



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA

**FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO  
FAREM-CARAZO  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**Proyecto De Graduación**

**Tema: proyecto de emprendimiento para la producción y comercialización de Barras nutritivas medicinal a base de chocolate, miel, limón y jengibre, ubicado en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el año 2021.**

**Año y Carrera:** Administración de Empresas V

**Elaborado por:**

- Br. Gema Vanessa Orozco Marengo. 17900086
- Br. Lisseth del Carmen Castillo Palacios. 17904156
- Br. Fernando José Zamora Bustos. 17905311

**Docentes:**

DR. Medrano Chávez Raúl Alberto.  
MSC. Sanabria Herrera Adelaida del Socorro.

**Jinotepe 2021**

**¡Año Del Bicentenario De La Independencia De Centro América**



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
2021: "Año del Bicentenario de la Independencia de Centroamérica"

03 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:

Nº	Apellidos y Nombres	Carné
1	Orozco Marengo Gema Vanessa	17900086
2	Castillo Palacios Lisseth del Carmen	17904156
3	Zamora Bustos Fernando José	17905311

**Siendo el subtema:** Proyecto de emprendimiento para la producción y comercialización de Barras nutritivas medicinal a base de chocolate, miel, limón y jengibre, ubicado en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, 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 Administración de empresas.

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

Atentamente.

  
**MSc. Adelaida del Socorro Sanabria Herrera**  
**Tutor de proyecto de Graduación**

  
**Dr. Raúl Alberto Medrano Chávez**  
**Tutor de proyecto de Graduación**

Cc/ Archivo

¡A la libertad por la Universidad!

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

## **Agradecimiento**

### **A Dios**

Por darnos el don de la vida en todos estos años, por la salud, sabiduría, fuerzas para lograr este gran triunfo que es el inicio de nuestras vidas profesionales, teniendo presente que todo esto fue posible por su amor infinito hacia nosotros.

### **A los docentes**

En especial a nuestros tutores Msc. Sanabria Herrera Adelaida del Socorro y Dr. Medrano Chávez Raúl Alberto, a quienes les debemos gran parte de nuestros conocimientos ya que han estado desde el inicio de nuestra formación universitaria, gracia a su paciencia que mostraron en todo momento y su dedicación por tan importante labor que desempeñan y finalmente un eterno agradecimiento a la universidad por avernos abierto las puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo.

### **A nuestros padres**

Quienes desde el momento de clasificación en la universidad nos brindaron su apoyo, agradecemos infinitamente ya que nunca dudaron de nosotros e hicieron sacrificios para poder culminar nuestra carrera.

### **A nuestros compañeros**

Que durante el transcurso de estos años se convirtieron en amigos con los que pudimos contar en momento difíciles en donde el apoyo mutuo fue de gran importancia para poder afrontar nuevos retos y crecer como profesionales.

## **Resumen ejecutivo**

El presente proyecto de emprendimiento dedicado a la producción de y comercialización de barras nutritivas medicinales surge a través de la necesidad de encontrar medidas alternativas que ayuden a fortalecer el sistema inmunológico ya que actualmente se atraviesa una crisis sanitaria causada por el virus COVID-19.

El proyecto de emprendimiento CHOCO-NUTRI pretende brindar una alternativa que satisfaga la necesidad de fortalecer el sistema inmune de los consumidores, este proyecto estará ubicado en el municipio de La Concepción departamento de Masaya.

Para conocer la aceptación del producto se realizó un estudio de mercado aplicando las diferentes herramientas que este brinda tales como las encuestas, conociendo así los gustos y preferencias de los pobladores jinotepinos y así poder determinar la demanda real de este producto. También se establecieron las estrategias comerciales que permitirán al proyecto posicionarse en el mercado de barras nutritivas a nivel municipal.

En el plan de producción se identificaron los instrumentos que se necesitan para el inicio del proceso productivo, también se cuantificaron las cantidades de materia prima para poder producir el producto tomando en cuenta los procesos estandarizados para lograr mejores resultados.

En el aspecto organizativo se identificó la información necesaria para la constitución de la empresa los cuales son requisitos legales y administrativos que debe cumplir el proyecto para el inicio de sus operaciones, además se establecieron los procesos organizativos para el buen funcionamiento del proyecto.

En el plan financiero se estructuraron los estados financieros los que se definen los gastos generados por los ingresos y egresos durante los 3 primeros años de proyecto así como los indicadores financieros que demuestran la factibilidad del proyecto.

## Contenido

1 Generalidades del proyecto .....	11
1.1 Solución .....	11
1.1.1 Método del embudo o funnel de innovación .....	13
1.1.2 Método Desing Thinkig .....	14
1.2 Diseño o Modelo 3d .....	28
1.3 Oportunidad del mercado .....	30
1.3.1 Análisis del entorno y sector .....	30
1.4 Propuesta de valor (modelo canvas).....	35
1.4.1 Novedad de mi proyecto desde la base de la propiedad intelectual.....	37
1.5 Ciclo del proyecto.....	39
1.6 Visibilidad del proyecto .....	41
1.7 Resultados esperados .....	44
2. Estudio de mercado .....	45
2.2 Análisis de la demanda.....	45
2.2.1 Cálculo de la Demanda Potencial.....	45
2.2.2 Demanda Potencial .....	47
2.3 Análisis de la oferta .....	48
2.3.1 Calculo de la oferta .....	49
2.3.2 Calculo de la demanda insatisfecha .....	51
2.4 Análisis de los precios .....	51
2.4.1 Comparación de precios.....	51
2.4.2 Estructura de precios .....	54
2.4.3 precio unitario .....	57
2.5 Estrategias competitivas de mercado 4ps.....	59
2.5.1 Estrategia de producto.....	60
2.5.2 Estrategia de precio .....	66
2.5.3 Estrategia de distribución.....	67
2.5.4 Estrategia de promoción y publicidad.....	72
2.5.5 Presupuesto de la estrategia.....	76

2.5 Proyeccion de venta .....	76
3. plan de producción.....	79
3.1 proceso de producción.....	79
3.2 proveedores y condiciones de compras de equipo.....	84
3.3 Capital fijo y vida útil .....	92
3.4 Capacidad planificada .....	95
Capacidad instalada .....	95
3.5 ubicación y distribución física de la empresa.....	99
3.6 materia prima necesaria sus costos y disponibilidad.....	101
3.7 mano de obra sus costos y disponibilidad .....	104
3.8 Gastos generales de producción .....	107
4. plan de organización y gestión .....	108
4.1 Marco legal.....	108
4.2 Estructura de la organización .....	113
4.3 Ficha de cargo .....	116
4.4 Actividades y gastos preliminares .....	120
4.5 Equipos de oficinas.....	121
4.6 Gastos administrativos.....	126
5. Plan Financiero.....	130
5.1 Inversión y fuente de financiamiento .....	130
5.1.1 Inversión fija.....	131
5.1.2 Inversión diferida .....	133
5.1.3 Capital de trabajo .....	136
5.1.4 Inversión total .....	138
5.1.5 Estructura del Financiamiento .....	139
5.1.6 Estado de Situación Financiera inicial .....	141
5.2 Presupuestos de Ingresos, egresos y costos .....	143
5.2.1 Punto de equilibrio.....	143
5.2.2 Presupuesto de ingresos .....	145
5.2.3 Presupuestos de egreso .....	147
5.2.4 Estructura de Costos .....	159
5.3 Presupuesto financiero .....	162
5.3.1 Flujo de Caja .....	162

5.3.2	Estado de Resultados Proyectado .....	163
5.3.3	Estado de Situación Financiera Proyectado .....	164
5.4	Evaluación financiera .....	166
5.4.1	Flujo de fondos.....	166
5.4.2	Valor Actual Neto (VAN).....	167
5.4.3	Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	168
5.4.4	Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) .....	168
5.4.5	Relación Beneficio-Costo (B/C). .....	169
	Conclusión .....	170
	Bibliografía .....	171
	Anexos.....	172

## Índice de tablas

Tabla 1: ideas de negocio .....	17
Tabla 2: Matriz de evaluación de ideas.....	18
Tabla 3: Sistematización del prototipo.....	24
Tabla 4: Valoración.....	27
Tabla 5: Modelo canvas.....	36
Tabla 6: Pago para el registro de la marca .....	38
Tabla 7: Calculo de la demanda potencial .....	47
Tabla 8: Calculo de la demanda .....	50
Tabla 9: Cálculo de la demanda insatisfecha .....	51
Tabla 10: Competencia directa.....	52
Tabla 11: competencia indirecta .....	53
Tabla 12: Costos variables para la producción de 25 barras nutritivas medicinales .....	56
Tabla 13: Costos fijos mensuales .....	57
Tabla 14: Grafico de preferencia de precios .....	58
Tabla 15: Costo total de la barra nutritiva.....	58
Tabla 16: Calculo de precio de venta del producto .....	59
Tabla 17: Estrategia de fijación de precios.....	67
Tabla 18: presupuesto de las estrategias.....	76
Tabla 19: Representación de la demanda.....	77
Tabla 20: Proyección de ventas.....	77
<b>Tabla 21: proyecciones de venta (unidades monetarias) .....</b>	<b>78</b>
Tabla 22: Insumos y proveedores .....	84
Tabla 23: Equipos para la producción .....	85
Tabla 24: Descripción de la cocina .....	85
Tabla 25: Descripción de Mesa .....	87
Tabla 26: Descripción de selladora .....	88
Tabla 27: Depreciación de cocina.....	92

Tabla 28: Depreciación de mesa de trabajo (representado en córdobas) .....	93
Tabla 29: Depreciación de empacadora (representada en córdobas) .....	93
Tabla 30: Depreciación de batidora (representado en córdobas) .....	94
Tabla 31: Capacidad de la maquinaria .....	95
Tabla 32: capacidad de producción .....	98
Tabla 33: Capacidad conforme la demanda .....	98
Tabla 34: Proveedores de la materia prima para un mes .....	103
Tabla 35: Costo de la materia prima en un mes (representado en córdobas) .....	104
Tabla 36: Costo de mano de obra (representado en córdobas) .....	105
Tabla 37: Costo de mano de obra 2 (representada en córdobas) .....	106
Tabla 38: Gastos generales de producción .....	107
Tabla 39: Distribución de cargos .....	114
Tabla 40 fichas de cargo del gerente administrativo .....	117
Tabla 41: fichas de cargo del vendedor .....	118
Tabla 42: Ficha de cargo del operario .....	119
Tabla 43: actividades y gastos preliminares .....	120
Tabla 44: Mobiliario y equipo de oficina (representado en córdobas) .....	121
Tabla 45: Depreciación del Escritorio (representado en córdobas) .....	124
Tabla 46: Depreciación de silla de escritorio (representada en córdobas) .....	124
Tabla 47: Depreciación del archivador (Representado en córdobas) .....	125
Tabla 48: Depreciación de computadora (representada en córdobas) .....	125
Tabla 49: Depreciación de la impresora (representación en córdobas) .....	125
<b>Tabla 51: gastos administrativos</b> .....	<b>126</b>
Tabla 52: Nomina .....	129
Tabla 53: Inversión fija .....	131
Tabla 54: Detalles de inversión diferida .....	133
Tabla 55: Detalle de cálculo del capital de trabajo .....	136
Tabla 56: inversión total .....	138
Tabla 57: Fuente de financiamiento .....	140
Tabla 58: Estado de situación financiera .....	141
Tabla 59: Presupuesto de ventas .....	145
Tabla 60: Presupuesto de ventas en unidades .....	146
Tabla 61: Presupuesto de compras de materia prima .....	147
Tabla 62: Presupuesto de compras de materia prima directa .....	148
Tabla 63: Presupuesto de compras .....	149
Tabla 64: Presupuesto de compras .....	149
Tabla 65: Presupuesto de materia prima directa unidades físicas .....	150
Tabla 66: presupuse de materia prima directa enviada a producción en unidades monetarias .....	151
Tabla 67: Presupuesto de materia prima indirecta enviada a producción en unidades físicas .....	152
Tabla 68: Presupuesto de materia prima indirecta enviada a producción en unidades monetarias .....	153
Tabla 69: Presupuesto de mano de obra .....	153
Tabla 70: Presupuesto de costos indirectos de fabricación .....	154
Tabla 71: Costos de producción .....	155
Tabla 72: Proyección de inventarios .....	155

Tabla 73: Presupuesto de gastos de venta .....	156
Tabla 74: Presupuesto de administración.....	158
Tabla 75: Estructura de costos .....	159
Tabla 76: Flujo de caja.....	162
Tabla 77: Estado resultado .....	163
Tabla 78: Balance general proyectado .....	164
Tabla 79: Flujo de fondos.....	166
Tabla 80: Tasa interna de retorno.....	168
Tabla 81: Periodo de recuperación de la inversión.....	169

## **Tabla de ilustraciones**

Ilustración 1: Método del embudo .....	13
Ilustración 2: Método del embudo .....	14
Ilustración 3: Aceptación del producto .....	16
Ilustración 4: Variables de la solución.....	17
Ilustración 5: Primera idea de prototipo.....	20
Ilustración 6: Imagen del producto .....	20
Ilustración 7: Principales ingredientes .....	21
Ilustración 8: Proceso de recepción de los insumos .....	22
Ilustración 9: flujograma de procesos .....	23
Ilustración 10: Imágenes del proceso del prototipo.....	25
Ilustración 11: imagen del producto terminado .....	25
Ilustración 12: Pregunta clave del testeo.....	26
Ilustración 13: preferencia de combinación .....	26
Ilustración 14. Modelos 3D .....	29
Ilustración 15: Grafica de la barra nutritiva .....	30
Ilustración 16: Productos sustitutos.....	34
Ilustración 17: Procedimiento para el registro de la marca .....	38
Ilustración 18: Ciclo de vida de un proyecto.....	39
Ilustración 19: Banner de la barra nutritiva medicinal .....	42
Ilustración 20: Brochure de la barra nutritiva .....	43
Ilustración 21: Segmento de la población .....	46
Ilustración 22: Grafico de consumo .....	47
Ilustración 23: Grafico de consumo de barras nutritivas.....	49
Ilustración 24: Competencia directa.....	52
Ilustración 25: competencia indirecta .....	53
Ilustración 26: Grafico de marcas en las barras nutritivas .....	54
Ilustración 27: Grafico del tamaño de la barra nutritiva .....	55
Ilustración 28: Imagen del logotipo .....	61
Ilustración 29: Grafico de la forma de barra nutritiva.....	62
Ilustración 30: Grafio de preferencia de la barra .....	63
Ilustración 31: Etiqueta del producto .....	64
Ilustración 32: Grafico del material del empaque del producto .....	65

Ilustración 33: barra nutritiva medicinal.....	66
Ilustración 34: Medios digitales para mejorar la comunicación con los clientes .....	68
Ilustración 35: Grafico del lugar de compra de las barras nutritivas.....	70
Ilustración 36: Canales de distribución directo.....	71
Ilustración 37: Grafico de preferencia de medios .....	73
Ilustración 38: Diseño de la red social Facebook .....	74
Ilustración 39: Promociones.....	75
Ilustración 40: Proceso de producción .....	79
Ilustración 41: Flujo grama del proceso productivo.....	81
Ilustración 42: Medidas de bioseguridad en la fábrica.....	83
Ilustración 43: Diseño de la fábrica.....	100
Ilustración 44: Divisiones de la fábrica.....	101
Ilustración 46: Organigrama de choco-nutrí .....	113
Ilustración 46: Punto de equilibrio.....	144

## **1 Generalidades del proyecto**

El objetivo principal de este documento, es elaborar un proyecto de emprendimiento e innovación para la producción y comercialización de una barra nutritiva medicinal a base de cacao, miel, limón y jengibre, tomando en cuenta diversas metodologías tales como el modelo canvas y diseño creativo (Desing Thinking).

La finalidad de este proyecto de emprendimiento e innovación, es brindar a la población nicaragüense una alternativa de solución a la actual crisis sanitaria que se atraviesa, aprovechando así la alta producción de materia prima en el país con nutrientes y propiedades medicinales que contribuyan a la salud.

Recalcando que a principios del año 2020 el virus covid-19 tuvo lugar en el país, causando zozobra y desespero en todos los nicaragüenses, es por eso que para muchas empresas y nuevos emprendimientos se convierte en un reto debido a cada uno de los cambios que este trajo, lo cual permitirá la implementación de nuevas estrategias y el fruto de nuevas oportunidades que contribuirán a la sostenibilidad económica del país.

Según un estudio realizado, se constató que el consumo de barras nutritivas está por encima del 80 % de la población, significando así la viabilidad de ofertar un nuevo producto innovador en este rubro, aprovechando las altas ventajas tales como la demanda de productos nutritivos y la alta producción de materia prima que existe en el país.

### **1.1 Solución**

En Nicaragua la producción de cacao es de gran importancia ya que aporta a la sostenibilidad económica del país. El cacao como tal ha formado parte de la cultura de los nicaragüenses desde hace muchos años, desde su utilización como moneda hasta su utilización como remedio para la cura de diversas enfermedades, sin obviar su utilización como ingrediente de diversas bebidas y postres. Hoy en día el cacao es considerado como una de las materias primas más importantes en las pequeñas, medianas y grandes industrias, y es que de este se derivan una gran cantidad de productos tales como: dulces, jugos, pasteles, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, y productos cosméticos.

La miel se ha convertido como uno de los productos naturales más demandados en el país, esto debido a sus propiedades medicinales lo que la hacen muy atractiva para la industria alimenticia, farmacéutica y cosmética, la producción de esta juega un papel muy importante ya que genera impactos positivo en la economía de las familias rurales nicaragüenses. La miel se puede utilizar para la elaboración de postres, comidas, galletas y caramelos, además esta puede ser utilizada como endulzante natural lo cual hace que su consumo sea meramente saludable.

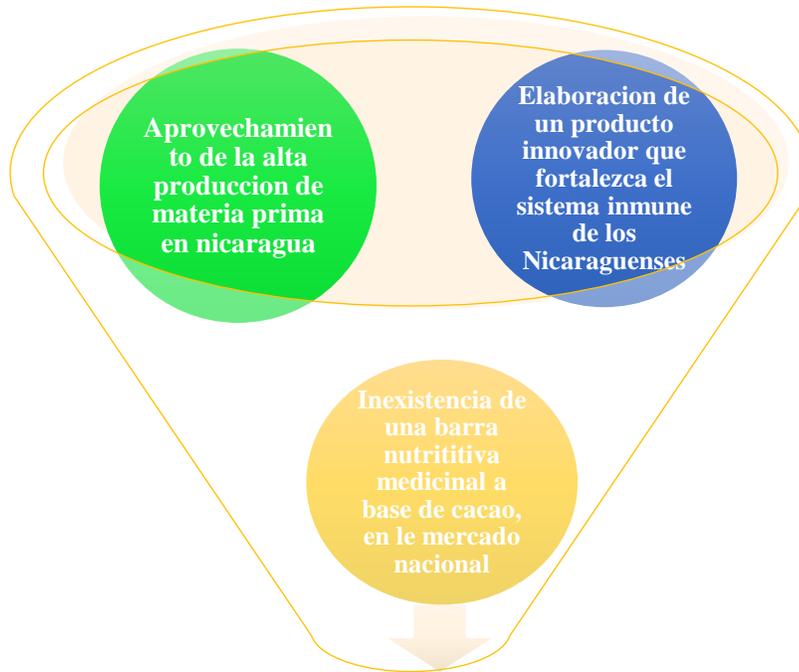
Además de tener una alta de producción de cacao y miel, Nicaragua por ser un país de clima tropical posee una muy buena producción de cítricos y jengibre, haciendo que la alta y buena producción de los antes mencionados sea favorable para el emprendimiento e innovación de nuevos proyectos.

Según estudios realizados se pudo constatar que no existe una barra nutritiva meramente de cacao en el mercado nacional. Esto demuestra que existe una gran oportunidad de comercializar un nuevo producto innovador a base de cacao en este rubro, tomando en cuenta la demanda que existe en dicho sector, es por eso que se pretende aprovechar la alta producción de cacao miel, limón y jengibre en el país, y elaborar un producto que ayude a fortalecer el sistema inmunológico que contribuya en cierta parte a evitar las muertes causada por el virus Covid-19.

La innovación es la respuesta a los tiempos de crisis, puesto que las dificultades presentan condiciones únicas que permiten a los innovadores pensar y moverse con mayor libertad para crear un cambio rápido e impactante; encontrar formas nuevas y creativas de seguir siendo relevantes para los consumidores, así como seguir fabricando los productos y servicios que permitan tener un espacio en el mercado. (Gago, 2020)

### 1.1.1 Método del embudo o funnel de innovación

Ilustración 1: Método del embudo



Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

En este caso se pretende aprovechar la demanda de productos de carácter nutritivos que existe en el mercado

## 1.1.2 Método Desing Thinkig

### Ilustración 2: Método del embudo



**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

### **Empatizar**

Estudiantes de quinto año de la carrera de administración de empresa, se dieron a la tarea de aplicar distintas herramientas las cuales permitieron el conocimiento de cada una de las necesidades de los pobladores del municipio de Jinotepe departamento de Carazo, y es que a través de la observación y entrevistas se pudo constatar que la mayor necesidad que atraviesa la población se centra en la salud debido a que el virus covid-19 afecta en gran manera este ámbito, durante esta pandemia se ha podido observar que la población se ha estado interesando en el cuidado, protección y prevención utilizando distintos medios como el alcohol, mascarillas, guantes y medicina que ayuden a contrarrestar el virus, a principios de esta pandemia surgieron complicaciones para contrarrestarla y es que el mal manejo para suministrar medicamento vino a complicar aún más las cosas, creando pánico y produciendo desaliento en parte de la población, pero a través de la medicina alternativa se vino a dar una calma a toda esta zozobra y es que el consumo de plantas y especias medicinales fortalecen el sistema inmune el cual es el encargado de defender al cuerpo de estos virus, en las entrevistas realizadas se pudo conocer el tipo de medicina que utilizan los pobladores para fortalecer el sistema inmunológico, la frecuencia con que lo toman y como les beneficio este

tipo de medicina. En la mayor parte de la población entrevistada en el municipio de Jinotepe Carazo prefirieron la medicina alternativa, y es que por ser natural es de gran importancia para poder contrarrestar el virus ya que fortalece el sistema inmunológico, entre los principales productos y plantas utilizadas por la población durante esta pandemia se mencionan el eucalipto, manzanilla, limón, jengibre y miel de abeja los cuales tuvieron un impacto positivo para la superación y la prevención de la actual crisis sanitaria.

Gracias a que los nicaragüenses poseen una gran variedad y positivismo a lo natural, se facilitan las opciones de un proyecto de innovación. Dando un gran valor agregado a una de nuestras semillas estrellas de los nicaragüenses, una semilla que desde los tiempos antiguos era muy valiosa tanto siendo así que hasta tuvo el valor de moneda en el país tiempo atrás con nuestros antepasados, se trata de la semilla del cacao.

El consumo de estas propiedades favorece enormemente al sistema inmunológico ya que el cacao son del grupo de flavonoides como las catequinas, antocianinas, procianidinas; los limones contienen vitamina C un poderoso antioxidante y son unos compuestos vegetales llamados flavonoides, que tienen efectos antioxidantes, y antiinflamatorios. Los antioxidantes son compuestos que ayudan a proteger las células del cuerpo del daño; el jengibre se encuentra entre las especies más sanas (y deliciosas) del planeta

Está repleto de nutrientes y componentes bioactivos que cuentan con muchos beneficios para el cuerpo y la mente, el jengibre contiene gingerol una sustancia con grandes propiedades medicinales, tiene una gran historia de usos predominando la lucha contra la gripe, así como el resfriado común, el gingerol es el principal componente bioactivo del jengibre, responsable de la mayoría de sus propiedades medicinales. Tiene grandes efectos antiinflamatorio y antioxidantes.

### Ilustración 3: Aceptación del producto



Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

#### Definir.

Debido a las necesidades conocidas en la etapa anterior se decidió crear un producto que supla las necesidades que atraviesa actualmente la población posteriormente se detalla la definición de este producto.

La barra nutricional de chocolate y miel con especias es un producto que se clasifica dentro de la medicina alternativa, está dirigido a niños entre las edades de 5 a 15 años, este producto tiene como función principal fortalecer el sistema inmunológico, además ofrece un estilo de vida saludable y un práctico consumo de medicina natural, que ayudara a fortalecer el sistema inmunológico de enfermedades como el covid-19.

**Ilustración 4: Variables de la solución**



**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

## **Idear**

En esta etapa se brindaron diferentes ideas y se valoró de manera cuantitativa cada uno de los aspectos y la oportunidad que existía en el mercado en cuanto a la elaboración de productos a base de cacao, buscando así la mejor opción para el proyecto, que sea aceptada por el consumidor y que garantice la salud del mismo.

**Tabla 1: ideas de negocio**

### **Ideas de negocio**

1. Cajeta de cacao
2. Barra nutritiva medicinal a base de cacao (chocolate)
3. Te a base de cacao
4. Caramelos medicinales a base de cacao

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

Tabla 2: Matriz de evaluación de ideas

Solución	Idea 1	Idea 2	Idea 3	Idea 4
Nivel de innovación (1 al 5)	3	5	4	3
Mercado potencial	3	4	4	3
Conocimiento técnico	3	4	3	2
Requerimiento de capital	4	4	3	3
Mejor opción	13	17	14	11

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

## Descripción de las variables

### Nivel de innovación

El grado de innovación define cómo lo "nuevo" es una innovación. La diferencia gradual con respecto al estado anterior debe ser medida y evaluada. La evaluación de las innovaciones en materia de novedad puede llevarse a cabo tanto después de la introducción de la novedad como en el período previo a un proyecto de innovación. Una vez que se ha introducido un nuevo producto, un servicio o un nuevo proceso, se puede evaluar el grado de innovación en el futuro. Al mismo tiempo, el grado de innovación también caracteriza la complejidad de un proyecto de innovación.

### Mercado potencial

Es una oportunidad de negocio latente. Se le llama mercado potencial a aquel público que no consume tu producto, pero que tienen o pueden llegar a tener la necesidad de

consumirlo. Parte de ese mercado satisface sus necesidades comprándole a tu competencia, esto no quiere decir que en algún momento puedan comprar otra marca.

### **Conocimiento técnico**

Se refiere a aquel que se obtienen por medio de la práctica y las experiencias a través del tiempo, con el uso de herramientas y no requieren de algún procedimiento para poder adquirirlo, está más bien basado en la necesidad de cada uno por cambiar algo a su alrededor sin necesidad de emplear la ciencia.

Requerimiento de capital: esta variable se refiere al capital con el que se cuenta para realizar dicho proyecto de innovación o las entidades con las que se puede contar para la financiación del mismo.

### **Explicación de la tabla #2**

En la tabla anterior se presentó una numeración del 1 al 5 para valorar la factibilidad de los proyectos donde 1 y 2 es muy bajo 3 y 4 regular y 5 muy bueno, la suma total de los proyectos dejó claro cuál es el más factible, donde la barra nutritiva medicinal obtuvo una calificación de 17 siendo esta la más alta de las 4 opciones.

### **Prototipo**

¿Qué es un prototipo?

Un prototipo es una versión inicial compacta de la solución o parte de la solución de un sistema construido en un breve periodo de tiempo y mejorado en varias iteraciones para probar y evaluar la eficacia del diseño general que se utiliza para resolver un problema determinado. Teniendo en cuenta esto como consiguiente se presentó la idea de cómo se vería el producto ya terminado

En esta etapa se realizaron varios gráficos en el cual se tomaban en cuenta las formas y diseños del producto que llamaran la atención de los clientes potenciales.

En este grafico se muestran ideas de diseños en bruto para la presentacion del producto apoyandolos de la herramineta creativa desing tinking

**Ilustración 5: Primera idea de prototipo**



**Fuente: Elaborada por el equipo de investigación**

Una vez teniendo la idea principal de como se queria el producto se prosigio a elaborarlo de manera mas atractiva

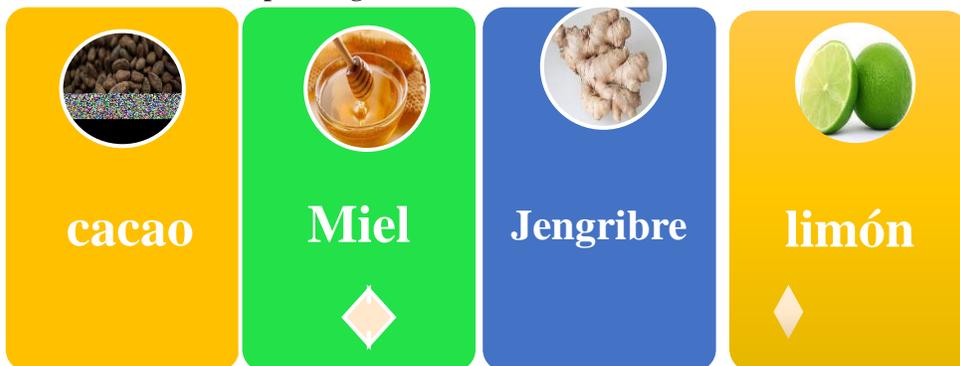
**Ilustración 6: Imagen del producto**



**Fuente: Elaborada por el equipo de investigación**

A continuación los ingredientes del chocolate

**Ilustración 7: Principales ingredientes**



**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

### **Obtención de la materia prima**

En Nicaragua el cultivo de cacao está apto en todas las regiones del territorio. Según el banco central de Nicaragua (BCN), existen 3 variedades de cacao: el forastero, el criollo y el trinitario, los cuales se producen en zonas como el atlántico sur, norte y Rivas entre otros territorios del país.

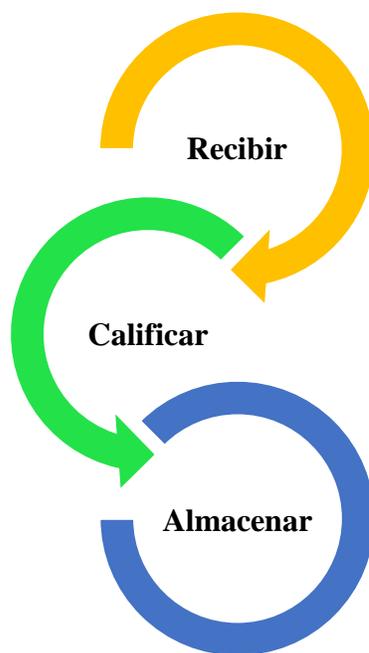
Como proyectista y de acuerdo a un estudio acerca de los posibles proveedores pudimos encontrar un productor de pasta de cacao que está situado en el municipio de Diriamba-Carazo, siendo este el apto que nos suministre la materia prima, debido a la cercanía que existe hablando geográficamente, además posee una de las variedades aptas para la elaboración de la barra nutritiva medicinal.

Con respecto a las demás materias primas a utilizar en el proceso de elaboración de la barra nutritiva medicinal, contamos con proveedores de miel ubicados en Masaya tomando en cuenta de que producen miel de calidad y que a su vez también favorece por la cercanía que existe entre la ciudad de Masaya y el municipio de la concepción que es donde estará ubicada la planta.

En el municipio de la concepción cuenta con una alta producción de limón, lo cual nos favorece ya que como se menciona anteriormente la planta estará ubicada en este municipio.

Procesamiento de la materia prima

**Ilustración 8: Proceso de recepción de los insumos**

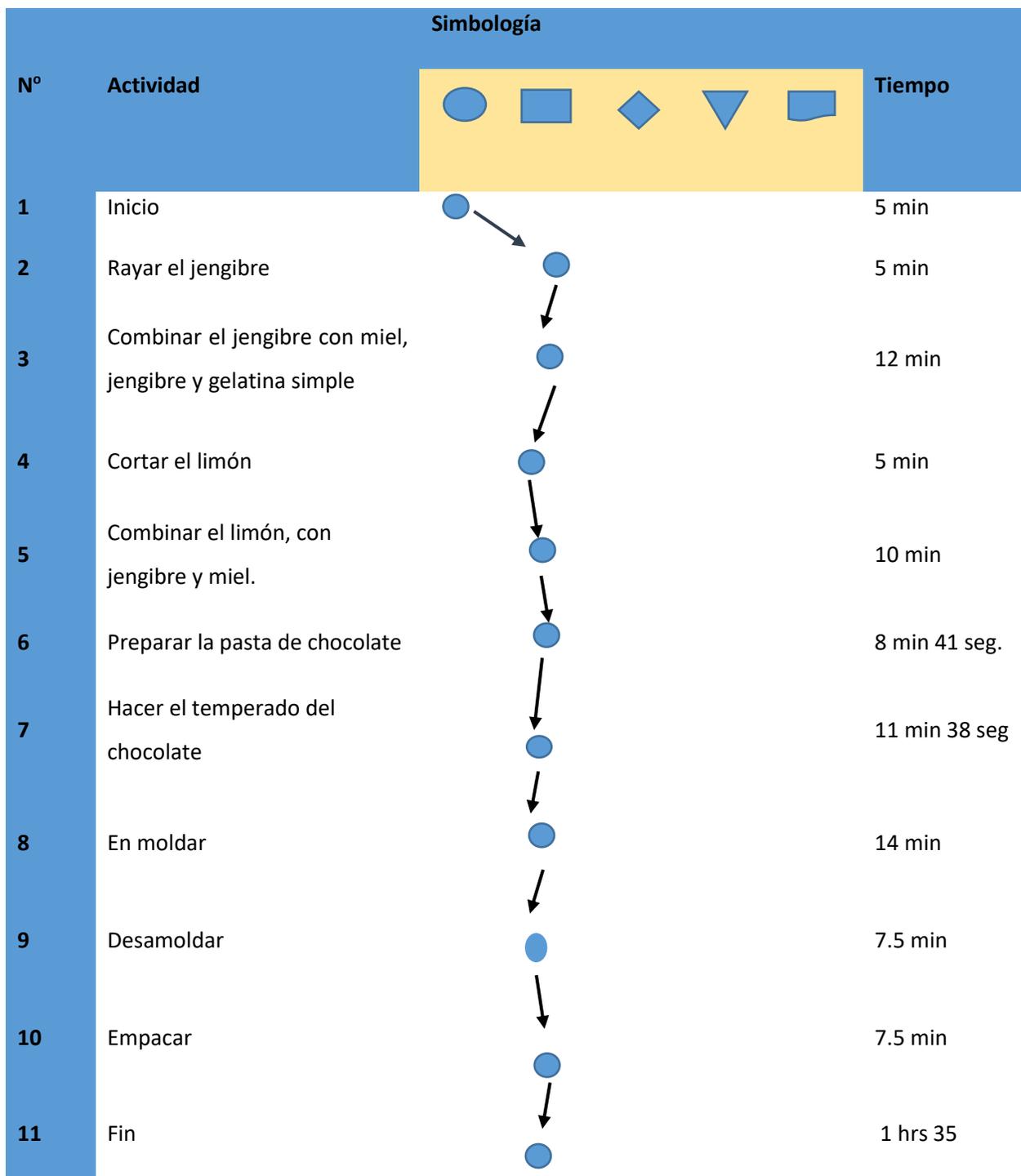


**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

En la ilustración anterior se muestra el proceso de recepción de la materia prima lo cual lo primero es recepcionar para proceder a clasificar con los estándares de calidad para posterior almacenar en los lugares indicados.

## Flujograma de procesos de la elaboración del chocolate nutritivo medicinal

Ilustración 9: flujograma de procesos



Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

En el flujograma se puede apreciar que se refleja los tiempos de preparación de la materia prima para convertirla hasta lo final, que es una barra nutritiva medicinal CHOCO-NUTRI teniendo un tiempo de 1 horas con 35 minutos para la producción de 25 barras nutritivas medicinales.

### Sistematización del prototipo

Para realizar los primeros avances de prototipo se necesitó de las siguientes cantidades de

**Tabla 3: Sistematización del prototipo**

<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Propiedades</b>	<b>Representación</b>
<b>Cacao</b>	22.65 gr	Fosforo Hierro Magnesio	
<b>Miel</b>	1.65 gr	Vitamina C Hierro	
<b>Jengibre</b>	2 gr	Vitamina C Hierro	
<b>Limón</b>	1.6 gr	Vitamina C Hierro	

**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

Proceso de elaboración de los primeros prototipos de la barra nutritiva medicinal

### Ilustración 10: Imágenes del proceso del prototipo



Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

Luego de realizar las pruebas algunas fallidas, se obtuvo el resultado final de la barra nutritiva medicinal

### Ilustración 11: imagen del producto terminado



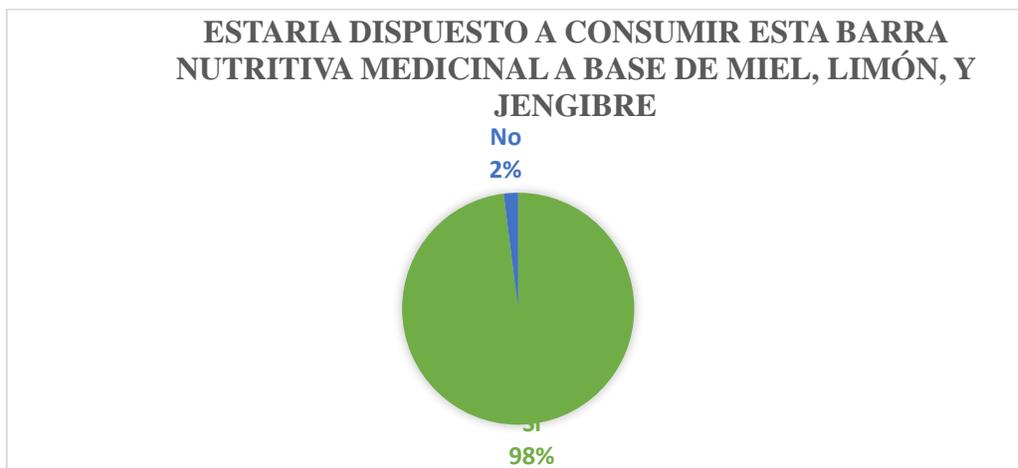
Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

Al realizar el prototipo se pudo identificar los aspectos que se deben mejorar para lograr un producto 100% de calidad.

**Testear**

En esta etapa del desing thinking es donde se pone a prueba el prototipo, para posteriormente conocer las opiniones de los encuestados, las cuales serán de gran importancia ya que permitirá las mejoras que el producto necesita, para así poder adaptar el producto a como los clientes lo demanden. Una vez ya elaborado el prototipo se procedió al testeo de este, tomando como población a los habitantes de la ciudad de Jinotepe, departamento de Carazo.

**Ilustración 12: Pregunta clave del testeo**

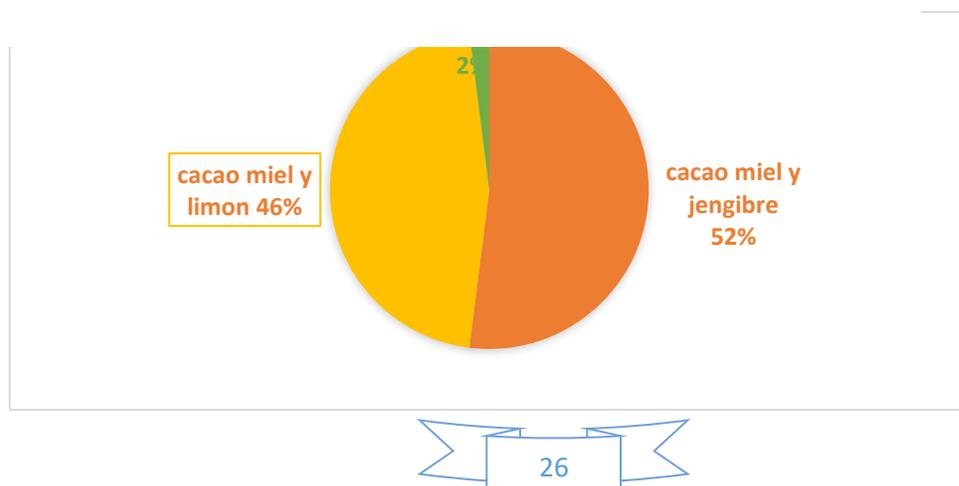


**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

En el gráfico se muestra que el 98 % de las personas encuestadas están dispuestas a consumir una barra nutritiva medicinal a base de cacao, miel, limón, y jengibre lo cual permite que como equipo de trabajo sigamos con la idea del proyecto, siempre tomando en cuenta las opiniones del mercado en estudio

### ¿Qué combinación prefieren?

**Ilustración 13: preferencia de combinación**



**Fuente: Elaborado por el equipo de investigacion**

Este grafico nos indica la preferencia de los encuestados, en donde un 52 % prefieren cacao, miel y limón, el 46 % prefieren cacao, miel y jengibre y un 2 % indica que podemos agregar otro tipo de ingrediente natural.

Valoración del prototipo (barra nutritiva medicinal)

De acuerdo a las respuestas de las personas que degustaron la barra nutritiva medicinal se realizó un promedio, de un rango de 1 a 5, en cual se valoran el olor, textura, sabor y color de la barra nutritiva.

De las repuestas que se obtuvo de las personas en las encuestas realizadas en el municipio de Jinotepe departamento de Carazo se realizó un promedio del rango que resulto el prototipo conforme a los siguientes indicadores.

**Tabla 4: Valoración**

Indicador	Concepto	Rango (1 al 5 pts.)
Olor	Grado de percepción que se lleva a cabo a través del olfato de las sustancias empleadas en un producto	4.2 pts.
Textura	Conjunto de atributos que posee un producto el cual se percibe a través de diferentes niveles tales como la masticación y el tacto.	2.1 pts.
Sabor	Sensación que produce los alimentos en el gusto.	4.1 pts.

Color	Es la percepción visual lo que hace que sea atractivo el producto para los consumidores.	4.5 pts.
-------	--	----------

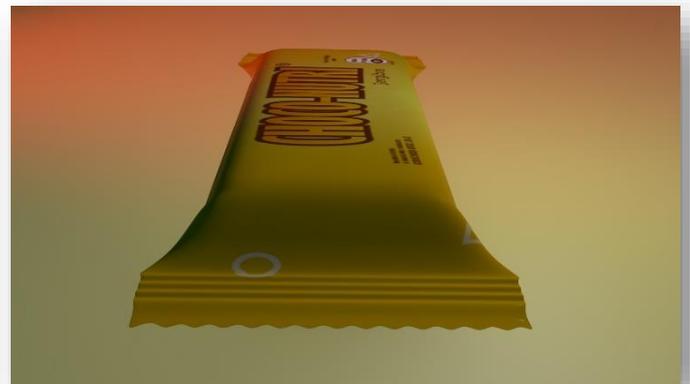
**Fuente: Elaborada por el equipo de investigación**

En la tabla anterior se especifica las opiniones de las personas entrevistadas en la degustación del prototipo del producto, por lo tanto se obtuvo que en lo que se debe mejorar es en la textura de la barra puesto que en los indicadores obtuvo un puntaje de 2.1 de puntaje, seguido del sabor que posee un 4.1 de puntaje lo cual indica que las personas lo percibieron de una muy buena manera al igual que el olor con 4.2 y el color con 4.5 lo que indica que fue percibido de una manera positiva por parte de los entrevistados que degustaron del prototipo.

### **1.2 Diseño o Modelo 3d**

A continuación se presentan una serie de imágenes del prototipo final en modelos 3D que corresponderá al empaque que tendrá el producto

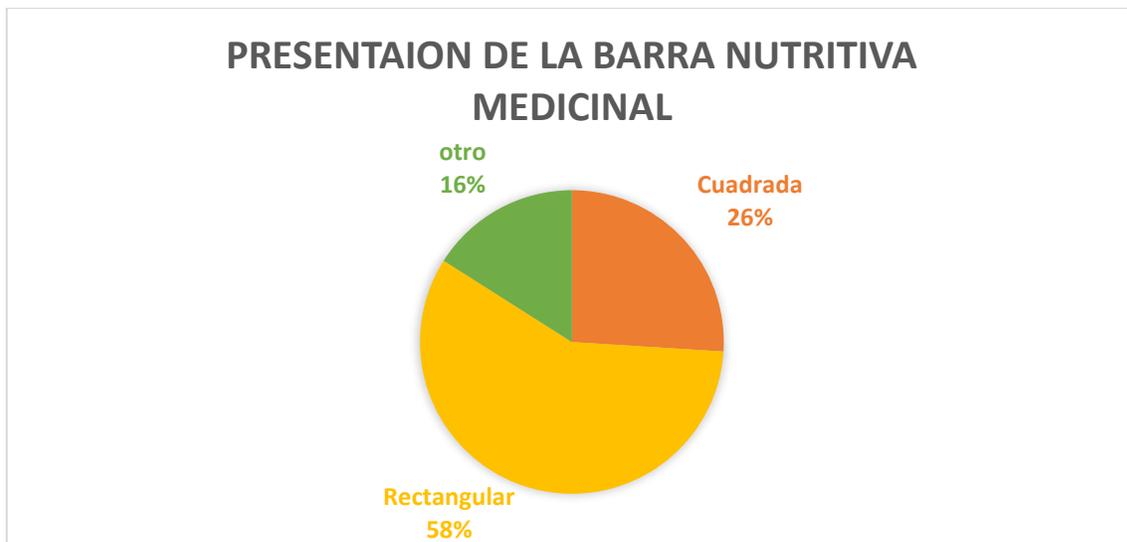
**Ilustración 14. Modelos 3D**



**Fuente: Elaborada por el equipo de investigación**

El diseño del producto es un pre requisito, para la producción, al igual que el volumen. Además que estos muestran: su imagen, estatus, exclusividad y calidad siempre con el objetivo de satisfacer las necesidades de los consumidores; el diseño que se estableció para la barra nutritiva medicinal es de una barra rectangular con cacao (chocolate) relleno de miel con limón y miel con jengibre. Esto se logró determinar mediante análisis posterior de la ejecución de las encuestas realizadas a la población de Jinotepe Carazo que se le presento tipos de formas y gramos.

**Ilustración 15: Grafica de la barra nutritiva**



**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

Respecto a la presentación del producto el 58 % indica que le gustaría comprar el producto de una forma rectangular, el 26 % lo compraría de forma cuadrada y un 16 % indica que podemos optar por otra forma de presentación.

### **1.3 Oportunidad del mercado**

#### **1.3.1 Análisis del entorno y sector**

##### **Producto interno Bruto**

Según el informe trimestral del PIB 2020, en el primer trimestre de 2020, la economía nicaragüense registro un crecimiento interanual de 1.8% (-0.3% en el cuarto trimestre de 2019) y una disminución de 1.1% en promedio anual, según la estimación preliminar del PIB trimestral (PIBT).

Para el 2021 según el presidente del Banco Central de Nicaragua (BCN) se proyecta un crecimiento de un 2.5% y 3.5% por ciento, según el informe del estado de la

economía y perspectivas publicado por el bando central de Nicaragua, que atribuye a crecimiento a la mejora de la economía mundial.

Por el enfoque del gasto, la variación interanual del PIBT estuvo determinada principalmente, por los impulsos registrados en la demanda externa neta. Por el producción de pesca y agricultura, explotación de minas y turismo entre otras, lo que fue parcialmente contrarrestado por disminuciones en intermediación financiera, electricidad, otros servicios, transportes y comunicaciones entre otros.

### **Enfoque de la producción**

La industria manufacturera creció 7.4%, 3.5% en promedio anual. Este comportamiento se debió a mayor producción de carnes, pescados, lácteos, bebidas, textiles, derivados de petróleos, maquinarias y equipos.

El comercio creció 7.2% (disminución de 2.1% en promedio anual), debido a un comportamiento similar tanto en el comercio, al por mayor como en el comercio al por menor. Los servicios de salud registraron un crecimiento de 2.2% (1.0% en promedio anual).

La actividad de construcción registró un crecimiento de 11.5% (-24.8% en promedio anual), la generación de electricidad disminuyó 13.3% (6.5% en promedio anual), el servicio de agua registro un crecimiento del 0.2% (1.2% en promedio anual), la actividad de hoteles y restaurantes creció 7.0% (19.2% en promedio anual).

### **Microambiente:**

#### **Factor demográfico:**

Los factores demográficos consisten en analizar factores relativos a los aspectos y modelos culturales, creencias, actitudes, etc. Así como las características demográficas como volumen de población, extensión, sexo, edad, natalidad, ocupación entre otros de una sociedad.

Este tipo de análisis permite a través de la demografía estudiar a la población humana en cuanto a su extensión, densidad, ubicación, raza, sexo, edad, ocupación y otras muchas

variables. El ambiente demográfico afecta a la empresa y es muy importante en el estudio del marketing, puesto que involucra a las personas que conforman el mercado objetivo, por tanto en la variable demográfica del macro entorno podemos estudiar diversos semblantes de la población, tales como, cambios en la estructura de edad, cambios en la familia, cambios geográficos, crecimiento o disminución en la población mundial.

### **Factor político legal:**

El factor político legal implica una posición de poder en una sociedad en sus diferentes niveles, que tendrán una repercusión económica.

La existencia de estabilidad política infunde seguridad a la sociedad en general y al sector empresarial en particular. Una buena estabilidad repercutirá en una mayor seguridad en las inversiones tanto interiores como exteriores. Las políticas económicas de los gobiernos pueden suponer un incentivo o una retracción de las inversiones. En este punto se debe considerar cómo pueden afectar las políticas económicas a nuestra empresa o negocio.

### **Factor económico**

Aumento de la canasta básica: la canasta básica son todos aquellos productos como alimentos y bienes del uso del hogar, cada año la canasta básica en Nicaragua sufre alzas por los que esta puede significar un peligro y bajas para la demanda del producto de barras nutritiva medicinal CHOCO-NUTRI.

Tasa de inflación: la inflación se proyecta para 2020 entre el 3% y 4%, a menos que se produzcan cambios en el resto de las variables.

### **Factor socio-cultural**

Como bien sabemos las personas están en constantes cambios de gustos y preferencias, los cambios de los estilos de vida de las personas se dan por diferentes factores como la cultura, valores, estatus social, etc. Todos estos intervienen en las decisiones al momento de comprar un producto. En nuestro país (Nicaragua) las personas son vulnerables a los cambios de hábitos de compras, por eso hay que tener una buena segmentación de mercado.

### **Amenazas de nuevos ingresos**

En este caso no existe empresa cuyo objetivo principal sea comercializar un nuevo producto como barra nutritiva medicinal, por lo tanto crear este nuevo producto será un éxito en el mercado, más en estos tiempos de seguir batallando con el covid-19 que aún es una realidad para nuestros días, con estas barras nutritiva medicinal que ofrece CHOCO-NUTRI su fin es ayudar fortalecer el sistema inmunológico con especies medicinales como lo es el limón, aní, miel, jengibre; teniendo todas estas grandes propiedades medicinales asociadas a los síntomas que presenta este virus.

### **Poder de negociación de los proveedores**

El poder de negociación con proveedores es mínima, por la gran ventaja que tiene la producción de esta barra nutritiva medicinal CHOCO-NUTRI es que es de fácil adquisición su materia prima y aun que en Carazo no están productor de cacao, los departamentos aledaños sí.

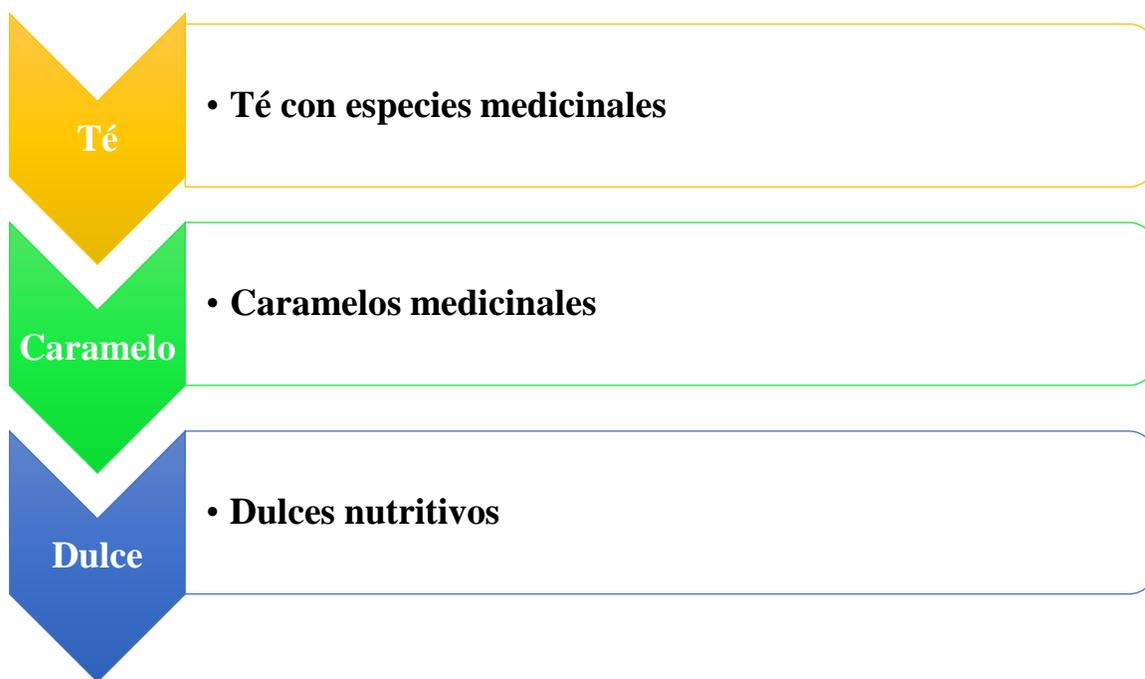
### **Poder de negociación con los compradores**

Con respecto al poder de negociación con los proveedores al momento de realizar el sondeo de mercado y aplicando herramientas como lo fue las encuesta pudimos conocer que en mercado es existente barras nutritivas con diferentes fines como lo son (energética, dietética, alimenticias, etc.); cabe destacar que la barra nutritiva medicinal será muy competidora con las demás por sus características de especies medicinales que se diferenciaran de las demás.

### **Amenazas de entradas de productos sustitutos**

Te con especies medicinales, dulces nutritivos y caramelos medicinales por lo cual estas actúan como productos sustitutos de la barra de chocolate nutritiva medicinal que su único fin será ayudar al sistema inmunológico con sus propiedades de especies medicinales, estos pueden ser una amenaza ya que cualquiera de ellos pueda ayudar a satisfacer una necesidad y es ayudar a fortalecer para confrontar al Covid-19

**Ilustración 16: Productos sustitutos**



**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

## 1.4 Propuesta de valor (modelo canvas)

Según *Alexander Osterwalder* en el libro de generación de modelos de negocios, el modelo canvas es una herramienta para definir y crear modelos de negocios innovadores que simplifica 4 grandes áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica.

**Segmento de mercado:** Los consumidores constituyen el elemento principal de cualquier modelo de negocio; sin ellos la compañía sería incapaz de sobrevivir mucho tiempo.

**Propuesta de valor:** Razón por la cual los consumidores prefieren a esa empresa sobre las demás. Por lo general, es una solución innovadora, que representa una nueva oferta o posee ciertas características distintivas.

**Canales de distribución:** Forma en que la empresa ara llegar sus productos a los competidores.

**Relación con los consumidores:** La empresa debe establecer el tipo de relación que desea con los segmentos de mercados que le interesa.

**Flujo de efectivo:** Es imprescindible que la empresa se cuestione hasta que precio un consumidor del segmento de mercado al que se dirige estaría dispuesto a pagar por su producto.

**Recursos clave:** Bienes más importantes para trabajar el modelo de negocio. Permite a la empresa crear y ofrecer la propuesta de valor.

**Actividades claves:** Acciones más relevantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio. Pueden relacionarse con la producción.

**Socios claves:** Red de proveedores y socios que hacen funcionar el modelo de negocio, Implica crear alianzas estratégicas.

**Estructura de costos:** Incluye todos los costos en que se incurre, tanto para poner en marcha el modelo de negocio como para crear y entregar el valor ofertado en la propuesta.

<b>Socios Clave</b> Mefcca- Carazo Productores de cacao. 	<b>Actividades Clave</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Innovación nutritiva</li> <li>Innovación del diseño</li> </ul> 	<b>Propuesta de Valor</b> Chocolate elaborado de manera artesanal con nutrientes claves que ayudan al fortalecer el sistema inmunológico.	<b>Relación con el Cliente</b> Brindarles un producto de calidad, para brindarles seguridad en cada compra 	<b>Segmentos de Clientes</b> Jóvenes y adultos entre las edades de 12 a 60 años de edad del municipio de Jinotepe departamento de Carazo
	<b>Recursos Clave</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Materia prima disponible todo el año</li> <li>Mano de obra calificada</li> </ul> 		<b>Canales de distribución</b> Directamente al consumidor 	
<b>Estructura de Costes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Costos directos:</b> compra de materia prima, pago de obra directa.</li> <li><b>Costos indirectos:</b> pago de servicios generales, CIF.</li> </ul> 		<b>Flujos de efectivos</b> <b>Ingresos propios, y ventas de la barra nutritiva medicinal.</b> 		

Tabla 5: Modelo canvas

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

En la tabla anterior se presenta el modelo canvas para la barra nutritiva medicinal, el cual plasmo las estrategias necesarias para el proyecto, tomando en cuenta el estudio de mercado que ayuda a definir algunos parámetros. La importancia de este modelo radica en especificar las principales variables que hagan rentable un modelo de negocio.

#### **1.4.1 Novedad de mi proyecto desde la base de la propiedad intelectual**

Según la organización mundial de la propiedad intelectual (OMPI) la propiedad intelectual se relaciona con las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio.

En Nicaragua la propiedad intelectual forma parte del emprendimiento de nuevos negocios, es por eso que la producción y comercialización de este nuevo producto debe estar amparado ante la ley.

En nuestro país la propiedad intelectual está regida según la ley n° 380, Leyes de marcas y distintivos, en donde se especifican los procedimientos a seguir para el registro de marcas o patentes:

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

Proceso en el cual se plasman los artículos específicos de la ley 380 para el registro de la marca

**Ilustración 17: Procedimiento para el registro de la marca**



**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

### Costos para el registro de la marca

**Tabla 6: Pago para el registro de la marca**

Actividades a realizar	Costo
Solicitud	<b>C\$ 100</b>
Búsqueda de antecedentes	<b>C\$ 20</b>
Certificado	<b>C\$ 20</b>
<b>Total</b>	<b>C\$ 140</b>

**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

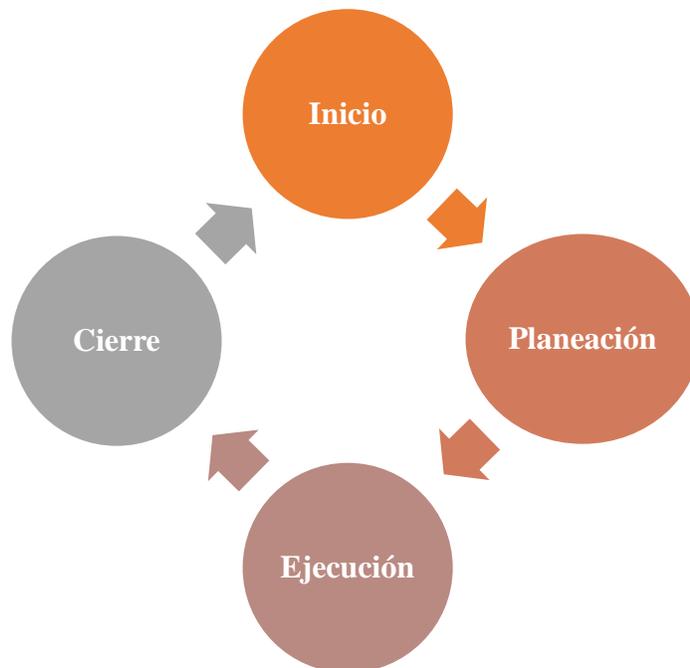
### 1.5 Ciclo del proyecto

Un proyecto (emprendimiento, 2021) se desarrolla en diferentes etapas que tienen relación entre sí según el Project Management Institute (PMI), un proyecto es “un esfuerzo único, temporal, emprendido para crear un producto o servicio único. El resultado final buscado puede diferir con la misión de la empresa que la emprende”; una vez planteada la idea para el proyecto y aprobada que es la elaboración de una barra nutritiva medicinal de cacao (chocolate) y especias medicinales como (limón, anís, jengibre y miel).

A lo largo del ciclo de un proyecto se han de tomar grandes decisiones que resuelven determinados problemas pero a la vez si no son bien formulados o ejecutados te llevan a otro problema teniendo que formular otra idea, conforme avanza el ciclo el número de decisiones aumentan hasta la fase de la ejecución,

Las fases o etapas de un proyecto se dividen en:

**Ilustración 18: Ciclo de vida de un proyecto**



**Fuente: Elaborada por el equipo de investigación**

## **Idea del proyecto / inicio**

Es la etapa más crucial y compleja que requiere iniciativa e imaginación, además de creatividad por parte del equipo del proyecto, aquí se elaboraron varios métodos como lo es el embudo de ideas 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.

Esta idea del producto innovador de barras nutritiva medicinal CHOCO-NUTRI nace mediante una necesidad que se afronta con esta nueva pandemia mundial del COVID-19, ya que las personas optaron por medicamentos naturales y caseros.

## **Fase de la planeación**

Según el autor Harold Koontz considera a la planeación como “función administrativa que consiste en seleccionar entre diversas alternativas, los objetivos, las políticas, los procedimientos y los programas de una empresa”

Consiste analizar si el proyecto satisface una necesidad o una oportunidad de negocio por lo cual se hace el método de idear o definir, analizar las ventajas y desventajas que te traerá este nuevo proyecto innovador

## **Fase de ejecución**

Se lleva a cabo el plan de del proyecto y se realizan las tareas necesarias para lograr los objetivos planteados. Durante esta fase, el avance del proyecto es monitoreado y controlado para asegurar la inocuidad del producto elaborado y de igual forma llevar la secuencia del cronograma de trabajo.

## **Fase de cierre**

Se hacen las evaluaciones del proyecto, se identifican y documentan cada accionar aprendidas a aprendidas para ayudar a mejora el rendimiento del proyecto.es en este preciso momento donde se debe tomar un tiempo muy necesario para terminar de evaluar tu proyecto,

para plasmar y conocer todas las evoluciones, rentabilidad, eficacia que lleva este proyecto innovador está generando; además es la etapa en la que se encuentra el proyecto de elaboración final de la barra nutritiva medicinal CHOCO-NUTRI después de haber ejecutados tantos prototipos y haber llegado al punto final de aceptación donde se han cumplido todos los parámetros requeridos para la comercialización de este producto.

### **1.6 Visibilidad del proyecto**

La visibilidad del proyecto es un ingrediente vital en la gestión exitosa de cada proyecto. En una organización donde los proyectos se entrelazan y entretajan con regularidad, la salud de un proyecto puede deteriorarse rápidamente tan pronto se deja de recibir la exposición de organización que necesita. Un proyecto que ya no es visible no podrá ejecutarse eficientemente o con éxito, perdiendo el tiempo, el dinero y los recursos que ha recibido.

## Brochure

Como bien se sabe el brochure es una herramienta eficaz para exponer de manera rápida nuestro producto al cliente, nuestro brochure es una tarjeta de presentación extendida, que ayudara a informar sobre nuestro nuevo producto innovador.

### Ilustración 19: Brochure de la barra nutritiva

Parte frontal del Brochure

Parte introductoria del Brochure



Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

## Banner

Un **banner** es un formato publicitario en Internet. Esta forma de publicidad por internet consiste en incluir una pieza publicitaria dentro de una página web. Prácticamente en la totalidad de los casos, su objetivo es atraer tráfico hacia el sitio web del anunciante que paga por su inclusión.

**Ilustración 20: Banner de la barra nutritiva medicinal**



**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

## **1.7 Resultados esperados**

La obtención de los resultados del presente proyecto de emprendimiento e innovación de la barra nutritiva medicinal CHOCO-NUTRI fueron obtenidos mediante la información conseguida en la planificación del proyecto y del estudio de mercado, los cuales permitieron ver la viabilidad y factibilidad del proyecto. Estos análisis indicaron que existe una gran oportunidad de poder satisfacer una necesidad en la población del municipio de Jinotepe, y que por ende existe una muy buena posibilidad de poder captar el mercado con una nueva idea innovadora.

De acuerdo a la encuesta realizada se obtuvieron datos tales como la aceptación del producto el cual el 98 % de la población aceptó el producto, en donde (98%) de la población que aceptó el producto estaría dispuesta a consumir de 3 a 5 barras quincenalmente y el otro (2%) de la población estaría dispuesta a consumir de 5 barras a más mensualmente.

Según la aceptación del 98 % del target que se obtuvo en el estudio de mercado indica que es una idea que tiene potencial para poder competir en el mercado de las barras nutritivas, sin embargo existe una competencia sólida en el mercado que se pretende incursionar, pero esta tiene como fin otros segmentos de mercados, de manera que el proyecto pretende satisfacer las necesidades de una demanda insatisfecha entregándoles calidad, satisfacción a sus necesidades y bajos precios.

Por eso que se pretende establecer relaciones duraderas con nuestros proveedores que permitan beneficios en ambas partes. Además se hizo uso de la herramienta Design Thinking, la cual permitió ver los resultados de un producto de calidad estandarizada, y es que uno de los procesos de esta herramienta es el prototipo y el testeado de este, posteriormente de la obtención del producto idóneo se procedió a registrar la marca del producto mediante lo establecido en la ley de marcas y distintivos, esto para evitar el plagio de la idea del proyecto de emprendimiento.

## **2. Estudio de mercado**

Philip Kloter, define la investigación de mercado como “el diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemáticos de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa.

La investigación de mercado es importante porque nos ayudan a conocer el mercado, a ofrecer soluciones a problemáticas reales, a generar estrategias como también nos apoyan en el desarrollo de nuevos productos y mejoras a productos ya establecidos.

### **2.2 Análisis de la demanda**

Para poder obtener los cálculos de la demanda de la barra nutritiva medicinal (CHOCO-NUTRI) Se realizó estudio de mercado, utilizando la técnica de la encuesta como fuente de información primaria que ayuda a determinar la demanda de una forma confiable y un análisis exacto del estudio.

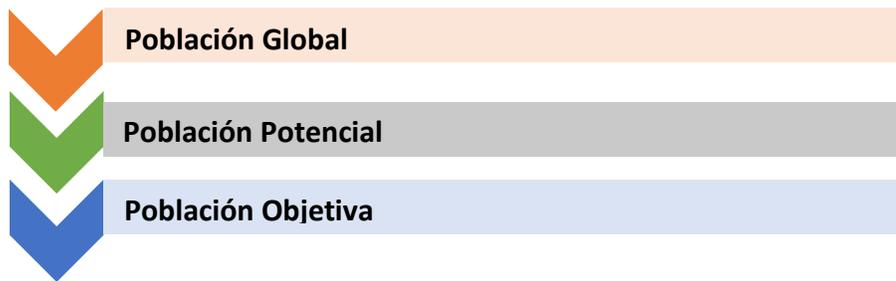
De igual forma se hizo un recorrido por supermercados, establecimientos de conveniencia del municipio para poder determinar la demanda de barras nutritivas por los habitantes del municipio de Jinotepe Carazo.

#### **2.2.1 Cálculo de la Demanda Potencial**

Según simón Andrade define la demanda como la cantidad de bienes y servicios que el comprador el consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares

Para el cálculo adecuado de la demanda potencial de la barra nutritiva medicinal CHOCO-NUTRI se ha definido la siguiente segmentación de la población jinotepina, la cual permitirá definir datos fiables tomados siempre del análisis de los resultados de la investigación de mercado.

### Ilustración 21: Segmento de la población



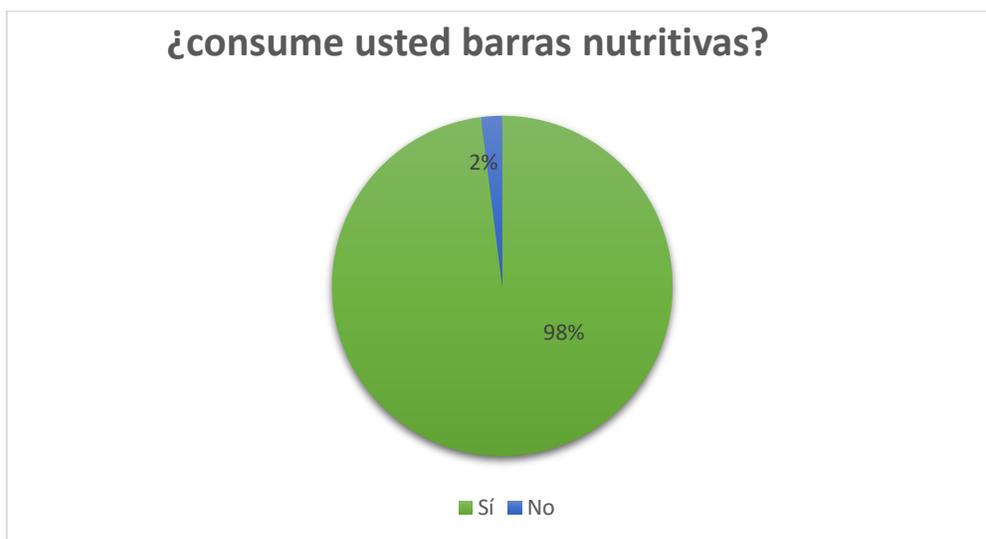
**Fuente:** Elaboración del equipo de investigación

- + Población Global:** Para el proyecto de emprendimiento de la barra nutritiva medicinal, la población global son todos los pobladores del municipio de Jinotepe tales como: Niños, jóvenes, adultos, la cual se estima para el 2021 según el Instituto Nacional de Información de desarrollo (INIDE) de 49,808 personas.
- + Población Potencial:** Son todos aquellos habitantes del municipio de Jinotepe del departamento de Carazo que consumen barras nutritivas. Según los datos de la encuesta realizada, se obtuvo que un 98% de la población consumen barras nutritivas.
- + Población Objetivo:** Es el porcentaje del grupo de personas que se pretende alcanzar como emprendedores del proyecto de innovación de la barra nutritiva medicinal, en este caso se pretende abarcar el 70% de la población, la cual abarca a jóvenes y adultos entre las edades de 15 años a más, haciendo el siguiente calculo  $49,808 * 70\% = 34,866$  personas, representan la cantidad de la población objetivo del proyecto de emprendimiento.

## 2.2.2 Demanda Potencial

El cálculo de la demanda potencial de este proyecto se realizara mediante las respuestas obtenidas de la pregunta realizada en el estudio de mercado (¿consume usted barras nutritivas?, la cual hace énfasis en el número de personas que si consumen barras nutritivas.

Ilustración 22: Grafico de consumo



Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

En el grafico anterior se muestra que el 98 % de la poblacion afirmo que si consumen barras nutritivas y un 2% de los encuestados dijeron que no, lo cual esto nos ayudara para el calculo de la demanda potencial la cual se calcula de la sigiiente manera:

Tabla 7: Calculo de la demanda potencial

Proporcion afirmativa "P"	(0.98)
Polacion objetivo "PO"	34,866
Demanda potencial del mercado total	$P*PO$
Demanda potencial del mercado total	$0.98*34866$
Demanda potencial del mercado total	<b>34,169</b>
Demanda real	<b>Demanda potencial * 98 % de aceptacion del nuevo producto</b>

<b>Demanda real</b>	<b>34,169 * 0.98</b>
<b>Demanda real</b>	<b>33,486</b>

**Fuente:** elaborada por el equipo de investigación

### 2.3 Análisis de la oferta

Según Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz, plantean que la oferta es la "Combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo."

Según un análisis se pudo identificar cuáles son las empresas que representa la competencia directa e indirecta de la empresa productora y distribuidora de barras nutritivas "Choco-Nutri", nuestra competencia son todas aquellas que comercializan o producen barras nutritivas entre estas están: Barra Multigrano BIMBO, Barras KRUNCGY BAR, Barra NATURE VALLY, Barra QUAKER.

Competencia u oferta directa e indirecta

En los estudios realizados en el municipio de Jinotepe departamento de Carazo, se constató que no existe competencia directa, debido a que no hay productores con la visión de crear una barra nutritiva medicinal; predominando en el mercado, barras nutritivas alimenticias, dietéticas y energéticas las cuales son consideradas como competencia indirecta.

#### Competidores indirectos

- ✚ QUAKER: Según el estudio de mercado la barra más consumida por el porcentaje de encuestado es la barra nutritiva alimenticia QUAKER teniendo un porcentaje de 44% siendo está distribuida en supermercados y centros de conveniencia del municipio.
- ✚ KRUNCHY BAR: Esta tuvo un porcentaje de consumo del 26% según los encuestados, siendo esta una barra elaborada 100% en Nicaragua de manera industrial, entre sus principales ingredientes están el maní, arándanos, semilla de marañón, almendras, miel y pasas.
- ✚ Multigrano BIMBO: Esta es una barra dietética, siendo su materia prima principal el trigo, avena, nuez, cebada y almendra; esta es comercializada en centro de

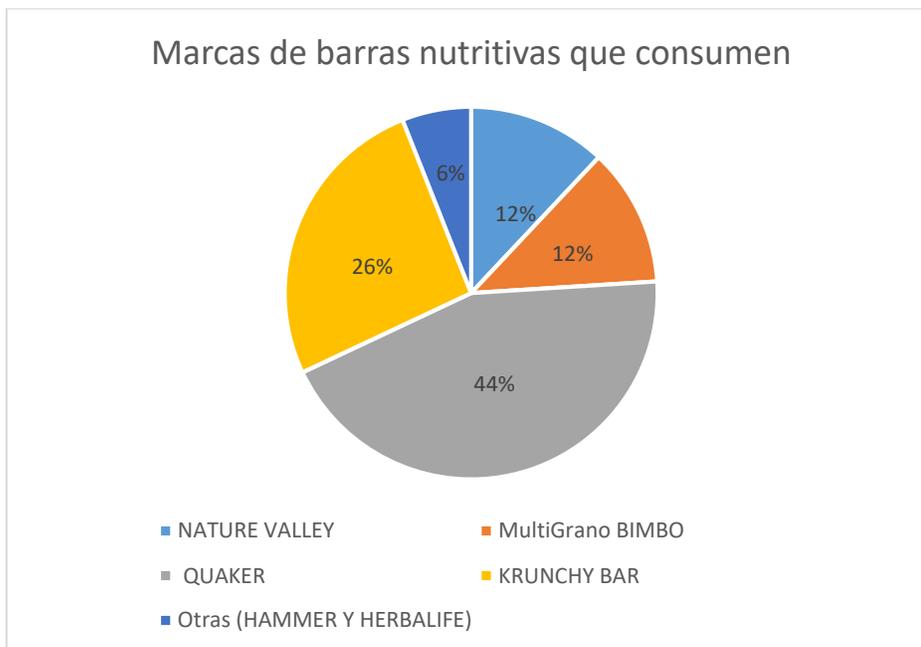
conveniencias del municipio de Jinotepe; teniendo un porcentaje de 12% por parte de los encuestados.

- ✚ NATURE VALLEY: Esta es una barra nutritiva energética la cual está elaborada a base de chocolate, maní, pasas, teniendo un porcentaje de consumo del 12%, de igual forma esta se comercializa en centros de conveniencias.
- ✚ Otras(HAMMER, HERBALIFE): Considerando que al momento de la encuesta hubo un porcentaje de 6% que marco la opción de otros especificando que consumen o han consumido otro tipo de barras tales como HAMMER y HERBALIFE siendo una de ellas dietéticas(HERBALIFE) y la otra dirigida específicamente a deportistas(HAMMER).

### 2.3.1 Calculo de la oferta

Para el cálculo de la oferta, se utilizaron medios tales como la investigación de mercado haciendo uso de la encuesta como técnica confiable en la obtención de información del mercado en estudio, además se realizaron visitas en los supermercados y centros de conveniencias del municipio de Jinotepe.

**Ilustración 23: Grafico de consumo de barras nutritivas**



**Fuente: Elaborada por el equipo de investigación**

Como se puede apreciar en el diagrama están las barras presentadas, estas consideradas como competencia indirecta, debido a que somos una empresa que está elaborando un nuevo producto innovador el cual no tiene una competencia directa, es por eso que se pretende tomar como principales competidores aquellos cuyo porcentaje sea mayor del 30 % según la encuesta realizada.

El grafico indica que el principal competidor está representado por la barra nutritiva alimenticia Quaker con un 44% la cual representaría la oferta directa, seguido de la barra nutritiva Krunchy Bar representada con un 26%, suponiendo que esta representaría la oferta indirecta en cuanto a la preferencia de los consumidores.

### **Demanda real**

Según la encuesta realizada el 98% es la cantidad de personas que estarían dispuestas a consumir la nueva barra nutritiva medicinal, por lo cual la demanda real es de **33,486 personas**.

**Tabla 8: Calculo de la demanda**

<b>Demanda Real</b>	<b>Oferta directa</b>	<b>Oferta Indirecta</b>
<b>33,486 personas</b>	<b>Está representada por el 44% que corresponde 14,734 personas</b>	<b>Está representada por el 26 % que corresponde a 8,706 personas</b>

**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

En la tabla anterior se especifica el total de la demanda real, oferta directa e indirecta para posteriormente proceder con el cálculo de la demanda insatisfecha.

### **Demanda Insatisfecha**

Es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado que se puede ser cubierta a menos en parte por el proyecto: dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta (Redalyc, 2014)

### 2.3.2 Calculo de la demanda insatisfecha

Tabla 9: Cálculo de la demanda insatisfecha

N	Demanda Real	Oferta indirecta y directa	Demanda insatisfecha
	33,486 personas	23,440 personas	10,046 personas

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

En la presente tabla se observa la demanda insatisfecha que aún no abarca la competencia directa e indirecta en el mercado por lo cual existe un pequeño grupo de mercado que el proyecto pretende abarcar.

Como demanda insatisfecha resultan 10,046 personas.

Demanda Insatisfecha= Demanda real- Competencia directa e indirecta (70%)

Demanda Insatisfecha= 33,486– 23,440

Demanda Insatisfecha= 10,046 personas

## 2.4 Análisis de los precios

### 2.4.1 Comparación de precios

De acuerdo el análisis de la oferta se pudo constatar que las principales competencias existentes en el mercado de las barras nutritivas son: barras nutritivas quaker y barras Krunchy Bar, siendo estas dos marcas las que más se comercializan en el mercado en estudio.

#### Descripción de la competencia

Según el estudio de mercado, la competencia directa de las barras nutritiva medicinal CHOCO-NUTRI son las barras nutritivas Quaker, siendo estas las más consumidas, estas son

importadas, y tienen una presencia de comercialización en el supermercado la colonia del municipio de Jinotepe.

Estas tienen una presentación de 6 unidades por caja a un precio de C\$80 el paquete  
Precio de la competencia Directa es de 13 córdobas por unidad

**Tabla 10: Competencia directa**

Marca de Barra	Peso en gramos	Precio
Barra Nutritiva Quaker	26 gr	C\$ 13

**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

**Ilustración 24: Competencia directa**



**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

La competencia indirecta está representada por la barra Krunchy Bar, siendo la segunda más consumida en el mercado con una presentación en un peso de 27 gr, la cual es elaborada de una manera industrial en el departamento de león, Nicaragua. Esta barra es comercializada en las tiendas de conveniencias del municipio de Jinotepe.

**Tabla 11: competencia indirecta**

Marca de Barra	Peso en gramos	Precio
Barra Krunchy	27 gr	C\$ 16.52

**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

**Ilustración 25: competencia indirecta**

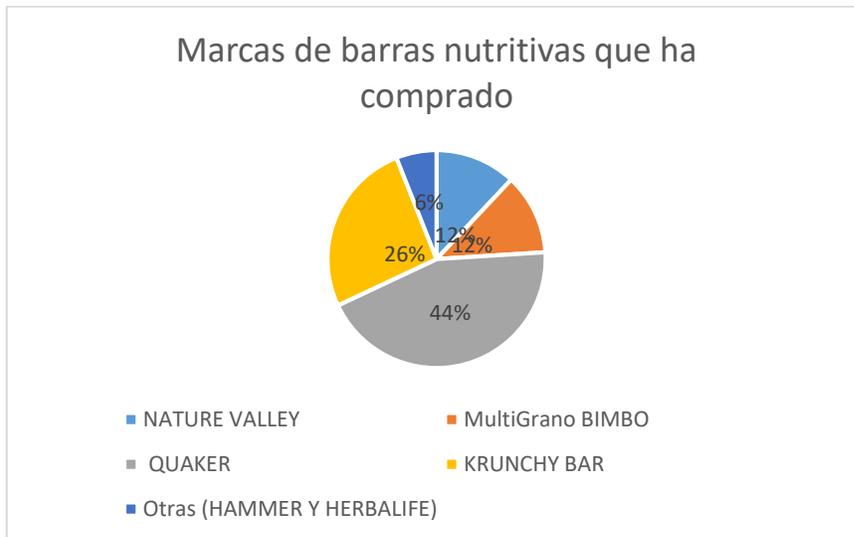


**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

El análisis de precios con respecto a la competencia se realizó mediante la visitas a supermercados y tiendas de conveniencias del municipio de Jinotepe, en donde es más accesible poder encontrar este tipo de producto como lo son las barras nutritivas.

Debido a que se está emprendiendo un nuevo producto innovador, no se cuenta con una competencia directa en el mercado, es por eso que se asume que nuestra competencia directa es la que tiene mayor participación en el mercado.

**Ilustración 26: Grafico de marcas en las barras nutritivas**



**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

### 2.4.2 Estructura de precios

Partiremos de la definición de precios en términos de marketing, es decir, como aquella percepción que tiene el consumidor sobre el valor del producto, con ello quiero decir, que los responsables han de tener presente este componente en el momento de fijar los precios.

Debemos reconocer que todos los productos tienen un precio. Hasta fechas no muy lejanas los precios se consideraban competencia de los departamentos financieros de las empresas, que los fijaban a partir de mecanismos totalmente cuantitativos e independientemente del resto de las variables de marketing. Las crisis económicas originadas por las turbulencias incontroladas de la inflación, el alza de los costos de las materias primas, las tasas de interés elevadas, la competencia, han contribuido a hacer de las decisiones de precios unas elecciones de importancia estratégica. El establecimiento de precios supone para

las empresas tomar en cuenta dos tipos de influencias. De una parte tenemos la influencia interna, que nos orientará sobre las restricciones que los costos y la rentabilidad nos impone para fijar el precio y por otra la influencia externa que nos vendrá dada por la capacidad de compra del mercado y los precios de los productos de la competencia.

### **Estimación de costos variables y fijos para la barra nutritiva medicinal CHOCONUTRI**

Para la estimación de precio de la barra nutritiva medicinal se tomó en cuenta las opiniones de los encuestados en la siguiente pregunta: ¿En qué tamaño en gramo compraría usted este nuevo producto innovador? Lo cual un 48 % respondió que preferirían consumir una barra de 40 gramos.

**Ilustración 27: Grafico del tamaño de la barra nutritiva**



**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

En el gráfico se refleja como segundo lugar que consumirían 70 gramos con 46% de preferencia y en tercer lugar consumirían 100 gramos con un 6 % de preferencia. Esto indica que los consumidores prefieren consumir pequeñas cantidades de barra.

## Costos variables

Los costos variables, también conocidos como coste variable, son aquellos costos que varían de acuerdo con la producción que se desarrolla en una empresa u organización, es decir, con la cantidad de bienes o servicios que se estén produciendo.

Cuanto más produzca una organización, más costos variables deberá pagar. Por ejemplo, más empaquetado de producto o más materia prima.

## Costos variables para producción de 40gr

Tabla 12: Costos variables para la producción de 25 barras nutritivas medicinales

Descripción	Costo
225 gr jengibre	C\$ 12.50
1 kg pasta de cacao	C\$ 121
225 ml miel	C\$ 47.5
15 limones	C\$ 60
10 gr gelatina simple	C\$ 17.5
57.7 gr Semilla de cacao	C\$ 6
Etiqueta	C\$ 50
Empaque	C\$ 50
<b>Total</b>	<b>C\$ 364.5</b>

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

## Costos fijos

Los costes o costos fijos son aquellos costos que una organización siempre debe cancelar, independientemente de su nivel de producción. Se los conoce como fijos porque no varían ante los cambios de la producción de bienes y servicios.

En otras palabras, los costos fijos son aquellos que no importa cuánto se produzca, siempre deberán ser abonados.

Para realizar la estimación de precios se basó en la pregunta que se le realizó a los encuestados “¿En qué tamaño de gramo compraría usted un nuevo producto?” donde el 48% de los encuestados respondió que le gustaría en tamaño de 40gr, basándose en esa respuesta se procede a seguir con la estructura de costos.

## Costos fijos mensuales

**Tabla 13: Costos fijos mensuales**

Descripción	Costos
Agua	C\$250
Luz	C\$130
Internet	C\$ 721
Publicidad	C\$ 4,110
Salarios	C\$ 11,200
Papelería y útiles	C\$ 300
Material de aseo y limpieza	C\$ 300
Total	C\$ 17,011

**Fuente: Elaborada por el equipo de investigación**

### 2.4.3 precio unitario

Para poder reflejarles de una manera veras el coste del producto se hará énfasis a la pregunta número 21 (¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este nuevo producto?), siendo los criterios de repuesta por el mercado real.

**Tabla 14: Grafico de preferencia de precios**



**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

Según el grafico anterior el precio que estaría dispuesto a pagar los clientes reales oscilan entre 50 y 60 C\$, cabe a destacar que este no será el precio final debido a que se deben tomar en cuenta otros factores.

A continuación se presenta el proceso para la estipulación del precio unitario, este según la estimación de los costos.

**Tabla 15: Costo total de la barra nutritiva**

<b>Costos variables</b>	C\$ 14. 58
<b>Costos fijos(+)</b>	C\$ 17,011
<b>Producción Estimada (/)</b>	C\$ 1608
<b>Costo totales</b>	C\$ 10.58

**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

## Calcular el precio venta con el producto innovador

Tabla 16: Calculo de precio de venta del producto

<b>Costo Total</b>	C\$ 10.58
<b>Costo Total por el valor de ganancia deseado</b>	100%
<b>Precio de Venta</b>	C\$ 21.16

**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

En la tabla anterior se definio, el precio de venta de la barra nutritiva tomando en cuenta el costo total por el porcentaje de ganancia deseado, cabe recalcar que este precio puede variar conforme al plan financiero, que se detallara más adelante.

### 2.5 Estrategias competitivas de mercado 4ps

El mix de marketing también conocida como las 4ps, es un análisis de estrategias de aspectos internos que es desarrollada comúnmente por las empresas, en la cual se toman en cuenta cuatros variables principales tales como: producto, precio plaza y promoción. Esto con el fin analizar el comportamiento del mercado y de los consumidores, y que a su vez le permitan generar acciones que le permitan fidelizar y retener a los clientes mediante la satisfacción de sus necesidades. Cuando cada una de estas variables es ejecutada de manera correcta se tiende a influir en el mercado de una manera positiva permitiendo así poder captar la atención del público. Uno de los principales objetivos del proyecto de emprendimiento es influir y conquistar al público objetivo, esto mediante la introducción de un nuevo producto que satisfaga sus necesidades.

### Estrategia General

Las estrategias generales son aquellas consideradas por las empresas como las primordiales, las cuales permiten el cumplimiento de los objetivos de dicha organización, de acuerdo a lo antes descrito el proyecto de emprendimiento pretende establecer su estrategia general basada en la innovación, debido a que se pretende lanzar un nuevo producto, una vez ya establecido el producto en el mercado se prevé establecer la estrategia de desarrollo continuo del producto en el cual existen diversas estrategias para el desarrollo de este, pero la que se

pretende aplicar es la renovación del producto adaptándolos a los deseos y necesidades de los consumidores.

Con esta estrategia se pretende mejorar el producto constantemente y ampliar la línea, tomando en cuenta los gustos y preferencia de los consumidores.

Sin embargo para que sea posible poder penetrar el mercado se pretende establecer una estrategia, es por ello, que se implementara la publicidad, promociones y descuentos.

### **2.5.1 Estrategia de producto**

La barra nutritiva medicinal posee características únicas que la hacen diferente a las barras existentes en el mercado. De acuerdo a un análisis se pudo establecer un nombre que sea penetrante en la mente del consumidor con facilidad de ser recordado y que además haga referencia a la función principal del producto como es la nutrición medicinal.

#### **Nombre del producto**

**CHOCO-NUTRI** este nombre hace referencia a la combinación de la palabra chocolate que no es más que el cacao, siendo este la mayor cantidad de materia prima utilizada en el producto y la palabra nutrición que es la característica principal del producto debido a que cada uno de sus componentes son meramente naturales y medicinales.

#### **Características competitivas**

- ✚ Es un producto elaborado meramente con materia prima nacional con altos estándares de calidad
- ✚ Su elaboración es de manera natural en la cual no se agregan ningún tipo de preservantes químicos.
- ✚ Empaque con diseño atractivo
- ✚ Precios accesible al consumidor

#### **Características físicas del ingrediente o materia prima principal**

El cacao a utilizar es un cacao orgánico es decir que para su producción no se utilizan químicos ni preservantes, esto permitirá obtener una barra nutritiva natural que no dañe la salud de los consumidores.

## **Logotipo**

Según el Diccionario de Marketing de cultural S.A define al logotipo como el "símbolo que utiliza normalmente una empresa o marca para que la identifiquen con más facilidad" de acuerdo a la anterior definición el logo de la barra nutritiva medicinal Choco-Nutrí es el siguiente:

### **Ilustración 28: Imagen del logotipo**



**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

Con este logo-marca se pretende atraer el mercado meta o público objetivo, en este se especifica el nombre del producto con el fin de poder introducirse en la mente de los consumidores.

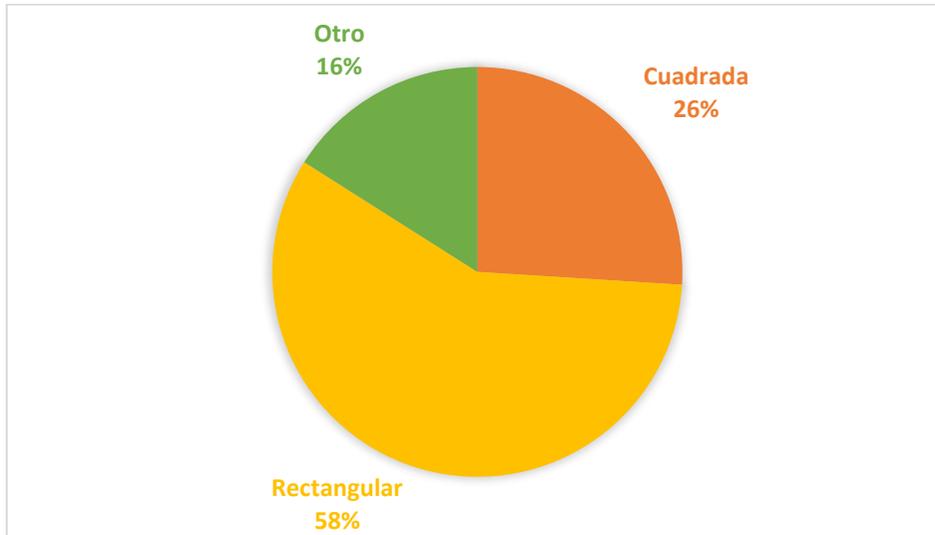
## **Especificaciones de calidad**

En cuanto a la calidad del producto, el proceso de elaboración y el producto terminado, juegan un papel muy importante en lo que es la satisfacción de los consumidores y el cumplimiento de sus expectativas, es por eso que como emprendedores estamos procurando utilizar materia prima de calidad, maquinaria y equipos especializados y que los procesos de producción cumplan con normas de higiene que permitan la obtención de un producto de alta calidad que sobrepase las expectativas de los clientes.

## **Diseño forma y tamaño**

De acuerdo al estudio de mercado la forma y diseño del producto será de manera rectangular, con respecto al tamaño en gramos el producto será comercializado en un peso de 40 gr, esta decisión va de acuerdo a las opiniones de las personas que fueron encuestadas en el estudio de mercado.

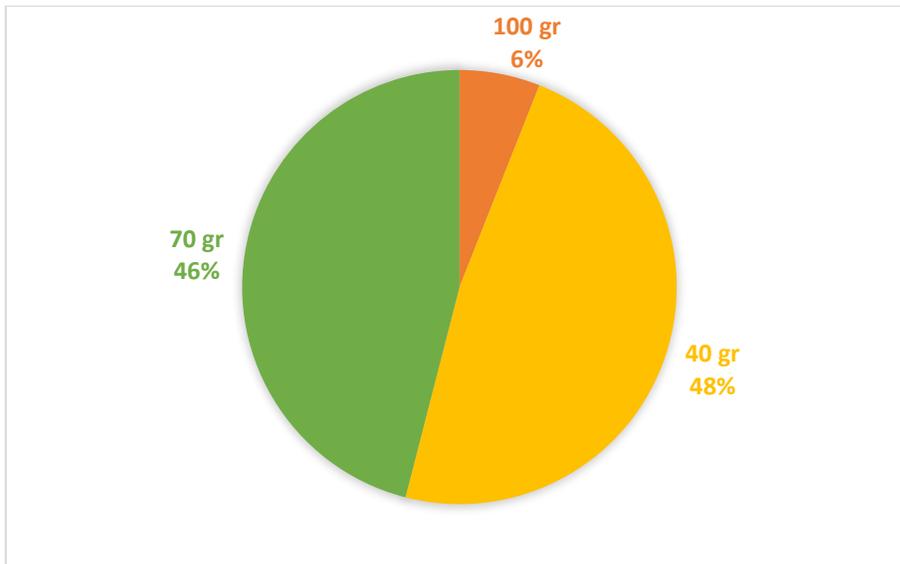
**Ilustración 29: Grafico de la forma de barra nutritiva**



**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

Con respecto a la forma del producto el 58 % indica que le gustaría comprar el producto de una forma rectangular, el 26 % lo compraría de forma cuadrada y un 16 % indica que podemos optar por otra forma de presentación.

**Ilustración 30: Grafio de preferencia de la barra**



**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

El 48% de los encuestados indico que comprarían la barra en un tamaño de 40 gr, el 46 % indico que lo comprarían en un tamaño de 70 gr y el 6 % indico que lo comprarían en tamaño de 100 gr.

### **Marca**

Según Laura Fisher y Jorge Espejo definen la marca como "un nombre, término simbólico o diseño que sirve para identificar los productos o servicios de un vendedor o grupo de vendedores, y para diferenciarlos de los productos de los competidores"

Es decir la marca es la identificación de un producto o servicio en el mercado, para esto es necesario poder registrar la marca a nivel nacional la cual se rige en Nicaragua bajo la ley numero 380 ley de marcas y otros signos distintivos, en esta se especifica el proceso de creación y registro de la marca

## Etiqueta

Según Kerin, Hartley y Rudelius la etiqueta “es una parte integral del empaque y suele identificar al producto o marca, quien lo hizo, donde y cuando se hizo, como debe usarse y el contenido y los ingredientes del paquete”

La función de la etiqueta va más allá de identificar el producto o la marca del producto. En una etiqueta se registran cada una de las características del producto, sus indicaciones de uso o conservación, precauciones y fechas de fabricación y de vencimiento, código de barra, también estas contienen datos que están en dependencia de las leyes y normativas vigentes para cada industria o sector.

El etiquetado de **Choco-Nutri** cumplirá con cada una de los requerimientos establecidos en la norma técnica obligatoria nicaragüense de etiquetado de alimentos pre envasados para consumo humano NTON 03 021- 08.

Ilustración 31: Etiqueta del producto



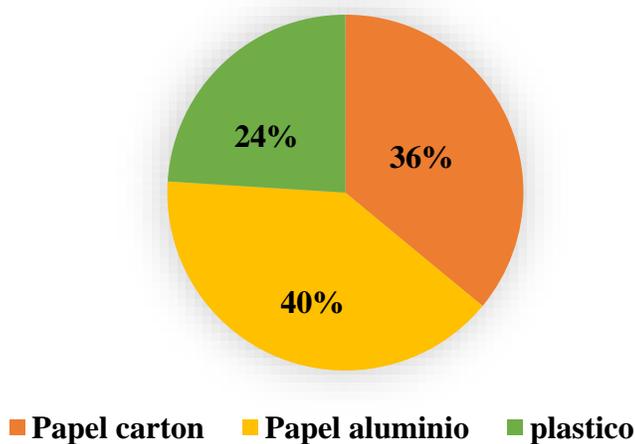
Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

## **Empaque**

Según Laura Fisher y Espejo, el empaque “se define como cualquier material que encierra un artículo con o sin envase, con el fin de preservarlo y facilitar su entrega al consumidor”. El empaque con el que será comercializada la barra nutritiva medicinal Choco-Nutrí será de material de aluminio, esto debido a que este material conserva el producto, además de eso la población percibe de una manera más atractiva el producto en este tipo de presentación.

En la siguiente grafica se muestra la preferencia de los consumidores respecto al empaque del producto.

**Ilustración 32: Grafico del material del empaque del producto**



**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

En la ilustración anterior se muestra que los consumidores prefieren el papel aluminio como el empaque del producto con un 40 % de las opiniones.

El papel aluminio ofrecerá al producto más preservación durante más tiempo, además actúa como barrera protectora de la humedad, polvo y luz, evitando que el producto pierda su aroma y sabor original.

**Ilustración 33: barra nutritiva medicinal**



**Fuente: Elaborada por el equipo de investigación**

## **2.5.2 Estrategia de precio**

### **Fijación de precios promocionales**

Según Lamb, Hair y McDaniel, una estrategia de precios es un marco de fijación de precios básicos a largo plazos que establece el precio inicial para un producto y la dirección propuesta para los movimientos de precios a lo largo del ciclo de vida del producto.

Completando esta definición, cabe mencionar que según Geoffrey Randall, la política general de fijación de precios de una empresa es una decisión estratégica: tiene implicaciones a largo plazo hay que desarrollarla con mucho cuidado y no se puede modificar fácilmente. Es parte de la estrategia de posicionamiento general.

Pasa cuando se fijan temporalmente los precios del producto por debajo de su precio establecido, con la única finalidad de hacer crecer las ventas a corto plazo. Cabe recalcar que esta estrategia solo será por tiempos temporales ya que aplicarlo todo tiempo es pérdida para la empresa.

### **Descuentos**

Esta estrategia de descuento es para vender el producto a costos menores al establecido en un gran volumen. Con esta estrategia es importante mantener la calidad del producto.

## Fijación de precios por temporadas especiales

Esta estrategia será empleada con descuentos de acuerdo a las temporadas que se consideran estratégicas y más demandado el producto, además se implementará una combinación de estrategias como la del 2x1 la cual es una de las promociones más populares en el mercado, es decir llevas dos productos y pagas sólo el precio de uno, por lo que esto incrementará el volumen de ventas en estos días.

Tabla 17: Estrategia de fijación de precios

Temporadas especiales
 Tiempo de invierno
 Diciembre

Esta tabla hace referencia a los tiempos del año que las personas son más afectadas con la gripe en invierno por el tiempo lluvioso y en diciembre por que son de temperatura muy fría es aquí donde se aprovecha para brindar promociones y descuentos.

Cabe recalcar que debido a la situación actual que se está viviendo entorno a la pandemia del Covid-19 los clientes demandarían más la barra nutritiva medicinal CHOCO-NUTRI ya que ayuda a fortalecer el sistema inmunológico por sus propiedades de especies medicinales.

### 2.5.3 Estrategia de distribución

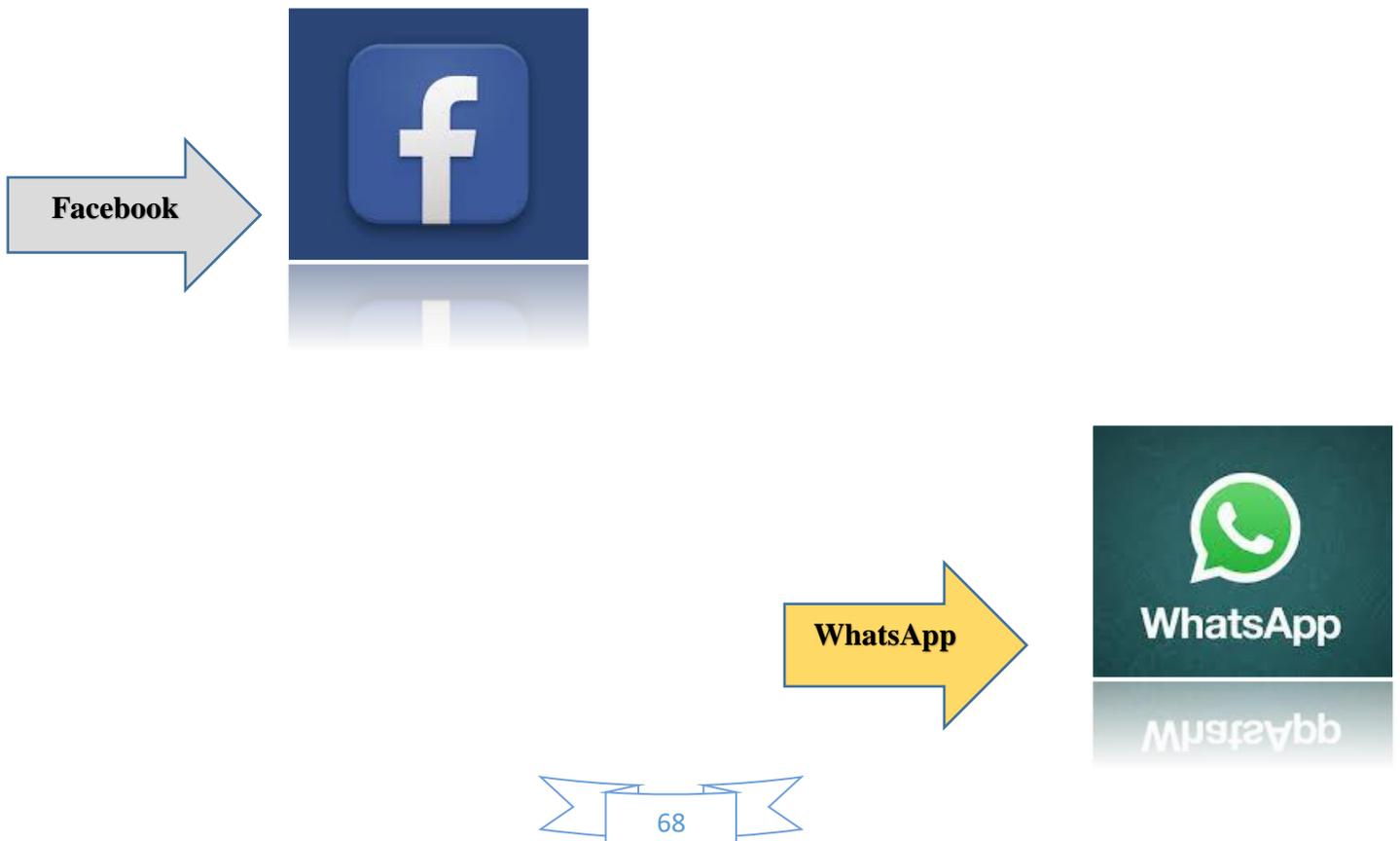
Según (MOLINILLO JIMENEZ. S, 2014) dice que la distribución comercial es una de las herramientas de marketing más relevante para las empresas, puesto que permite facilitar la conexión entre la oferta y la demanda.

Siguiendo con las prácticas continuas de todas las medidas de bioseguridad ante la pandemia del Covid-19 es necesario, diseñar la mejor opción para distribuir el producto, siendo considerados los cambios al momento de realizar sus compras los consumidores

provocada por el Covid-19, tomando en cuenta que hay lugares que causa temor a los consumidores para ir a realizar sus compras, porque se consideran puntos calves para las trasmisión del Covid-19. Es necesario crear estrategias de distribución fáciles y accesibles para todo aquel que desea adquirir el producto de barra nutritiva medicinal

- ✚ Mantener redes sociales activas para tener informado y conocer sugerencias por parte de los seguidores siendo posibles consumidores del producto es activos en las plataformas como lo son Facebook e Instagram.
- ✚ Crear una cuenta de empresa en la plataforma de WhatsApp para contar con el servicio de delivery.
- ✚ Pagos electrónico para agilizar el proceso de comprar y solo retiren de manera inmediata su pedido.

**Ilustración 34: Medios digitales para mejorar la comunicación con los clientes**



**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

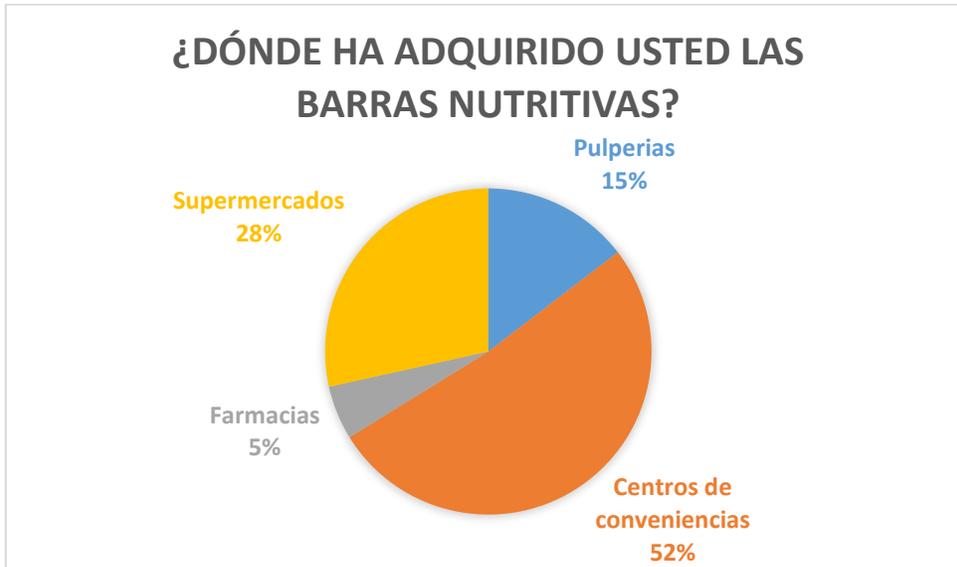
### **Canales de distribución**

Según Kotler, P & Armstrong, G. (2008), “canal de marketing (también llamado canal de distribución), es el conjunto de organizaciones independientes que participan del proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor final o de un usuario industrial”.

Según lo dicho por parte del autor Kotler, P & Armstrong, G, la posibilidades de distribución del proyecto innovador de barra nutritiva medicinal CHOCO-NUTRI, se estableció el canal de distribución que será de manera indirecta.

Esos canales de distribución se obtuvieron mediante la herramienta de encuesta realizada a la población dirigida del municipio de Jinotepe Carazo, donde se logró obtener los canales de mayor distribución son los centros de conveniencias y súper mercados, ya que el mayor porcentaje de repuesta por parte de los consumidores de ¿dónde han adquirido barras nutritivas? Es por medio de estos canales.

**Ilustración 35: Grafico del lugar de compra de las barras nutritivas**



**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

Para la distribución del producto los fabricantes han decidido solo contar con una ruta la cual facilitara que el producto llegue al consumidor en perfectas condiciones, lo cual beneficiara para llevar mejores controles sobre el producto, el canal de distribución se establece de la siguiente manera:

### Ilustración 36: Canales de distribución directo



**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

En la ilustración anterior se muestra el canal indirecto ya que tendrá que utilizarse a un intermediario para poder llegar al consumidor final.

Satisfacción del cliente: centros de conveniencias y supermercados del municipio de Jinotepe.

Los lugares donde se distribuirán la barra nutritiva medicinal CHOCO-NUTI

- ✚ Centros de conveniencias ( AM:PM, Gasolineras)
- ✚ Supermercados ( Pali, la colonia)

### **Estrategia Multicanal**

Esta estrategia se basa definir los diferentes canales de venta y distribución con los que pretendemos llegar al target. Participan canales digitales y analógicos y todos ellos deben ser complementarios.

Encuestas periódicas de satisfacción de los clientes

Las encuestas de satisfacción al cliente se han convertido en una herramienta muy utilizada por los emprendedores debido a la versatilidad que presentan para publicarse en una web, blog e incluso redes sociales, y a las ventajas que ofrecen, son, destacando entre otras:

- ✚ Ayuda a retener a los clientes actuales y a captar nuevos clientes.
- ✚ Los clientes se sienten parte de un proceso de mejora continua y les gustará sentir que su opinión es útil.

Las encuestas se realizarán vía virtual debido a que se sigue confrontando la pandemia del Covid-19 y la población no está dispuesta al 100% de querer colaborar y atender la petición de ser encuestada serán efectuadas cada 6 meses.

#### **2.5.4 Estrategia de promoción y publicidad**

La publicidad se define por un conjunto de estrategias orientadas a dar a conocer productos y servicios a la sociedad.

Sin embargo, no solo se trata de que las personas sepan que existes, sino también de otorgar cierta reputación a lo que se ofrece.

Sin utilizar esta comunicación patrocinada, sería muy complejo posicionarse en la mente de los consumidores como algo de buena calidad.

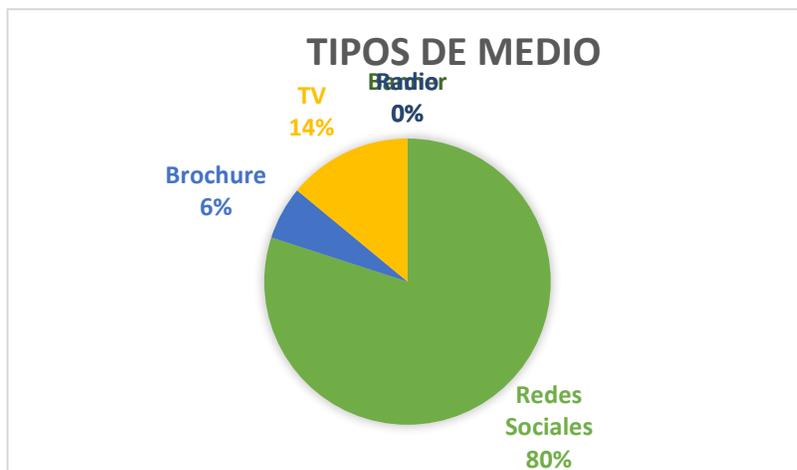
#### **Plan de medios**

A como se sabe el plan de medios es una herramienta importante para cualquier empresa que ofrece un producto nuevo al mercado entre más estratégica sea la publicidad mejores resultados se tendrá, en este caso el medio que se utilizará para dar a conocer el producto será

- ✚ **Redes sociales:** este medio fue el más elegido en las encuestas ya que los clientes dijeron que preferían darse cuenta del producto por medio de las mismas

**¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría conocer acerca del lanzamiento de este nuevo producto?**

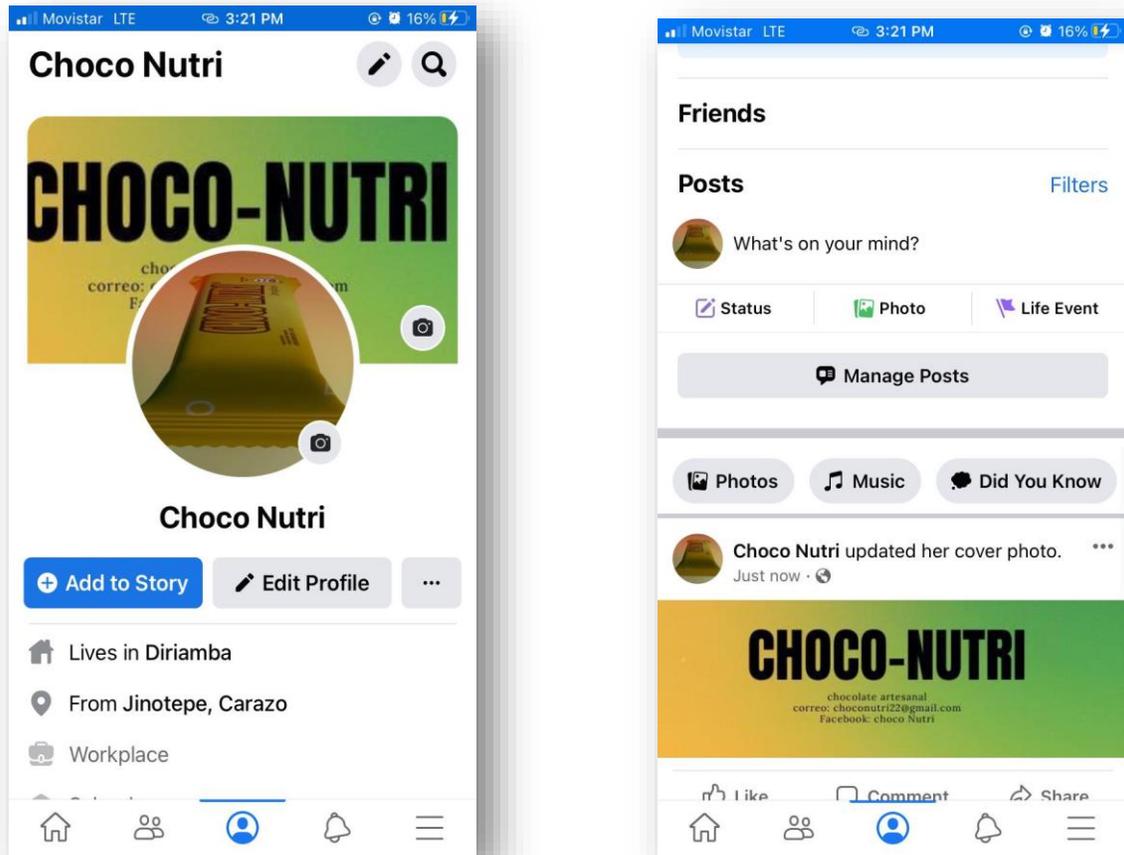
**Ilustración 37: Grafico de preferencia de medios**



**Fuente: Elaborada por el equipo de investigación**

El 80 % de los encuestados indicaron que les gustaría saber del producto por medio de las redes sociales, el 14 % indico que les gustaría por medio de la televisión y el 6 % por medio de Brochure; y el resto de los encuetados dio un porcentaje de 0% porque no desea conocer el producto mediante ese tipo de publicidad.

Ilustración 38: Diseño de la red social Facebook



Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

- ✚ **Mantas publicitarias:** se colocaran 2 mantas publicitarias en puntos céntricos de Jinotepe para captar la atención de cliente
- ✚ **Brochure:** Se les brindara a personas que desean tener información de donde se estará ubicado, y los beneficios de dicho producto

### Estrategias de marketing de contenidos

Marketing de Contenidos es una estrategia de Marketing enfocada en atraer clientes potenciales de una manera natural, a partir de contenidos relevantes que se distribuyen en los

distintos canales y medios digitales en los que está la audiencia. Esta estrategia va de la mano con las redes sociales, ya que en ella se puede brindar una información precisa y una descripción amplia del producto que se comercializara.

### **Educa el mercado**

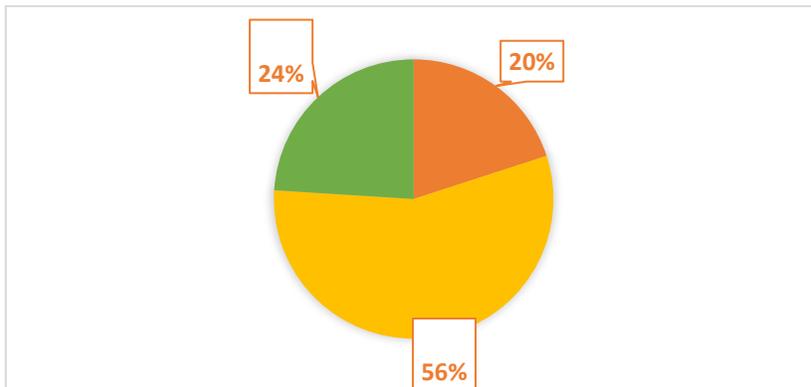
Muchas veces, tu público objetivo no entiende bien el mercado en el que está insertado, para qué sirven los productos ofrecidos por tu empresa, etc.

En este caso se le brinda en redes sociales las respuestas que desee y se le informa sobre todos los beneficios del producto, así ellos mismos valorarán el producto, y conforme sus reseñas ir mejorando el futuro

### **Promociones y regalos**

Según las encuestas realizadas las personas optaron por 2 por uno, esta es una de la dinámica, y se les brindará a los primeros clientes que deseen comprar el producto

**Ilustración 39: Promociones**



**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

## Regalías

Como segunda dinámica, los clientes pidieron regalías mediante las encuesta y esta será directamente en redes sociales, mediante concurso que se harán en la misma.

### 2.5.5 Presupuesto de la estrategia

El presupuesto, es la cantidad en dinero que se utilizara para la asignación de los recursos dichos anteriormente, los gastos totales estarán representados mensualmente.

A continuación se muestra el costo de la implementación de la anterior propuesta.

**Tabla 18: presupuesto de las estrategias**

Rubro	Unidad	Precio mensual
Banner	1	C\$ 1500
Brochure	100	C\$ 250
Regalías y obsequios	50	C\$ 1000
Facebook ( internet local)	1	C\$ 720
Manta	2	C\$ 640
Total		C\$ 4,110

**Fuente: Elaborada por el equipo de investigación**

### 2.5 Proyeccion de venta

La proyección de ventas es el cálculo estimado que se realiza con el fin de conocer cuánto se venderá tanto física como monetariamente en un determinado tiempo futuro, permitiendo determinar la condición de la empresa en cuanto a sus ingresos.

Para la elaboración de la proyección de ventas del emprendimiento de la barra nutritiva medicinal se tomó como punto principal el análisis de la demanda potencial que es de 34,169 personas. Para la determinación de la demanda en unidades físicas, se considera el porcentaje de personas que consumen barras nutritivas lo cual está representada por un 98 % de la población con frecuencia de consumo semanal de 2 barras nutritiva, además el análisis de la demanda arrojó que la demanda real es de 33,486 personas, de esta demanda se pretende calcular la proyección de unidades físicas, abarcando un 2% del total de la demanda insatisfecha que dio como resultado un total de 201 personas, lo que significa que a la semana se producirán 402 barras y al mes se producirán 1608 barras nutritivas.

**Tabla 19: Representación de la demanda**

2 % de la demanda insatisfecha	Barras nutritivas a producir por semana	Barras nutritivas a producir por mes
201 personas	402 barras	1608 barras

**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

Para realizar la proyección de venta adecuada, se toma como base el primer año del proyecto, tomando en cuenta factores económicos tales como la inflación, demanda entre otros.

**Tabla 20: Proyección de ventas**

CHOCO-NUTRI													
Cédula N° 1 Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas													
Año 2021													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Producto 1	1608	1608	1608	1608	1688	1688	1688	1656	1656	1656	1656	1721	<b>C\$19,842.72</b>
Total	<b>1608</b>	<b>1608</b>	<b>1608</b>	<b>1608</b>	<b>1688</b>	<b>1688</b>	<b>1688</b>	<b>1656</b>	<b>1656</b>	<b>1656</b>	<b>1656</b>	<b>1721</b>	<b>19843</b>

**Tabla 21: proyecciones de venta (unidades monetarias)**

<b>CHOCO-NUTRI</b>										
<b>Cédula N° 2 Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias</b>										
<b>n</b>	<b>Descripción</b>	<b>P. de Vta.</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>
	<b>Producto 1</b>	C\$ 50.00	C\$ 80,400.00	C\$ 80,400.00	C\$ 80,400.00	C\$ 80,400.00	C\$ 84,420.00	C\$ 84,420.00	C\$ 84,420.00	C\$ 82,812.00
	<b>Total</b>		<b>C\$ 80,400.00</b>	<b>C\$ 80,400.00</b>	<b>C\$ 80,400.00</b>	<b>C\$ 80,400.00</b>	<b>C\$ 84,420.00</b>	<b>C\$ 84,420.00</b>	<b>C\$ 84,420.00</b>	<b>C\$ 82,812.00</b>

**Elaborada por el equipo de investigación**

En las tabla anterior se refleja que para el primer año se producirán 19,843 unidades, y que en unidades monetarias se obtendrá la cantidad de C\$ 992,136.00 esto con un crecimiento en unidades físicas del 5 % de mayo a julio, un 3 % de agosto a noviembre y un 7 % en el mes de diciembre esto considerado debido a que en estos meses la demanda de productos es bastante alta por la temporada de invierno y bajas temperaturas, posteriormente en el plan financiero se tomaran en cuenta otros aspectos para la proyección de los años siguiente

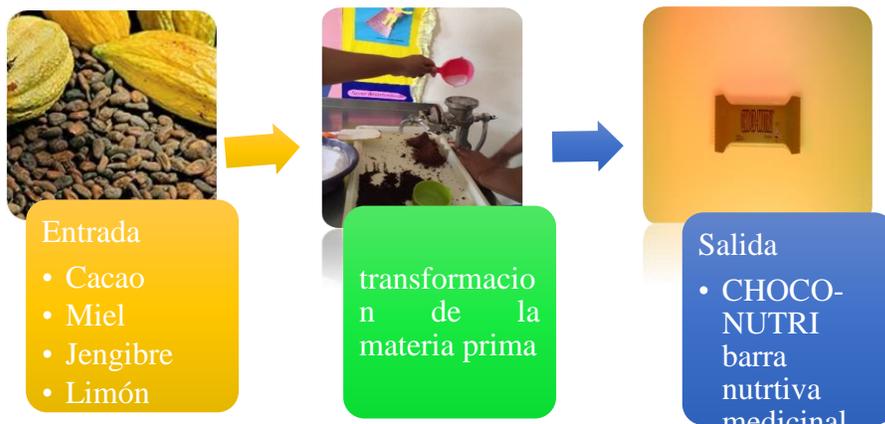
### 3. plan de producción

El plan de producción sirve para detallar claramente cómo se fabricaran los productos que se producirán. La planeación de la producción que la empresa debe realizar para satisfacer las necesidades de los clientes. En este caso para la creación de la barra nutritiva medicinal COCO-NUTRI es fundamental aplicar las normas de calidad, higienes y seguridad la ley 618 que se rige en el país de Nicaragua. También en estos tiempos que se confronta la pandemia del Covid-19 se toman en cuenta todas las medidas de bioseguridad para prevenir el covid-19 y no infestar los productos si fuese el caso de tener algún empleador positivo sin tener conocimiento.

En los siguientes acápite se establece los procesos de producción, la materia prima, los proveedores los cuales son clave fundamental en dicho proceso, la maquinaria a utilizar, en síntesis todos los elementos esenciales para elaboración de la barra nutritiva medicinal CHOCO-NUTRI.

#### 3.1 proceso de producción.

Ilustración 40: Proceso de producción



Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

La ilustración anterior demuestra la manera que se quiere transformar la materia prima para la elaboración de la barra nutritiva medicinal desde su elaboración hasta su final empaquetado y etiquetado

## **Descripción del proceso productivo**

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.

### **Recepción de materia prima.**

Ante la actual situación que se enfrenta alrededor del mundo debido al covid-19, se necesita implementar nuevas medidas de higiene y seguridad, además de las ya establecidas según ley 618 para recepcionar la materia prima necesaria. En este proceso se determinará el canal adecuado para recibir la materia prima de calidad y su debido control.

### **Inspección de los ingredientes**

Para comenzar el proceso de producción de la barra nutritiva CHOCO-NUTRI se deben buscar los ingredientes que se ocuparan para dicha barra, que son los siguientes

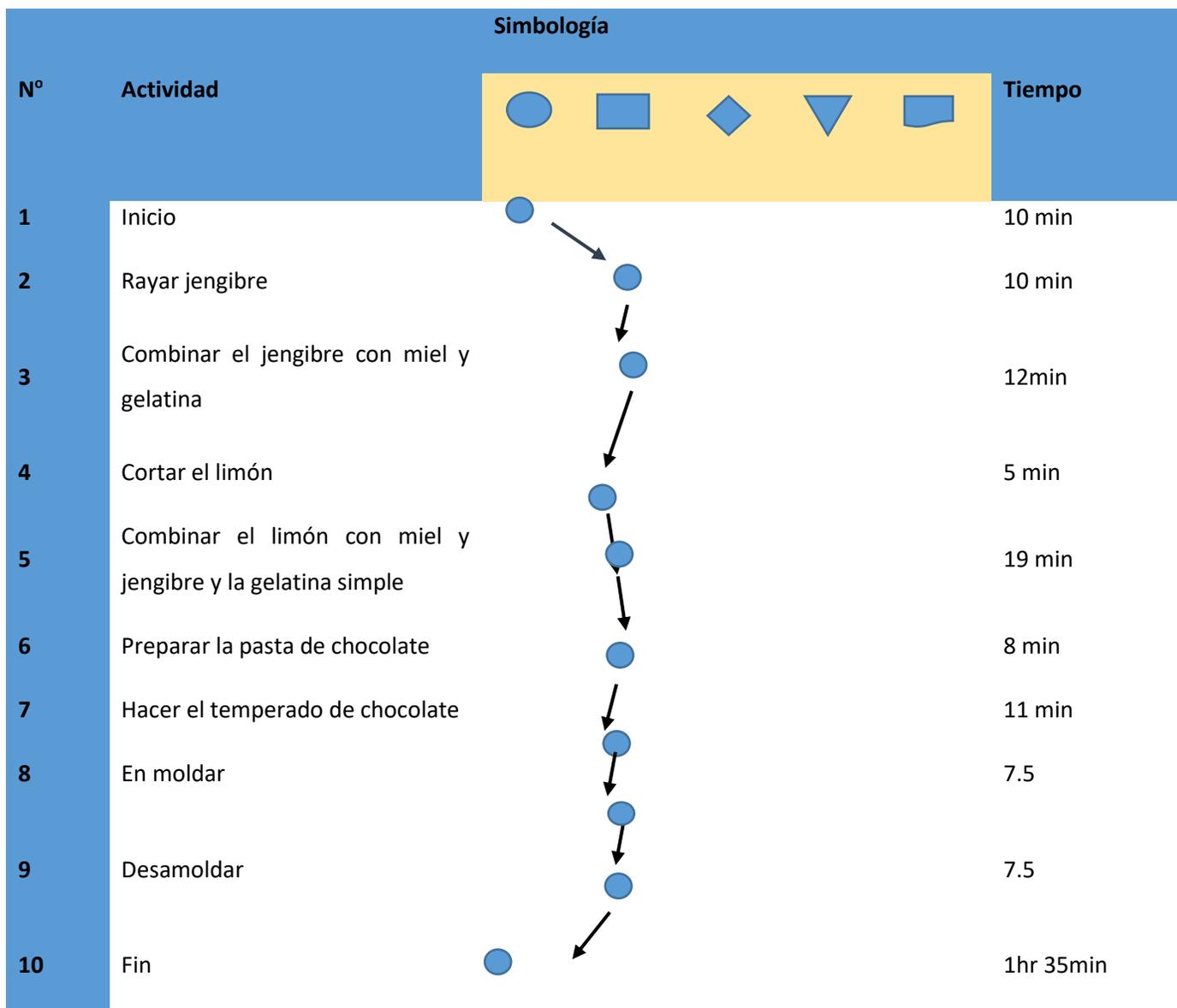
1. Pasta de cacao
2. Gelatina simple
3. Limón
4. Jengibre
5. Miel
6. Semilla de cacao

### **Preparación**

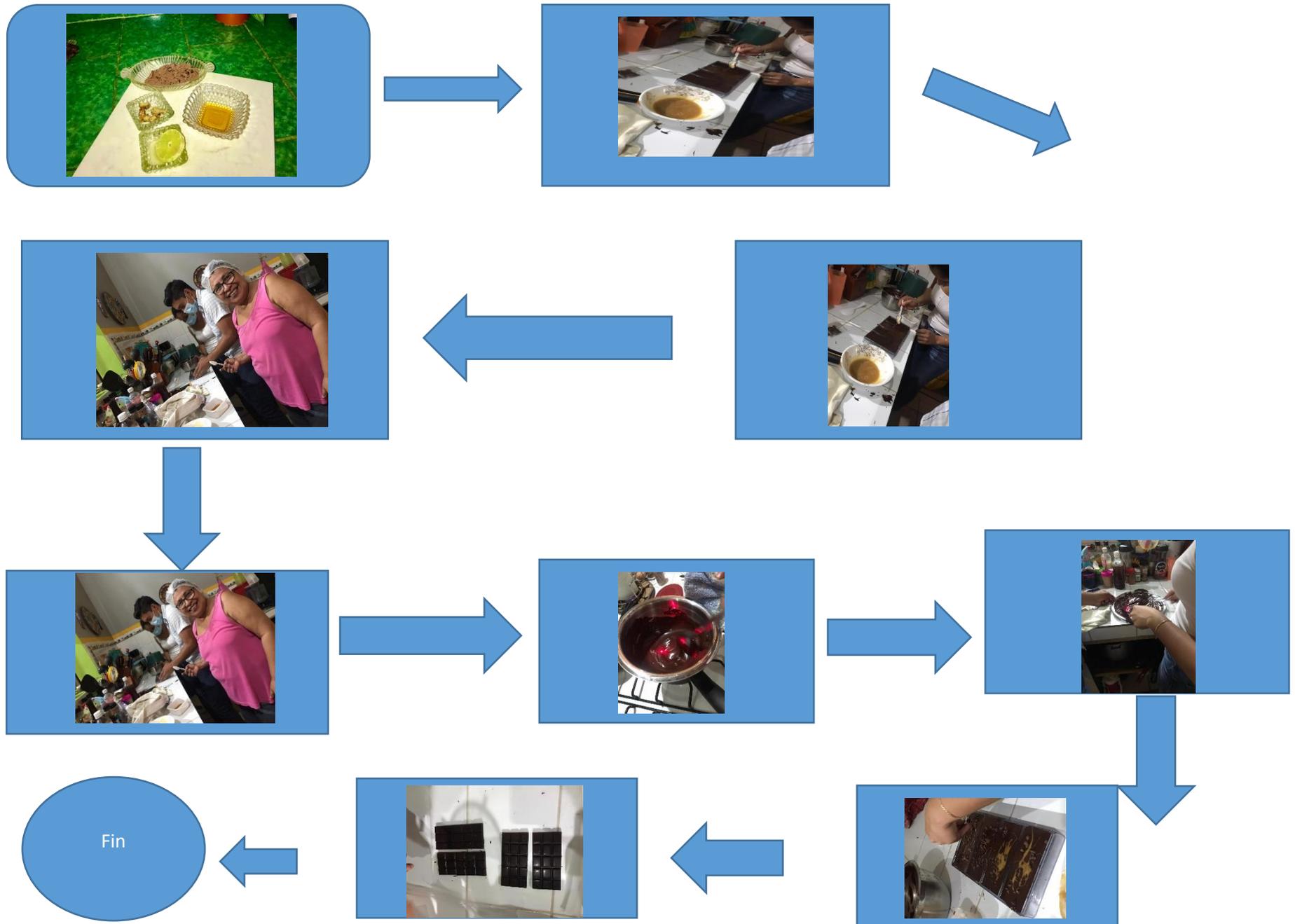
1. Para empezar la producción se procede a hacer el “baño María” del chocolate, con el tiempo adecuado para que quede bien el temperado.
2. Se procede a hacer el temperado del chocolate
3. Al mismo tiempo que se está elaborando el chocolate se procede a hacer la combinación de la gelatina simple y la miel
4. Por otro lado y al mismo tiempo se elabora la combinación de miel y el jengibre
5. Cuando está listo el temperado de manera rápida se procede a hacer la combinación del chocolate y la miel y el jengibre dicho anterior mente

6. Al mismo tiempo se procede a hacer para la otra barra nutritiva la combinación de la miel y el jengibre que ya teníamos lista
7. Se procede a en moldar cada barra de chocolate
8. Como siguiente paso se pone a temperatura ambiente para esperar que la barra CHOCO-NUTRI esté lista.

**Ilustración 41: Flujo grama del proceso productivo**



# Flujograma de proceso de la elaboración del Chocolate



## Medidas de prevención en el proceso productivo ante el covid-19

Después de lo antes descrito, es indispensable establecer medidas en el proceso de elaboración del chocolate ante el covid-19 debido a que actualmente se vive un nuevo cambio alrededor del mundo. De esto se derivó graves repercusiones a las economías de todos los países por lo tanto todos los negocios tuvieron un fuerte desplome y en algunos casos cerraron.

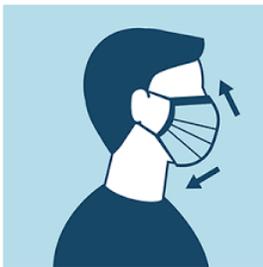
Cabe destacar que no hay ninguna persona y comunidad exento a esta problemática, lo que es esencial para los productores de las barras nutritiva medicinal establecer medidas de bioseguridad, para mantener un mejor control e higiene para brindar un servicio de calidad y el producto sea ofertado seguramente y con estándares de higiene.

### Estrategias de higiene y seguridad en la fábrica:

- ✚ Correcto lavado de la materia prima
- ✚ Uso obligatorio de mascarilla.
- ✚ Uso obligatorio de guantes.
- ✚ Instalación de lavamanos, dispensadores de alcohol y jabón en puntos estratégicos.
- ✚ Lavado de manos constante.
- ✚ Sanitación en los puestos de trabajo.

#### Ilustración 42: Medidas de bioseguridad en la fábrica

Uso obligatorio de mascarillas



Lavarse bien las manos



Usar jabón desinfectante



Desinfectar las instalaciones



**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

### **3.2 proveedores y condiciones de compras de equipo.**

Para el abastecimiento de la materia prima requerida para la producción de la barra nutritiva medicinal CHOCO-NUTRI, se ha realizado un estudio de los posibles proveedores tomando en cuenta la calidad y el precio, esto con el fin de poder adquirir dicha materia, de manera que permita elaborar un producto de calidad a un costo accesible, de igual manera se tomó en cuenta la localización de dichos proveedores.

En la siguiente tabla se presentan cada uno de los insumos y los respectivos proveedores.

**Tabla 22: Insumos y proveedores**

Materia prima	Proveedor	Precio /Cantidad
Pasta de cacao	Diriamba Carazo	C\$ 45 lb
Miel	Miel Zanganito, M	C\$ 220 Lts
Limón	Finca Señorita Gema, La concepción Masaya	C\$ 3 c/u
Jengibre	Mercado local	C\$ 30 lb

**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

De igual manera se hizo un estudio acerca de los proveedores de la maquinaria y utensilios para la producción de la barra nutritiva medicinal, en el cual se tomaron en cuenta aspectos tales como la calidad, el costo y la garantía de las maquinarias y utensilios.

Para el proceso de producción es necesario contar con equipos que faciliten y agilicen los procesos productivos del proyecto de emprendimiento de la barra nutritiva Choco-Nutrí. Es por eso que se realizó un estudio acerca de los equipos con la mejor calidad posible tomando en cuenta de que estos sean accesibles y que no eleven los costos de producción de la barra nutritiva medicinal. Además se tomó en cuenta el factor de la localización y la garantía que ofrecen los proveedores por los equipos a adquirir. A continuación en la siguiente tabla se les presentaran los proveedores que nos facilitaran los equipos y maquinarias que se han de utilizar en el proceso de la elaboración de la barra nutritiva medicinal.

**Tabla 23: Equipos para la producción**

Equipo	Proveedor	Precio
Cocina	<b>IMISA</b>	C\$ 2,500
Mesa	<b>Aceros Inoxidable</b>	C\$ 5,000
Selladora	<b>IMISA</b>	C\$ 12,000
Batidora	<b>IMISA</b>	C\$ 1,500

**Fuente: Elaborada por el equipo de investigación**

**Tabla 24: Descripción de la cocina**

Descripción	Detalle
Equipo	<b>Cocina</b>
Tipo de material	<b>Acero</b>
Marca	<b>Radiance</b>
Proveedor	<b>IMISA Nicaragua</b>
Precio	<b>C\$ 2,500</b>



**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

**Tabla 25: Descripción de Mesa**

Descripción	Detalle
Equipo	<b>Mesa</b>
Tipo de material	<b>Acero</b>
Marca	-
Proveedor	<b>IMISA Nicaragua</b>
Precio	<b>C\$ 5,000</b>



**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

**Tabla 26:** Descripción de selladora

Descripción	Detalle
Equipo	<b>Selladora industrial</b>
Tipo de material	-
Marca	
Proveedor	<b>IMISA Nicaragua</b>

Precio

**C\$ 12,000**



**Fuente: Elaborada por el equipo de investigación**

Descripción	Detalle
Equipo	<b>Batidora</b>
Tipo de material	-
Marca	<b>Kitchen Aid</b>
Proveedor	<b>IMISA Nicaragua</b>
Precio	<b>C\$ 1,500</b>



### 3.3 Capital fijo y vida útil

La vida útil de un activo hace referencia al tiempo que se espera utilizar dicho activo, el cual tiene como finalidad generar ingresos a la empresa durante su periodo de uso. Para la determinación de la vida útil de un activo hay que tomar en cuenta distintos factores tales como: el desgaste por el uso del activo, cambios en la demanda de un bien y avances tecnológicos que provocan la obsolescencia en algunos activos.

Conforme a la ley 822, ley de concertación tributaria se realizara la depreciación de los activos del proyecto de emprendimiento, considerando además el método de línea recta, ya que es un método de depreciación muy utilizado, esto debido a su sencillez y facilidad de implementación.

#### Cocina

**Tabla 27: Depreciación de cocina**

Años	%	Depreciación Anual	Valor Residual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0					C\$ 2,500
1	20 %	C\$ 450	C\$ 250	C\$ 450	C\$ 2,050
3	20 %	C\$ 450	C\$ 250	C\$ 900	C\$ 1,600
3	20 %	C\$ 450	C\$ 250	C\$ 1,350	C\$ 1,150
4	20 %	C\$ 450	C\$ 250	C\$ 1,800	C\$ 700
5	20 %	C\$ 450	C\$ 250	C\$ 2,250	C\$ 250

Elaborada por el equipo de investigación

## Mesa

**Tabla 28: Depreciación de mesa de trabajo (representado en córdobas)**

Años	%	Depreciación Anual	Valor Residual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0					C\$ 5,000
1	20 %	C\$ 900	C\$ 500	C\$ 900	C\$ 4,100
2	20 %	C\$ 900	C\$ 500	C\$ 1,800	C\$ 3,200
3	20 %	C\$ 900	C\$ 500	C\$ 2,700	C\$ 2,300
4	20 %	C\$ 900	C\$ 500	C\$ 3,600	C\$ 1,400
5	20 %	C\$ 900	C\$ 500	C\$ 4,500	C\$ 500

Fuente: elaborada por equipo proyectista

## Empacadora

**Tabla 29: Depreciación de empacadora (representada en córdobas)**

Años	%	Depreciación Anual	Valor Residual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0					C\$ 12,000
1	20 %	C\$ 2,160	C\$ 1,200	C\$ 2160	C\$ 9,840
2	20 %	C\$ 2,160	C\$ 1,200	C\$ 4220	C\$ 7,680
3	20 %	C\$ 2,160	C\$ 1,200	C\$ 6480	C\$ 5,520
4	20 %	C\$ 2,160	C\$ 1,200	C\$ 8640	C\$ 3,360

5	20 %	C\$ 2,160	C\$ 1,200	C\$ 10,800	C\$ 1200
---	------	-----------	-----------	------------	----------

Fuente: elaborada por equipo proyectista

## Batidora

Tabla 30: Depreciación de batidora (representado en córdobas)

Años	%	Depreciación Anual	Valor Residual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0					C\$ 1500
1	20 %	C\$ 270	C\$ 150	C\$ 270	C\$ 1230
2	20 %	C\$ 270	C\$ 150	C\$ 540	C\$ 960
3	20 %	C\$ 270	C\$ 150	C\$ 810	C\$ 690
4	20 %	C\$ 270	C\$ 150	C\$ 1080	C\$ 420
5	20 %	C\$270	C\$ 150	C\$ 1350	C\$ 150

Fuente: Elaborado por el equipo de investigación

La vida útil de un activo hace referencia al tiempo que se espera utilizar dicho activo el cual tiene como finalidad generar ingresos a la empresa durante su periodo de uso. Para la determinación de la vida útil de un activo hay que tomar en cuenta distintos factores tales como: el desgaste por el uso del activo, cambios en la demanda de un bien y avances tecnológicos que provocan la obsolescencia en algunos activos.

Conforme a la ley 822, ley de concertación tributaria se realizara la depreciación de los activos del proyecto de emprendimiento, considerando además el método de línea recta, ya que es un método de depreciación muy utilizado, esto debido a su sencillez y facilidad de implementación.

### 3.4 Capacidad planificada

Para la capacidad planificada se toman en cuenta tres factores importantes con respecto a la producción: demanda insatisfecha, la capacidad de la máquina para producir, y la materia prima existente, los cuales permitirán determinar la cantidad de barras nutritivas que se pueden producir.

#### Capacidad de la maquinaria

Tabla 31: Capacidad de la maquinaria

Maquina	Capacidad
Batidora	4.5lb *horas

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

#### Capacidad del producto

##### Capacidad instalada

La capacidad instalada es el cálculo de la máxima productividad del negocio, si se utiliza toda la maquinaria disponible las 24 horas del día sin ninguna interrupción. Para llegar al número exacto, basta medir cuánto tiempo se gasta para producir determinado ítem y multiplicar por la disponibilidad en un día entero.

Para poder calcular la capacidad total de producción de un año, se deben descontar los días feriados, asuetos, días de descanso. Para obtener los días efectivos laborales.

Calculo de los días laborales efectivos

- Días del año 365
- Menos:
- Días feriados 9
- Asueto municipal 1
- Domingos 52

Otros días:

- Día de las madres 0.5
- Día de los muertos 0.5
- Total, de días descontados 63
- Días disponibles de trabajo 302 días
- Horas por día 24
- Horas anuales 7,248 horas
- Horas promedio mensual 604

A partir de las horas disponibles para la producción, calculamos las unidades de producción total.

$$\text{Capacidad Instalada} = \frac{\text{Horas disponibles de producción}}{\text{Promedio de Horas para producir una unidad}}$$

$$\text{Capacidad Instalada} = 7,248 \text{ horas} / 1.58 = 4,587.34$$

$$= 4,587.34 * 25$$

$$= 114,683 \text{ unidades de barras nutritivas}$$

La capacidad instalada del proyecto de emprendimiento es de 114,683 unidades, esto en su máximo volumen productivo tomando en cuenta los recursos con los que se dispone.

### **Capacidad efectiva**

Es la mayor tasa de producción razonable que puede lograrse. Es cómo la industria realmente es capaz de generar, teniendo en cuenta la actual disponibilidad de mano de obra, se rompe por las pérdidas de mantenimiento y materiales de los fallos de proceso.

Es la producción de producción que se espera alcanzar en condiciones reales de funcionamiento.

$$\text{Capacidad efectiva} = \frac{\text{Horas disponibles de producción} - \text{Horas inactivas}}{\text{Promedio de Horas para producir una unidad}}$$

Capacidad efectiva= 7248-453/1.58

Capacidad efectiva = 6795/1.58

= 4,300.63

= 4,300.63\*25

= 107,516 Barras Nutritivas

Para el proyecto de emprendimiento se cuenta con una capacidad efectiva de producción de 107,516 barras nutritivas anuales esto en condiciones reales de funcionamiento.

### **Capacidad real**

Tasa de producción lograda por el proceso.

$$\text{Capacidad real} = \frac{\text{Horas disponibles} - \text{Horas no productivas} - \text{Horas inactivas}}{\text{Promedio de Horas para producir una unidad}}$$

Capacidad Real= 7,248-453-5248 / 1.58

Capacidad Real= 24,478

La capacidad real de producción del proyecto de emprendimiento es de 24,478 unidades de barras nutritivas anualmente.

### **Utilización y eficiencia**

El nivel de utilización representa en qué porcentaje se está explotando o aprovechando, la capacidad máxima de la empresa. El nivel de eficiencia nos muestra la relación entre la capacidad real que posee la empresa y la efectiva lograda. Cuanto más cercano a uno sea el índice, más eficiente resultará la empresa.

$$\text{Índice de utilización} = \frac{\text{Capacidad real}}{\text{Capacidad instalada}}$$

Índice de utilización= 24,478/114,683= 0.21343819

$$\text{Índice de eficiencia} = \frac{\text{Capacidad real}}{\text{Capacidad efectiva}}$$

Índice de eficiencia= 24,478/107,516 = 0.227667403

**Tabla 32: capacidad de producción**

Capacidad de producción	Capacidad instalada	Capacidad efectiva	Capacidad Real
<b>Anual</b>	114,683	107,516	24,478

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

### Capacidad conforme la demanda

**Tabla 33: Capacidad conforme la demanda**

Unidad /medida	%	Capacidad Producción diaria	Capacidad Producción Semanal	Capacidad Producción mensual	Capacidad producción año
Demanda Insatisfecha	2 %	83 barras	414 barras	1654 barras	19843 barras

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

Para el proyecto de emprendimiento la capacidad con respecto a la demanda es de 19,843 unidades de barras nutritivas anuales, abarcando un 2 % del total de la demanda insatisfecha. A continuación se mostrara las proyecciones de días semanas meses y años, procesada en libras.

### **3.5 ubicación y distribución física de la empresa**

La ubicación de la empresa juega un papel muy importante, puesto que influyen diversos factores. Es por eso que se pretende establecer la planta en un lugar en donde los costos no sean demasiados altos y que además sea un lugar muy accesible para la recepción de la materia, distribución del producto terminado. A continuación se le presentan los factores a tomar en cuenta para la selección de la ubicación de la planta

#### **Disponibilidad de la materia (proximidad de los proveedores)**

Para el proceso de producción los proveedores deben de estar lo más cerca posible a la planta, esto con el fin de poder obtener los insumos en tiempo y forma, para así evitar el paro de funciones de producción que incurrirían en mayores costos para el proyecto de emprendimiento.

#### **Disponibilidad de servicios básicos**

Es de gran importancia que el lugar en donde se pretende establecer la planta cuente con servicios como agua potable y electricidad ya que son fundamentales para los procesos de producción, ya que la electricidad permitirá el funcionamiento de las maquinarias y equipos a utilizar, con respecto a la disponibilidad de agua potable, esto permitirá que los procesos de producción se realicen de una manera más higiénica.

#### **Disponibilidad de medios de transporte**

Este factor es muy importante, puesto que la planta debe estar ubicada en un lugar en donde las vías de acceso sean adecuadas y tengan las condiciones óptimas para la entrada de materia prima y para la salida del producto terminado.

#### **Macro localización**

Cabe a destacar que la planta de producción estará ubicada en la concepción Masaya en casa de habitación de uno de los integrantes del proyecto, debido a que estamos emprendiendo y los costos de adquisición o alquiler de un lote en la ciudad de Jinotepe que cumpla con los espacios adecuados para una planta de producción son considerablemente altos. Sin embargo nuestro mercado a cubrir es la población de Jinotepe Carazo.

De acuerdo a investigaciones se pudo constatar que en la región no se cuenta con una empresa que produzca barras nutritivas, lo que representa una ventaja para la distribución y consumo del producto en la ciudad de Jinotepe y la región.

La localidad en donde se pretende establecer la planta cuenta con agua potable y energía eléctrica disponible.

### **Micro Localización**

Para la micro localización el contar con el inmueble fue lo primordial, también se realizaron una serie de inspecciones que aseguren el desarrollo y desempeño de las actividades de la planta sin ningún problema, también se tomó en cuenta la cercanía con la ciudad de Jinotepe el cual es nuestro mercado en estudio en donde se pretende introducir el producto, respecto a esto la planta de producción se encuentra a 30 minutos de la ciudad de Jinotepe en donde se encuentran los supermercado, tiendas de conveniencias, pulperías y clientes potenciales.

La localización de la planta será de la parada Las pilas, carretera San marcos - La concepción, 3 km al oeste, la concepción Masaya.

### **Distribución física de la empresa**

**Ilustración 43: Diseño de la fábrica**



**Fuente: Elaborada por el equipo de investigación**

**Ilustración 44: Divisiones de la fábrica**



**Fuente: Elaborada por el equipo de investigación**

En las anteriores ilustraciones se muestran cada una de las áreas de la planta, en donde se puede apreciar el área de los baños, en ellos se realizara la desinfección del personal; también se muestra el área administrativa, cocina y dos áreas de almacén que es en donde se almacenara materia prima y productos terminados.

### **3.6 materia prima necesaria sus costos y disponibilidad**

La materia prima es el recuso más importante para la elaboración de un producto, pues sin ellas no se pueden producir bienes, y de su gestión depende una buena viabilidad de un negocio. Según hacer una sita

**Los materiales se pueden clasificar en:**

#### **Directos**

Los materiales directos son todos aquellos que pueden identificarse fácilmente en el producto terminado y representa el principal costo en la elaboración de este producto. El

material directo que utilizara CHOCO-NUTRI para la elaboración de la barra nutritiva medicinal es el cacao ya que el chocolate tendrá el 70 de cacao es decir es el material que más prevalece.

### **Indirectos**

Los materiales indirectos son aquellos necesarios y que son utilizados en la elaboración de un producto, pero no son fácilmente percibidos pero son incluidos como parte de los costos indirectos de fabricación como materiales indirectos. Para CHOCO-NUTRI para la elaboración de la barra nutritiva medicinal los principales materia indirectos son la miel el limón, jengibre, anís, azúcar.

Se debe destacar el hecho de que se harán contratos y convenios con excelentes proveedores que brinden buena maquinaria y materia prima para el desarrollo y elaboración de CHOCO-NUTRI para la elaboración de la barra nutritiva medicinal, manteniendo el inventario de la micro empresa seguro, proporcionando la cantidad necesaria para la producción estipulada mensual y anual proyectada, por ende ofrecer un producto que cumpla con los requerimientos del consumidor final.

**Tabla 34: Proveedores de la materia prima para un mes**

Proveedores	Materia Prima	Dirección
Proveedor independiente	Masa de cacao	Diriamba Carazo
Miel zanganito	Miel	Masaya
Finca Gema	Limón	La concepción Masaya
Jengibre	Mercado local	Jinotepe-Carazo
Gelatina simple	Mercado local	Jinotepe-Carazo

**Fuente: Elaborada por el equipo de investigación**

A continuación, se presentan los costos de materia prima para la producción del primer mes, detallado las unidades de medida, precio unitario y total.

**Tabla 35: Costo de la materia prima en un mes (representado en córdobas)**

	<b>Materia prima</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>de cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
<b>M.D</b>	<b>Jengibre</b>	Libras	40	C\$ 25	C\$ 1000
	<b>Masa de cacao</b>	Libra	152	C\$ 55	C\$ 8360
	<b>Miel</b>	Litro	17	C\$ 190	C\$ 3230
	<b>Limón</b>	Unidades	583	C\$ 4	C\$ 2332
	<b>Gelatina simple</b>	Caja	33	C\$ 35	C\$ 1155
	<b>Semilla de cacao</b>	Libras	11	C\$ 40	C\$ 440
	<b>Sub total M.D</b>				C\$ 16,517
<b>M.I</b>					
	<b>Empaque</b>	Unidad	1608	C\$ 2	C\$ 3216
	<b>Etiqueta</b>	Unidad	1608	C\$ 2	C\$ 3216
	<b>Sub total M.I</b>				C\$ 6,432
	<b>Total</b>				C\$ 22,949

**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

### **3.7 mano de obra sus costos y disponibilidad**

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

Todo tipo de iniciativa productiva o de servicios requiere de una mano de obra. Justamente esa capacidad de trabajo es lo que la clase trabajadora tiene para intercambiar en el circuito económico, generalmente a cambio de un salario.

### Operario 1 para la producción de chocolate artesanal

Tabla 36: Costo de mano de obra (representado en córdobas)

<b>Función</b>	Horas laborables	Valor a pagar por hora laborada	Salario por día de trabajo	Salario mensual
<b>Elaboración del cacao</b>	8 horas x día	21.25C\$	170C\$	C\$ 5,100

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

## Operario 2 para la producción de chocolate artesanal

Tabla 37: Costo de mano de obra 2 (representada en córdobas)

Función	Horas laborables	Valor a pagar por hora laborada	Salario por día de trabajo	Salario mensual
Proceso de empaque	8 horas x día	21.25C\$	170C\$	5,100C\$

**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

En las tablas anteriores se observa el salario mínimo para la industria manufacturera según el salario en Nicaragua

### 3.8 Gastos generales de producción

El costo de producción (o costo de operación) es el gasto necesario para fabricar un bien o para generar un servicio.

De esta forma, el costo de producción está relacionado con aquellos gastos necesarios, quedando fuera otros como los financieros. Suele incluir la materia prima y aprovisionamientos, la mano de obra directa e indirecta y otros costes de gestión como amortizaciones, alquileres o gastos de asesoramiento.

Es necesario establecer los costos de producción para choco nutrí ya que de esta, manera se tendrá un mayor control en los gastos y se determinara un precio adecuado para los consumidores, cabe recalcar que estos costos son costos reales y que pueden variar con el crecimiento y desarrollo de la empresa.

**Tabla 38: Gastos generales de producción**

<b>Gastos generales de producción del 1 mes (representado en córdobas)</b>	
<b>Materia Prima</b>	C\$ 16,422
<b>Mano de obra Directa</b>	C\$ 10,200
<b>Costos indirectos de fabricación</b>	C\$ 17,440.67
<b>Total</b>	C\$ 44,062.67

**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

## **4. plan de organización y gestión**

### **4.1 Marco legal**

Según (Guerra sotillo 2007) la organización es, a un mismo tiempo, acción y objeto. Como acción, se entiende en el sentido de actividad destinado a coordinar el trabajo de varias personas, mediante el establecimiento de tareas, roles o labores definidas para cada una de ellas, así como la estructura o maneras en que se relacionaran en la consecución de un objetivo o meta. Como objeto, la organización supone la realidad resultante de la acción anterior; esto es, el espacio, ámbito relativamente permanente en el tiempo, bajo el cual las personas alcanzan un objetivo preestablecido. El plan de organización es un instrumento muy importante ya que permite definir las distintas tareas y roles del personal, aspectos legales y tamaño al momento de crear una empresa o negocio. Es por eso que es indispensable definir la forma y manera de cómo estará organizado el proyecto de innovación y emprendimiento CHOCO-NUTRI, la organización del proyecto abarca distintos aspectos tales como: el tamaño del negocio, aspectos legales para su debida conformación, además la cantidad de trabajadores con sus respectivas funciones, estructura y el establecimiento de los valores, misión y visión.

#### **Marco legal (forma jurídica)**

Para el inicio de operaciones del proyecto de innovación y emprendimiento CHOCO-NUTRI, el cual se dedica a la producción y comercialización de barras nutritivas medicinales, se constituirá de acuerdo a su tamaño de acuerdo a lo que expresa la ley número 645, ley de promoción y fomento de la micro, pequeña y mediana empresa, en su arto número 3. El proyecto se clasifica como una microempresa ya que cuenta con 5 colaboradores, los cuales estarán asignados en distintas áreas de la microempresa.

De acuerdo a lo antes expuesto el proyecto debe seguir una serie de requisitos para poder inscribirse y poder obtener los permisos, matrículas y licencias, que le permitan la debida legalidad que establece la ley y así poder enterar de manera positiva los impuestos que contribuyen al mejoramiento y crecimiento del país. La microempresa está constituida por 5 colaboradores, tres de estos emprendedores del proyecto y dos colaboradores, que

contribuirán en el crecimiento y desarrollo de la microempresa. El proyecto se constituirá como persona Natural.

Una vez ya definida la constitución de la empresa, es necesario cumplir con distintos requisitos que la ley establece, entre estas tenemos, las inscripciones en las distintas instituciones del estado tales como:

- ✚ Dirección general de ingresos (DGI)
- ✚ Alcaldía Municipal de La Concepción
- ✚ Instituto Nacional de Seguridad Social (INSS)
- ✚ MINSA SILAIS La Concepción
- ✚ Ministerio de fomento, industria y comercio (MIFIC)

A continuación se presentan los requisitos expuestos por cada una de las instituciones para la obtención de permisos y autorizaciones necesarios para el funcionamiento del negocio.

### **Registro Público Mercantil**

El registro público mercantil tiene por objeto la inscripción de los comerciantes o empresarios, de los actos y contratos de comercio; la inscripción y legalización de los libros de Diario, Mayor, Actas y cualquier otra información que determine la ley 698, Ley general de Registros públicos.

Registro como comerciante ante el Registro Mercantil

- ✚ Solicitud de inscripción de comerciante
- ✚ Copia de cedula de identidad
- ✚ Libros contable (Diario, Mayor)

### **DGI (Dirección general de ingresos)**

CHOCO-NUTRI como persona natural debe dirigirse a la administración de Rentas más cercana al domicilio en donde se establecerá la actividad económica, con el fin de llenar los requisitos establecidos y gozar de plena legalidad

- ✚ Carta de solicitud de inscripción
- ✚ Fotocopia de cedula de identidad

- ✚ Documentos para hacer constar el domicilio fiscal: debe presentar al menos una de las siguientes facturas de los 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.
- ✚ En caso de ser una tercera persona quien realiza el trámite, la representación deberá ser mediante un escrito simple, presentando original y fotocopia de su cedula de identidad.
- ✚ Luego de presentar la documentación antes mencionada se extenderá su cedula RUC, certificado de inscripción como pequeño contribuyente.

### **Alcaldía Municipal de La Concepción**

Como persona natural para efectos de su inscripción se deberá presentar una carta dirigida a la alcaldesa de La concepción, en donde se especificarán:

- Actividad económica
- Monto de inversión
- Dirección
- Fotocopia de cedula
- Copia de contrato de arriendo

### **Registro de matrícula del negocio en la alcaldía municipal de La concepción**

Se debe completar el registro para la matricula del negocio ante la alcaldía correspondiente a la ubicación del negocio (La concepción – Masaya), tomando en cuenta los requisitos siguientes ya sea para persona Natural / persona Jurídica.

- Fotocopia de cedula RUC y/o cedula de identidad del contribuyente
- Carta poder ( si actúa en representación del contribuyente)
- Fotocopia de cedula de identidad del representante legal o de la persona autorizada para realizar el tramite
- Fotocopia de la primera página de inscripción de los libros Diarios y Mayor
- Permiso y/o constancia de la policía Nacional y de la Dirección General de Medio Ambiente y Urbanismo, cuando el caso lo amerite.

- Copia de las primeras páginas de los libros contables Diario y Mayor debidamente inscrito ante el Registro Mercantil del departamento de Managua. Si la contabilidad la llevara de forma automatizada, deberá presentar la autorización de dicho programa por parte de la DGI.
- Anticipo de Matricula (posteriormente será acreditado al efectuarse la matricula definitiva)
- MINSA (ministerio de salud)

Para la debida comercialización de un producto comestible como la barra nutritiva medicinal, es de gran importancia contar con el permiso del ministerio de salud, esto hace constar que el negocio cumple con todas las medidas de higiene en la elaboración del producto. Por ende, es necesario contar con una licencia sanitaria

### **Requisitos para la licencia sanitaria**

- Carta de solicitud dirigida a las autoridades del MINSA
- Certificados de salud actualizados y en original de los trabajadores del comercio
- Factura de fumigación del local, extendida por un fumigador autorizado por el MINSA.
- Copia de la matrícula de la Alcaldía del negocio.
- Copia de cedula RUC
- Copia de cedula de identidad del Representante legal o propietario del comercio.
- Boucher de pago de la licencia sanitaria en original y copia.

### **Registro sanitario y sus requisitos**

1. Datos del Titular: Nombre, número del documento de identificación, nombre del representante legal, dirección exacta del solicitante, teléfono (s), Fax, correo electrónico; dirección exacta de la bodega o distribuidora, teléfono, fax, correo electrónico y la firma del titular de la empresa solicitante.

2. Datos del fabricante: Nombre de la fábrica (tal como aparece en la licencia) indicando si es nacional o extranjera, número de licencia o permiso y vigencia de la licencia o permiso de la fábrica o bodega, dirección exacta de la fábrica, teléfono, fax y correo electrónico

3. Datos del producto: Nombre del producto a registrar, marca, tipo, contenido neto del producto y país de procedencia.
4. Documentos adicionales: Copia de la licencia sanitaria o permiso de funcionamiento vigente para la fábrica, para productos de fabricación nacional o de la bodega para productos de fabricación en el extranjero; certificado de libre venta de origen o de procedencia, según la legislación de cada país, ficha técnica y etiqueta original para los productos importados y nacionales que ya estén en el mercado o proyecto de etiqueta.
5. Muestras: Las muestras a presentarse para análisis dependerá de cada producto y de la existencia de Normas Técnicas Obligatorias Nicaragüenses. Por ejemplo, para los alimentos/bebidas procesadas y suplementos alimenticios se deben presentar 3 muestras de 500 gramos cada una para sólidos y 3 muestras de 1 litro cada una para líquidos, estas deben venir en su empaque original, ser de un mismo lote y no próximas a vencerse.

Una vez ya obtenidos los permisos y certificados anteriormente mencionados se procede a registrar la marca en el MIFIC (ministerio de fomento y comercio), a continuación, se presentan los requisitos del registro de la marca CHOCO-NUTRI, contemplados en la ley 380 art.9:

1. Nombre y dirección de quien solicita el registro de la marca
2. Nombre de representante legal (si se cuenta con uno)
3. Datos de la persona apoderada de la marca en el país (si existe)
4. Nombre comercial de la marca
5. Etiquetas, logos, medios publicitarios que representen la marca, colores y grafía.
6. Indicar si la persona interesada pide el derecho de prioridad
7. Anexar listado de servicios o productos por los que se desea registrar la marca (divididos por clase)
8. Firma de quien solicita el registro de marca (o bien puede ser el apoderado)

Además de esa documentación se deben realizar ciertos exámenes para evaluar si de verdad la marca que se pretende registrar es necesario que sea reconocida como tal. Primero se realiza el examen de forma, que es donde se revisa la documentación de la solicitud de la

marca, se analiza que cumplan los Artículos 10 y 11 de la Ley 380. Si hubiese alguna omisión se indica al solicitante y se le brinda un tiempo para que rectifiquen los documentos.

Si los resultados de este examen son positivos el Registro de la Propiedad indica a la Gaceta Diario Oficial que se realice la publicación de la marca. Al ser un trámite legal también se estima un lapso de tiempo para que cualquier persona pueda oponerse ante el reconocimiento de la marca, este periodo es de dos meses, a partir de la publicación de solicitud y debe ser sustentado con documentos probatorios. Si no existe alguna oposición se procede a realizar el examen de fondo.

El examen de fondo es aquel donde se revisa que la marca no incumpla ninguna de las prohibiciones del artículo 7 y 8. Este proceso de revisión se realiza con la ayuda del Sistema Informático y Base de Datos de Marcas concedidas o en trámite de concesión con que cuenta el Registro de la Propiedad Intelectual.

## **INSS**

Para el registro de los trabajadores al instituto de seguridad social se deberá ir a la institución y ellos procederán con el proceso de inscripción de los colaboradores que gozaran las prestaciones laborales.

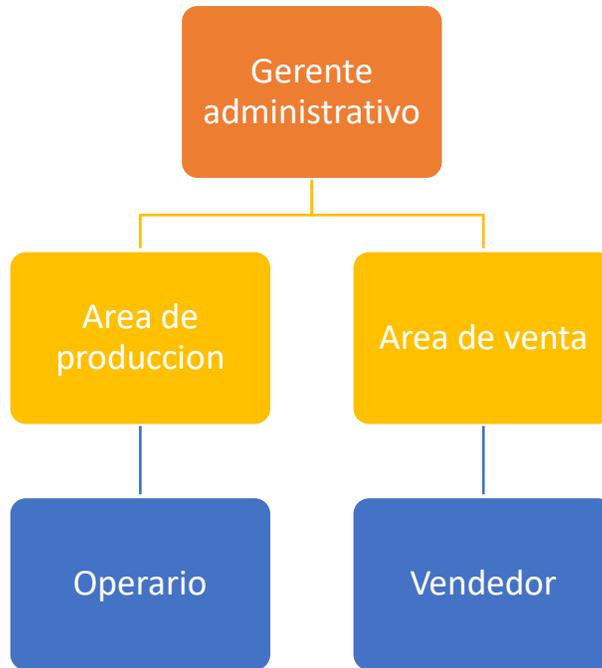
## **4.2 Estructura de la organización**

### **Estructura de la organización**

Según “Simón Andrade”, autor del libro "Diccionario de Economía", proporciona la siguiente **definición de organigrama**: "Expresión gráfica o esquemática de la estructura organizativa de una empresa, o de cualquier entidad productiva, comercial, administrativa, política, etc.

Por lo que a continuación se mostrara la estructura organizativa de la empresa “CHOCO-NUTRI” para así tener una estructura organizacional clara y de las áreas en que se divide la empresa

### **Ilustración 45: Organigrama de choco-nutri**



**Fuente:** elaborada por el equipo de investigación

Como se observa en el organigrama anterior el gerente será el encargado de administrar y supervisar las actividades realizadas dentro de la empresa, así mismo será el encargado de que la microempresa tenga un lugar de comodidad con los trabajadores, y que las actividades económicas vayan con orden, trabajará conjunto con el área de producción y ventas así mismo tendrá un asistente administrativo.

**Tabla 39: Distribución de cargos**

Nombre del cargo	Nº de personas en el cargo
<b>Gerente Administrativo Financiero</b>	1
<b>Encargados del área producción</b>	2
<b>Encargado del área de ventas</b>	1
<b>Total:</b>	4

**Fuente:** elaborada por el equipo de investigación

**Fuente:** elaborada por el equipo de investigación

## **Misión**

Ofrecer a nuestros clientes chocolates artesanales de calidad y con valor nutricional para ayudar a fortalecer el sistema inmunológico, con alta calidad, superándonos día a día, e innovando y capacitando al personal para la excelencia, convirtiéndonos en la mejor opción para elegirnos.

## **Visión**

Ser una empresa productora de chocolates medicinales líder a nivel municipal para poder expandirnos a nivel nacional, y a la misma vez ayudar a fortalecer el sistema inmunológico antes la crisis del covid-19.

## **Valores**

- **Transparencia**

La transparencia empresarial consiste en comunicar tanto de forma interna como externa las acciones que lleva a cabo el negocio. Su principal “arma” es la comunicación, por lo que al adoptar este valor es necesario reforzarla tanto de puertas para adentro como hacia la sociedad.

### **1. Honestidad**

Una empresa honesta se caracteriza por guiarse por la justicia y por la honradez. Muchas empresas que defienden este valor tratan de establecer sistemas equitativos entre sus empleados, fomentar la diversidad en su plantilla o establecer políticas de transparencia. También son respetuosas con la sociedad y con el entorno en el que actúan.

### **2. Autenticidad**

Las empresas auténticas son consecuentes con lo que hacen y se muestran tal y como son. La autenticidad es otro concepto abstracto que forma parte de los valores de algunas de las empresas más exitosas del mundo.

## **Políticas**

- ✚ Facilitar posibles soluciones a las necesidades de la comunidad que se encuentre en el entorno de la empresa como resultado final de la misma.
- ✚ Ofrecer precios accesibles que causen atracción al consumidor.
- ✚ Brindar a sus clientes los productos o servicios que siempre desean.
- ✚ Proporcionar a los empleados de la organización un ambiente agradable, reconfortante, seguro y divertido como parte del estímulo que les permite llevar a cabo una buena ejecución de sus labores diarias.
- ✚ Facilitar y promocionar cursos de capacitación que formen parte de un proceso obligatorio a los nuevos ingresos de la empresa.
- ✚ Darle bienestar y valor a ley común a los diferentes tipos de ingresos financieros o a las diversas oportunidades de mercado.
- ✚ Rechazar la corrupción tanto en los cargos altos como medios de la organización.
- ✚ Fomentar un espíritu laboral agradable tanto en líderes como empleados para el buen funcionamiento de la empresa.
- ✚ Formar nuevos trabajadores de forma directa e indirecta para el desarrollo óptimo empresarial

### **4.3 Ficha de cargo**

Las fichas de cargo se realizan 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 CHOCO-NUTRI. 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.

**Tabla 40 fichas de cargo del gerente administrativo**

	<b>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</b>	<b>Código:</b>	<b>FT.01</b>
		<b>Edición:</b>	<b>1</b>
		<b>Fecha:</b>	
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</b>			
Gerente Administrativo			
<b>Funciones:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Ejercer autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales</li> <li>✚ Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización determinando los factores críticos, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.</li> <li>✚ 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.</li> <li>✚ Preparar descripciones de tareas, y objetivos individuales para cada área funcional liderada por su gerente.</li> <li>✚ Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.</li> <li>✚ Responsable de llevar el control de las ventas y distribución de los productos al inicio de las operaciones.</li> </ul>			
<b>COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO</b>			
<b>FORMACIÓN</b>			
Licenciatura en admón. de empresas			
<b>EXPERIENCIA</b>			
3 a 5 años en cargo de dirección y/o gerencia general			

**APTITUDES**

Comunicación, auto control, capacidad de planificar, creatividad

**Observaciones**

Fecha: \_\_/\_\_/\_\_

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

Tabla 41: fichas de cargo del vendedor

	<b>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</b>	<b>Código:</b>	<b>FT.01</b>
		<b>Edición:</b>	<b>1</b>
		<b>Fecha:</b>	
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</b>			
<b>Vendedor</b>			
<b>FUNCIONES:</b>			
	 <b>Comercial / Atención al cliente</b>		
	 <b>Área de bodega</b>		
	 <b>Conductor distribuidor</b>		
	 <b>Vendedor</b>		
<b>RESPONSABILIDADES:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener pleno conocimiento de las características del producto</li> <li>• Saber sobre el mercado y la distribución del producto</li> <li>• Conocer el perfil de los clientes</li> <li>• Mantener la lealtad y respeto por la empresa</li> <li>• Colocarse metas de ventas</li> <li>• Conseguir pedidos</li> <li>• Informar a los clientes sobre las novedades o promociones</li> <li>• Obtener nuevos distribuidores</li> </ul>			
<b>COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO</b>			
<b>FORMACIÓN</b>			

<b>Bachiller en ciencias y letras</b>	
<b>EXPERIENCIA</b>	
<b>2 años en cargos similares</b>	
<b>APTITUDES</b>	
Proactivo, sociable, capacidad convencimiento, buena presentación, optimista, empático	
<b>OBSERVACIONES:</b>	<b>Firma:</b>
	<b>Fecha:</b> __/__/__

**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

**Tabla 42:** Ficha de cargo del operario

	<b>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</b>	<b>Código:</b>	<b>FT.02</b>
		<b>Edición:</b>	<b>1</b>
		<b>Fecha:</b>	
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</b>			
Operario			
<b>FUNCIONES:</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Inspección de materia prima.</li> <li>2 Lavado de la materia prima.</li> <li>3 Elaboración del producto.</li> <li>4 Encargado de empaque.</li> <li>5 Etiquetado.</li> <li>6 Manejo de maquinarias.</li> <li>7 Supervisar los cuartos fríos.</li> <li>8 Mantenimiento y control del equipo.</li> <li>9 Realizar pruebas para comprobar que el producto cumpla con los estándares de calidad.</li> </ol>			
<b>FORMACIÓN</b>			
<b>Bachiller en ciencias y letras</b>			
<b>EXPERIENCIA</b>			

<b>3 años en cargos similares</b>	
<b>APTITUDES</b> Proactivo, responsable, honesto, creativo.	
<b>OBSERVACIONES:</b>	<b>Firma:</b>
	<b>Fecha:</b> __/__/__

#### 4.4 Actividades y gastos preliminares

Para el inicio de operaciones de la microempresa es necesario cumplir con los requisitos y parámetros establecidos por la ley, por lo cual en la siguiente tabla se presentan todos los gastos o tarifas de las instituciones que permiten el funcionamiento de CHOC-NUTRI:

**Tabla 43: actividades y gastos preliminares**

<b>Gastos generales de la empresa</b>	<b>Costo</b>
<b>Registro mercantil</b>	
Inscripción de constitución	1,000.00
<b>Capital menor o igual a 100,000.00 : 1,000.00</b>	
Solicitud de comerciante	300.00
Sellado de libros contables	400.00
<b>Libros de 200 páginas 100.00 c/u</b>	
Inscripción de poder	300.00
Sub total	<b>2,000.00</b>
<b>DGI</b>	
Obtención de timbre fiscal	45.00
Sub total	<b>45.00</b>
<b>Alcaldía municipal</b>	

500 córdobas cuando el monto del capital sea menor a los 50,000.00; el 1 % sobre el capital social mayor a los 50,000.00	-
<b>MINSA</b>	
Licencia sanitaria	1,200.00
Registro sanitario	550.00
Solicitud de registro	20.00
Pago de aranceles a cancelar por el certificado de registro sanitario	50.00
Sub total	<b>1,820.00</b>
<b>MIFIC</b>	
Registro de Marca	250.00
Registro de marca (Por categoría)	3,216.00
Sub Total	<b>3,466.00</b>
Total	<b>7,331.00</b>

**Fuente:** elaborada por equipo de investigación

#### 4.5 Equipos de oficinas

El mobiliario y equipo de oficina, son elementos clave para que el espacio de trabajo sea perfectamente funcional. Los muebles cumplen dos importantes funciones: ayudan a los colaboradores a realizar sus tareas profesionales y, por otro lado, reflejan los valores e imagen de la organización.

Para el grupo innovador de barras nutritivas medicinales CHOCO-NUTRY se realizó un análisis de los posibles mobiliarios y equipos de oficina indispensables para cooperar con el buen control y funcionamiento de la empresa. Estos se explicarán a continuación con su descripción y costo.

**Tabla 44: Mobiliario y equipo de oficina (representado en córdobas)**

Mobiliario	Descripción	Costo unitario
------------	-------------	----------------

	<p>El escritorio es un tipo de mueble y una clase de mesa. Es usado frecuentemente en el entorno de trabajo y de oficina, para leer, escribir sobre él, para usar utensilios sencillos como lápiz y papel o complejos como una computadora.</p>	<p>C\$ 2,500.00</p>
	<p>Una silla de oficina o silla de escritorio, 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>C\$ 2,200.00</p>
	<p>Almacenan una gran cantidad de documentos, etc. Incluso sirven para guardar carpetas o cualquier material bajo llave. Ayudan a ordenar el ambiente y clasificar los proyectos.</p>	<p>2,500.00</p>

	<p>Un equipo de escritorio es un tipo de computadora personal que se usa en un sitio fijo para llevar un mejor control interno de la empresa.</p>	<p>3,500.00</p>
	<p>Una impresora es un dispositivo periférico de salida, del ordenador que permite producir una gama permanente de textos o gráficos de documentos almacenados en un formato electrónico, imprimiéndolos en medios físicos</p>	<p>2,000.00</p>
<p><b>Total</b></p>	<p><b>12,700.00</b></p>	

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

**Tabla 45: Depreciación del Escritorio (representado en córdobas)**

<b>Años</b>	<b>%</b>	<b>Depreciación anual</b>	<b>Depreciación Mensual</b>	<b>Valor residual</b>		<b>depreciación acumulada</b>	<b>valor en libros</b>
<b>0</b>	-	-	-	-		-	C\$ 2,500.00
<b>1</b>	<b>20%</b>	C\$ 450.00	C\$ 37.50	C\$ 250.00		C\$ 450.00	C\$ 2,050.00
<b>2</b>	<b>20%</b>	C\$ 450.00	C\$ 37.50	C\$ 250.00		C\$ 900.00	C\$ 1,600.00
<b>3</b>	<b>20%</b>	C\$ 450.00	C\$ 37.50	C\$ 250.00		C\$ 1,350.00	C\$ 1,150.00
<b>4</b>	<b>20%</b>	C\$ 450.00	C\$ 37.50	C\$ 250.00		C\$ 1,800.00	C\$ 700.00
<b>5</b>	<b>20%</b>	C\$ 450.00	C\$ 37.50	C\$ 250.00		C\$ 2,250.00	C\$ 250.00

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

**Tabla 46: Depreciación de silla de escritorio (representada en córdobas)**

<b>Años</b>	<b>%</b>	<b>Depreciación anual</b>	<b>Depreciación Mensual</b>	<b>Valor residual</b>	<b>depreciación acumulada</b>	<b>valor en libros</b>
<b>0</b>	-	-	-	-	-	C\$ 2,200.00
<b>1</b>	<b>20%</b>	C\$ 396.00	C\$ 33.00	C\$ 220.00	C\$ 396.00	C\$ 1,804.00
<b>2</b>	<b>20%</b>	C\$ 396.00	C\$ 33.00	C\$ 220.00	C\$ 792.00	C\$ 1,408.00
<b>3</b>	<b>20%</b>	C\$ 396.00	C\$ 33.00	C\$ 220.00	C\$ 1,188.00	C\$ 1,012.00
<b>4</b>	<b>20%</b>	C\$ 396.00	C\$ 33.00	C\$ 220.00	C\$ 1,584.00	C\$ 616.00
<b>5</b>	<b>20%</b>	C\$ 396.00	C\$ 33.00	C\$ 220.00	C\$ 1,980.00	C\$ 220.00

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

**Tabla 47: Depreciación del archivador (Representado en córdobas)**

<b>Años</b>	<b>%</b>	<b>Depreciación anual</b>	<b>Depreciación Mensual</b>	<b>Valor residual</b>	<b>depreciación acumulada</b>	<b>valor en libros</b>
<b>0</b>	-	-	-	-	-	C\$ 2,500.00
<b>1</b>	<b>20%</b>	C\$ 450.00	C\$ 37.50	C\$ 250.00	C\$ 450.00	C\$ 2,050.00
<b>2</b>	<b>20%</b>	C\$ 450.00	C\$ 37.50	C\$ 250.00	C\$ 900.00	C\$ 1,600.00
<b>3</b>	<b>20%</b>	C\$ 450.00	C\$ 37.50	C\$ 250.00	C\$ 1,350.00	C\$ 1,150.00
<b>4</b>	<b>20%</b>	C\$ 450.00	C\$ 37.50	C\$ 250.00	C\$ 1,800.00	C\$ 700.00
<b>5</b>	<b>20%</b>	C\$ 450.00	C\$ 37.50	C\$ 250.00	C\$ 2,250.00	C\$ 250.00

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

**Tabla 48: Depreciación de computadora (representada en córdobas)**

<b>Años</b>	<b>%</b>	<b>Depreciación anual</b>	<b>Depreciación Mensual</b>	<b>Valor residual</b>	<b>depreciación acumulada</b>	<b>valor en libros</b>
<b>0</b>	-	-	-	-	-	C\$ 3,500.00
<b>1</b>	<b>20%</b>	C\$ 630	C\$ 52.5	C\$ 350.00	C\$ 630.00	C\$ 2,870.00
<b>2</b>	<b>20%</b>	C\$ 630	C\$ 52.5	C\$ 350.00	C\$ 1,260.00	C\$ 2,240.00
<b>3</b>	<b>20%</b>	C\$ 630	C\$ 52.5	C\$ 350.00	C\$ 1,890.00	C\$ 1,610.00
<b>4</b>	<b>20%</b>	C\$ 630	C\$ 52.5	C\$ 350.00	C\$ 2,520.00	C\$ 980.00
<b>5</b>	<b>20%</b>	C\$ 630	C\$ 52.5	C\$ 350.00	C\$ 3,150.00	C\$ 350.00

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

**Tabla 49: Depreciación de la impresora (representación en córdobas)**

<b>Años</b>	<b>%</b>	<b>Depreciación anual</b>	<b>Depreciación Mensual</b>	<b>Valor residual</b>	<b>depreciación acumulada</b>	<b>valor en libros</b>
<b>0</b>	-	-	-	-	-	C\$ 2,000.00
<b>1</b>	<b>20%</b>	C\$ 360.00	C\$ 30.00	C\$ 200.00	C\$ 360.00	C\$ 1,640.00
<b>2</b>	<b>20%</b>	C\$ 360.00	C\$ 30.00	C\$ 200.00	C\$ 720.00	C\$ 1,280.00
<b>3</b>	<b>20%</b>	C\$ 360.00	C\$ 30.00	C\$ 200.00	C\$ 1,080.00	C\$ 920.00
<b>4</b>	<b>20%</b>	C\$ 360.00	C\$ 30.00	C\$ 200.00	C\$ 1,440.00	C\$ 560.00
<b>5</b>	<b>20%</b>	C\$ 360.00	C\$ 30.00	C\$ 200.00	C\$ 1,800.00	C\$ 200.00

**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

#### **4.6 Gastos administrativos**

Los Gastos Administrativos son los que no se pueden vincular directamente con la actividad económica que desarrolla la empresa, dentro de los procesos de fabricación, producción o ventas.

**Tabla 50: gastos administrativos**

<b>Concepto</b>	<b>Precio total</b>		
<b>Servicios Básicos</b>			
<b>Luz</b>	130.00	65	65
<b>Agua Potable</b>	250.00	125	125
<b>Internet</b>	721.00	360.50	360.50
<b>Papelería y útiles</b>	300.00	150	150
<b>Material de aseo y limpieza</b>	300.00	150	150
<b>TOTAL</b>	<b>C\$ 1,701.00</b>	<b>C\$ 850.50</b>	<b>C\$850.50</b>

**Fuente: Elaborado por el equipo de investigación**

En la tabla anterior se especifican los gastos administrativos de un mes al inicio de operaciones del proyecto

## **Nomina**

La nómina es un recibo en el que la empresa acredita el pago de las diferentes cantidades de dinero que conforman el sueldo de un trabajador.

Es decir, la nómina es el documento que certifica que la compañía ha cumplido con abonar la remuneración a sus empleados.

Dicho certificado debe incluir los pagos extra y los descuentos que correspondan de acuerdo a la ley. Esto último se refiere, por ejemplo, a aquellas transferencias que van a un fondo (público o privado en algunos países) para la futura jubilación.

Tabla 51: Nomina

Nombre del Negocio  
Nómina Mensual  
Quincena del \_\_\_\_\_ al \_\_\_\_\_

N°	Nombres y Apellidos	Cargo	Salario Base	Deducciones	Salario Neto	INSS Patronal	Prestaciones Sociales			Firma
				INSS Laboral			Vacaciones	Treceavo Mes	Indemnización	
<b>Administración</b>										
1		ADMÓN	C\$ 5,600.00	C\$ 392.00	C\$ 5,208.00	C\$ 1,204.00	C\$ 466.67	C\$ 466.67	C\$ 466.67	
<b>Sub Total Administración</b>			<b>C\$ 5,600.00</b>	<b>C\$ 392.00</b>	<b>C\$ 5,208.00</b>	<b>C\$ 1,204.00</b>	<b>C\$ 466.67</b>	<b>C\$ 466.67</b>	<b>C\$ 466.67</b>	
<b>Ventas</b>										
4		VENDEDOR	5,600.00	392.00	5,208.00	1,204.00	466.67	466.67	466.67	
<b>Sub Total Ventas</b>			<b>C\$ 5,600.00</b>	<b>C\$ 392.00</b>	<b>C\$ 5,208.00</b>	<b>C\$ 1,204.00</b>	<b>C\$ 466.67</b>	<b>C\$ 466.67</b>	<b>C\$ 466.67</b>	
<b>Producción</b>										
7		OPERARIO 1	5,100.00	357.00	4,743.00	1,096.50	425.00	425.00	425.00	
8		OPERARIO 2	5,100.00	318.75	4,781.25	1,096.50	425.00	425.00	425.00	
<b>Sub Total Gastos de Venta</b>			<b>C\$ 10,200.00</b>	<b>C\$ 675.75</b>	<b>C\$ 9,524.25</b>	<b>C\$ 2,193.00</b>	<b>C\$ 850.00</b>	<b>C\$ 850.00</b>	<b>C\$ 850.00</b>	
<b>Total</b>			<b>C\$ 21,400.00</b>	<b>C\$ 1,459.75</b>	<b>C\$ 19,940.25</b>	<b>C\$ 4,601.00</b>	<b>C\$ 1,783.33</b>	<b>C\$ 1,783.33</b>	<b>C\$ 1,783.33</b>	

Fuente: elaborada por el equipo de investigación

Como es de ley las prestaciones sociales CHOCO-NUTRI contara con 4 trabajadores, los cuales se le harán debidamente sus deducciones y así se contribuye a la buena organización de la empresa y a la misma vez contribuimos con el desarrollo del país.

## **5. Plan Financiero**

Según Weston (2006) plantea que la planificación 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.

### **5.1 Inversión y fuente de financiamiento**

En este acápite se procederá a realizar el análisis financiero del proyecto de emprendimiento, el cual permitirá conocer la factibilidad económica del proyecto CHOCO-NUTRI.

En relación con eso se hará uso de varios indicadores que permitan valorar la implementación del proyecto.

Entre los indicadores que se utilizaran están el valor actual neto (VAN) el cual permitirá saber la viabilidad del proyecto calculando a valor presente los flujos de dinero del proyecto a una determinada tasa de descuento; la tasa interna de retorno (TIR) la cual es otro indicador que se utilizara, esta representa la tasa de interés o rentabilidad que ofrece la inversión del proyecto.

La inversión inicial es la cantidad de dinero que se invierte en una empresa para conformar la misma la cual sirve como base para el inicio de operaciones. Para el proyecto CHOCO-NUTRI se contara con una inversión de financiamiento propio la cual será aportada por los 3 socios que conforman el proyecto.

Aunque para la utilización de estos indicadores se procederá primeramente determinar los diferentes ingresos y egresos monetarios del proyecto.

### 5.1.1 Inversión fija

Son todos los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto de los cuales se espera que rindan un beneficio en el futuro, estos representan la propiedad de la empresa con respecto a activos que no se pretenden vender a corto plazo ya que son adquiridos para utilizarse en las operaciones y contribución de los procesos de producción. Se le denomina inversión fija por el hecho de que el proyecto no puede desprenderse fácilmente de ello sin que perjudique las actividades operativas y productivas del mismo.

**Tabla 52: Inversión fija**

No.	Descripción del activo	Cant.	Costo de adquisición	Total	Valor residual	Valor depreciable	Año de vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
<b>Maquinaria de producción</b>				<b>C\$ 21,000.00</b>	<b>2100</b>	<b>18,900.00</b>		<b>3780</b>	<b>315</b>
1	Cocina	1	2,500.00	2,500.00	250	2,250.00	5	450	37.5
2	Mesa	1	5,000.00	5,000.00	500	4500	5	900	75
3	Selladora	1	12,000.00	12,000.00	1200	10800	5	2160	180
4	Batidora	1	1,500.00	1,500.00	150	1350	5	270	22.5
<b>Mobiliario y Equipo de Oficina</b>				<b>C\$ 7,200.00</b>	<b>720</b>	<b>6480</b>		<b>1296</b>	<b>108</b>
5	Escritorio	1	2,500.00	2,500.00	250	2250	5	450	37.5

6	Silla de escritorio	1	2,200.00	2,200.00	220	1980	5	396	33
7	Archivador	1	2,500.00	2,500.00	250	2250	5	450	37.5
<b>Equipo de computo</b>				<b>C\$ 5,500.00</b>	<b>550</b>	<b>C\$ 4,950.00</b>		<b>990</b>	<b>82.5</b>
8	Computadora	1	3,500.00	3,500.00	350	3,150.00	5	630	52.5
9	Impresora	1	2,000.00	2,000.00	200	1800	5	360	30
<b>Total de inversión fija</b>				<b>C\$ 33,700.00</b>					

**Fuente: Elaborada por equipo de investigación**

El total de la inversión fija para el proyecto CHOCO-NUTRI es de 33,700 córdobas, los años de vida útil 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

La inversión diferida referencia a los activos intangibles del proyecto, que sin ser materiales son indispensables para el proyecto, como el registro de marca, en las diferentes instituciones del estado y publicidad al inicio de operaciones

**Tabla 53: Detalles de inversión diferida**

No.	Descripción del gasto	Cant	importe	Años de amortización	amortización anual	amortización mensual
<b>Investigación y desarrollo</b>						
1	Encuesta	1	C\$ 350.00	3	116.67	9.72
2	primer Prototipo	2	400.00	3	133.33	11.11
3	segundo prototipo	10	850.00	3	283.33	23.61
4	viáticos de transporte y comidas	2	600.00	3	200.00	16.67
			<b>C\$ 2,200.00</b>		<b>733.33</b>	<b>61.11</b>

<b>Gastos de organización e instalación</b>						
<b>5</b>	Inscripción de constitución	1	C\$ 1,000.00	3	333.33	27.78
<b>6</b>	Solicitud de comerciante	1	300.00	3	100.00	8.33
<b>7</b>	Obtención de timbre fiscal	1	45.00	3	15.00	1.25
<b>8</b>	Registro sanitario	1	550.00	3	183.33	15.28
<b>9</b>	Solicitud de registro	1	20.00	3	6.67	0.56
<b>10</b>	Arancel de Certificado Sanitario	1	50.00	3	16.67	1.39
<b>11</b>	Sellado de libros contables	2	400.00	3	133.33	11.11
<b>12</b>	Inscripción de poder	1	300.00	3	100.00	8.33
			<b>C\$ 2,665.00</b>		888.33	74.03
<b>Licencias y patentes</b>						
<b>13</b>	Registro de marca	1	3,466.00	3	1155.333333	96.27777778
<b>14</b>	licencia sanitaria	1	1,200.00	3	400	33.33333333
			<b>C\$ 4,666.00</b>		1555.333333	129.61111111

<b>Publicidad inicial</b>						
<b>15</b>	Banner publicitario	1	1,500.00	3	500.00	41.67
<b>16</b>	Manta publicitaria	2	640.00	3	213.33	17.78
<b>17</b>	Brochure	100	250.00	3	83.33	6.94
<b>18</b>	Regalías y obsequios	50	1,000.00	3	333.33	27.78
<b>19</b>	Facebook(internet local)	1	720.00	3	240.00	20.00
			<b>C\$ 4,110.00</b>		1,370.00	114.17
<b>Total inversión diferida</b>			<b>C\$ 13,641.00</b>			

**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

La inversión diferida es de gran importancia para el proyecto ya que se encarga de establecer legalmente el proyecto e implementar elementos que permitan el funcionamiento al inicio de operaciones. Estos activos se amortizaran en los primeros tres años del proyecto, 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 hace referencia a la cantidad de dinero que el proyecto necesita para poder realizar sus operaciones con normalidad. En el inicio de operaciones se contara con el siguiente capital trabajo este sin recibir ingresos. En este se especifica el total de materiales directos e indirectos para la producción así como los salarios y gastos operativos, los cuales fueron proyectados para cubrir 1.5 meses. A continuación se detalla en la siguiente tabla el capital de trabajo con el que dispone el proyecto.

**Tabla 54: Detalle de cálculo del capital de trabajo**

No.	Descripción del activo	Cantidad	Costo unitario	Costo Total	Proyección de efectivo
<b>Materiales directos</b>					
1	Jengibre	30 lb	C\$ 25.00	C\$ 750.00	C\$ 1,125.00
2	masa de cacao	142 lb	C\$ 55.00	C\$ 7,810.00	C\$ 11,715.00
3	Miel	14.5 lt	C\$ 190.00	C\$ 2,755.00	C\$ 4,132.50
4	Limón	483(Unid)	C\$ 4.00	C\$ 1,932.00	C\$ 2,898.00
5	gelatina simple	32 cajas de 20gr	C\$ 35.00	C\$ 1,120.00	C\$ 1,680.00
6	semilla de cacao	9 lb	C\$ 40.00	C\$ 360.00	C\$ 540.00
<b>Materiales indirectos</b>					
7	Empaque	1608	C\$ 2.00	C\$ 3,216.00	C\$ 4,824.00
8	Etiqueta	1608	C\$ 2.00	C\$ 3,216.00	C\$ 4,824.00
<b>Total Materiales necesarios para la producción</b>				-	<b>C\$ 31,738.50</b>

Salarios y Seguro Social					-
No.	Puesto	Salario mensual	Aporte patronal	Total	Proyección a 3 meses
<b>Administración</b>					
1	Administración	C\$ 5,600.00	C\$ 392.00	C\$ 5,208.00	C\$ 7,812.00
<b>Ventas</b>					
1	vendedor	C\$ 5,600.00	C\$ 392.00	C\$ 5,208.00	C\$ 7,812.00
<b>Producción</b>					
1	Operario	C\$ 5,100.00	C\$ 357.00	C\$ 4,743.00	C\$ 7,114.50
1	Operario	C\$ 5,100.00	C\$ 357.00	C\$ 4,743.00	C\$ 7,114.50
<b>Total</b>					<b>C\$ 29,853.00</b>
<b>Gastos operativos</b>					
No.	Concepto		Importe	Total	Proyección a 3 meses
<b>Administración</b>					
1	Luz	C\$ 130.00	C\$ 130.00	C\$ 130.00	C\$ 195.00
2	Agua (potable)	C\$ 250.00	C\$ 250.00	C\$ 250.00	C\$ 375.00
3	papelera y útiles	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 450.00
4	Salario	C\$ 5,600.00	C\$ 5,600.00	C\$ 5,600.00	C\$ 8,400.00
5	internet	C\$ 721.00	C\$ 721.00	C\$ 721.00	C\$ 1,081.50
6	material de aseo y limpieza	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 450.00
<b>Ventas</b>					
7	Salario	C\$ 5,600.00	5600(50%)	C\$ 5,600.00	C\$ 8,400.00
<b>Total</b>					<b>C\$ 19,351.50</b>
<b>Total capital de trabajo</b>					<b>C\$ 80,943.00</b>

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

#### 5.1.4 Inversión total

La inversión total es la suma de todos los activos del proyecto tales como la inversión fija. Inversión diferida y capital de trabajo, los cuales son necesarios para el inicio de operaciones.

A continuación se presenta el costo total que tendrá la inversión, esto para la elaboración y comercialización de barras nutritivas medicinales, en esta se detalla los principales elementos de la inversión.

**Tabla 55: inversión total**

<b>CHOCO-NUTRI</b>	
<b>Plan de Inversión</b>	
<b>Año 2021</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
<b>Inversión Fija</b>	
Maquinaria	21,000.00
Mobiliarios	7,200.00
Equipo de computo	5,500.00
<b>Sub total Inversión Fija</b>	<b>C\$ 33,700.00</b>
<b>Inversión Diferida</b>	
Gastos Organización e instalación	2,665.00
Investigación y desarrollo	2,200.00

Gastos en patentes y licencias	4,666.00
Publicidad al inicio de las operaciones	4,110.00
<b>Sub total Inversión Diferida</b>	<b>C\$ 13,641.00</b>
<b>Capital de Trabajo</b>	
Compra de materia prima directa e indirecta	31,738.50
Sueldos y Salarios	29,853.00
gastos operativos	19,351.50
<b>Sub total Capital de Trabajo</b>	<b>C\$ 80,943.00</b>
<b>Inversión Total</b>	<b>C\$ 128,284.00</b>

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

### 5.1.5 Estructura del Financiamiento

El proyecto CHOCO-NUTRI no cuenta con financiamiento externo, esto debido a que la inversión no es muy alta, ya que no se necesita de maquinarias costosas para el inicio de las operaciones. Esta inversión se logra cubrir con aporte del grupo emprendedor: Orozco Marengo Gema Vanessa, Castillo Palacios Lisseth del Carmen y Zamora Bustos Fernando José, quienes aportaran 1/3 de la inversión total cada uno.

Las aportaciones por parte de los socios de CHOCO-NUTRI será por partes iguales, por lo que cada socio tendrá que aportar un 33.33 % del total de la inversión lo que equivale a C\$ 42,761.33 por socio.

**Nombre del Negocio**  
**Estructura de Financiamiento**

**Tabla 56: Fuente de financiamiento**

<b>Fuente de Financiamiento</b>	<b>Importe</b>	<b>%</b>
<b>Fuentes Externas</b>		
Financiamientos externo		
<b>Total, de financiamiento externo</b>		
<b>Fuentes Internas</b>		
Capital	C\$ 128,284.00	100%
<b>Total, de financiamiento interno</b>	C\$ 128,284.00	100%
<b>Inversión Total</b>	C\$ 128,284.00	100%

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

### 5.1.6 Estado de Situación Financiera inicial

El estado de situación financiera inicial es aquel que se realiza antes del inicio de operaciones del proyecto, en el cual se refleja los elementos que conforman el plan de inversión total.

Tabla 57: Estado de situación financiera

<b>CHOCO-NUTRI</b>	
<b>Estado de Situación Financiera</b>	
<b>Periodo</b>	
<b>Expresado en Córdobas</b>	
<b><u>Activos</u></b>	
<b>Corriente</b>	
Efectivo en Caja y Banco	C\$ 80,943.00
Cuentas por Cobrar	
Inventarios	
<b>Sub total Activo Corriente</b>	<b>C\$ 80,943.00</b>
<b>No Corriente</b>	
Propiedad, planta y equipo	C\$ 33,700.00
Otros Activos	13,641.00
<b>Sub total Activo No corriente</b>	<b>C\$ 47,341.00</b>
<b>Total Activos</b>	<b>C\$ 128,284.00</b>
<b><u>Pasivo</u></b>	

**Corriente**

Proveedores

**Total Pasivos**

C\$ -

**Patrimonio**

**Capital Contable**

C\$ 128,284.00

**Total Patrimonio**

C\$ 128,284.00

**Total Pasivo más capital**

C\$ 128,284.00

**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

## 5.2 Presupuestos de Ingresos, egresos y costos

### 5.2.1 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es aquel nivel de producción de bienes en que los costos totales son iguales a los ingresos totales es, decir es el punto en donde no existen ni utilidades ni pérdidas. Este nos permite determinar en qué momento son iguales los costos totales y los ingresos totales.

Para el cálculo del punto de equilibrio del proyecto CHOCO-NUTRI se tomaron en cuenta los costos fijos que son aquellos en los que incurre la empresa independientemente del nivel de producción, y costos variables que son aquellos que varían según al volumen de ventas, es decir varían en función del nivel de producción.

*Punto de Equilibrio en Unidades Físicas*

$$\text{P.E.F.} = \frac{\text{CF}}{\text{P.V.U.} - \text{C.V.U.}}$$

*Punto de Equilibrio en Córdobas*

$$\text{P.E.M.} = \frac{\text{CF}}{\frac{1 - \text{C.V.U.}}{\text{P.V.U.}}}$$

Donde:

P.E.F. = Punto de Equilibrio Físico

P.E.M. = Punto de Equilibrio Monetario

C.F. = Costos Fijos

P.V.U. = Precio de Venta Unitario

C.V.U. = Costo Variable Unitario

PEF= 286,194.32

$$\frac{45 - 27.11}{1 - 27.11/45}$$

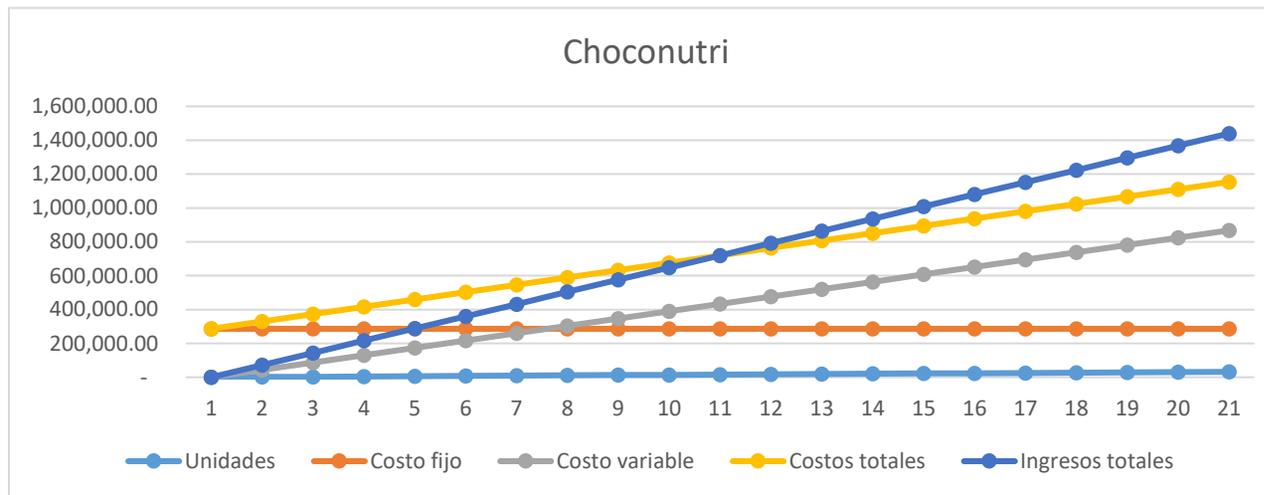
**PEF= 15,997**

PEM= 286,194.32

$$\frac{1 - 27.11/45}{1 - 27.11/45}$$

**PEM= 719,886.56**

**Ilustración 46: Punto de equilibrio**



**Fuente: Elaborada por el equipo de investigación**

El punto de equilibrio para el proyecto CHOCO-NUTRI es de 15,997 unidades este se refleja en el mes de octubre del primer año 2022, es aquí en donde los costos totales son iguales a los ingresos totales, y a partir de ese momento en adelante los ingresos por ventas serán mayores a los costos totales lo que significa que se generaran utilidades.

### 5.2.2 Presupuesto de ingresos

Los ingresos del proyecto CHOCO-NUTRI se originan por medio de la cantidad de unidades vendidas por el precio de venta de cada unidad, durante un periodo de tiempo determinado

#### Presupuesto de ventas en unidades físicas

**Tabla 58: Presupuesto de ventas**

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Barra nutritiva medicinal	19,843	22434	23989
Total	<b>19843</b>	<b>22434</b>	<b>23989</b>

**Fuente: Elaborada por el equipo de investigación**

En la tabla anterior se muestran las ventas en unidades físicas proyectadas anualmente, con un incremento en el año 2023 del 13.06 % y un incremento en el año 2024 del 6.94 % en unidades físicas, cabe recalcar que el incremento del año 2024 es menor debido a que no se puede exceder más de la capacidad real de producción.

## Presupuesto de ventas en unidades

Tabla 59: Presupuesto de ventas en unidades

Descripción	p. de venta	Año 2022	p. de venta	Año 2023	p. de venta	Año 2024
Barra nutritiva medicinal	C\$ 45.00	C\$ 892,922.40	C\$ 46.00	C\$ 1,031,969.52	C\$ 47.00	C\$ 1,127,481.12
Total		<b>C\$ 892,922.40</b>		<b>C\$ 1,031,969.52</b>		<b>C\$ 1,127,481.12</b>

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

De acuerdo a la tabla anterior las ventas en unidades monetarias para el Año 2022 son de C\$ 892,922.40, para el año 2023 las ventas en unidades monetarias aumentan a C\$ 1, 031,969.52 y en el año 2024 las ventas en unidades monetarias aumentan a C\$ 1, 127,481.12, estos incrementos son debidos a que se produjeron más unidades físicas con respecto al primer año; y por el aumento del precio de venta, que se vio afectado por los costos, debido a que estos tuvieron un incremento por inflación del 4.27%, actualización en los salarios mínimos y un incremento de los servicios básicos del 13% .

### 5.2.3 Presupuestos de egreso

En este presupuesto se estiman las salidas de los recursos monetarios, este se caracteriza por asociar todos los tipos de costos y gastos que se dan en una empresa.

#### Presupuesto de compras de materia prima directa en unidades físicas

En este presupuesto se determinan las compras de las materias primas directa en unidades físicas proyectadas anualmente.

**Tabla 60: Presupuesto de compras de materia prima**

Descripción	UND/MED	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Jengibre	Lb.	493	518	535
masa de cacao	Lb.	1880	2116	2253
Miel	Lts.	2372	2634	2788
Limón	unid	7241	8036	8530
Gelatina simple	unid	409	472	506
Semilla de cacao	Lb.	137	152	160
<b>Total</b>		<b>12531</b>	<b>12531</b>	<b>14771</b>

Fuente: Elaborada del equipo de investigación

En la tabla anterior se especifican las compras totales en unidades físicas para la elaboración de la barra nutritiva medicinal.

## Presupuesto de compras de materia prima directa en unidades monetarias

**Tabla 61: Presupuesto de compras de materia prima directa**

Descripción	UND/MED	Costo unitario año 2022	Año 2022	Costo unitario año 2023	Año 2023	Costo unitario año 2024	Año 2024
Jengibre	Lbs.	25	12313	26.06	13511	27.17	14523
masa de cacao	Lbs.	55	103373	57.34	121314	59.78	134695
Miel	Lts.	190	39615	198.11	46841	206.56	51747
Limón	Unid	4	28964	4.17	33510	4.34	37020
Gelatina simple	Unid	35	14315	36.49	17205	38.04	19229
Semilla de cacao	Lbs.	40	5480	41.70	6330	43.48	6964
<b>Total</b>			<b>204059</b>		<b>238711</b>		<b>238711</b>

**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

En la tabla anterior se especifican las compras totales anuales de las materias primas directas en unidades monetarias las cuales para el 2022 tienen un total de C\$ 204.059, para el 2023 un total de C\$ 238,711 y para el 2024 un total de C\$ 238,711, estos costos varían debido al incremento en la producción de unidades físicas e incremento en los costos por la inflación del 4.27%.

### Presupuesto de compras de materia prima indirecta en unidades físicas

Tabla 62: Presupuesto de compras

Descripción	UND/MED	Año 2022	Año 2023	Año 2024
<b>Empaque</b>	unid	19,841	22,436	24,408
<b>Etiqueta</b>	unid	19,841	22,436	24,408
<b>Total</b>		<b>39,682</b>	<b>44,872</b>	<b>48,816</b>

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

Según la tabla anterior se muestra que para el Año 2022 se comprarán 39,682 unidades de materiales indirectos, en el 2023 se comprarán 44,872 unidades y en el 2024 se comprarán 48,816 unidades.

### Presupuesto de compras de materia prima indirecta en unidades monetarias

Tabla 63: Presupuesto de compras

Descripción	UND/MED	Costo unitario año 2022	Año 2022	Costo unitario año 2023	Año 2023	Costo unitario año 2024	Año 2024
Empaque	Unid	2	39682	2.08	46667	2.16	52721
Etiqueta	Unid	2	39682	2.08	46667	2.16	52721
<b>Total</b>			<b>79364</b>		<b>93334</b>		<b>105443</b>

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

En la tabla anterior se muestra que para el año 2022 se tiene un total de C\$ 79,364 por la compra de materiales indirectos, para el año 2023 se tiene un total de C\$ 93,334 y para el 2024 se tiene un total de C\$ 105,443, estos muestran un incremento anual debido a que se producirán más unidades físicas y por los cambios en los costos de la inflación del 4.27%

### Presupuesto de materia prima directa enviada a producción en unidades físicas

**Tabla 64: Presupuesto de materia prima directa unidades físicas**

Descripción	UND/MED	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Jengibre	Lbs	493	518	535
masa de cacao	Lbs	1880	2116	2253
Miel	Lts	2372	2634	2788
Limón	unid	7241	8036	8530
Gelatina simple	unid	409	472	506
Semilla de cacao	lbs	137	152	160
<b>Total</b>		<b>12,531</b>	<b>13,928</b>	<b>14,771</b>

**Fuente: Elaborada por el equipo de investigación**

En la tabla anterior se especifican las compras totales anuales, de las materias primas directas, en unidades físicas, las cuales obtienen un total, para el año 2022 **12,531** para el 2023 un total de **13,928** y para el 2024 **14,771**.

## Presupuesto de materia prima directa enviada a producción en unidades monetarias

Tabla 65: presupuse de materia prima directa enviada a producción en unidades monetarias

Descripción	UND/MED	Costo unitario año 2022	Año 2022	Costo unitario año 2023	Año 2023	Costo unitario año 2024	Año 2024
Jengibre	Lbs	25	12313	26.06	13511	27.17	14523
masa de cacao	Lbs	55	103373	57.34	121314	59.78	134695
Miel	Lts	190	39615	198.11	46841	206.56	51747
Limón	unid	4	28964	4.17	33510	4.34	37020
Gelatina simple	unid	35	14315	36.49	17205	38.04	19229
Semilla de cacao	Lbs	40	5480	41.70	6330	43.48	6964
<b>Total</b>			<b>204059</b>		<b>238711</b>		<b>264179</b>

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

En la tabla anterior se especifican las compras totales anuales de las materias primas directas en unidades monetarias las cuales para el 2022 tienen un total de C\$ 204.059, para el 2023 un total de C\$ 238,711 y para el 2024 un total de C\$ 238,711, estos costos varían debido al incremento en la producción de unidades físicas e incremento en los costos por la inflación del 4.27%.

### Presupuesto de materia prima indirecta enviada a producción en unidades físicas

Tabla 66: Presupuesto de materia prima indirecta enviada a producción en unidades físicas

Descripción	UND/MED	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Empaque	unid	19,841	22,436	24,408
Etiqueta	unid	19,841	22,436	24,408
<b>Total</b>		<b>39,682</b>	<b>44,872</b>	<b>48,816</b>

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

Según la tabla anterior se muestra que para el Año 2022 se compraran 39,682 unidades de materiales indirectos, en el 2023 se compraran 44,872 unidades y en el 2024 se compraran 48,816 unidades.

## Presupuesto de materia prima indirecta enviada a producción en unidades monetarias

**Tabla 67: Presupuesto de materia prima indirecta enviada a producción en unidades monetarias**

Descripción	UND/MED	Costo unitario año 2022	Año 2022	Costo unitario año 2023	Año 2023	Costo unitario año 2024	Año 2024
Empaque	Unid	2	39682	2.08	46667	2.16	52721
Etiqueta	Unid	2	39682	2.08	46667	2.16	52721
<b>Total</b>			<b>79364</b>		<b>93334</b>		<b>105443</b>

**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

En la tabla anterior se muestra que para el año 2022 se tiene un total de C\$ 79,364 por la compra de materiales indirectos, para el año 2023 se tiene un total de C\$ 93,334 y para el 2024 se tiene un total de C\$ 105,443, estos muestran un incremento anual debido a que se producirán más unidades físicas y por los cambios en los costos de la inflación del 4.27%

## Presupuesto de Mano de Obra Directa

**Tabla 68: Presupuesto de mano de obra**

DESCRIPCION	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Operario 1	C\$ 61,200.00	C\$ 71,236.08	C\$ 81,272.16
Operario 2	61,200.00	71,236.08	81,272.16
<b>Total</b>	<b>C\$ 122,400.00</b>	<b>C\$ 142,472.16</b>	<b>C\$ 162,544.32</b>

**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

En la tabla anterior se muestra que para el año 2022 el presupuesto de mano de obra directa es de C\$122,400, para el año 2023 C\$ 142,472.16 y para el 2024 C\$ 162,544.32 incrementando anualmente su porcentaje debido al incremento de la tasa salarial 16.4%.

## Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 69: Presupuesto de costos indirectos de fabricación

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
<b>Costos Fijos</b>				
Depreciación de maquinaria	3,780.00	3,780.00	3,780.00	C\$ 11,340
Luz	1,560.00	1,776.84	2,023.80	C\$ 5,360.64
Agua	3,000.00	3,417.00	3,891.96	C\$ 10,308.96
<b>Sub total Costos Fijos</b>	<b>C\$ 8,340.00</b>	<b>C\$ 8,973.84</b>	<b>C\$ 9,695.76</b>	<b>C\$ 27,009.6</b>
<b>Costos Variables</b>				
Materia prima indirecta	79,364.00	93,333.76	105,442.56	C\$ 278,140.32
Mano de obra indirecta	67,200.00	71,236.08	75,510.24	C\$ 213,946.32
Aporte patronal	40,764.00	45,947.27	51,181.73	C\$ 137,893
Prestaciones sociales	15,800.00	17,809.02	19,837.88	C\$ 53,446.9
<b>Sub total Costos Variables</b>	<b>C\$ 203,128.00</b>	<b>C\$ 228,326.13</b>	<b>C\$ 251,972.41</b>	<b>C\$ 683,426.54</b>
<b>Total Costos</b>	<b>C\$ 211,468.00</b>	<b>C\$ 237,299.97</b>	<b>C\$ 261,668.17</b>	<b>C\$ 710,436.14</b>

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

El presupuesto de costo indirecto de fabricación es determinar los costos necesarios para la producción, dentro de estos están los costos fijos y variables, el costo total indirecto de fabricación para CHOCO-NUTRI para el primer año el monto de C\$211, 468.00

## Resumen del costo de producción

Tabla 70: Costos de producción

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
Materia Prima	C\$ 204,059.00	C\$ 238,711.39	C\$ 264,178.87	C\$ 706,949.26
Mano de Obra Directa	C\$ 122,400.00	C\$ 142,472.16	C\$ 162,544.32	C\$ 427,416.48
Costos Indirectos de Fabricación	C\$ 211,468.00	C\$ 237,299.97	C\$ 261,668.17	C\$ 710,436.14
Totales	<b>C\$ 537,927.00</b>	<b>C\$ 618,483.52</b>	<b>C\$ 688,391.36</b>	<b>C\$ 1,844,801.88</b>

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

En las tablas anteriores se proyectan las unidades físicas y monetarias, para las proyecciones de los años 2022, 2023, 2024. Teniendo los totales de materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación ascendiendo sus totales a los montos ya indicados en la tabla anterior.

## Proyección de Inventarios

Tabla 71: Proyección de inventarios

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Materia Prima Directa	0	0	0
Materia Prima Indirecta	0	0	0

Productos Terminados	0	0	0
<b>Totales</b>	0	0	0

**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

En la tabla anterior se muestra los valores en 0 porque no tenemos inventarios de materia prima directa e indirecta porque todos los materiales van directos a producción.

### Presupuesto de gastos de venta

**Tabla 72: Presupuesto de gastos de venta**

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Salarios	67,200.00	77,236.08	87,272.16
Vacaciones	5,600.00	6,436.34	7,272.68
Treceavo mes	5,600.00	6,436.34	7,272.68
Indemnización	5,600.00	6,436.34	7,272.68
Inss Patronal	14,448.00	14,448.00	14,448.00
Servicios de Luz	780.00	888.36	1,011.84
Agua potable	1,500.00	1,708.44	1,945.80
Internet	4,326.00	4,326.00	4,326.00
Mantenimiento de PPE	366.66	366.66	366.66
Depreciación	1,143.00	1,143.00	1,143.00
Amortización	2,273.50	2,273.50	2,273.52

Cuotas Alcaldía	6,000.00	6,000.00	6,000.00
Cuota DGI	6,000.00	6,000.00	6,000.00
Publicidad	49,320.00	49,320.00	49,320.00
<b>Totales</b>	<b>C\$ 170,157.16</b>	<b>C\$ 183,019.06</b>	<b>C\$ 195,925.02</b>

**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

Para el gasto total de venta reflejamos los montos a pagar desde salarios hasta publicidad para proyectar cada uno de ellos teniendo un monto total para el año 2022 de C\$ 170,157.16 el año 2023 de C\$ 183,019.06 Y para el año 2024 de C\$ 195,925.02.

## Presupuesto de gastos de administración

**Tabla 73: Presupuesto de administración**

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Salarios	67,200.00	77,236.08	87,272.16
Vacaciones	5,600.00	6,436.34	7,272.68
Treceavo mes	5,600.00	6,436.34	7,272.68
Indemnización	5,600.00	6,436.34	7,272.68
Inss Patronal	14,448.00	14,448.00	14,448.00
Servicios de Luz	780.00	888.36	1,011.84
Agua potable	1,500.00	1,708.44	1,945.80
Internet	4,326.00	4,326.00	4,326.00
Mantenimiento de PPE	366.66	366.66	366.66
Depreciación	1,143.00	1,143.00	1,143.00
Amortización	2,273.50	2,273.50	2,273.52
Material de aseo y limpieza	3,600.00	3,600.00	3,600.00
Papelería y útiles	3,600.00	3,600.00	3,600.00
<b>Totales</b>	<b>C\$ 116,037.16</b>	<b>C\$ 128,899.06</b>	<b>C\$ 141,805.02</b>

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

Para el gasto total de administración reflejamos los montos a pagar desde salarios hasta utensilios de limpieza para proyectar cada uno de ellos teniendo un monto total para el año 2022 de C\$ 116,037.16 el año 2023 de C\$ 128,899.06 Y para el año 2024 de C\$ 141,805.02.

## 5.2.4 Estructura de Costos

**Tabla 74: Estructura de costos**

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Materia Prima Directa</b>				
Jengibre	C\$ 12,312.50	C\$ 13,510.81	C\$ 14,523.18	C\$ 40,346.49
Masa de cacao	103,372.50	121,314.24	134,695.10	359,381.84
Miel	39,615.00	46,841.13	51,747.41	138,203.54
Limón	28,964.00	33,510.12	37,020.20	99,494.32
Gelatina simple	14,315.00	17,205.04	19,229.22	50,749.26
Semilla de cacao	5,480.00	6,330.06	6,963.76	18,773.82
<b>Sub total Materia Prima Directa</b>	<b>C\$ 204,059.00</b>	<b>C\$ 238,711.39</b>	<b>C\$ 264,178.87</b>	<b>C\$ 706,949.26</b>
<b>Mano de Obra Directa</b>				
Operario 1	C\$ 61,200.00	C\$ 71,236.08	C\$ 81,272.16	C\$ 213,708.24
Operario 2	61,200.00	71,236.08	81,272.16	213,708.24
0	-			-
<b>Sub total MOD Directa</b>	<b>C\$ 122,400.00</b>	<b>C\$ 142,472.16</b>	<b>C\$ 162,544.32</b>	<b>C\$ 427,416.48</b>
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>				
Costos Fijos	C\$ 8,340.00	C\$ 8,973.84	C\$ 9,695.76	C\$ 27,009.60

Costos Variables	203,128.00	228,326.13	251,972.41	683,426.54
<b>Sub total CIF</b>	<b>C\$ 211,468.00</b>	<b>C\$ 237,299.97</b>	<b>C\$ 261,668.17</b>	<b>C\$ 710,436.14</b>
<b>Costo Total Anual</b>	<b>C\$ 537,927.00</b>	<b>C\$ 618,483.52</b>	<b>C\$ 688,391.36</b>	<b>C\$ 1,844,801.88</b>
<b>N° de unidades</b>	<b>19,843</b>	<b>22,434</b>	<b>23,989</b>	
<b>Costo Total Unitario</b>	<b>27.11</b>	<b>27.57</b>	<b>28.70</b>	
<b>Margen de Utilidad</b>	<b>66%</b>	<b>66%</b>	<b>66%</b>	
<b>Precio de Venta</b>	<b>45.00</b>	<b>46</b>	<b>47.64</b>	

**Fuente: Elaborada por el equipo de investigación**

En la tabla anterior se muestran los costos necesarios para cubrir la producción, dentro de estos están los costos fijos y variables, la materia prima y mano de obra directa el costo total para el primer año de operaciones de CHOCO-NUTRI asciende a C\$ 537, 927.

### 5.3 Presupuesto financiero

#### 5.3.1 Flujo de Caja

#### Nombre del Negocio

#### Flujo de Caja

Tabla 75: Flujo de caja

Concepto	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
<b>Saldo Inicial</b>	C\$ 80,943.00	C\$ 182,757.08	C\$ 298,283.32	C\$ 561,983.40
<b>Ingresos</b>				
ventas en efectivos	C\$ 892,922.40	C\$ 1,031,969.52	C\$ 1,127,481.12	C\$ 3,052,373.04
<b>total ingresos</b>	C\$ 973,865.40	C\$ 1,214,726.60	C\$ 1,425,764.44	C\$ 2,640,491.04
<b>Egresos</b>				
compras materias primas	C\$ 283,423.00	C\$ 332,045.15	C\$ 369,621.43	C\$ 985,089.58
mano de obra directa	C\$ 122,400.00	C\$ 142,472.16	C\$ 162,544.32	C\$ 427,416.48
Costos indirectos	C\$ 128,324.00	C\$ 140,186.21	C\$ 152,445.61	C\$ 420,955.82
Gastos de ventas	C\$ 155,540.66	C\$ 166,729.88	C\$ 177,963.16	C\$ 500,233.70
Gastos administrativos	C\$ 101,420.66	C\$ 112,609.88	C\$ 123,843.16	C\$ 337,873.70
Gastos acumulados por pagar	C\$ 0.00	C\$ 22,400.00	C\$ 25,745.36	C\$ 48,145.36
<b>Total Egresos</b>	C\$ 791,108.32	C\$ 916,443.28	C\$ 1,012,163.04	C\$ 2,719,714.64
<b>Disponibilidad Efectiva</b>	<b>C\$ 182,757.08</b>	<b>C\$ 298,283.32</b>	<b>C\$ 413,601.40</b>	C\$ 894,641.80
<b>Disponibilidad Neta Final</b>	<b>C\$ 182,757.08</b>	<b>C\$ 298,283.32</b>	<b>C\$ 413,601.40</b>	C\$ 894,641.80

**Fuente: Elaborada por el equipo de investigación**

La disponibilidad neta proyectada a tres años en el flujo de caja fue de C\$ 849, 641.80 para su cálculo se tomaron los saldos iniciales por año, ventas y total de egresos.

### 5.3.2 Estado de Resultados Proyectado

**Tabla 76: Estado resultado**

<b>CHOCO-NUTRI</b>			
<b>Estado de Resultado Proyectado</b>			
<b>Expresado en Córdoba</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Año 2021</b>	<b>Año 2022</b>	<b>Año 2023</b>
Ventas Totales	892,922.40	1,031,969.52	1,127,481.12
Descuento sobre venta			
Rebajas sobre venta			
Venta Netas	892,922.40	1,031,969.52	1,127,481.12
Costos de Producción	537,927.00	618,483.52	688,391.36
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>354,995.40</b>	<b>413,486.00</b>	<b>439,089.76</b>
<b><u>Gastos de Operación</u></b>			
Gastos de Venta	170,157.16	183,019.06	195,925.02
Gastos de Administración	116,037.16	128,899.06	141,805.02
Total gastos operativos	286,194.32	311,918.12	337,730.04
<b>Utilidad de Operación</b>	<b>68,801.08</b>	<b>101,567.88</b>	<b>101,359.72</b>

<b>Otros Ingresos</b>			
<b>Otros Gastos</b>	-		
<b>Utilidad antes de impuesto</b>	<b>68,801.08</b>	<b>101,567.88</b>	<b>101,359.72</b>

**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

El estado de resultado elaborado para este emprendimiento de barra nutritiva medicinal informa sobre el resultado de las operaciones de nuestro proyecto, es un período contable específico además de aportar características relevantes, confiables y fáciles de entender lo que es muy útil para la toma de decisiones.

### 5.3.3 Estado de Situación Financiera Proyecto

**Tabla 77: Balance general proyectado**

	<b>CHOCO-NUTRI</b>		
	<b>Balance General Proyectado</b>		
	<b>Al 31 de Diciembre del 2022</b>		
	<b>Expresado en Córdoba</b>		
<b><u>Activos</u></b>			
<b>Corriente</b>			
Efectivo en Caja y Banco	182,757.08	298,283.32	413,601.40
Cuentas por Cobrar	-	-	-
Inventarios de materia prima	-	-	-
Inventarios de producto terminado	-	-	-
<b>Sub total Activo Corriente</b>	<b>182,757.08</b>	<b>298,283.32</b>	<b>413,601.40</b>

**No Corriente**

Mobiliario y Equipo de Oficina	12,700.00	12,700.00	12,700.00
Maquinaria	21,000.00	21,000.00	21,000.00
Vehículo para distribución	-	-	-
Depreciación de activo no corriente	- 6,066.00	- 12,132.00	- 18,198.00
<b>Sub total No Corriente</b>	<b>27,634.00</b>	<b>21,568.00</b>	<b>15,502.00</b>

**Otros Activos**

Gastos Organización	2,665.00	2,665.00	2,665.00
Publicidad al inicio de las operaciones	4,110.00	4,110.00	4,110.00
Investigación y desarrollo	2,200.00	2,200.00	2,200.00
Gastos en patentes y licencias	4,666.00	4,666.00	4,666.00
Amortización de otros activos	- 4,547.00	- 9,094.00	- 13,641.00
<b>Sub total Otros Activos</b>	<b>9,094.00</b>	<b>4,547.00</b>	<b>-</b>
<b>Total Activos</b>	<b>219,485.08</b>	<b>324,398.32</b>	<b>429,103.40</b>

**Pasivo****Corriente**

Gastos Acumulados por pagar	22,400.00	25,745.36	29,090.72
<b>Total Pasivos</b>	<b>22,400.00</b>	<b>25,745.36</b>	<b>29,090.72</b>

**Patrimonio**

Capital Contable	128,284.00	128,284.00	128,284.00
Resultados acumulados	-	68,801.08	170,368.96

Resultado del ejercicio	68,801.08	101,567.88	101,359.72
<b>Total Patrimonio</b>	<b>197,085.08</b>	<b>298,652.96</b>	<b>400,012.68</b>
<b>Total Pasivo más capital</b>	<b>219,485.08</b>	<b>324,398.32</b>	<b>429,103.40</b>

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

En el estado de situación financiera del proyecto de emprendimiento de barras nutritivas medicinal informa las fechas determinadas, la situación financiera de la empresa y como está estructurado su activo, pasivo y su patrimonio.

## 5.4 Evaluación financiera

### 5.4.1 Flujo de fondos

Tabla 78: Flujo de fondos

#### CHOCO-NUTRI

##### Flujo de Fondos

Descripción	Años			
	0	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Ingresos por Ventas		C\$ 892,922.40	C\$ 1,031,969.52	C\$ 1,127,481.12
Costos de Producción		C\$ 537,927.00	C\$ 618,483.52	C\$ 688,391.36
Utilidad bruta		C\$ 354,995.40	C\$ 413,486.00	C\$ 439,089.76

Gastos Administrativos		C\$ 116,037.16	C\$ 128,899.06	C\$ 141,805.02
Gastos de Venta		C\$ 170,157.16	C\$ 183,019.06	C\$ 195,925.02
<b>Utilidad antes de Impuesto</b>		C\$ 68,801.08	C\$ 101,567.88	C\$ 101,359.72
Depreciación		C\$ 2,286.00	C\$ 2,286.00	C\$ 2,286.00
Amortización		C\$ 4,547.00	C\$ 4,547.00	C\$ 4,547.00
Inversión Fija	-C\$ 33,700.00			
Inversión Diferida	-C\$ 13,641.00			
Capital de Trabajo	-C\$ 80,943.00			
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>-C\$ 128,284.00</b>	<b>C\$ 75,634.08</b>	<b>C\$ 108,400.88</b>	<b>C\$ 108,192.72</b>

**Fuente:** Elaborada por el equipo de investigación

Luego de haber establecido los ingresos y egresos de este proyecto, podemos hacer uso de los indicadores que ayudan analizar de forma objetiva lo atractivo del negocio desde el punto de vista monetario.

#### **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. En este indicador lo importante es explicar cómo se determina la tasa de descuento, para proyectos financiados con fondos propios.

Con estas consideraciones obtenemos nuestra VAN= C\$ 72,634.32 donde podemos concluir que el proyecto es económicamente rentable durante los tres años de vida del proyecto.

### 5.4.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es uno de los indicadores de rentabilidad más utilizados. Se trata de encontrar una sola tasa o rendimiento del proyecto. Una inversión tiene que ser tomada en cuenta si la TIR excede el rendimiento requerido. En caso contrario, tiene que ser rechazada. La TIR es el rendimiento requerido para que el cálculo del Valor Presente Neto con esa tasa sea igual a cero.

La tasa interna de retorno se expresa en porcentaje que debe compararse con la tasa de descuento (K), la cual para el proyecto es del 20% tomando en cuenta si se obtiene la rentabilidad neta del ejercicio, con el cálculo realizado, se obtuvo una TIR del 51.49% lo cual indica que el retorno de esta inversión es bastante alto a lo que convierte a CHOCO-NUTRI, aun proyecto atractivo para su realización y su actividad se comprueba a hacer la  $TIR > TMAR$ .

#### Tasa de descuento del 20%

**Tabla 79: Tasa interna de retorno**

<b>VAN</b>	<b>C\$ 72,634.32</b>
<b>TIR</b>	<b>51.49%</b>

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

### 5.4.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Es un indicador que mide en cuanto tiempo se recupera el total de la inversión a valor presente, en donde el período de recuperación es de 1 año, 2 meses y 16 días.

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

Este índice se define entre la relación entre los beneficios y los costos o egresos de un negocio su cálculo se basa en la relación entre el valor de la entrada del efectivo futuro en el valor actual del desembolso original.

Tabla 80: Periodo de recuperación de la inversión

<b>Año 0</b>	-C\$ 128,284.00	<b>-C\$52,649.92</b>				
<b>Año 1</b>	C\$ 75,634.08	<b>C\$22,984.16</b>	0.212029275			
<b>Año 2</b>	C\$ 108,400.88	C\$131,385.04	2.5443513			
<b>Año 3</b>	C\$ 108,192.72		76.33053901			
<b>Tasa de descuento</b>	20%					<b>VPN</b>
<b>Beneficios</b>		C\$ 892,922.40	C\$ 1,031,969.52	C\$ 1,127,481.12	C\$2,113,225.00	
<b>Costos</b>	-C\$ 128,284.00	C\$817,288.32	C\$923,568.64	C\$1,019,288.40	C\$1,784,022.68	
					<b>Relación B/C</b>	<b>C\$1.18</b>

Fuente: Elaborada por el equipo de investigación

La relación beneficio costo del proyecto CHOCO-NUTRI es de 1.18 córdobas ganados por un barra nutritiva medicina

## **Conclusión**

A través de la realización de los estudios tanto de mercado, organizacional, legal y financiero, se consideró la viabilidad y factibilidad del proyecto de emprendimiento de barras nutritivas medical, por medio de cada estudio se identificaron diversas variables que permiten establecer aspectos positivos para el desarrollo del proyecto.

Con respecto al estudio de mercado se utilizó distintas metodologías que permitieron obtener información acerca de la demanda competencia y aceptación del producto así mismo se pudo establecer las proyecciones de producción considerando los aspectos de demanda de mercado y clientes potenciales.

Tomando en cuenta el marco legal y organización se pudo conocer lo gastos legales en los que es necesario invertir así mismo los aspectos organizativos necesarios para cumplir con los estatutos como empresa.

Se diseñó un estudio financiera para valorar la factibilidad económica del proyecto y así mismo para conocer los costos, inversiones, ingresos y proyecciones de ventas anuales y mensuales que permitirá la sostenibilidad del proyecto.

Finalmente tomado en cuenta el estudio se determinaron los datos que permitirán el desarrollo y estabilidad de dicho proyecto, adema por medio del análisis realizado se estableció la viabilidad de la inversión.

## **Bibliografía**

<https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-modelo-canvas-y-como-aplicarlo-a-tu-negocio-agile-scrum/>

[http://www.colpos.mx/cocoan/cisb/capitulo\\_1.pdf](http://www.colpos.mx/cocoan/cisb/capitulo_1.pdf)

<https://core.ac.uk/download/pdf/326423549.pdf>

<https://www.promonegocios.net/precio/estrategias-precios.html>

<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5351/1/UNACH-EC-FCP-ING-COM-2019-0006.pdf>

<https://www.google.com.ni/amp/s/clusmin.org/la-importancia-de-la-investigacion-de-mercado/amp/>

<https://www.google.com/amp/s/mundoagropecuario.com/miel-un-alimento-poderoso-para-fortalecer-el-sistema-inmunologico-en-periodos-de-influenza/amp/>

<https://www.google.com/amp/s/www.latercera.com/noticia/sostienen-que-el-chocolate-refuerza-el-sistema-inmune/%3foutputType=amp>

[https://www.google.com/amp/s/www.clara.es/bienestar/salud/jengibre-aliado-para-prevenir-problemas-respiratorios-y-subir-defensas\\_16335/amp](https://www.google.com/amp/s/www.clara.es/bienestar/salud/jengibre-aliado-para-prevenir-problemas-respiratorios-y-subir-defensas_16335/amp)

<https://www.lanoticia.com/beneficios-de-los-citricos-para-un-mejor-sistema-inmune/>

<https://www.wipo.int/publications/es/details.jsp?id=4528>

<https://www.mific.gob.ni/Propiedad-Intelectual/Signos-Distintivos/Procedimientos-Marcas>

<https://www.marketing-free.com/producto/empaques.html>

<https://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>

<https://www.promonegocios.net/empresa/definicion-organizacion.html>

# Anexos

## Cedulas 2022

Año 2022														
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total	
Producto 1	1608	1608	1608	1608	1688	1688	1688	1656	1656	1656	1656	1721	C\$19,843	
<b>Total</b>	<b>1608</b>	<b>1608</b>	<b>1608</b>	<b>1608</b>	<b>1688</b>	<b>1688</b>	<b>1688</b>	<b>1656</b>	<b>1656</b>	<b>1656</b>	<b>1656</b>	<b>1721</b>	<b>19843</b>	

CHOCO-NUTRI														
Cédula N° 2 Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias														
Descripción	P. de Vta.	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Producto 1	C\$ 45.00	C\$ 72,360.00	C\$ 72,360.00	C\$ 72,360.00	C\$ 72,360.00	C\$ 75,978.00	C\$ 75,978.00	C\$ 75,978.00	C\$ 74,530.80	C\$ 74,530.80	C\$ 74,530.80	C\$ 74,530.80	C\$ 77,425.20	C\$ 892,922.40
<b>Total</b>		<b>C\$ 72,360.00</b>	<b>C\$ 72,360.00</b>	<b>C\$ 72,360.00</b>	<b>C\$ 72,360.00</b>	<b>C\$ 75,978.00</b>	<b>C\$ 75,978.00</b>	<b>C\$ 75,978.00</b>	<b>C\$ 74,530.80</b>	<b>C\$ 74,530.80</b>	<b>C\$ 74,530.80</b>	<b>C\$ 74,530.80</b>	<b>C\$ 77,425.20</b>	<b>C\$ 892,922.40</b>

CHOCO-NUTRI														
Cédula N° 3 Proyecciones de Ventas														
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total	
Ventas al Contado	C\$ 72,360.00	C\$ 72,360.00	C\$ 72,360.00	C\$ 72,360.00	C\$ 75,978.00	C\$ 75,978.00	C\$ 75,978.00	C\$ 74,530.80	C\$ 74,530.80	C\$ 74,530.80	C\$ 74,530.80	C\$ 77,425.20	C\$ 892,922.40	

CHOCO-NUTRI														
Cédula N° 4 Proyecciones de Compra de Materia Prima Directa (Unidades Físicas)														
Descripción	UND/MED	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
jengibre	lbs	40	40	40	40	42	42	42	41.0	41.0	41.0	41.0	42.5	493
masa de cacao	lbs	152	152	152	152	160	160	160	157.0	157.0	157.0	157.0	163.5	1880
Miel	lts	17	17	17	17	18	18	18	17.5	17.5	17.5	17.5	18.5	2372
Limón	unid	583	583	583	583	613	613	613	603.0	603.0	603.0	603.0	658.0	7241
Gelatin simple	unid	33	33	33	33	35	35	35	34.0	34.0	34.0	34.0	36.0	409
Semilla de cacao	lbs	11	11	11	11	12	12	12	11.5	11.5	11.5	11.5	12.5	137
<b>Total</b>		<b>836</b>	<b>836</b>	<b>836</b>	<b>836</b>	<b>880</b>	<b>880</b>	<b>880</b>	<b>864.0</b>	<b>864</b>	<b>864</b>	<b>864</b>	<b>931</b>	<b>12531</b>

CHOCO-NUTRI														
Cédula N° 5 Proyecciones de Compra de Materia Prima Directa (Unidades Monetarias)														
Descripción	Costo Unitario	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
jengibre	25	1000	1000	1000	1000	1050	1050	1050	1025	1025	1025	1025	1063	12313
masa de cacao	55	8360	8360	8360	8360	8800	8800	8800	8635	8635	8635	8635	8993	103373
Miel	190	3135	3135	3135	3135	3420	3420	3420	3325	3325	3325	3325	3515	39615
Limón	4	2332	2332	2332	2332	2452	2452	2452	2412	2412	2412	2412	2632	28964
Gelatin simple	35	1155	1155	1155	1155	1225	1225	1225	1190	1190	1190	1190	1260	14315
Semilla de cacao	40	440	440	440	440	460	460	460	460	460	460	460	500	5480
<b>Total</b>		<b>16422</b>	<b>16422</b>	<b>16422</b>	<b>16422</b>	<b>17407</b>	<b>17407</b>	<b>17407</b>	<b>17047</b>	<b>17047</b>	<b>17047</b>	<b>17047</b>	<b>17962</b>	<b>204059</b>

CHOCO-NUTRI														
Cédula N° 6 Proyecciones de Compra de Materiales Indirectos (Unidades Físicas)														
Descripción	UND/MED	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
empaquetado	1608	1,608	1,608	1,608	1,608	1,688	1,688	1,688	1,656	1,656	1,656	1,656	1,721	19,841
etiqueta	1608	1,608	1,608	1,608	1,608	1,688	1,688	1,688	1,656	1,656	1,656	1,656	1,721	19,841
<b>Total</b>		<b>3,216</b>	<b>3,216</b>	<b>3,216</b>	<b>3,216</b>	<b>3,376</b>	<b>3,376</b>	<b>3,376</b>	<b>3,312</b>	<b>3,312</b>	<b>3,312</b>	<b>3,312</b>	<b>3,442</b>	<b>39,682</b>

CHOCO-NUTRI														
Cédula N° 7 Proyecciones de Compra de Materia Prima Indirecta (Unidades Monetarias)														
Descripción	Costo Unitario	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
empaquetado	2	3216	3216	3216	3216	3376	3376	3376	3312	3312	3312	3312	3442	39682
etiqueta	2	3216	3216	3216	3216	3376	3376	3376	3312	3312	3312	3312	3442	39682
<b>Total</b>		<b>6432</b>	<b>6432</b>	<b>6432</b>	<b>6432</b>	<b>6752</b>	<b>6752</b>	<b>6752</b>	<b>6624</b>	<b>6624</b>	<b>6624</b>	<b>6624</b>	<b>6884</b>	<b>79364</b>

CHOCO-NUTRI														
Cédula N° 8 Proyecciones de Materia Prima directa enviada a producción (Unidades Físicas)														
Descripción	UND/MED	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
jengibre	lbs	40	40	40	40	42	42	42	41.0	41.0	41.0	41.0	42.5	493
masa de cacao	lbs	152	152	152	152	160	160	160	157.0	157.0	157.0	157.0	163.5	1880
Miel	lts	17	17	17	17	18	18	18	17.5	17.5	17.5	17.5	18.5	2372
Limón	unid	583	583	583	583	613	613	613	603.0	603.0	603.0	603.0	658.0	7241
Gelatin simple	unid	33	33	33	33	35	35	35	34.0	34.0	34.0	34.0	36.0	409
Semilla de cacao	lbs	11	11	11	11	12	12	12	11.5	11.5	11.5	11.5	12.5	137
<b>Total</b>		<b>836</b>	<b>836</b>	<b>836</b>	<b>836</b>	<b>880</b>	<b>880</b>	<b>880</b>	<b>864.0</b>	<b>864</b>	<b>864</b>	<b>864</b>	<b>931</b>	<b>12531</b>

CHOCO-NUTRI														
Cédula N° 9 Proyecciones de Materia Prima Directa enviada a producción (Unidades Monetarias)														
Descripción	Costo Unitario	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
jengibre	25	1000	1000	1000	1000	1050	1050	1050	1025	1025	1025	1025	1063	12313
masa de cacao	55	8360	8360	8360	8360	8800	8800	8800	8635	8635	8635	8635	8993	103373
Miel	190	3135	3135	3135	3135	3420	3420	3420	3325	3325	3325	3325	3515	39615
Limón	4	2332	2332	2332	2332	2452	2452	2452	2412	2412	2412	2412	2632	28964
Gelatin simple	35	1155	1155	1155	1155	1225	1225	1225	1190	1190	1190	1190	1260	14315
Semilla de cacao	40	440	440	440	440	460	460	460	460	460	460	460	500	5480
<b>Total</b>		<b>16422</b>	<b>16422</b>	<b>16422</b>	<b>16422</b>	<b>17407</b>	<b>17407</b>	<b>17407</b>	<b>17047</b>	<b>17047</b>	<b>17047</b>	<b>17047</b>	<b>17962</b>	<b>204059</b>

CHOCO-NUTRI														
Cédula N° 10 Proyecciones de Materia Prima indirecta enviada a producción (Unidades Físicas)														
Descripción	UND/MED	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
empaque	1608	1,608	1,608	1,608	1,608	1,688	1,688	1,688	1,656	1,656	1,656	1,656	1,721	39682
etiqueta	1608	1,608	1,608	1,608	1,608	1,688	1,688	1,688	1,656	1,656	1,656	1,656	1,721	39682
Material 3														0
Material 4														0
<b>Total</b>		<b>3216</b>	<b>3216</b>	<b>3216</b>	<b>3216</b>	<b>3376</b>	<b>3376</b>	<b>3376</b>	<b>3312</b>	<b>3312</b>	<b>3312</b>	<b>3312</b>	<b>3442</b>	<b>39682</b>

CHOCO-NUTRI														
Cédula N° 11 Proyecciones de Materia Prima indirecta enviada a producción (Unidades Monetarias)														
Descripción	Costo Unitario	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
empaque	2	3216	3216	3216	3216	3376	3376	3376	3312	3312	3312	3312	3442	C\$ 39,682.00
etiqueta	2	3216	3216	3216	3216	3376	3376	3376	3312	3312	3312	3312	3442	C\$ 39,682.00
Material 3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Material 4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>		<b>C\$ 6,432.00</b>	<b>C\$ 6,432.00</b>	<b>C\$ 6,432.00</b>	<b>C\$ 6,432.00</b>	<b>C\$ 6,752.00</b>	<b>C\$ 6,752.00</b>	<b>C\$ 6,752.00</b>	<b>C\$ 6,624.00</b>	<b>C\$ 6,624.00</b>	<b>C\$ 6,624.00</b>	<b>C\$ 6,624.00</b>	<b>C\$ 6,884.00</b>	<b>C\$ 79,364.00</b>

CHOCO-NUTRI														
Cédula N° 12 Proyecciones de Mano de Obra Directa														
DESCRIPCION	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total	
Operario 1	C\$ 5,100.00	C\$ 61,200.00												
Operario 2	C\$ 5,100.00	61,200.00												
Operario 3														-
<b>Total</b>	<b>C\$ 10,200.00</b>	<b>C\$ 122,400.00</b>												



CHOCO-NUTRI													
Cédula N° 17 Proyecciones de Gastos de Administración													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Salarios	5,600.00	5,600.00	5,600.00	5,600.00	5,600.00	5,600.00	5,600.00	5,600.00	5,600.00	5,600.00	5,600.00	5,600.00	67,200.00
Vacaciones	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	5,600.00
Treceavo mes	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	5,600.00
Indemnización	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	466.67	5,600.00
Inss Patronal	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	14,448.00
Servicios deLuz	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	780.00
Agua potable	125.00	125.00	125.00	125.00	125.00	125.00	125.00	125.00	125.00	125.00	125.00	125.00	1,500.00
Internet	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	4,326.00
Mantenimiento de PPE	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	366.66
Depreciación	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	1,143.00
Amortización	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	2,273.50
Material de aseo y limpieza	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00
Papelería y utiles	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00
<b>Total</b>	<b>C\$ 9,669.76</b>	<b>C\$ 116,037.16</b>											

CHOCO-NUTRI													
Cédula N° 18 Proyecciones de Otros Ingresos													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
													-
													-
<b>TOTAL</b>	<b>C\$ -</b>												

Cedulas 2023

CHOCO-NUTRI													
Cédula N+A2:O43° 1 Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas													
Año 2023													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Producto 1	1818	1818	1818	1818	1909	1909	1909	1873	1873	1873	1873	1945	22434
<b>Total</b>	<b>1818</b>	<b>1818</b>	<b>1818</b>	<b>1818</b>	<b>1909</b>	<b>1909</b>	<b>1909</b>	<b>1873</b>	<b>1873</b>	<b>1873</b>	<b>1873</b>	<b>1945</b>	<b>22434</b>

CHOCO-NUTRI														
Cédula N° 2 Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias														
Descripción	P. de Vta.	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Producto 1	C\$ 46.00	C\$ 83,628.00	C\$ 83,628.00	C\$ 83,628.00	C\$ 83,628.00	C\$ 87,809.40	C\$ 87,809.40	C\$ 87,809.40	C\$ 86,136.84	C\$ 86,136.84	C\$ 86,136.84	C\$ 86,136.84	C\$ 89,481.96	C\$ 1,031,969.52
<b>Total</b>		<b>C\$ 83,628.00</b>	<b>C\$ 83,628.00</b>	<b>C\$ 83,628.00</b>	<b>C\$ 83,628.00</b>	<b>C\$ 87,809.40</b>	<b>C\$ 87,809.40</b>	<b>C\$ 87,809.40</b>	<b>C\$ 86,136.84</b>	<b>C\$ 86,136.84</b>	<b>C\$ 86,136.84</b>	<b>C\$ 86,136.84</b>	<b>C\$ 89,481.96</b>	<b>C\$ 1,031,969.52</b>

CHOCO-NUTRI													
Cédula N° 3 Proyecciones de Ventas													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Ventas al Contado	C\$ 83,628.00	C\$ 83,628.00	C\$ 83,628.00	C\$ 83,628.00	C\$ 87,809.40	C\$ 87,809.40	C\$ 87,809.40	C\$ 86,136.84	C\$ 86,136.84	C\$ 86,136.84	C\$ 86,136.84	C\$ 89,481.96	C\$ 1,031,969.52

CHOCO-NUTRI															
Cédula N° 4 Proyecciones de Compra de Materia Prima Directa (Unidades Físicas)															
Descripción	UND/MED	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total	
jengibre	lbs	42.1	42.1	42.1	42.1	44.2	44.2	44.2	43.2	43.2	43.2	43.2	44.9	518	
masa de cacao	lbs	171	171	171	171	180	180	180	176.8	176.8	176.8	176.8	184.5	2116	
Miel	lbs	19	19	19	19	20.5	20.5	20.5	19.5	19.5	19.5	19.5	21.1	2634	
Limón	unid	648	648	648	648	681	681	681	668.0	668.0	668.0	668.0	729.0	8036	
Gelatin simple	unid	38	38	38	38	41	41	41	38.5	38.5	38.5	38.5	42.5	472	
Semilla de cacao	lbs	12	12	12	12	13.2	13.2	13.2	12.6	12.6	12.6	12.6	13.8	152	
<b>Total</b>		<b>930</b>	<b>930</b>	<b>930</b>	<b>930</b>	<b>980</b>	<b>980</b>	<b>980</b>	<b>958.5</b>	<b>959</b>	<b>959</b>	<b>959</b>	<b>1036</b>	<b>13928</b>	

CHOCO-NUTRI															
Cédula N° 5 Proyecciones de Compra de Materia Prima Directa (Unidades Monetarias)															
Descripción	Costo Unitario	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total	
jengibre	26	1097	1097	1097	1097	1152	1152	1152	1124	1124	1124	1124	1169	13511	
masa de cacao	57	9805	9805	9805	9805	10321	10321	10321	10138	10138	10138	10138	10579	121314	
Miel	198	3764	3764	3764	3764	4061	4061	4061	3855	3855	3855	3855	4180	46841	
Limón	4	2702	2702	2702	2702	2840	2840	2840	2786	2786	2786	2786	3040	33510	
Gelatin simple	36	1387	1387	1387	1387	1496	1496	1496	1405	1405	1405	1405	1551	17205	
Semilla de cacao	42	500	500	500	500	550	550	550	525	525	525	525	575	6330	
<b>Total</b>		<b>19256</b>	<b>19256</b>	<b>19256</b>	<b>19256</b>	<b>20421</b>	<b>20421</b>	<b>20421</b>	<b>19833</b>	<b>19833</b>	<b>19833</b>	<b>19833</b>	<b>21094</b>	<b>238711</b>	

Nombre del Negocio														
Cédula N° 6 Proyecciones de Compra de Materiales Indirectos (Unidades Físicas)														
Descripción	UND/MED	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
empaquete	1818	1818	1818	1818	1818	1,909	1,909	1,909	1,873	1,873	1,873	1,873	1,945	22,436
etiqueta	1818	1818	1818	1818	1818	1,909	1,909	1,909	1,873	1,873	1,873	1,873	1,945	22,436
<b>Total</b>		<b>3,636</b>	<b>3,636</b>	<b>3,636</b>	<b>3,636</b>	<b>3,818</b>	<b>3,818</b>	<b>3,818</b>	<b>3,746</b>	<b>3,746</b>	<b>3,746</b>	<b>3,746</b>	<b>3,890</b>	<b>44,872</b>

Nombre del Negocio														
Cédula N° 7 Proyecciones de Compra de Materia Prima indirecta (Unidades Monetarias)														
Descripción	Costo Unitario	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
empaquete	2.08	3781	3781	3781	3781	3971	3971	3971	3896	3896	3896	3896	4046	46667
etiqueta	2.08	3781	3781	3781	3781	3971	3971	3971	3896	3896	3896	3896	4046	46667
<b>Total</b>		<b>7563</b>	<b>7563</b>	<b>7563</b>	<b>7563</b>	<b>7941</b>	<b>7941</b>	<b>7941</b>	<b>7792</b>	<b>7792</b>	<b>7792</b>	<b>7792</b>	<b>8091</b>	<b>93334</b>

Nombre del Negocio														
Cédula N° 8 Proyecciones de Materia Prima directa enviada a producción (Unidades Físicas)														
Descripción	UND/MED	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
jengibre	lbs	42.1	42.1	42.1	42.1	44.2	44.2	44.2	43.2	43.2	43.2	43.2	44.9	518
masa de cacao	lbs	171	171	171	171	180	180	180	176.8	176.8	176.8	176.8	184.5	2116
Miel	lbs	19	19	19	19	20.5	20.5	20.5	19.5	19.5	19.5	19.5	21.1	2634
Limón	unid	648	648	648	648	681	681	681	668.0	668.0	668.0	668.0	729.0	8036
Gelatin simple	unid	38	38	38	38	41	41	41	38.5	38.5	38.5	38.5	42.5	472
Semilla de cacao	lbs	12	12	12	12	13.2	13.2	13.2	12.6	12.6	12.6	12.6	13.8	152
<b>Total</b>		<b>930</b>	<b>930</b>	<b>930</b>	<b>930</b>	<b>980</b>	<b>980</b>	<b>980</b>	<b>958.5</b>	<b>959</b>	<b>959</b>	<b>959</b>	<b>1036</b>	<b>13928</b>

Nombre del Negocio														
Cédula N° 9 Proyecciones de Materia Prima Directa enviada a producción (Unidades Monetarias)														
Descripción	Costo Unitario	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
jengibre	26.06	1097	1097	1097	1097	1152	1152	1152	1124	1124	1124	1124	1169	13511
masa de cacao	57.34	9805	9805	9805	9805	10321	10321	10321	10138	10138	10138	10138	10579	121314
Miel	198.11	3764	3764	3764	3764	4061	4061	4061	3855	3855	3855	3855	4180	46841
Limón	4.17	2702	2702	2702	2702	2840	2840	2840	2786	2786	2786	2786	3040	33510
Gelatin simple	36.49	1387	1387	1387	1387	1496	1496	1496	1405	1405	1405	1405	1551	17205
Semilla de cacao	41.70	500	500	500	500	550	550	550	525	525	525	525	575	6330
<b>Total</b>		<b>19256</b>	<b>19256</b>	<b>19256</b>	<b>19256</b>	<b>20421</b>	<b>20421</b>	<b>20421</b>	<b>19833</b>	<b>19833</b>	<b>19833</b>	<b>19833</b>	<b>21094</b>	<b>238711</b>

Nombre del Negocio														
Cédula N° 10 Proyecciones de Materia Prima indirecta enviada a producción (Unidades Físicas)														
Descripción	UND/MED	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
empaque	1818	1818	1818	1818	1818	1,909	1,909	1,909	1,873	1,873	1,873	1,873	1,945	22436
etiqueta	1818	1818	1818	1818	1818	1,909	1,909	1,909	1,873	1,873	1,873	1,873	1,945	22436
Material 3														0
Material 4														0
<b>Total</b>		<b>3636</b>	<b>3636</b>	<b>3636</b>	<b>3636</b>	<b>3818</b>	<b>3818</b>	<b>3818</b>	<b>3746</b>	<b>3746</b>	<b>3746</b>	<b>3746</b>	<b>3890</b>	<b>44872</b>

Nombre del Negocio														
Cédula N° 11 Proyecciones de Materia Prima indirecta enviada a producción (Unidades Monetarias)														
Descripción	Costo Unitario	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
empaque	2	3781	3781	3781	3781	3971	3971	3971	3896	3896	3896	3896	4046	C\$ 46,667
etiqueta	2	3781	3781	3781	3781	3971	3971	3971	3896	3896	3896	3896	4046	C\$ 46,667
Material 3		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Material 4		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>		<b>C\$ 7,563</b>	<b>C\$ 7,563</b>	<b>C\$ 7,563</b>	<b>C\$ 7,563</b>	<b>C\$ 7,941</b>	<b>C\$ 7,941</b>	<b>C\$ 7,941</b>	<b>C\$ 7,792</b>	<b>C\$ 7,792</b>	<b>C\$ 7,792</b>	<b>C\$ 7,792</b>	<b>C\$ 8,091</b>	<b>C\$ 93,334</b>

Nombre del Negocio														
Cédula N° 12 Proyecciones de Mano de Obra Directa														
DESCRIPCION	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total	
Operario 1	C\$ 5,936.34	C\$ 71,236.08												
Operario 2	C\$ 5,936.34	71,236.08												
Operario 3														-
<b>Total</b>	<b>C\$ 11,872.68</b>	<b>C\$ 142,472.16</b>												

Nombre del Negocio														
Cédula N° 13 Proyecciones de Costos Indirectos de Fabricación														
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total	
<b>Costos Fijos</b>														
Depreciación de maq	315.00	315.00	315.00	315.00	315.00	315.00	315.00	315.00	315.00	315.00	315.00	315.00	3,780.00	
Renta de local													-	
Luz	148.07	148.07	148.07	148.07	148.07	148.07	148.07	148.07	148.07	148.07	148.07	148.07	1,776.84	
Aqua	284.75	284.75	284.75	284.75	284.75	284.75	284.75	284.75	284.75	284.75	284.75	284.75	3,417.00	
													-	
<b>Sub total Costos Fijos</b>	<b>C\$ 747.82</b>	<b>C\$ 8,973.84</b>												
<b>Costos Variables</b>														
Materia prima indirecta	7,562.88	7,562.88	7,562.88	7,562.88	7,941.44	7,941.44	7,941.44	7,791.68	7,791.68	7,791.68	7,791.68	8,091.20	93,333.76	
Mano de obra indirecta	5,936.34	5,936.34	5,936.34	5,936.34	5,936.34	5,936.34	5,936.34	5,936.34	5,936.34	5,936.34	5,936.34	5,936.34	71,236.08	
Aporte patronal	3,828.94	3,828.94	3,828.94	3,828.94	3,828.94	3,828.94	3,828.94	3,828.94	3,828.94	3,828.94	3,828.94	3,828.94	45,947.27	
Prestaciones sociales	1,484.09	1,484.09	1,484.09	1,484.09	1,484.09	1,484.09	1,484.09	1,484.09	1,484.09	1,484.09	1,484.09	1,484.09	17,809.02	
													-	
<b>Sub total Costos Variables</b>	<b>C\$ 18,812.24</b>	<b>C\$ 18,812.24</b>	<b>C\$ 18,812.24</b>	<b>C\$ 18,812.24</b>	<b>C\$ 19,190.80</b>	<b>C\$ 19,190.80</b>	<b>C\$ 19,190.80</b>	<b>C\$ 19,041.04</b>	<b>C\$ 19,041.04</b>	<b>C\$ 19,041.04</b>	<b>C\$ 19,041.04</b>	<b>C\$ 19,340.56</b>	<b>C\$ 228,326.13</b>	
<b>Total Costos</b>	<b>C\$ 19,560.06</b>	<b>C\$ 19,560.06</b>	<b>C\$ 19,560.06</b>	<b>C\$ 19,560.06</b>	<b>C\$ 19,938.62</b>	<b>C\$ 19,938.62</b>	<b>C\$ 19,938.62</b>	<b>C\$ 19,788.86</b>	<b>C\$ 19,788.86</b>	<b>C\$ 19,788.86</b>	<b>C\$ 19,788.86</b>	<b>C\$ 20,088.38</b>	<b>C\$ 237,299.97</b>	

Nombre del Negocio													
Cédula N° 14 Proyecciones de Costos de Producción Mensual													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Materia Prima Directa	C\$ 19,255.54	C\$ 19,255.54	C\$ 19,255.54	C\$ 19,255.54	C\$ 20,420.61	C\$ 20,420.61	C\$ 20,420.61	C\$ 19,833.27	C\$ 19,833.27	C\$ 19,833.27	C\$ 19,833.27	C\$ 21,094.36	C\$ 238,711.39
Mano de Obra Directa	C\$ 11,872.68	C\$ 142,472.16											
CIF	C\$ 19,560.06	C\$ 19,560.06	C\$ 19,560.06	C\$ 19,560.06	C\$ 19,938.62	C\$ 19,938.62	C\$ 19,938.62	C\$ 19,788.86	C\$ 19,788.86	C\$ 19,788.86	C\$ 19,788.86	C\$ 20,088.38	C\$ 237,299.97
<b>Total</b>	<b>C\$ 50,688.28</b>	<b>C\$ 50,688.28</b>	<b>C\$ 50,688.28</b>	<b>C\$ 50,688.28</b>	<b>C\$ 52,231.91</b>	<b>C\$ 52,231.91</b>	<b>C\$ 52,231.91</b>	<b>C\$ 51,494.81</b>	<b>C\$ 51,494.81</b>	<b>C\$ 51,494.81</b>	<b>C\$ 51,494.81</b>	<b>C\$ 53,055.42</b>	<b>C\$ 618,483.52</b>

Nombre del Negocio													
Cédula N° 15 Proyecciones de Inventario Final													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
<b>Materia Prima Directa</b>													
Material 1	C\$ -												
Material 2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Material 3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Material 4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Materia Prima indirecta</b>													
Material 1													-
Material 2	#jREF!												
Material 3	#jREF!												
Material 4	#jREF!												
<b>Total</b>	<b>#jREF!</b>												

Nombre del Negocio													
Cédula N° 16 Proyecciones de Gastos de Ventas													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Salarios	6,436.34	6,436.34	6,436.34	6,436.34	6,436.34	6,436.34	6,436.34	6,436.34	6,436.34	6,436.34	6,436.34	6,436.34	77,236.08
Vacaciones	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	6,436.34
Treceavo mes	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	6,436.34
Indemnización	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	6,436.34
Inss Patronal	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	14,448.00
Servicios de Luz	74.03	74.03	74.03	74.03	74.03	74.03	74.03	74.03	74.03	74.03	74.03	74.03	888.36
Aqua potable	142.37	142.37	142.37	142.37	142.37	142.37	142.37	142.37	142.37	142.37	142.37	142.37	1,708.44
Internet	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	4,326.00
Mantenimiento de PPE	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	366.66
Depreciación	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	1,143.00
Amortización	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	2,273.50
Cuotas Alcaldía	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	6,000.00
Cuota DGI	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	6,000.00
Publicidad	4,110.00	4,110.00	4,110.00	4,110.00	4,110.00	4,110.00	4,110.00	4,110.00	4,110.00	4,110.00	4,110.00	4,110.00	49,320.00
<b>Total</b>	<b>C\$ 15,251.59</b>	<b>C\$ 183,019.06</b>											

Nombre del Negocio													
Cédula N° 17 Proyecciones de Gastos de Administración													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Salarios	6,436.34	6,436.34	6,436.34	6,436.34	6,436.34	6,436.34	6,436.34	6,436.34	6,436.34	6,436.34	6,436.34	6,436.34	77,236.08
Vacaciones	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	6,436.34
Treceavo mes	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	6,436.34
Indemnización	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	536.36	6,436.34
Inss Patronal	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	14,448.00
Servicios deLuz	74.03	74.03	74.03	74.03	74.03	74.03	74.03	74.03	74.03	74.03	74.03	74.03	888.36
Agua potable	142.37	142.37	142.37	142.37	142.37	142.37	142.37	142.37	142.37	142.37	142.37	142.37	1,708.44
Internet	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	4,326.00
Mantenimiento de PPE	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	366.66
Depreciación	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	1,143.00
Amortización	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	2,273.50
Material de aseo y limpieza	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00
Papelaría y utiles	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00
<b>Total</b>	<b>C\$ 10,741.59</b>	<b>C\$ 128,899.06</b>											

Nombre del Negocio													
Cédula N° 18 Proyecciones de Otros Ingresos													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
													-
													-
<b>TOTAL</b>	<b>C\$ -</b>												

Nombre del Negocio														
Estado de Resultado Proyectado Mensual														
Del _____ al _____ 201X														
Expresado en Córdobas														
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	total	
<b>Ventas</b>	C\$ 83,628.00	C\$ 83,628.00	C\$ 83,628.00	C\$ 83,628.00	C\$ 87,809.40	C\$ 87,809.40	C\$ 87,809.40	C\$ 86,136.84	C\$ 86,136.84	C\$ 86,136.84	C\$ 86,136.84	C\$ 89,481.96	<b>C\$ 1,031,969.52</b>	
<b>Costo de Ventas</b>	50,688.28	50,688.28	50,688.28	50,688.28	52,231.91	52,231.91	52,231.91	51,494.81	51,494.81	51,494.81	51,494.81	53,055.42	<b>618,483.52</b>	
<b>Utilidad Bruta</b>	C\$ 32,939.72	C\$ 32,939.72	C\$ 32,939.72	C\$ 32,939.72	C\$ 35,577.49	C\$ 35,577.49	C\$ 35,577.49	C\$ 34,642.03	C\$ 34,642.03	C\$ 34,642.03	C\$ 34,642.03	C\$ 36,426.54	<b>C\$ 413,486.00</b>	
<b>Gastos Operativos</b>														
<b>Gastos de Venta</b>	C\$ 15,251.59	<b>C\$ 183,019.06</b>												
<b>Gastos de Admnsitración</b>	10,741.59	10,741.59	10,741.59	10,741.59	10,741.59	10,741.59	10,741.59	10,741.59	10,741.59	10,741.59	10,741.59	10,741.59	<b>128,899.06</b>	
<b>Total gastos operativos</b>	C\$ 25,993.18	<b>C\$ 311,918.12</b>												
<b>Utilidad de Operación</b>	C\$ 6,946.54	C\$ 6,946.54	C\$ 6,946.54	C\$ 6,946.54	C\$ 9,584.31	C\$ 9,584.31	C\$ 9,584.31	C\$ 8,648.85	C\$ 8,648.85	C\$ 8,648.85	C\$ 8,648.85	C\$ 10,433.36	<b>C\$ 101,567.88</b>	
<b>Otros Ingresos</b>													-	
<b>Otros Gastos</b>													-	
<b>Utilidad antes de impuesto</b>	C\$ 6,946.54	C\$ 6,946.54	C\$ 6,946.54	C\$ 6,946.54	C\$ 9,584.31	C\$ 9,584.31	C\$ 9,584.31	C\$ 8,648.85	C\$ 8,648.85	C\$ 8,648.85	C\$ 8,648.85	C\$ 10,433.36	<b>C\$ 101,567.88</b>	

## Cedulas 2024

CHOCO-NUTRI													
Cédula N° 1 Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas													
Año 2024													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Producto 1	1944	1944	1944	1944	2041	2041	2041	2002	2002	2002	2002	2080	23989
<b>Total</b>	<b>1944</b>	<b>1944</b>	<b>1944</b>	<b>1944</b>	<b>2041</b>	<b>2041</b>	<b>2041</b>	<b>2002</b>	<b>2002</b>	<b>2002</b>	<b>2002</b>	<b>2080</b>	<b>23989</b>

CHOCO-NUTRI														
Cédula N° 2 Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias														
Descripción	P. de Vta.	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Producto 1	C\$ 47.00	C\$ 91,368.00	C\$ 91,368.00	C\$ 91,368.00	C\$ 91,368.00	C\$ 95,936.40	C\$ 95,936.40	C\$ 95,936.40	C\$ 94,109.04	C\$ 94,109.04	C\$ 94,109.04	C\$ 94,109.04	C\$ 97,763.76	C\$ 1,127,481.12
<b>Total</b>		<b>C\$ 91,368.00</b>	<b>C\$ 91,368.00</b>	<b>C\$ 91,368.00</b>	<b>C\$ 91,368.00</b>	<b>C\$ 95,936.40</b>	<b>C\$ 95,936.40</b>	<b>C\$ 95,936.40</b>	<b>C\$ 94,109.04</b>	<b>C\$ 94,109.04</b>	<b>C\$ 94,109.04</b>	<b>C\$ 94,109.04</b>	<b>C\$ 97,763.76</b>	<b>C\$ 1,127,481.12</b>

CHOCO-NUTRI													
Cédula N° 3 Proyecciones de Ventas													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Ventas al Contado	C\$ 91,368.00	C\$ 91,368.00	C\$ 91,368.00	C\$ 91,368.00	C\$ 95,936.40	C\$ 95,936.40	C\$ 95,936.40	C\$ 94,109.04	C\$ 94,109.04	C\$ 94,109.04	C\$ 94,109.04	C\$ 97,763.76	C\$ 1,127,481.12

CHOCO-NUTRI														
Cédula N° 4 Proyecciones de Compra de Materia Prima Directa (Unidades Físicas)														
Descripción	UND/MED	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
jengibre	lbs	43.3	43.3	43.3	43.3	45.6	45.6	45.6	44.5	44.5	44.5	44.5	46.3	535
masa de cacao	lbs	182	182	182	182	192	192	192	188.2	188.2	188.2	188.2	196.5	2253
Miel	lts	20	20	20	20	21.7	21.7	21.7	20.7	20.7	20.7	20.7	22.3	2788
Limón	unid	686	686	686	686	727	727	727	708.0	708.0	708.0	708.0	773.0	8530
Gelatin simple	unid	41	41	41	41	44	44	44	41.5	41.5	41.5	41.5	45.5	506
Semilla de cacao	lbs	13	13	13	13	13.9	13.9	13.9	13.3	13.3	13.3	13.3	14.9	160
<b>Total</b>		<b>985</b>	<b>985</b>	<b>985</b>	<b>985</b>	<b>1044</b>	<b>1044</b>	<b>1044</b>	<b>1016.1</b>	<b>1016</b>	<b>1016</b>	<b>1016</b>	<b>1099</b>	<b>14771</b>

CHOCO-NUTRI														
Cédula N° 5 Proyecciones de Compra de Materia Prima Directa (Unidades Monetarias)														
Descripción	Costo Unitario	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
jengibre	27	1178	1178	1178	1178	1239	1239	1239	1209	1209	1209	1209	1259	14523
masa de cacao	60	10894	10894	10894	10894	11456	11456	11456	11251	11251	11251	11251	11747	134695
Miel	207	4158	4158	4158	4158	4478	4478	4478	4268	4268	4268	4268	4610	51747
Limón	4	2977	2977	2977	2977	3155	3155	3155	3073	3073	3073	3073	3355	37020
Gelatian simple	38	1541	1541	1541	1541	1674	1674	1674	1579	1579	1579	1579	1731	19229
Semilla de cacao	43	549	549	549	549	604	604	604	576	576	576	576	650	6964
<b>Total</b>		<b>21297</b>	<b>21297</b>	<b>21297</b>	<b>21297</b>	<b>22607</b>	<b>22607</b>	<b>22607</b>	<b>21955</b>	<b>21955</b>	<b>21955</b>	<b>21955</b>	<b>23351</b>	<b>264179</b>

Choco-Nutri														
Cédula N° 6 Proyecciones de Compra de Materiales Indirectos (Unidades Físicas)														
Descripción	UND/MED	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
empaque	1944	1944	1944	1944	1944	2,094	2,094	2,094	2,054	2,054	2,054	2,054	2,134	24,408
etiqueta	1944	1944	1944	1944	1944	2,094	2,094	2,094	2,054	2,054	2,054	2,054	2,134	24,408
<b>Total</b>		<b>3,888</b>	<b>3,888</b>	<b>3,888</b>	<b>3,888</b>	<b>4,188</b>	<b>4,188</b>	<b>4,188</b>	<b>4,108</b>	<b>4,108</b>	<b>4,108</b>	<b>4,108</b>	<b>4,268</b>	<b>48,816</b>

Choco-Nutri														
Cédula N° 7 Proyecciones de Compra de Materia Prima indirecta (Unidades Monetarias)														
Descripción	Costo Unitario	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
empaque	2.16	4199	4199	4199	4199	4523	4523	4523	4437	4437	4437	4437	4609	52721
etiqueta	2.16	4199	4199	4199	4199	4523	4523	4523	4437	4437	4437	4437	4609	52721
<b>Total</b>		<b>8398</b>	<b>8398</b>	<b>8398</b>	<b>8398</b>	<b>9046</b>	<b>9046</b>	<b>9046</b>	<b>8873</b>	<b>8873</b>	<b>8873</b>	<b>8873</b>	<b>9219</b>	<b>105443</b>

Choco-Nutri														
Cédula N° 8 Proyecciones de Materia Prima directa enviada a producción (Unidades Físicas)														
Descripción	UND/MED	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
jengibre	lbs	43.3	43.3	43.3	43.3	45.6	45.6	45.6	44.5	44.5	44.5	44.5	46.3	535
masa de cacao	lbs	182	182	182	182	192	192	192	188.2	188.2	188.2	188.2	196.5	2253
Miel	lts	20	20	20	20	21.7	21.7	21.7	20.7	20.7	20.7	20.7	22.3	2788
Limón	unid	686	686	686	686	727	727	727	708.0	708.0	708.0	708.0	773.0	8530
Gelatian simple	unid	41	41	41	41	44	44	44	41.5	41.5	41.5	41.5	45.5	506
Semilla de cacao	lbs	13	13	13	13	13.9	13.9	13.9	13.3	13.3	13.3	13.3	14.9	160
<b>Total</b>		<b>985</b>	<b>985</b>	<b>985</b>	<b>985</b>	<b>1044</b>	<b>1044</b>	<b>1044</b>	<b>1016.1</b>	<b>1016</b>	<b>1016</b>	<b>1016</b>	<b>1099</b>	<b>14771</b>

Choco-Nutri														
Cédula N° 9 Proyecciones de Materia Prima Directa enviada a producción (Unidades Monetarias)														
Descripción	Costo Unitario	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
jengibre	27.17	1178	1178	1178	1178	1239	1239	1239	1209	1209	1209	1209	1259	14523
masa de cacao	59.78	10894	10894	10894	10894	11456	11456	11456	11251	11251	11251	11251	11747	134695
Miel	206.56	4158	4158	4158	4158	4478	4478	4478	4268	4268	4268	4268	4610	51747
Limón	4.34	2977	2977	2977	2977	3155	3155	2977	3073	3073	3073	3073	3355	37020
Gelatin simple	38.04	1541	1541	1541	1541	1674	1674	1674	1579	1579	1579	1579	1731	19229
Semilla de cacao	43.48	549	549	549	549	604	604	604	576	576	576	576	650	6964
<b>Total</b>		<b>21297</b>	<b>21297</b>	<b>21297</b>	<b>21297</b>	<b>22607</b>	<b>22607</b>	<b>22607</b>	<b>21955</b>	<b>21955</b>	<b>21955</b>	<b>21955</b>	<b>23351</b>	<b>264179</b>
Choco-Nutri														
Cédula N° 10 Proyecciones de Materia Prima indirecta enviada a producción (Unidades Físicas)														
Descripción	UND/MED	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
empaque	1944	1944	1944	1944	1944	2,094	2,094	2,094	2,054	2,054	2,054	2,054	2,134	24,408
etiqueta	1944	1944	1944	1944	1944	2,094	2,094	2,094	2,054	2,054	2,054	2,054	2,134	24,408
Material 3														0
Material 4														0
<b>Total</b>		<b>3888</b>	<b>3888</b>	<b>3888</b>	<b>3888</b>	<b>4188</b>	<b>4188</b>	<b>4188</b>	<b>4108</b>	<b>4108</b>	<b>4108</b>	<b>4108</b>	<b>4268</b>	<b>48816</b>
Choco-Nutri														
Cédula N° 11 Proyecciones de Materia Prima indirecta enviada a producción (Unidades Monetarias)														
Descripción	Costo Unitario	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
empaque	2	4199	4199	4199	4199	4523	4523	4523	4437	4437	4437	4437	4609	C\$ 52,721
etiqueta	2	4199	4199	4199	4199	4523	4523	4523	4437	4437	4437	4437	4609	C\$ 52,721
Material 3		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Material 4		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>		<b>C\$ 8,398</b>	<b>C\$ 8,398</b>	<b>C\$ 8,398</b>	<b>C\$ 8,398</b>	<b>C\$ 9,046</b>	<b>C\$ 9,046</b>	<b>C\$ 9,046</b>	<b>C\$ 8,873</b>	<b>C\$ 8,873</b>	<b>C\$ 8,873</b>	<b>C\$ 8,873</b>	<b>C\$ 9,219</b>	<b>C\$ 105,443</b>
Choco-Nutri														
Cédula N° 12 Proyecciones de Mano de Obra Directa														
DESCRIPCION	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total	
Operario 1	C\$ 6,772.68	C\$ 81,272.16												
Operario 2	C\$ 6,772.68	81,272.16												
Operario 3													-	
<b>Total</b>	<b>C\$ 13,545.36</b>	<b>C\$ 162,544.32</b>												

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
<b>Costos Fijos</b>													
Depreciación de maq	315.00	315.00	315.00	315.00	315.00	315.00	315.00	315.00	315.00	315.00	315.00	315.00	3,780.00
Renta de local													-
Luz	168.65	168.65	168.65	168.65	168.65	168.65	168.65	168.65	168.65	168.65	168.65	168.65	2,023.80
Agua	324.33	324.33	324.33	324.33	324.33	324.33	324.33	324.33	324.33	324.33	324.33	324.33	3,891.96
													-
													-
<b>Sub total Costos Fijos</b>	<b>C\$ 807.98</b>	<b>C\$ 9,695.76</b>											
<b>Costos Variables</b>													
Materia prima indirecta	8,398.08	8,398.08	8,398.08	8,398.08	9,046.08	9,046.08	9,046.08	8,873.28	8,873.28	8,873.28	8,873.28	9,218.88	105,442.56
Mano de obra indirecta	<b>6,292.52</b>	75,510.24											
Aporte patronal	4,265.14	4,265.14	4,265.14	4,265.14	4,265.14	4,265.14	4,265.14	4,265.14	4,265.14	4,265.14	4,265.14	4,265.14	51,181.73
Prestaciones sociales	1,653.16	1,653.16	1,653.16	1,653.16	1,653.16	1,653.16	1,653.16	1,653.16	1,653.16	1,653.16	1,653.16	1,653.16	19,837.88
													-
<b>Sub total Costos Variables</b>	<b>C\$ 20,608.90</b>	<b>C\$ 20,608.90</b>	<b>C\$ 20,608.90</b>	<b>C\$ 20,608.90</b>	<b>C\$ 21,256.90</b>	<b>C\$ 21,256.90</b>	<b>C\$ 21,256.90</b>	<b>C\$ 21,084.10</b>	<b>C\$ 21,084.10</b>	<b>C\$ 21,084.10</b>	<b>C\$ 21,084.10</b>	<b>C\$ 21,429.70</b>	<b>C\$ 251,972.41</b>
<b>Total Costos</b>	<b>C\$ 21,416.88</b>	<b>C\$ 21,416.88</b>	<b>C\$ 21,416.88</b>	<b>C\$ 21,416.88</b>	<b>C\$ 22,064.88</b>	<b>C\$ 22,064.88</b>	<b>C\$ 22,064.88</b>	<b>C\$ 21,892.08</b>	<b>C\$ 21,892.08</b>	<b>C\$ 21,892.08</b>	<b>C\$ 21,892.08</b>	<b>C\$ 22,237.68</b>	<b>C\$ 261,668.17</b>

**Choco-Nutri**

**Cédula N° 14 Proyecciones de Costos de Producción Mensual**

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Materia Prima Directa	C\$ 21,296.92	C\$ 21,296.92	C\$ 21,296.92	C\$ 21,296.92	C\$ 22,606.72	C\$ 22,606.72	C\$ 22,606.72	C\$ 21,954.95	C\$ 21,954.95	C\$ 21,954.95	C\$ 21,954.95	C\$ 23,351.21	C\$ 264,178.87
Mano de Obra Directa	C\$ 13,545.36	C\$ 162,544.32											
CIF	C\$ 21,416.88	C\$ 21,416.88	C\$ 21,416.88	C\$ 21,416.88	C\$ 22,064.88	C\$ 22,064.88	C\$ 22,064.88	C\$ 21,892.08	C\$ 21,892.08	C\$ 21,892.08	C\$ 21,892.08	C\$ 22,237.68	C\$ 261,668.17
<b>Total</b>	<b>C\$ 56,259.16</b>	<b>C\$ 56,259.16</b>	<b>C\$ 56,259.16</b>	<b>C\$ 56,259.16</b>	<b>C\$ 58,216.96</b>	<b>C\$ 58,216.96</b>	<b>C\$ 58,216.96</b>	<b>C\$ 57,392.39</b>	<b>C\$ 57,392.39</b>	<b>C\$ 57,392.39</b>	<b>C\$ 57,392.39</b>	<b>C\$ 59,134.25</b>	<b>C\$ 688,391.36</b>

Choco-Nutri													
Cédula N° 15 Proyecciones de Inventario Final													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
<b>Materia Prima Directa</b>													
Material 1	C\$ -												
Material 2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Material 3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Material 4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Materia Prima indirecta</b>													
Material 1													-
Material 2	#¡REF!												
Material 3	#¡REF!												
Material 4	#¡REF!												
<b>Total</b>	<b>#¡REF!</b>												

Choco-Nutri													
Cédula N° 16 Proyecciones de Gastos de Ventas													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Salarios	7,272.68	7,272.68	7,272.68	7,272.68	7,272.68	7,272.68	7,272.68	7,272.68	7,272.68	7,272.68	7,272.68	7,272.68	87,272.16
Vacaciones	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	7,272.68
Treceavo mes	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	7,272.68
Indemnización	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	7,272.68
Inss Patronal	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	14,448.00
Servicios deLuz	84.32	84.32	84.32	84.32	84.32	84.32	84.32	84.32	84.32	84.32	84.32	84.32	1,011.84
Agua potable	162.15	162.15	162.15	162.15	162.15	162.15	162.15	162.15	162.15	162.15	162.15	162.15	1,945.80
Internet	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	4,326.00
Mantenimiento de PPE	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	366.66
Depreciación	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	1,143.00
Amortización	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	2,273.52
Cuotas Alcaldía	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	6,000.00
Cuota DGI	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	6,000.00
Publicidad	4,110.00	4,110.00	4,110.00	4,110.00	4,110.00	4,110.00	4,110.00	4,110.00	4,110.00	4,110.00	4,110.00	4,110.00	49,320.00
<b>Total</b>	<b>C\$ 16,327.09</b>	<b>C\$ 195,925.02</b>											

Choco-Nutri													
Cédula N° 17 Proyecciones de Gastos de Administración													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Salarios	7,272.68	7,272.68	7,272.68	7,272.68	7,272.68	7,272.68	7,272.68	7,272.68	7,272.68	7,272.68	7,272.68	7,272.68	87,272.16
Vacaciones	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	7,272.68
Treceavo mes	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	7,272.68
Indemnización	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	606.06	7,272.68
Inss Patronal	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	1,204.00	14,448.00
Servicios deLuz	84.32	84.32	84.32	84.32	84.32	84.32	84.32	84.32	84.32	84.32	84.32	84.32	1,011.84
Agua potable	162.15	162.15	162.15	162.15	162.15	162.15	162.15	162.15	162.15	162.15	162.15	162.15	1,945.80
Internet	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	360.50	4,326.00
Mantenimiento de PPE	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	30.56	366.66
Depreciación	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	95.25	1,143.00
Amortización	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	189.46	2,273.52
Material de aseo y limpieza	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00
Papelería y útiles	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00
<b>Total</b>	<b>C\$ 11,817.09</b>	<b>C\$ 141,805.02</b>											
Choco-Nutri													
Cédula N° 18 Proyecciones de Otros Ingresos													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
													-
													-
													-
<b>TOTAL</b>	<b>C\$ -</b>												

# Universidad Nacional Autónoma De Nicaragua

## UNAN-MANAGUA

### Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

#### Farem-Carazo



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

Somos estudiantes de la UNAN Managua, Farem-Carazo, actualmente cursamos el 5to año de la carrera de administración de empresa. El objetivo de esta encuesta es para conocer la aceptación de un nuevo producto el cual es una **barra nutritiva medicinal a base de chocolate con miel, limón y jengibre**.

A continuación se le presenta una serie de preguntas en la cual debe marcar la de su preferencia con un check. Agradeciendo de antemano su valiosa colaboración.

#### 1-ASPECTOS DEMOGRÁFICO.

➤ Edad

➤ Sexo

➤ Estado Civil:

➤ Casado (a)

Divorciado (a)

Soltero (a)

#### 2-¿Cuánto Es Su Ingreso Mensual?

➤ De C\$2,000 a C\$5,000

➤ De C\$6,000 a C\$7,000

➤ De C\$80, 000 a mas

#### 3-¿Qué tipo de barras nutritivas consume usted?

➤ Barra nutritiva medicinal

➤ Barra nutritiva energética

- Barra nutritiva dietética
- Barra nutritiva alimenticia

**4-¿Por qué consume usted esa barra nutritiva?**

- Contribuyen a la salud
- Por un deseo
- Le son deliciosas
- Otra especifique \_\_\_\_\_

**5-¿Qué marcas de barras nutritivas ha comprado usted?**

- Barra nutritiva energética HAMMER NUTRITION
- Barra nutritiva dietética HERBALIFE NUTRITION
- Barra nutritiva alimenticia QUAKER
- Ninguna de las anteriores
- Otras \_\_\_\_\_

**6-¿Cuánto paga usted por la barra que consume?**

- De 30 a 40
- De 50 a 60
- De 70 a 80
- Otro \_\_\_\_\_

**7-¿Qué criterios considera usted al comprar una barra nutritiva?**

- Precio
- Marca
- Calidad
- Diseño de empaque
- Otra \_\_\_\_\_

**8-¿Dónde ha adquirido usted las barras nutritivas?**

- Pulperías
- Supermercados
- Farmacias
- Mercado

**9-¿Con que frecuencia adquiere usted barras nutritivas?**

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual

**10-¿De acuerdo a su repuesta anterior cuantas barras nutricionales compra usted?**

- De 1 a 2
- De 3 a 5
- De 5 a mas

**Aceptación de la Innovación del producto**

**11-¿Estaría usted dispuesto a consumir una nueva barra nutritiva medicinal que ayude a fortalecer tu sistema inmunológico a base de chocolate, miel, jengibre y limón?**

- Si
- No

**12-¿Qué tipo de combinación le gustaría consumir en la barra nutritiva medicinal?**

- Chocolate miel y jengibre
- Chocolate miel y limón
- Otro \_\_\_\_\_

**13-¿Qué criterios consideraría usted al momento de adquirir este nuevo producto medicinal?**

- Satisfacer una necesidad
- Aumentar la energía del cuerpo
- Fortalecer el sistema inmunológico

**14-¿En qué presentación compraría usted este nuevo producto?**

- Cuadrada
- Rectangular
- Otros \_\_\_\_\_

**15-¿De acuerdo a su preferencia como le gustaría el empaque del producto?**

- Papel (cartón)
- Papel aluminio
- Plástico
- Otro \_\_\_\_\_

**16-¿Cuál de las siguientes marcas le parece más atractiva para este producto innovador?**

- CHOCO-NUTRI
- CHOCO-JEN
- CHOCO-LIMA
- Otro \_\_\_\_\_

**17-¿En qué tipo establecimiento le gustaría encontrar este nuevo producto?**

- Supermercado
- Farmacias
- Pulperías
- Otro especifique \_\_\_\_\_

**18-¿Con que frecuencia estaría dispuesto adquirir este nuevo producto?**

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual

**19-¿De acuerdo a su respuesta anterior cuantas barras nutricionales compraría usted?**

- De 1 a 2
- De 3 a 5
- De 5 a mas

**20-¿En qué tamaño en gramo compraría usted este nuevo producto innovador?**

- 40gr
- 70gr
- 100gr

**21-¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este nuevo producto?**

- 50 a 60 C\$
- 65 a 75 C\$
- 75 a 85 C\$

**22-¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría conocer acerca del lanzamiento de este nuevo producto?**

- Redes sociales
- Tv
- Radio
- Banner
- Brochure

**23-Al momento de comprar este nuevo producto ¿Qué tipo de promociones le gustaría obtener?**

- Descuentos
- 2 por 1
- Regalías