1,800	2,400	5,400
Totales	1,200	1,800	2,400	5,400

Con relación a la tabla anterior observamos un crecimiento de 600 pares anuales.

El **precio** sugerido de nuestro producto es de **C\$ 580** para el **primer año** como introducción en el mercado y poniéndonos en comparación a la competencia aún estamos por debajo del precio de base del mercado, así mismo al **segundo año** el precio será de **C\$ 590** correspondiente esto con el fin de mantener un buen margen de utilidad y poder cubrir la inflación de la moneda y ajustarnos al precio del mercado, y para el **tercer año** ofertaremos nuestro producto a un costo unitario de **C\$ 600**, siempre muy por debajo de nuestra competencia.

Presupuesto de ventas en unidades monetarias

Descripción	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Total
Sandalias Tejidas a Crochet	C\$ 696,000.00	C\$ 1,062,000.00	C\$ 1,440,000.00	C\$ 3,198,000.00
Totales	C\$ 696,000.00	C\$ 1,062,000.00	C\$ 1,440,000.00	C\$ 3,198,000.00

5.2.3. Presupuestos de egreso

En nuestro presupuesto de egresos con respecto a la materia prima e indirecta su costo para el segundo y tercer año tendrá un crecimiento del 1.036% debido a la inflación de la moneda. Su compra se realizará según las unidades a producir en cada mes respectivamente.

Presupuesto de compras de materia prima directa en unidades físicas

Descripción	Año 2029	Año 2020	Año 2021	Total
Hilo de tejer Crochet	1200	1800	2400	5400
Totales	1200	1800	2400	5400

Presupuesto de compras de materia prima directa en unidades monetarias

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
Hilo de tejer Crochet	C\$ 84,000.00	C\$ 130,536.00	C\$ 180,313.73	C\$ 394,849.73
Totales	C\$ 84,000.00	C\$ 130,536.00	C\$ 180,313.73	C\$ 394,849.73

Presupuesto de compras de materia prima indirecta en unidades físicas

Descripción	Año 2019	Año 2020	Año 2020	Total
Plataformas PVC	2,400	3600	4800	10,800
Hebillas metálicas	2,400	3600	4800	10,800
Forro para plantillas	2,400	3600	4800	10,800
Pegamento	2,400	3600	4800	10,800
Totales	9,600	14400	19200	43,200

Presupuesto de compras de materia prima indirecta en unidades monetarias

Descripción	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Total
Plataformas PVC	C\$ 60,000.00	C\$ 186,480.00	C\$ 257,591.04	C\$ 504,071.04
Hebillas metálicas	C\$ 3,000.00	C\$ 9,324.00	C\$ 12,879.55	C\$ 25,203.55
Forro para plantillas	C\$ 24,000.00	C\$ 74,592.00	C\$ 103,036.42	C\$ 201,628.42
Pegamento	C\$ 1,284.00	C\$ 3,990.67	C\$ 5,512.45	C\$ 10,787.12
Totales	C\$ 88,284.00	C\$ 274,386.67	C\$ 379,019.46	C\$ 741,690.13

En las siguientes tablas toda la materia prima directa e indirecta comprada será enviada a producción en su totalidad, ya que se realizan las compras según las unidades a producir, con el objetivo de no tener inventarios estancados que sufran de algún deterioro.

Presupuesto de materia prima directa enviada a producción en unidades físicas

Descripción	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Total
Hilo de tejer Crochet	1200	1800	2400	5400
Totales	1200	1800	2400	5400

Presupuesto de materia prima directa enviada a producción en unidades monetarias

Descripción	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Total
Hilo de tejer Crochet	C\$ 84,000.00	C\$ 130,536.00	C\$ 180,313.73	C\$ 394,849.73
Totales	C\$ 84,000.00	C\$ 130,536.00	C\$ 180,313.73	C\$ 394,849.73

Presupuesto de materia prima indirecta enviada a producción en unidades físicas

Descripción	Año 2019	Año 2020	Año 2020	Total
Plataformas PVC	2,400	3600	4800	10,800
Hebillas metálicas	2,400	3600	4800	10,800
Forro para plantillas	2,400	3600	4800	10,800
Pegamento	2,400	3600	4800	10,800
Totales	9,600	14400	19200	43,200

Presupuesto de materia prima indirecta enviada a producción en unidades monetarias

Descripción	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Total
Plataformas PVC	C\$ 60,000.00	C\$ 186,480.00	C\$ 257,591.04	C\$ 504,071.04
Hebillas metálicas	C\$ 3,000.00	C\$ 9,324.00	C\$ 12,879.55	C\$ 25,203.55
Forro para plantillas	C\$ 24,000.00	C\$ 74,592.00	C\$ 103,036.42	C\$ 201,628.42
Pegamento	C\$ 1,284.00	C\$ 3,990.67	C\$ 5,512.45	C\$ 10,787.12
Totales	C\$ 88,284.00	C\$ 274,386.67	C\$ 379,019.46	C\$ 741,690.13

En la siguiente tabla tenemos los salarios de la Mano de Obra Directa a los cuales se les paga según su producción con un salario base de C\$4,651.47 el cual para el segundo y tercer año tendrá un aumento del 3%.

Presupuesto de Mano de Obra Directa

Descripción	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Total
Operario 1	C\$ 46,512.00	C\$ 47,907	C\$ 49,344.58	C\$ 143,763.94
Operario 2	C\$ 46,512.00	C\$ 47,907	C\$ 49,344.58	C\$ 143,763.94
Operario 3 P / 2do año		C\$ 47,907	C\$ 49,344.58	C\$ 97,251.94
Operario 4 P / 3er año			C\$ 49,344.58	C\$ 49,344.58
Totales	C\$ 93,024.00	C\$ 143,722	C\$ 197,378.32	C\$ 434,124.40

Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación

Descripción	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Total
CIF fijos				
Energía eléctrica	C\$ 2,400.00	C\$ 2,400.00	C\$ 2,400.00	C\$ 7,200.00
Agua potable	C\$ 960.00	C\$ 960.00	C\$ 960.00	C\$ 2,880.00
Internet	C\$ 2,848.80	C\$ 2,848.80	C\$ 2,848.80	C\$ 8,546.40
Depreciación de Herramientas y Equipo de Prod.	C\$ 1,384.32	C\$ 1,384.32	C\$ 1,384.32	C\$ 4,152.96
CIF Variables				
Empaque	C\$ 18,000.00	C\$ 27,000.00	C\$ 36,000.00	C\$ 81,000.00
Etiqueta	C\$ 6,000.00	C\$ 9,000.00	C\$ 12,000.00	C\$ 27,000.00

INSS PATRONAL	C\$ 20,000.16	C\$ 30,900.25	C\$ 42,436.34	C\$ 93,336.75
INATEC	C\$ 1,860.48	C\$ 2,874.44	C\$ 3,947.57	C\$ 8,682.49
Indemnización	C\$ 7,752.00	C\$ 11,976.84	C\$ 16,448.19	C\$ 36,177.03
Vacaciones	C\$ 7,752.00	C\$ 11,976.84	C\$ 16,448.19	C\$ 36,177.03
Aguinaldo	C\$ 7,752.00	C\$ 11,976.84	C\$ 16,448.19	C\$ 36,177.03
Totales	C\$76,709.76	111,914.01	C\$ 149,937.29	C\$ 338,561.06

Resumen del Costo de Producción

Descripción	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Total
Materia Prima	C\$84,000.00	C\$130,536.00	C\$ 180,313.73	C\$ 394,849.73
Mano de Obra Directa	C\$93,024.00	C\$143,722.08	C\$ 197,378.32	C\$ 434,124.40
Costos Indirectos de Fabricación	C\$76,709.76	C\$111,914.01	C\$ 149,937.29	C\$ 338,561.06
Totales	C\$253,733.76	C\$ 386,172.09	C\$ 527,629.34	C\$ 1,167,535.19

Presupuesto de Gastos de Venta

Descripción	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Salario (Ejecutivo de Ventas)	C\$ 78,000.00	C\$ 80,340.00	C\$ 82,750.20
Indemnización	C\$ 6,500.00	C\$ 6,695.00	C\$ 6,895.85
Vacaciones	C\$ 6,500.00	C\$ 6,695.00	C\$ 6,895.85
Aguinaldo	C\$ 6,500.00	C\$ 6,695.00	C\$ 6,895.85
INSS PATRONAL	C\$ 16,770.00	C\$ 17,273.10	C\$ 17,791.29
INATEC	C\$ 1,560.00	C\$ 1,606.80	C\$ 1,655.00
Energía Eléctrica	C\$ 1,800.00	C\$ 1,800.00	C\$ 1,800.00
Agua Potable	C\$ 720.00	C\$ 720.00	C\$ 720.00
Internet	C\$ 2,136.60	C\$ 2,136.60	C\$ 2,136.60
Alquiler	C\$ 31,680.00	C\$ 31,680.00	C\$ 31,680.00
Depreciación de mobiliario y equipo	C\$ 1,941.72	C\$ 1,941.72	C\$ 1,941.72
Amortización gastos instalación y constitución	C\$ 2,647.32	C\$ 5,294.63	C\$ 7,941.95
Papelería	C\$ 4,200.00	C\$ 4,200.00	C\$ 4,200.00
Totales	C\$174,440.64	C\$ 180,563	C\$ 186,789.32

Presupuesto de Gastos de Administración

Descripción	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Salario (Gerente/Contador)	C\$ 120,000.00	C\$ 131,760.00	C\$ 144,672.48
Indemnización	C\$ 10,000.00	C\$ 10,980.00	C\$ 12,056.04
Vacaciones	C\$ 10,000.00	C\$ 10,980.00	C\$ 12,056.04
Aguinaldo	C\$ 10,000.00	C\$ 10,980.00	C\$ 12,056.04
INSS PATRONAL	C\$ 25,800.00	C\$ 28,328.40	C\$ 31,104.58
INATEC	C\$ 2,400.00	C\$ 2,635.20	C\$ 2,893.45
Energía Eléctrica	C\$ 1,800.00	C\$ 1,800.00	C\$ 1,800.00
Agua Potable	C\$ 720.00	C\$ 720.00	C\$ 720.00
Internet	C\$ 361.38	C\$ 361.38	C\$ 361.38
Alquiler	C\$ 31,680.00	C\$ 31,680.00	C\$ 31,680.00
Depreciación de mobiliario y equipo	C\$ 1,941.72	C\$ 1,941.72	C\$ 1,941.72
Amortización gastos instalación y constitución	C\$ 2,647.32	C\$ 5,294.63	C\$ 7,941.95
Papelería	C\$ 4,200.00	C\$ 4,200.00	C\$ 4,200.00
Totales	C\$221,550.42	C\$ 241,661	C\$ 263,483.69

5.2.4. Estructura de Costos

Estructura de Costos

Descripción	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Total
Materia Prima	C\$84,000.00	C\$130,536.00	C\$180,313.73	C\$394,849.73
Mano de Obra Directa	C\$93,024.00	C\$143,722.08	C\$197,378.32	C\$287,527.88
Costos Indirectos de Fabricación	C\$76,709.76	C\$80,165.59	C\$85,245.67	C\$242,121.02
Totales	C\$253,733.76	C\$354,423.67	C\$462,937.72	C\$924,498.63

Costo Total Anual	C\$253,733.76
N° de unidades	1200
Costo Total Unitario	C\$ 211.44
Margen de Utilidad	50%
Precio de Venta	C\$ 317.17
Precio Sugerido	C\$ 580.00

5.3. Presupuesto financiero

5.3.1. Flujo de Caja

PONCE´S CROCHET			
Flujo de Caja Proyectado			
Concepto	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Saldo Inicial	C\$ 268,264.14	C\$ 325,101.62	C\$ 589,267.64
Ingresos	C\$ 696,000.00	C\$ 1,062,000.00	C\$ 1,440,000.00
Costo de Producción	C\$ 253,733.76	C\$ 386,172.09	C\$ 527,629.34
Disponibilidad	C\$ 710,530.38	C\$ 1,000,929.53	C\$ 1,501,638.30
Egresos			
Gastos de Ventas	C\$ 174,440.64	C\$ 180,562.85	C\$ 186,789.32
Gastos de administración	C\$ 221,550.42	C\$ 241,661.34	C\$ 263,483.69
Total Egresos	C\$ 395,991.06	C\$ 422,224.19	C\$ 450,273.00
Disponibilidad Efectiva	C\$ 314,539.32	C\$ 578,705.34	C\$ 1,051,365.30
Disponibilidad Neta Final			
Depreciaciones	C\$ 5,267.67	C\$ 5,267.67	C\$ 5,267.67
Amortizaciones	C\$ 5,294.63	C\$ 5,294.63	C\$ 5,294.63
Flujo Neto	C\$ 325,101.62	C\$ 589,267.64	C\$ 1,061,927.60

5.3.2. Estado de Resultados Proyectado

PONCE´S CROCHET			
Estado de Resultado Proyectado			
Expresado en Córdobas			
Descripción	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Ventas Totales	696,000.00	1,062,000.00	1,440,000.00
Descuento sobre venta			
Rebajas sobre venta			
Venta Netas	696,000.00	1,062,000.00	1,440,000.00
Costos de Producción	253,733.76	386,172.09	527,629.34
Utilidad Bruta	442,266.24	675,827.91	912,370.66
<u>Gastos de Operación</u>			
Gastos de Venta	174,440.64	180,562.85	186,789.32
Gastos de Administración	221,550.42	241,661.34	263,483.69
Total gastos operativos	395,991.06	422,224.19	450,273.00
Utilidad de Operación	46,275.18	253,603.72	462,097.66
Utilidad antes de impuesto	46,275.18	253,603.72	462,097.66

Elaborado Por-----
Revisado Por-----
Autorizado Por

5.3.3. Estado de Situación Financiera Proyectado

PONCE'S CROCHET				
Balance General Proyectado				
Al 31 de diciembre del 2016				
Expresado en Córdoba				
	Año 1	Año 2	Año 3	
<u>Activos</u>				
Corriente				
Efectivo en Caja y Banco	C\$ 325,101.62	C\$ 589,267.64	C\$ 1,061,927.60	
Inventarios	C\$ 0.00			
Sub total Activo Corriente	C\$ 325,101.62	C\$ 589,267.64	C\$ 1,061,927.60	
No Corriente				
Mobiliario y Equipo de Oficina	18,000.00	C\$ 18,000.00	C\$ 18,000.00	
herramienta y eq de area de produccion	7,760.00	C\$ 7,760.00	C\$ 7,760.00	
Depreciación de activo no corriente	(5,267.67)	-C\$ 10,535.33	-C\$ 15,803.00	
Sub total No Corriente	C\$ 20,492.33	C\$ 15,224.67	C\$ 9,957.00	
Otros Activos				
Gastos Organización	14,290.00	C\$ 14,290.00	C\$ 14,290.00	
Publicidad al inicio de las operaciones	1,583.50	C\$ 1,583.50	C\$ 1,583.50	
Amortización de otros activos	(5,294.63)	-C\$ 10,589.27	-C\$ 15,883.90	
Sub total Otros Activos	C\$ 10,578.87	C\$ 5,284.23	-C\$ 10.40	
Total Activos	C\$ 356,172.82	C\$ 609,776.54	C\$ 1,071,874.20	
<u>Pasivo</u>				
Corriente				
Provisiones por pagar				
Total Pasivos		C\$ -		
<u>Patrimonio</u>				
Capital Contable	C\$ 309,897.64	C\$ 309,897.64	C\$ 309,897.64	
Resultados acumulados	C\$ -	C\$ 46,275.18	C\$ 299,878.90	
Utilidad o Perdida del Ejercicio	C\$ 46,275.18	C\$ 253,603.72	C\$ 462,097.66	
Total Patrimonio	C\$ 356,172.82	C\$ 609,776.54	C\$ 1,071,874.20	
Total Pasivo más capital	C\$ 356,172.82	C\$ 609,776.54	C\$ 1,071,874.20	

Elaborado Por-----
Revisado Por-----
Autorizado Por

5.4. Evaluación financiera

Es el ejercicio mediante el cual se identifica, valora y compara entre si los costos y beneficios asociados a determinadas alternativas del proyecto de inversión con la finalidad de apoyar la toma de decisiones de inversión que permitan crear valor, aquellos proyectos que maximicen el valor de la compañía son los favorables, aumentar su valor implica que el flujo de efectivo libre es incremental y los costos del capital son inferiores al retorno del capital invertido.

5.4.1. Flujo de fondos

PONCE'S CROCHET				
Flujo de Fondos				
Descripción	Años			
	Año 2019	Año 2020	Año 2021	
Ingresos por Ventas	C\$ 696,000.00	C\$ 1,062,000.00	C\$ 1,440,000.00	
Costos de Producción	C\$ 253,733.76	C\$ 386,172.09	C\$ 527,629.34	
Utilidad bruta	C\$ 442,266.24	C\$ 675,827.91	C\$ 912,370.66	
Gastos Administrativos	C\$ 221,550.42	C\$ 241,661.34	C\$ 263,483.69	
Gastos de Venta	C\$ 174,440.64	C\$ 180,562.85	C\$ 186,789.32	
Utilidad antes de Impuesto	C\$ 46,275.18	C\$ 253,603.72	C\$ 462,097.66	
Depreciación	C\$ 5,267.67	C\$ 5,267.67	C\$ 5,267.67	
Amortización	C\$ 5,294.63	C\$ 0.00	C\$ 0.00	
Inversión Fija	-C\$ 25,760.00			
Inversión Diferida	-C\$ 15,873.50			
Capital de Trabajo	-C\$ 268,264.14			
Flujo Neto de Efectivo	-C\$ 309,897.64	C\$ 56,837.48	C\$ 258,871.39	C\$ 467,365.33

5.4.2. Valor Actual Neto (VAN)

Se trata de la diferencia entre el valor de mercado de una inversión y su costo. Este indicador de rentabilidad mide cuánto valor es creado por realizar cierta inversión. Para evaluar un proyecto de inversión con base en el Valor Presente Neto se tienen que considerar aspectos como inversión inicial previa, tasa de descuento, número de períodos y flujos netos de efectivo.

La tasa de descuento de los flujos de fondos o flujo de caja de un proyecto mide el coste de oportunidad de los fondos y recursos que se utilizan en el mismo.

Para la elección de la tasa de descuento, en primer lugar, se debe de obtener el flujo de fondos que refleje el riesgo del proyecto y, en segundo lugar, se debe de obtener una tasa de descuento que también refleje el riesgo.

La tasa de descuento se la obtiene reemplazando con valores las variables de la siguiente fórmula:

$$K_d = K_c * (1 - T) (D) + (K_e) (CP)$$

Donde:

K_c = 0.0, Tasa del costo de financiamiento, **Ponce's Crochet** no hará préstamo por eso es 0

T = 0.30, Tasa impositiva (Renta)

D = 0.0, Porcentaje de la inversión financiada por deuda

K_e = 0.19, Tasa de rentabilidad esperada por el inversionista

CP = 1.00, Porcentaje de la inversión financiada por capital propio, **Ponce's Crochet** solo contara con financiamiento propio

Reemplazando los valores tenemos:

$$K_d = (0.0) * (1 - 0.30) (0.0) + (0.20) (1.00)$$

$$K_d = 0.20 = 20\%$$

El **K_e** o **Tasa de rentabilidad** esperada por el inversionista se lo determinó en base al modelo de los precios de los activos de capital (CAPM), agregándole el factor del riesgo país.

Valor Actual Neto (VAN)

Corresponde al valor presente de los flujos de caja netos originados por una inversión mediante una tasa de descuento. El proyecto se acepta siempre y cuando la VAN sea mayor o igual a cero, caso contrario se rechaza. Donde se puede concluir que el proyecto es rentable en el periodo de los 3 años de vida.

Tasa de descuento al 20%	20%
VAN	C\$ 187,704.77

5.4.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es uno de los métodos de evaluación de proyectos de inversión más utilizados en las empresas. Sirve para determinar la viabilidad a la hora de encarar alternativas de inversión. La TIR se expresa en porcentaje y se compara con la tasa de descuento, la cual para el proyecto es de 20% obteniéndose los siguientes resultados según nuestros cálculos:

Tasa de descuento al 20%	20%
VAN	C\$ 187,704.77
TIR	45.91%

Lo cual indica que el retorno de esta inversión es del **45.91%**, lo que convierte a **Ponce's Crochet** en un proyecto atractivo para su realización y su factibilidad.

5.4.4. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Es un indicador que mide en cuanto tiempo se recuperara la inversión total al valor presente. Puede revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial.

La fórmula para calcular el PRI es La diferencia entre el ingreso y la inversión, dividida por la inversión, este resultado da una cifra que indica el retorno obtenido por la inversión y suele convertirse a porcentaje para analizar el retorno:

$$\text{PRI} = (\text{Ingreso} - \text{Inversión}) / \text{Inversión}$$

PRI

INGRESO- INERSION/INVERSION

	309,897.64	2 AÑOS, 6 MESES Y 4 DIAS			
	C\$ 309,897.64				
1	C\$ 56,837.48	-C\$ 253,060.16	-C\$ 0.82		
2	C\$ 258,871.39	-C\$ 51,026.25	-C\$ 0.16		
3	C\$ 467,365.33	C\$ 157,467.69	C\$ 0.51	6.12	
				3.6	

5.4.5. Relación Beneficio-Costo (B/C)**B/C**

Para el cálculo del B/C, se necesitó retomar las cifras del flujo de fondos y actualizar cada uno de estos elementos a la misma tasa de descuento

Tasa de descuento	20%				VPN
Beneficios		696,000.00	1,062,000.00	1,440,000.00	3,198,000.00
costos		639,162.52	803,128.61	972,634.68	2,414,925.81
	309,897.64				
				Relación B/C	1.32

Criterios para la lectura del B/C

B/C Mayor que 1: El proyecto debe considerarse porque los beneficios superar a los costos.

B/C igual a 1: El proyecto no tiene ganancias

B/C menor que 1: El proyecto no debe considerarse, porque los costos son mayores a los beneficios.

Estos son algunos de los indicadores de rentabilidad más utilizados en proyectos de inversión.

Algunos expertos, como el economista Paúl Lira Briceño, aseguran que el VPN es la medida más confiable para decidir si un proyecto es una buena inversión o no. Sin embargo, es recomendable hacer un análisis y ver cuál indicador de rentabilidad es el mejor para un proyecto determinado.

6. Bibliografía

Claudio, G. (Mayo de 2014). *El conocimiento tecnico*. Argentina: EDUCA.

Díaz, R. (2019). *capital y emprendimiento*. Universidad el Zulia.

Nelson, B. (1999). *Ways to Take Initiative*. Workman Publishing.

Rivera. (2007).

7. Anexos



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

**Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo.
Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas.**

ENCUESTA.

Introducción: Este producto está basado en la elaboración de sandalias tejidas a mano promoviendo innovación y moda para la población del sexo femenino.

El objetivo: Conocer la opinión de la población del municipio de Granada, (zona urbana) departamento de Granada. acerca de un nuevo producto “Sandalias Tejidas a mano” para ver si nuestro producto tendrá bastante aceptación en el mercado y rescatar la moda del tejido a mano.



Indicaciones: Marque con una x la respuesta que considere conveniente

I. Aspectos Demográficos:

1) Edad

- 1) 16 -20 ----
- 2) 21-30 ----
- 3) 31-40 ----
- 4) 41 a más ----

II. Aspecto Relacionado al producto

1) ¿Compraría usted sandalias Ponce´s Crochet tejidas a mano?

- 1) Sí ----
- 2) No ----

2) ¿Qué considera usted que refleja este Calzado?

1) Cultura ----

2) Tradición ----

3) Moda ----

3) ¿Qué tallas compra en Calzado?

1) 35 ----

2) 36 ----

3) 37 ----

4) 38 ----

5) 39 ----

6) 40 ----

4) De los Calzados tejidos a mano que tipo de artículos le gustaría adquirir.

1) sandalias bajas ----

2) Sandalias altas ----

3) Para adquirir este producto proporcionaría usted el modelo que prefiere a la persona para que las elabora?

1) Si -----

2) No -----

III. Aspecto relacionado a la demanda

1) ¿Qué es lo que usted considera al momento de comprar su calzado?

1) Diseño ----

2) Color ----

3) Modelo ----

4) Precio ----

2) ¿Con qué frecuencia compraría nuestro producto?

1) Semanal ----

2) Quincenal ----

3) Mensual ----

3) ¿Le gustaría que en el municipio de Granada se establezca una empresa que elabore calzado tejidos a mano personalizados?

- 1) Si -----
- 2) No -----

4) ¿Qué tipo de empaque prefiere usted para la presentación de nuestro producto?

- 1) Plástico -----
- 2) Papel craf -----
- 3) Cajas -----

IV. Aspecto relacionado a la oferta

1) ¿En qué lugar usted realiza la compra de su calzado?

- 1) Local -----
- 2) Mercado -----
- 3) Redes sociales -----
- 4) Centro Comercial -----

2) ¿Cuál es el valor monetario que usted paga por un producto similar a este?

Unidades

- 1) C\$ 350 ----
- 2) C\$ 400 ---
- 3) C\$ 500 o mas ----

V. Aspecto relacionado a la distribución

1) ¿Dónde le gustaría encontrar este producto innovador?

- 1) Supermercado -----
- 2) Tienda Local -----
- 3) Instalación propia -----

VI. Aspecto relacionado al precio

1) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este nuevo producto?

- 1) C\$ 450---
- 2) C\$ 550 ----
- 3) C\$ 650----

VII. Aspecto relacionado a la publicidad

1) ¿Por qué medios le gustaría informarse de la existencia de este nuevo producto?

1) Catálogo ----

2) Redes Sociales ----

3) Volantes ----

2) ¿Con que frecuencia le gustaría recibir fotos de nuestros calzados tejidos a mano?

1) Siempre -----

2) Semanal -----

3) Quincenal -----

4) Nunca -----

“Muchas gracias por su colaboración “



MINISTERIO DE FOMENTO INDUSTRIA Y COMERCIO
REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA NACIONAL

Para uso del RPI:



C\$ 16.00 Timbre Fiscal

(1) MARCAS

- Fábrica y Comercio Comercio Servicio
- Colectiva Certificación Casa

(2) NOMBRE Y APELLIDOS O RAZON SOCIAL DEL SOLICITANTE (S):

Dirección:
Domicilio:
País: Nicaragua.

Nº. Teléfono: _____ Domicilio de correo electrónico: _____
Lugar de Constitución (si es persona jurídica): _____
Más de un solicitante (Anexa hoja con datos de cada uno)

(3) REPRESENTANTE O APODERADO: NOMBRE Y GENERALES DE LEY:

Dirección para Notificaciones: _____

Cédula de Identidad: Nº. Teléfono: _____ Domicilio de correo electrónico _____

Número de inscripción del Poder : _____ Se Adjunta poder: Si

(4) REPRODUCCIÓN DE LA MARCA

Denominativa: Grafía Especial: Figurativa: Mixta: Tridimensional: Sonora: Olfativa:

(5) Lista de colores reservados: Todos

Descripción gráfica (Figurativa o Mixta): _____

Clasificación Viena (elementos figurativos): _____

Marca tridimensional acompaña: Diferentes vistas Indicar número de vistas: _____

Se adjunta reproducciones blanco y negro
Si No Indicar número: _____

Se adjunta reproducciones a color
Si No Indicar número: _____

(6) PRODUCTOS y SERVICIOS A PROTEGER (Agrupados por clases):

Indicar Clase de solicitud básica: _____

Indicar clase (s) solicitudes complementarias:
Anexa hoja con lista de productos y servicios:

(7) AUTORIZACION:

Autorizo que las subsiguientes notificaciones sean enviadas a mi domicilio de correo electrónico. Si No

Comisiono para presentar este escrito de acuerdo al Art. 138 Cpcn (Solo para Abogados) a: _____

FIRMA DEL SOLICITANTE O APODERADO

No se admitirá la presente solicitud si lleva enmiendas, tachaduras o corrector.

Formulario #1. Decreto 83-2001 (Art. 102 - Reglamento Ley 380 MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS). La Gaceta, D.O. #185, 27 Sept 2001. RP128-NOV 2005



TASAS POR SERVICIOS CONTEMPLADOS EN LA LEY 380

POR SOLICITUD DE REGISTRO DE UNA MARCA:

Por solicitud de registro de una marca:	\$CA. 100.00
- Básica	
- Complementaria por cada clase de la Clasificación de Productos y Servicios;	\$CA. 50.00
- Por solicitud de registro de un nombre comercial, emblema, expresión o señal de publicidad comercial, denominación de origen.	\$CA. 100.00

POR RENOVACIÓN DE UN REGISTRO DE MARCA:

- Por cada clase	\$CA. 100.00
Recargo por renovación en el plazo de gracia: 50% adicional	
Por cada solicitud fraccionaria en caso de división de una solicitud de registro de marca	\$CA. 50.00
Por solicitud de inscripción de una cancelación voluntaria del registro o una reducción o limitación voluntaria de la lista de productos o servicios	\$CA. 40.00
Por solicitud de inscripción de una modificación, corrección, cambio en el reglamento de la marca, transferencia o licencia de uso o cambio de nombre	\$CA. 40.00
Por cada registro fraccionario en caso de división de un registro de marca	\$CA. 40.00
Certificaciones	\$CA. 20.00
- Por expedición de un duplicado en un certificado de registro	\$CA. 15.00
- Constancias	\$CA. 20.00
Por correcciones y modificaciones de solicitudes en trámite	\$CA 30.00
Por correcciones y modificaciones Complementarias o fraccionarias	\$CA 20.00
Por correcciones y modificaciones por cada clase	\$CA 15.00

POR BÚSQUEDA DE ANTECEDENTES REGISTRALES POR MARCAS:

- en cada clase	\$CA. 15.00
- por titular	\$CA. 20.00
- por elementos figurativos	\$CA. 20.00