



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo
FAREM – Carazo
Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

Proyecto de Graduación para optar al título de Licenciaturas en Mercadotecnia

Tema:

Proyecto de Innovación y emprendimiento en la IV región del país

Subtema:

Proyecto de Innovación y emprendimiento para la fabricación y comercialización del producto innovador, queso artesanal a base de leche de cabra, con la marca ‘‘Quesería El Cabrito’’ en el municipio de Jinotepe, comprendido en el segundo semestre 2022.

Autores:

	No. de Carné
Br. Acuña María Leticia	17-90113-1
Br. Acevedo Luna Julio Cesar	18-90636-7
Br. Quintanilla Campos Joaquín Bismarck	18-90649-9

Tutor: **Msc. Mariano Gaitán Chávez.**

Jinotepe, Carazo Nicaragua
Noviembre de 2022

Carta Aval



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS



28 de noviembre del año 2022

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

Estimado Doctor.

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

Nº	Apellidos y Nombres	Carné
1	Br: Acuña María Leticia	17-90113-1
2	Br: Acevedo Luna Julio Cesar	18-90636-7
3	Br: Quintanilla Campos Joaquín Bismarck	18-90649-9

Siendo el subtema: Proyecto de Innovación y emprendimiento para la fabricación y comercialización del producto innovador, queso artesanal a base de leche de cabra, con la marca "Quesería El Cabrito" en el municipio de Jinotepe, comprendido en el segundo semestre 2022.

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 económico y laboral actual.

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

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

Atentamente.


MSc. Mariano I. Gaitán Chávez
Tutor de proyecto de Graduación

¡A la libertad por la Universidad!

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

Dedicatoria

Le dedicamos este trabajo primeramente a Dios que nos ha dado tantas bendiciones, inteligencia, sabiduría, perseverancia, y sobre todo la salud permitiéndonos culminar nuestra carrera con éxito.

A nuestras familias quienes a lo largo de nuestras vidas han velado por nuestro bienestar y educación siendo apoyo en todo momento, y formar parte de nuestra formación profesional, gracias por sus consejos y motivación constantes que nos han permitido ser una persona de bien y ser útiles en la sociedad donde vivimos.

A nuestros docentes por brindarnos los conocimientos en esta trayectoria educativa, por su paciencia, esmero y esfuerzo que imponen para que podamos lograr crecer como personas y profesionalmente.

Y a todas aquellas personas que con sus palabras de aliento nos ayudaron a no desfallecer en el intento, estando siempre presente cuando los hemos necesitado.

Agradecimiento

Deseo expresar el agradecimiento a Dios padre todo poderoso y a Nuestra Madre Santísima, por haberme dado sabiduría, entendimiento, fuerza, paciencia, entrega durante estos cinco años de estudio, siendo una persona constante, perseverante y sobre todo creer en mí.

A la universidad UNAN-MANAGUA, FAREM CARAZO por haber aceptado a ser parte de ella y abierto las puertas para poder estudiar la carrera de mercadotecnia. A las personas que gustosamente me facilitaron su ayuda incondicional para la realización de este proyecto de graduación, por el apoyo brindado en todos estos años de estudio universitario, hasta llegar al momento de culminar esta fase tan importante de mi formación profesional para optar al título de Licenciatura en Mercadotecnia.

Al tutor Msc. Mariano Gaitán Chávez por compartir sus conocimientos, su atención, dedicación, paciencia regalándonos el pan de saber y por hacer que cada día me enamorará más de la carrera, gracias por su ejemplo, palabras, compañía y amistad sincera durante todos estos años. Al docente Lic. Guillermo Bladimir Acevedo por habernos guiado durante la elaboración final del proyecto de graduación, por su dedicación, paciencia, atención, consejos y compartir sus conocimientos, para lograr con éxito la finalización del proyecto.

Br: Acuña María Leticia

Resumen

El presente proyecto correspondiente al requisito establecido por modalidad de graduación de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-Managua y su sede FAREM-Carazo, siguiendo la línea del emprendimiento, desde esta perspectiva se evalúa la implementación de un proyecto de innovación y emprendimiento para la fabricación y comercialización de queso artesanal a base de leche de cabra cuya razón social se denomina “Quesería El Cabrito” ubicado en la ciudad de Jinotepe, departamento de Carazo.

El proyecto está fundamentado en los componentes requeridos para realizar los estudios pertinentes que determinen la aceptación y rentabilidad del proyecto, entre otras variables a considerar, durante el desarrollo se presentan las generalidades del proyecto donde se perfila las diferentes actividades de fomento de innovación y creatividad, luego el estudio de mercado que analizamos las variables del sector, se determinó la existencia de la demanda insatisfecha, esto nos indica que el 100% están dispuestos a consumir nuestro producto, porque la población no discriminó el queso a base de leche de cabra. Esto se debe al no tener competencia, por tanto, el 100% equivale a 8,281 de clientes, y nuestro segmento de mercado.

Además de un plan de producción el cual nos determina las capacidades del proyecto, seguido del plan de organización y gestión que permite conocer la forma legal y organizacional del emprendimiento, así como también determinar la ingeniería del proyecto y por último el plan financiero que nos muestra los indicadores de rentabilidad como la **VAN** de C\$ 2,053,290.29, **TIR** de 76.16%, **PRI** de 1 año, 1 mes ,6 días y la **RCB** de 1.19.

Índice

1. Objetivos.....	1
1.1. Objetivo General	1
1.2. Objetivos Específicos	1
2. Generalidades del Proyecto	2
2.1. Solución.....	3
2.1.1. <i>Método del Embudo o Funnel de la Innovación</i>	5
2.1.2. <i>Método Design Thinking</i>	6
2.2. Diseño o Modelo en 3D Boceto Previo.....	12
2.3. Oportunidad en el Mercado.....	13
2.4. Propuesta de Valor (Modelo Canvas).....	19
2.4.1. <i>La Novedad de mi Proyecto desde la Base de la Propiedad Intelectual</i>	
23	
2.5. Ciclo del Proyecto.....	24
2.6. Necesidades de Recursos Publicitarios	27
2.7. Resultados Esperados	30
3. Estudio de Mercado	31
3.1. Objetivos.....	31
3.1.1. <i>Objetivo General</i>	31
3.1.2. <i>Objetivos Específicos</i>	31
3.2. Análisis de las Oportunidades de Mercado	32
3.2.1. <i>Tipo de Mercado</i>	32
3.2.2. <i>Características del Consumidor Potencial</i>	32
3.2.3. <i>Atractivo del Segmento de Mercado</i>	34
3.2.4. <i>Tipo de Competencia</i>	34
3.3. Análisis de la Oferta.....	34

3.3.1.	<i>Calculo de la Oferta Directa e Indirecta</i>	34
3.3.2.	<i>Análisis de la Demanda</i>	35
3.3.3.	<i>Cálculo del Consumo Aparente</i>	35
3.3.4.	<i>Cálculo de la Demanda y Oferta Real</i>	36
3.3.5.	<i>Cálculo de la Demanda Insatisfecha</i>	37
3.3.6.	<i>Potencial del Mercado</i>	38
3.4.	<i>Análisis de Precio</i>	39
3.4.1.	<i>Fijación de Objetivo de Precio</i>	39
3.4.2.	<i>Políticas de Precio del Emprendimiento</i>	40
3.4.3.	<i>Comparación de Precio del Mercado</i>	40
3.4.4.	<i>Estructura de Precio Basado en el Estudio de Mercado</i>	41
3.5.	<i>Análisis de la Comercialización</i>	45
3.5.1.	<i>Objetivo de la Distribución</i>	45
3.5.2.	<i>Estructura de la Logística de Distribución</i>	45
3.5.3.	<i>Estructura del Canal de Distribución</i>	46
3.5.4.	<i>Proveedores Directos e Indirectos</i>	47
3.5.5.	<i>Costos de Comercialización</i>	48
3.6.	<i>Estrategia de Mercadeo</i>	49
3.6.1.	<i>Estrategia de Producto</i>	49
3.6.2.	<i>Estrategia de Precio</i>	60
3.6.3.	<i>Estrategia de Distribución</i>	61
3.6.4.	<i>Estrategia de Promoción y Publicidad</i>	61
3.7.	<i>Estrategia de Venta</i>	64
3.7.1.	<i>Objetivos de Venta</i>	64
3.7.2.	<i>Metas de Venta</i>	64

3.7.3. Proyecciones de Venta	64
3. Plan de Producción	67
3.1. El Proceso de Producción	67
3.2. Proveedores y Condiciones de Compra de los Equipos	70
3.3. Capital Fijo y Vida Útil	81
3.4. Capacidad Planificada	83
3.5. Ubicación y Distribución Física de la Empresa	87
3.6. Materia Prima Necesaria, su Costo y Disponibilidad	92
3.7. Mano de Obra, su Costo y Disponibilidad	96
3.8. Gastos Generales de Producción	97
4. Plan de Organización y Gestión	98
4.1. Marco Legal (Forma Jurídica)	98
4.2. Estructura de la Organización	107
4.3. Fichas de Cargo	109
4.4. Actividades y Gastos Preliminares	123
4.5. Equipo de Oficina	124
4.6. Gastos Operativos	132
5. Plan Financiero	133
5.1. Inversión y Fuente de Financiamiento	133
5.1.1. Activos Fijos	133
5.1.2. Activos Intangibles	134
5.1.3. Capital de Trabajo	135
5.1.4. Inversión Total	138
5.1.5. Estructura del Financiamiento	139
5.1.6. Estado Situación Financiera	140

5.2. Ingresos, Egresos y Costos	141
5.2.1. Punto de Equilibrio	141
5.2.2. Presupuesto de Ingreso	144
5.2.3. Presupuesto de Egresos	145
5.2.4. Presupuesto de Costos	151
5.2.5. Estructura de Costo	151
5.3. Presupuesto Financiero	153
5.3.1. Flujo de Caja	153
5.3.2. Estado de Resultado Proyectado	154
5.3.3. Estado de Situación Financiera	155
5.4. Evaluación Financiera	156
5.4.1. Flujo de Fondo	157
5.4.2. Valor Actual Neto (VAN)	158
5.4.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)	158
5.4.4. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	159
5.4.5. Relación Beneficio-Costo (B/C)	159
6. Bibliografía	161
7. Anexos	162
Anexo N° 1. Cronograma de Trabajo	162
Anexo N°2: Diseño Mercadológico del estudio de Mercado	167
2.1. Universo Cualitativo	167
2.2. Universo Cuantitativo	167
2.3. Marco Muestral	168
2.4. Calculo de N	168
2.5. Cálculo de ni Estrato de los Barrios	169

2.5.1. Operatividad de la Investigación de Mercado	170
2.5.2. Justificación del tipo de estudio	170
2.5.3. Fuentes de Información	171
2.5.4. Fuente de estudio	171
2.5.5. Hipótesis de Trabajo	171
Anexo N°3: Plan de operacionalización de variables	173
Anexo N°4: Cuestionario	179
Anexo N° 5. Tablas cruzadas de la Hipótesis	184
Anexo N° 6. Tabla Cruzadas de la Oferta	190
Anexo N°7. Gráficos	191
Anexo N° 8. Plan Financiero	194

Índice de Tabla

<i>Tabla N°: 1 Ideas Innovadoras</i>	8
Tabla N° 2: Modelo Canvas de Quesería el Cabrito	20
Tabla N° 3: Característica del Consumidor Potencial	33
Tabla N°4: Potencial de Mercado.....	34
Tabla N° 5: Calculo de Oferta Indirecta.....	35
Tabla N° 6: Cálculo del Consumo Aparente del Queso de Cabra	35
Tabla N°7: Cálculo de la Frecuencia de Compra de Queso de Cabra	36
Tabla N° 8: Calculo de la Demanda y Oferta Real del Queso de Cabra	36
Tabla N° 9: Calculo de la Demanda Insatisfecha	38
Tabla N° 10: Potencial del Mercado	38
Tabla N° 11: Comparación de Precio de Mercado	40
Tabla N° 12: Estructura de Costo de Presentación de 1/2 Libra de Queso	41
Tabla N°13: Estructura de Costo de Presentación de 1/4 Onza de Queso	43
Tabla N°14: Descripción de los Proveedores Directos.....	48
Tabla N°15: Descripción de los Proveedores Indirectos	48

Tabla N° 16: Costos de Comercialización	49
Tabla N°17: Propiedades Generales del Queso Fresco de Cabra.....	50
Tabla N°18: Características Generales del Queso de Cabra	51
Tabla N° 19: Proteínas del Queso Fresco de Cabra	51
Tabla N°20: Propiedades Físicas y Propiedades Químicas	52
Tabla N° 21: Cartera de Producto Quesería El Cabrito.....	60
Tabla N° 22: Presupuesto Publicitario de Quesería el Cabrito.....	63
Tabla N° 23: Proyecciones de Ventas en unidades físicas	65
Tabla 24: Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias	66
Tabla N°25: Simbología De ANSI	67
Tabla N°26: Flujograma Del Proceso Productivo	68
Tabla N°27: Ficha Técnica de Maquinaria Balanza Electrónica.....	71
Tabla N°28: Ficha Técnica De La Cocina Industrial.....	72
Tabla N° 29: Ficha Técnica del Perol de Aluminio	73
Tabla N° 30: Ficha Técnica de Termómetro de Aluminio	74
Tabla N°31:Ficha Técnica de Moldes de Manera	75
Tabla N° 32: Ficha Técnica de la Mesa de Acero	76
Tabla N°33: Ficha Técnica de la Empacadora al Vacío	77
Tabla N°34: Fichas Técnica Del Freezer.....	78
Tabla N° 35: Fichas Técnicas de Utensilios	79
Tabla N°36: Fichas de Utensilios de Higiene	80
Tabla N°37: Costos Finales de Maquinaria y Utensilios.....	81
Tabla N°38:Maquinaria y Herramientas de Producción de Quesería el Cabrito.....	82
Tabla N° 39: Capacidad Instalada.....	83
Tabla N° 40: Capacidad Teórica	84
Tabla N°41: Capacidad Efectiva	84
Tabla N° 42: Capacidad Real.....	85
Tabla N° 43: Cantidades Vendidas en Nuestro Punto de Venta y Distribuidores.....	85
Tabla N° 44: Resumen de la Capacidad de Producción	86
Tabla N°45: Raza de las Cabras.....	94
Tabla N°46: Materia Prima para la Elaboración del Producto	95

Tabla N° 47:Materia Prima para la producción del primer mes	95
Tabla N°48:Mano de Obra Directa	96
Tabla 49: Gastos Generales de Producción.....	97
Tabla 50: Normas y Reglamentos	99
Tabla N° 51: División de Cargos de Quesería el Cabrito	108
Tabla N° 52: Ficha de Cargo del Administrador	110
Tabla N°53:Ficha de Cargo del Contador Temporal	112
Tabla N° 54: Ficha de Cargo del Responsable de Producción	114
Tabla N°55: Encargado del Proceso de Pasteurización.....	116
Tabla N°56: Ficha de Cargo de la Elaboración del queso de manera artesanal y Empaquetado.....	118
Tabla N° 57: Ficha de Cargo del Responsable de Ventas y Publicidad	119
Tabla N°58: Ficha de Cargo del Ejecutivo de Ruta	121
Tabla N°59: Licencias Especiales para Quesería el Cabrito	123
Tabla N° 60: Gastos de Legalización para Quesería el Cabrito	123
Tabla N°61: Depreciación del Mobiliario y Equipo de Computo	124
Tabla N° 62: Equipo de Oficina, Teléfono	125
Tabla N°63: Equipo de Oficina, Estante de madera.....	126
Tabla N° 64: Equipo de Oficina, Silla de Escritorio	126
Tabla N°65: Equipo de Oficina, Silla Tapizada.....	127
Tabla N° 66: Equipo de Oficina, Papelera.....	127
Tabla N°67: Equipo de Oficina, Dispensador de Alcohol en Gel.....	128
Tabla N°68: Equipo de Oficina, Escritorio de Madera	128
Tabla N° 69: Equipo de Oficina, Impresora	129
Tabla N° 70: Equipo de Oficina, Archivador de Metal	129
Tabla N° 71: Equipo de Cómputo, Computadora	130
Tabla N°72: Equipo de Oficina, Oasis	130
Tabla N°73: Equipo de Oficina, Engrapadora	131
Tabla N°74: Equipo de Oficina, Quita Grapas.....	131
Tabla N°75: Gastos Operativos: Gastos de Ventas + Gastos Administrativos.....	132
Tabla N° 76: Detalle de la Inversión Fija	133

Tabla N° 77: Inversión Diferida	135
Tabla N°78: Materiales.....	136
Tabla N°79: Salarios y Seguro Social	136
Tabla N° 80: Equipo de Producción	137
Tabla N° 81: Gastos Administrativos.....	137
Tabla N° 82: Herramientas e Insumos	138
Tabla N° 83: Inversión Total.....	138
Tabla N° 84:Estructura de Financiamiento.....	140
Tabla N° 85: Estado Situacional Financiera	140
Tabla N° 86: Precio Ponderado de 1 libra de queso Punto de Venta.....	142
Tabla N° 87: Precio Ponderado de 1 libra de Queso Distribución 1: Supermercado La Colonia.....	143
Tabla N° 88: Precio Ponderado de 1 Libra de Queso Distribuidor 2: Supermercado Pali.....	143
Tabla N° 89: Punto de Equilibrio Ponderado.....	143
Tabla N° 90:Presupuesto de ventas en unidades físicas	145
Tabla N°91: Presupuesto de ventas en unidades monetarias.....	145
Tabla N° 92: Presupuesto de compra de materia prima directa en unidades físicas ..	145
Tabla N°93: Presupuesto de compras de materia prima directa en unid monetarias..	146
Tabla N° 94: Presupuesto de compras de materia prima indirecta en unid físicas.	146
Tabla N° 95: Presupuesto de compras de materia indirecta en unidades monetarias	146
Tabla N° 96: Presupuesto de materia prima directa enviada a producción en unidades físicas	147
Tabla N°97: Presupuesto de materia prima directa enviada a producción en unidades monetarias	147
Tabla N° 98: Presupuesto de materia prima indirecta enviada a producción en unidades físicas.....	148
Tabla N° 99: Presupuesto de materia prima indirecta enviada a producción en unidades físicas	148
Tabla N°100: Presupuesto de mano de obra directa	149
Tabla N° 101: Presupuesto de costos indirectos de fabricación	149

Tabla N° 102: Resumen del Costo de Producción	150
Tabla 103: Presupuesto de Gastos de Venta.....	150
Tabla N° 104: Presupuesto de gastos de Administración	151
Tabla N° 105: Estructura de costo de Quesería el Cabrito.....	152
Tabla N° 106: Costo Unitario.....	152
Tabla N° 107: Venta Directa de Quesería el Cabrito.....	152
Tabla N° 108: Distribuidor 1: Supermercado La Colonia.....	153
Tabla N° 109: Distribuidor 2: Supermercado Pali.....	153
Tabla N° 110: Flujo de Caja de Quesería el Cabrito	154
Tabla 111: Estado de Resultado Proyectado de Quesería el Cabrito	155
Tabla N° 112: Estado de Situación Financiera de Quesería el Cabrito	156
Tabla N° 113: Flujo de Fondo de Quesería el Cabrito	157
Tabla N° 114: Valor Actual Neto (VAN) Quesería el Cabrito.....	158
Tabla N° 115: Tasa Interna de Retorno (TIR) Quesería el Cabrito	159
Tabla N°116: Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) de Quesería el Cabrito	159
Tabla N° 117: Relación Beneficio - Costo (B/C) de Quesería el Cabrito.....	160

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Método del Embudo o Funnel de la Innovación	5
Ilustración 2: Método Desing Thinking	6
Ilustración 3: Producto Innovador.....	7
Ilustración 4: Proceso del Prototipo.....	10
Ilustración 5: Producto Final.....	11
Ilustración 6: Diseño en 3D Boceto Previo	12
Ilustración 7: Ciclo del Proyecto	24
Ilustración 8: Banners.....	28
Ilustración 9: Volante.....	29
Ilustración 10: Estructura de la Logística de Distribución	45
Ilustración 11: Canal 0 de Quesería el Cabrito.....	47
Ilustración 12: Canal 1: Nivel de Intermediarios	47
Ilustración 13: Diseño en 3D	54

Ilustración 14: Presentaciones de 1/2 y 1/4 de queso	54
Ilustración 15: Logotipo	55
Ilustración 16: Etiqueta de 1/2 libra de Queso.....	57
Ilustración 17: Etiqueta de 1/4 de queso	57
Ilustración 18: Código de barra	59
Ilustración 19: Macro Localización de Quesería el cabrito	88
Ilustración 20: Micro Localización de Quesería el Cabrito.....	89
Ilustración 21: Parte Frontal de Quesería el Cabrito	90
Ilustración 22: Presentación del Plano de Quesería el Cabrito	91
Ilustración 23: Ordeño correcto	92
Ilustración 24: Organigrama de Quesería El Cabrito.....	108
Ilustración 25: Grafica del Punto de Equilibrio Ponderado de Quesería el Cabrito	144

Índice de Anexo

Tabla 1:Cronograma de Trabajo	162
Tabla N° 2 Datos de hombres y mujeres de la ciudad de Jinotepe.....	167
Tabla N° 3 Actualización de datos de la población	167
Tabla N° 4: Actualización de datos de los Barrios.....	168
Tabla N° 5 Datos de los barrios de Jinotepe	168
Tabla N° 6 Prueba de mercado o pilotaje.....	170
Tabla N° 7: Hipótesis de Trabajo	172
Tabla N° 8 Diseño de instrumentó (cuestionario).....	173
Tabla N° 9: Tabla Cruzada: Frecuencia de consumo de queso *Frecuencia de compra de queso	184
Tabla N° 10: Prueba de chi-cuadrado de Frecuencia de consumo de queso *frecuencia de compra	184
Tabla N° 11: Medidas Simétrica: Frecuencia de consumo * Frecuencia de compra... 184	184
Tabla N° 12: Tabla Cruzada: Frecuencia de consumo *Cantidad de queso que está dispuesto a comprar el mercado potencial.....	185
Tabla N° 13: Prueba de chi-cuadrado de Demanda.....	185
Tabla 14: Medida Simétrica: Demanda	185

Tabla N° 15: Tabla Cruzada: Frecuencia de consumo de queso*Motivo de adquisición del producto del mercado potencial.....	186
Tabla N° 16:Prueba de chi-cuadrado de demanda -	186
Tabla 17: Medidas Simétricas de la Demanda	186
Tabla N° 18:Tabla Cruzada frecuencia de consumo de queso*Disposición de pago del queso de cabra del mercado potencial.....	187
Tabla N°19: Prueba de Chi-cuadrado de Demanda- Precio.....	187
Tabla N°20: Medidas Simétrica de Demanda- Precio	187
Tabla N°21: Tabla Cruzada: Frecuencia de consumo de queso* Adquisición del producto queso de cabra	188
Tabla N° 22: Prueba de Chi-cuadrado de Demanda- Distribución	188
Tabla N° 23: Medidas Simétrica de Demanda-Distribución.....	188
Tabla N° 24: Tabla Cruzada Frecuencia de consumo de queso* Elección de Ubicación del negocio.....	189
Tabla 25: Prueba de Chi-cuadrado de Demanda- Plaza.....	189
Tabla 26: Medidas Simétrica de Demanda- Plaza	189
Tabla N° 27:Tabla Cruzada: Marcas de preferencia del mercado* Disposición de pago del queso de cabra.....	190
Tabla 28: Pruebas de Chi-cuadrado Oferta- Precio	190
Tabla N°29:Tabla Cruzada Disposición de pago del queso de cabra *Marcas de preferencia del mercado.....	190
Tabla N° 30. Prueba de chi-cuadrado Precio- Marca	190
Tabla N° 31:Pruebas de chi-cuadrado Precio- Marca	191
Tabla N° 32 Datos del punto de equilibrio gráfico	194
Tabla N° 33 proyecciones de ventas en Unidades Físicas	195
Tabla N° 34 Proyecciones de ventas en Unidades Monetarias.....	195
Tabla N° 35 Proyecciones de materia prima Undiades Física	196
Tabla N° 36 Proyecciones de compra de materia prima directa Unidades física	196
Tabla N° 37 Proyecciones de compra de materiales indirectos Unidades Física.....	196
Tabla N° 38 Proyecciones de compra de materia prima indirecta Unid monetarias....	197

Tabla N° 39 Proyecciones de materia prima directa enviada a producción Unidades físicas.....	197
Tabla N° 40 Proyecciones de materia prima directa enviada a producción Unidades monetarias	197
Tabla N° 41 Proyecciones de materia prima indirecta enviada a producción Unidades físicas.....	198
Tabla N° 42 Proyecciones de materia prima indirecta enviada a producción Unidades monetarias	198
Tabla N° 43 Proyecciones de mano de obra directa	199
Tabla N° 44 Proyecciones de costos indirectos de fabricación	199
Tabla N° 45 Proyecciones de costos de producción mensual.....	200
Tabla N° 46 Proyecciones de gastos de ventas	200
Tabla N° 47 Proyecciones de gastos de administración	201
Tabla N° 48 Estado resultado proyectado por los periodos 2023, 2024 y 2025 expresado en córdobas	201
Tabla N° 49 Estructura de costos anual.....	202
Tabla N° 50 Estado de resultado proyectado por los periodos 2023,2024,2025 expresado en córdobas	203
Tabla N° 51 Estado de situación financiera proyecto por los periodos terminados en 2023, 2024 y 2025 expresado en córdobas	204

Índice de Anexo ilustración

Ilustración 1: Perfil del Consumidor.....	191
Ilustración 2: Marcas de Preferencia del mercado	191
Ilustración 3: Elección del Empaque de Comercialización	192
Ilustración 4: Disposición de Pago	193
Ilustración 5: Adquisición del Producto.....	193
Ilustración 6: Elección de Nombre de Marca.....	193

1. Objetivos

1.1. Objetivo General

Formular un proyecto de innovación y emprendimiento para la microempresa “Quesería El Cabrito” dedicada a la fabricación y comercialización de queso artesanal a base de leche de cabra, ubicada en la ciudad de Jinotepe departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2022.

1.2. Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado que determine la viabilidad comercial de la microempresa “Quesería El Cabrito”.
- Elaborar un plan de producción que muestre el proceso productivo, la capacidad técnica, efectiva, real de producción, así como los índices de efectividad y utilización.
- Describir el plan de gestión y organización, donde se reflejen los aspectos legales y organizacionales de la microempresa “Quesería El Cabrito”.
- Realizar un plan financiero, para la determinación de factibilidad financiera y evaluación de rentabilidad de la microempresa.

2. Generalidades del Proyecto

El ser humano desde su existencia se ha visto en la necesidad de buscar la manera de sobrevivir, es por ello que emprender es una de sus virtudes, afirma que la innovación se desarrolla a partir de la capacidad de emprender, tratándose de personas con la habilidad de cambiar los factores de producción existentes y obtener los mejores resultados, es decir innovar con ellos (Schumpeter, 2015).

El emprendedurismo es la capacidad de idear, gestionar, llevar a cabo proyectos, transformando en ideas, productos, servicios y negocios. Este concepto también hace referencia a la iniciativa para sugerir e implementar cambios en empresas ya existentes.

El emprendedurismo es un escenario con gran potencial para el desarrollo profesional, al introducir nuevos negocios enfocados en satisfacer necesidades específicas de un público determinado, los emprendedores pueden aprovechar estos novedosos hábitos de consumo para identificar oportunidades. En el mundo empresarial, podemos decir que el emprendedurismo es el acto de crear nuevas soluciones, transformar negocios, modificar procesos en cualquier iniciativa que promueva la evolución del mercado y generé un impactó de él

En el presente proyecto de innovación y emprendimiento dedicado a la fabricación y comercialización de queso artesanal a base de leche de cabra, con presencia en el municipio de Jinotepe. El producto está dirigido a mujeres y varones de 18 a 50 años del casco urbano; siendo este un producto de complemento para las familias nicaragüenses.

Para conocer la aceptación de nuestra idea innovadora se realizó un sondeo de mercado, una prueba piloto, se aplicó encuestas, para conocer gustos y preferencias de nuestros clientes potenciales, acerca de nuestro producto y conocer la opinión de ellos. Así mismo, utilizamos el método Desing Thinking, modelo Canvas.

2.1. Solución

Necesidad

En el actual mercado sólo ofrecen el queso común de leche de vaca que también son fabricados industrialmente con cuajo que es un líquido, que contiene químicos y preservantes, también el uso de la formalina como lo hacen la mayoría de los competidores que no benefician en nada al organismo de las personas. Al impulsar esta idea de fabricación y comercialización de queso artesanal a base de leche de cabra, se pretende que los clientes conozcan los beneficios, aportes que brinda el consumo de leche de cabra.

Se sabe que la leche de vaca y la de cabra tiene contenido grasos parecidos, la mayor proporción de ácido graso los contiene la leche de vaca que contribuye al sabor ácido al de cabra. Estudios recientes muestran que el queso hecho de cabra contiene más proteínas que el de vaca, es muy similar a la leche humana; es bueno para el riñón, la anemia, y adecuado para quienes padecen de insuficiencia renal crónica gracias a su contenido en potasio.

Oportunidad

Esta idea tiene una gran oportunidad en el mercado puesto que, en el departamento de Carazo, no existe una oferta que fabrique y comercialice queso artesanal a base de leche de cabra que garantice un aporte, balance nutritivo para los clientes que consuman el producto antes mencionado. Este producto se caracteriza por ser elaborado de manera artesanal a base de leche de cabra, aporta múltiples beneficios, es de fácil digestión y es menos alergénica, contiene Beta Caseína (proteínas similares a la leche humana) – Alfa Caseína S-2 tanto para niños con alergia y sensibilidad o tolerancia a la leche.

El contenido de Alfa en la grasa de leche de cabra es más digerible, su digestión comienza en el estómago, la diferencia de la leche de vaca se va al intestino, la absorción es directa, no requiere de la acción de hígado para absorberse y el transporte al hígado es directo, tanto para el tipo de proteínas, grasas, el aprovechamiento del cuerpo de la leche de cabra es muy fácil, y genera menos problemas alérgicos y digestivos.

El queso es ventajoso sobre todo para los tolerantes a la lactosa, al hacer el queso separa la leche, le agregas agentes coagulantes, se separa la caseína del suero, y se retira el suero donde va la lactosa en el suero, cuando comes queso de cabra no estas consumiendo, ni ingiriendo lactosa, es un beneficio.

Solución

Este proyecto dará solución de consumir un producto sin miedo alguno al introducirse en el mercado, a través de nuestro sondeo, prueba piloto, encuesta, determinamos la aceptación que tendrá el producto, acerca de los beneficios que brinda la leche de cabra, y tomamos en cuenta la opinión de nuestros clientes potenciales; porque ellos son nuestra mayor publicidad, nos permiten darle una identidad al momento de posicionarnos en el mercado y en la mente del consumidor.

Si no aprovechamos esta oportunidad de emprender este negocio innovador de queso artesanal a base de leche de cabra, no estaríamos generando ingresos, ni satisfaciendo el segmento, y de no contribuir al desarrollo económico local del municipio; perder la oportunidad de crecer en un futuro a largo plazo; además, no estaríamos incursionando en el mercado, y perder la oportunidad de competir con negocios que ofrecen productos sustitutos.

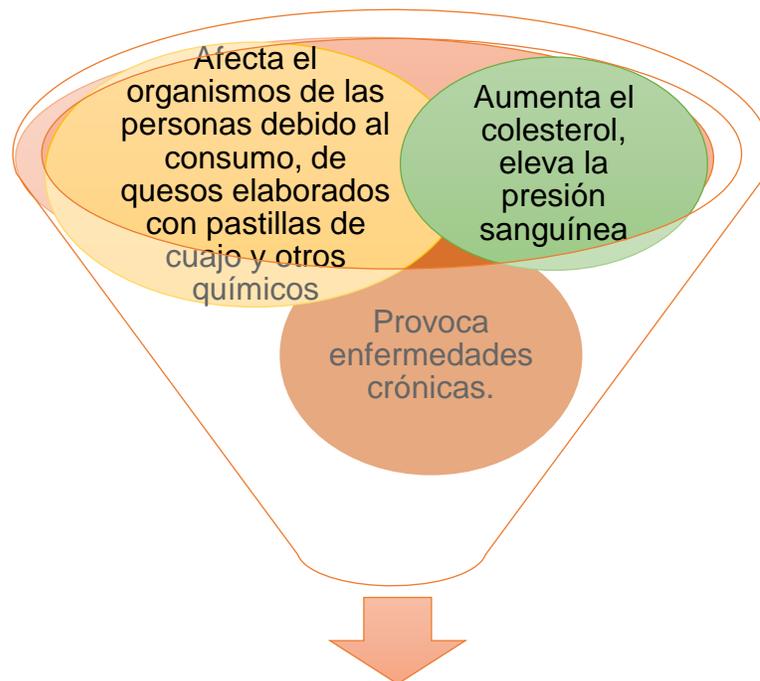
De esta manera fomentamos el emprendedurismo y el beneficio de un negocio propio, rescatando el valor a la mano de obra artesanal especializada en fabricación de queso, contribuyendo así en el desarrollo personal, y la actividad económica dándole viabilidad dentro de este mercado actual en la ciudad de Jinotepe.

2.1.1. Método del Embudo o Funnel de la Innovación

Este término, hace referencia al proceso que va desde la identificación de oportunidades para innovar, hasta el lanzamiento al mercado de aquellos productos o servicios, que han ido superando todos los filtros que hayamos establecido para avanzar a lo largo de las diferentes fases (Camps, & xavier, 2011).

Un embudo de innovación es una herramienta o un proceso que ayudará a garantizar que sólo se ejecuten las mejores ideas. Es un tipo de embudo que evaluará las ideas innovadoras en busca de viabilidad y rentabilidad para que sólo se realicen los mejores productos, procesos, propuestas o modelos comerciales.

Ilustración 1: Método del Embudo o Funnel de la Innovación



Aprovechar la oportunidad del emprendimiento, para fomentar el consumo de queso a base de leche de cabra, así contribuir al bienestar de la población y que lo consuman sin miedo alguno.

Fuente: Trabajo de Equipo 2022

2.1.2. Método Design Thinking

El Design Thinking es proceso o metodología de diseño que nos proporciona un enfoque que está centrado en el usuario, y orientada a la acción; cuyo objetivo es generar soluciones de acuerdo a problemas detectados en un determinado marco de trabajo. Es clave entender las circunstancias y las necesidades de los clientes para adquirir conocimiento y profundizar en la relación, entendiendo sus verdaderas motivaciones y haciéndolas propias. (Gonzales, Guillermo & Rosas Madrigal, & Saraí Ruíz,, 2018)

Ilustración 2: Método Desing Thinking



Fuente: Equipo de Trabajo 2022

A continuación, te presentamos el Desing Thinking del producto “**Queso artesanal a base de leche de cabra**”.

Empatizar: En esta fase es necesario recopilar información, buscar áreas de oportunidad a partir de los datos recogidos, donde identifiquemos los deseos y necesidades relevantes del consumidor. Con el objetivo de este proyecto es crear o innovar un producto que satisfaga las necesidades del consumidor, que conozcan de los beneficios que tiene la leche de cabra, hemos analizados el comportamiento de nuestros clientes potenciales; hoy en día la sociedad está adquiriendo productos que sean artesanales, que ayuden a fortalecer el organismo y consumirlo sin miedo alguno.

Definir: Organizamos la información, analizamos con el propósito de solucionar las necesidades y deseos más importantes para nuestros posibles consumidores.

El emprendimiento dedicado a la fabricación y comercialización de queso artesanal a base de leche de cabra, fue aceptado por las personas encuestadas, entrevistadas, nuestro producto cumplió con las expectativas esperadas, y marcando una diferencia ante los demás negocios más conocidos por producir queso industrialmente (a base de leche de vaca), con uso de químicos (preservantes).

Sin embargo, los encuestados consideran que este producto es indispensable para la alimentación, nutrición del hogar, y están dispuestos a comprarlo, desean que en la ciudad de Jinotepe existiera un local para poder satisfacer las necesidades de la población.

Ilustración 3: Producto Innovador



Fuente: Elaboración Propia 2022

Idear: Buscamos dar repuestas a las necesidades y deseos de los consumidores, a través de la innovación al momento de introducir un nuevo producto que cumpla con todos los aspectos, las expectativas de los clientes. Por lo tanto, se elaboró una lluvia de ideas, donde se realizó una puntuación para obtener la mejor propuesta de proyecto, de igual manera se realizó un sondeo de mercado, para conocer la aceptación del producto dirigido a nuestros posibles clientes potenciales, teniendo en cuenta la gran oportunidad que existe en el mercado y para que las familias lo consuman sin miedo alguno este producto.

Tabla N°: 1 Ideas Innovadoras

Ideas	Nivel de Innovación	Mercado Potencial	Disponibilidad de Materia Prima	Disponibilidad de Mano de Obra	Total
Yogurt orgánico	4	4	5	4	17
Queso Artesanal	5	5	5	5	20
Protección a domicilio	3	2	3	3	11

Fuente: Equipo de trabajo, elaborado con base en: Sondeo de Mercado, 2022

Presentando de esta manera el emprendimiento dedicado a la producción y comercialización del producto innovador queso artesanal a base de leche de cabra, con presencia en el municipio de Jinotepe. Este producto tiene originalidad ya que no existe un producto en el mercado, que oferte queso artesanal a base de leche de cabra, como sabemos en el mercado solo comercializan queso de leche vaca, siendo este de consumo para las familias nicaragüenses.

La idea surge en una finca familiar donde se produce queso de vaca, que tiene más de 20 años de vender productos lácteos, de igual manera se crían cabras, viendo la necesidad de la pérdida de leche de cabra, se dio la iniciativa de crear un producto nuevo, que no esté en el mercado, y que sea una oportunidad, para eso se realizaron varias combinaciones de varios ingredientes, para tener una variedad de productos, de esta manera presentar un queso artesanal a base de leche de cabra.

Es una de las leches más saludables, más parecida a la leche humana, hay personas que no la conocen, no la han probado, lo que nos gusta ver es la leche transformada en un queso saludable y artesanal. Es por eso, que es un producto nuevo en el mercado que se caracteriza por ser elaborado de manera artesanal y a base de leche de cabra, que garantiza un aporte y balance nutritivo para los clientes que consuman el producto antes mencionado; aporta múltiples beneficios, proteínas, vitaminas, es de fácil digestión y es menos alergénica.

Prototipar: A partir que ya se llevó a cabo la selección del producto, esta pasa a prototiparse es aquella en la quedamos forma a las ideas, las tangibilizamos. De esta manera, procedemos aterrizar y definir la idea, dándole valor al consumidor, en medida que la solución que se está diseñando para él, se ajusta a las necesidades, ofreciéndole un queso artesanal a base de leche de cabra que contiene más proteínas que el de vaca, y que es muy similar a la leche humana.

Esta fase nos permite conocer la opinión de nuestros clientes, su opinión es muy importante y queremos que ellos se sientan escuchados, tomando en cuenta las sugerencias brindadas para mejorar el producto y así introducirlo en el mercado. Para poder elaborar nuestro prototipo, se necesitaron utensilios de cocina necesarias que facilitaron el proceso de elaboración del producto, aplicando todas las medidas de higiene a la hora del proceso de elaboración.

Ilustración 4: Proceso del Prototipo



Ordeño Limpio



Colar la Leche



Pasteurizar la leche



Agegar Cuajo



Se aplica Sal



Se pone a reposar



Se procede a poner en los moldes



Producto Final

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Testear: En esta última fase, se presentan los resultados obtenidos de la presentación de nuestro prototipo, al lanzar la prueba de pilotaje, de tal manera que se realizó el análisis de la encuesta, para conocer la opinión de nuestros clientes potenciales acerca de nuestro producto, esto nos permite mostrar nuestra solución al segmento de mercado que nos dirigimos.

Ilustración 5: Producto Final



Fuente: *Equipo de Trabajo 2022*

2.2. Diseño o Modelo en 3D Boceto Previo

En el desarrollo del modelo en 3D se aplicaron las opiniones de los entrevistados en la prueba piloto e encuesta, porque ellos son la mayor publicidad, esto nos permitirá posicionarnos en el mercado y darle identidad al emprendimiento.

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

Ilustración 6: Diseño en 3D Boceto Previo



Fuente: Equipo de Trabajo 2022

2.3. Oportunidad en el Mercado

Un dato muy importante es que gracias al cuestionario aplicado (encuestas) y degustaciones que se hicieron del producto, se logró conocer más detallado cuales son las características que tendrá más valor para el consumidor, además determinar los aspectos tales como la relación de la demanda y la oferta del producto.

Esta idea tiene una gran oportunidad en el mercado puesto que en el departamento de Carazo no existe una oferta que fabrique y comercialice queso artesanal a base de leche de cabra que garantice un aporte y balance nutritivo para los clientes que consuman el producto antes mencionado. Este producto se caracteriza por ser elaborado de manera artesanal a base de leche de cabra, aporta múltiples beneficios, es de fácil digestión y es menos alergénica, contiene Beta Caseína (proteínas similares a la leche humana) – Alfa Caseína S-2 tanto para niños con alergia y sensibilidad o tolerancia a la leche.

- **Macro entorno**

La compañía y todos los participantes operan en un macro entorno más grande de fuerzas que moldean oportunidades y plantean amenazas para la empresa (William J. Stanton, & Michael J. Etzel, & Bruce J. Walker, 2007, pág. 29).

- **Entorno demográfico**

Es el estudio de las poblaciones humanas en términos de magnitud, densidad, ubicación, genero, edades. Los cambios en los aspectos demográficos producen cambios en los mercados, es de gran interés para los mercadólogos, y estos conforman los mercados.

El emprendimiento dedicado a la fabricación y comercialización de queso artesanal a base de leche de cabra, con presencia en el municipio de Jinotepe.

- **Entorno económico**

Consta de factores financieros, que influyen en el poder adquisitivo y los patrones de gastos de los consumidores; dentro de los mercados, en sus mercados municipales. Puede plantear tanto oportunidades como amenazas.

En el municipio de Jinotepe se estima que un 51.1% de la población tiene un nivel de ingreso económico arriba de los C\$ 8,000 a más al mes, lo que nos permite cubrir sus necesidades básicas como la alimentación.

- **Entorno tecnológico**

Es quizás la fuerza más poderosa, que está determinando nuestro destino, la tecnología puede ofrecer excelentes oportunidades. Estos avances han tenido un enorme impacto dentro del marketing, son fuerzas que desarrollan nuevas tecnologías, por lo que crean nuevos productos y oportunidades en el mercado.

Disponibilidad de Tecnología en el mercado

En el sector de la producción la utilización de la tecnología incorporada a los procesos de transformación de los insumos es eminentemente artesanal. En el proceso productivo del queso intervienen ciertos equipos y utensilios de cocina como:

- Cocina
- Termómetro
- Pana
- Colador
- Cuchillo
- Empacadora de solidos al vacío
- Peroles de aluminio

Estos utensilios en su mayoría son de acero inoxidable debido a la naturaleza del producto y principalmente por los requerimientos exigidos por el MINSA.

- **Entorno social - cultural**

Está confirmado por las instituciones que influyen en los valores, las percepciones, las preferencias y las conductas fundamentales de una sociedad. La gente crece en una sociedad específica que moldea sus creencias, principios y valores.

Las fuerzas sociales y culturales tienen implicaciones muy significativas, estas tienen que ver con los patrones socio culturales de nuestros consumidores tales como: estilo de vida, valores y creencias. Por ejemplo, en nuestra población en estudio se nota

que se está dando un cambio de los roles de género, pues está aumentando el número de hogares con dos ingresos, los roles de hombre y mujeres están cambiando cada día más, se puede notar como más mujeres se están dedicando a estudiar.

Un dato muy importante es que hoy en día la sociedad está adquiriendo productos que sean artesanales, que ayuden a fortalecer el organismo y consumirlo sin miedo alguno. En el país ya es de costumbre consumir queso los tres tiempos del día por ser un producto complementario en el plato nicaragüense.

- **Entorno político - legal**

Consiste en leyes, instituciones gubernamentales y grupos de presión que influyen en diferentes organizaciones e individuos en una determinada sociedad, incluso los Partidarios más libre coinciden en que el sistema funciona mejor si cuenta al menos con algunas reglas. Sin embargo, más allá de la reclamación, la mayoría de las compañías quieren ser socialmente responsables.

El emprendimiento dedicado a la fabricación y comercialización del producto innovador, queso artesanal a base de leche de cabra, debe tomar en cuenta los reglamentos impuestos por la alcaldía y cuando esté constituida; así como también las medidas higiénicas que se imponen dentro del proceso productivo.

Deberá tomar en cuenta a las siguientes instituciones para realizar los transmites legales necesarios:

Ministerio de salud MINSA

El sistema se integra a la salud del departamento (SILAIS-CARAZO) quien nos dará permiso de sanidad en el proceso e mantenimiento saludable del producto que se producirá y comercializar.

Ministerio de Hacienda y crédito público:

A través de la dirección general de ingresos del departamento de Carazo, donde se pagará de manera mensual o anual los impuestos.

Ministerios de Fomento, Industria y Comercio:

A través de dirección y registro de la propiedad intelectual donde se registrará la marca, logotipo del producto, y el nombre comercial de la empresa se emitirá la licencia económica.

Alcaldía Municipal de Jinotepe:

Para que emita la licencia de matrícula del negocio, este trámite se hará en la alcaldía de este municipio debido a que la empresa desarrollará operaciones en el mismo.

- **Micro entorno**

Consiste en establecer relaciones con los clientes al crear valor y satisfacción para ellos, el éxito del marketing depende de su habilidad, capacidad de establecer relaciones. El micro entorno influye a todos los participantes cercanos a la compañía (William J. Stanton, & Michael J. Etzel, & Bruce J. Walker, 2007, pág. 42).

- **Mercado potencial**

Es un estudio que se hace para hacer que los productos o servicios capten más la atención de los posibles clientes, para hacer más sustentable la empresa. Habla de las personas que pueden mostrar algún tipo de interés a lo que ofrece la empresa.

El emprendimiento esta dirigido al mercado potencial de Jinotepe – Carazo en zona urbana, en los barrios San Antonio, San Juan y San José, con un número de 8,281 de clientes potenciales que están dispuesto a consumir nuestro producto de queso artesanal a base de leche de cabra, que aporta múltiples beneficios y proteínas para el organismo, con el poder adquisitivo necesario.

- **Mercado meta**

Es un grupo de consumidores a quien la empresa dirige de manera específica, sus esfuerzos de marketing. Estamos dirigidos a la población en general, al segmento de mercado de Hombres y Mujeres entre las edades de 18 a 50 años, del municipio de Jinotepe del casco urbano.

- **Comportamiento de compra**

Hace referencia a las actitudes, preferencias, intenciones, gusto y es variable que depende de múltiples factores. El consumidor toma una decisión a la hora de adquirir un bien o servicio.

El cliente lleva en mente que tipo de producto desea comprar, habrá degustaciones para que el cliente pruebe el producto y la cantidad que desea comprar.

- **Demanda del mercado**

Se puede definir como la cantidad de bienes y servicios requeridos por un grupo de personas en un mercado determinado, en el cual influyen los intereses, las necesidades y las tendencias. Es uno de los principales factores utilizados por las empresas para fijar los precios de sus productos.

El análisis de resultado de nuestro estudio de mercado consiste, es analizar las variables para ello debemos transformar todos los datos obtenidos del cuestionario y procesarlos mediante la herramienta de análisis estadístico SPSS. Es por eso que se debe clasificar las preguntas de frecuencias y opción múltiple, para luego ingresar los datos al programa mencionado anteriormente.

Para el análisis de la demanda se debe realizar el cálculo adecuado de la demanda potencial del producto queso artesanal a base de leche de cabra, que se definió con la segmentación de la población, la cual ayudó a definir datos reales y precisos; además tomando en cuenta el análisis de los resultados de la encuesta en el estudio de mercado.

De esta manera mostramos que nuestra Demanda Potencial es de 8,281, por lo tanto, nuestra Demanda Real, y Demanda Insatisfecha, tiene el mismo valor, que la Demanda Potencial. Nuestro segmento de mercado está cautivo y latente, está esperando por consumir nuestro producto, obteniendo una aceptación del 100% de las personas encuestadas.

- **Oferta del mercado**

Es la cantidad de bienes y servicios que posee un vendedor para vender a un precio a la venta en el mercado, que sean concretos en un momento determinado.

En el análisis de la oferta nuestro producto es nuevo, por tanto, el 8,256.157 es el segmento de mercado de queso de vaca, es decir, nuestro potencial de mercado al que vamos a entrar con nuestro producto de queso de cabra donde no existe un producto novedoso de este tipo.

Es decir, que el comportamiento del segmento de queso de cabra, es de 100% que equivale a 8,281 donde las personas encuestadas decidieron y están dispuestos a consumir nuestro producto de manera que, esto nos permite tener una ventaja competitiva. Quesería El Cabrito viene siendo un producto sustituto, por nuestro segmento de mercado que está cautivo, latente, que está esperando el producto de queso de cabra para consumirlo, y de esta manera romper el mercado, logrando competir con nuestra estrategia de marketing en el mercado.

De esta manera fomentamos el emprendedurismo y el benefició de un negocio propio, rescatando el valor a la mano de obra artesanal especializada en fabricación de queso, contribuyendo así en el desarrollo personal, y la actividad económica dándole viabilidad dentro de este mercado actual en la ciudad de Jinotepe.

- **Proveedores**

Constituyen un vínculo importante del sistema general de la red de entrega de valor de la empresa hacia el cliente, los proveedores brindan los recursos que la compañía necesita para producir sus bienes y servicios.

El proveedor al igual que los clientes es importante para nuestro emprendimiento, es por eso que ellos serán nuestros principales proveedores.

- Grupo Popeye (Leche)
- Agricorp (Sal)
- Distribuidora Jiron (Cuajo)
- Imprenta de Jinotepe (Etiquetas) y Librería Santiago (Papelería y Útiles de Oficina)

2.4. Propuesta de Valor (Modelo Canvas)

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

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

Origen del modelo Canvas

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

¿Cómo generar un modelo Canvas?

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

Tabla N° 2: Modelo Canvas de Quesería el Cabrero

Aliados Claves	Actividades Claves	Propuesta de valor	Relaciones con clientes	Segmentos de Clientes
				
<p>Universidad Nacional Autónoma UNAN-MANAGUA (Farem - Carazo).</p> <p>Alianza con proveedores para garantizar la materia prima.</p> <p>MINSA: verificar el estado de higiene del local y método de elaboración.</p> <p>MIFIC: para registrar mi marca.</p> <p>MEFCA: se encarga de capacitar jóvenes emprendedores.</p>	<p>Periodo de materia prima.</p> <p>Recepción de la materia prima.</p> <p>Proceso productivo.</p> <p>Realizar una campaña publicitaria a través de redes sociales, para dar a conocer el producto, y tener presencia en el mercado digital. Por qué no hay mejor publicidad que los mismos consumidores; esto nos permitirá darle una identidad al emprendimiento.</p>	<p>Te ofrecemos un producto de queso artesanal a base de leche de cabra, que aporta múltiples beneficios, es de fácil digestión y es menos alergénica, contiene Beta Caseína (proteínas similares a la leche humana) Alfa Casina S-2, tanto para niños con alergia y sensibilidad o tolerancia a la lactosa; que los clientes conozcan los aportes que brinda el consumo de la leche de cabra, que</p>	<p>Atención personalizada de manera directa en el establecimiento.</p> <p>Utilizar las plataformas digitales, como es redes sociales (Facebook, Instagram) para interactuar constantemente con los clientes y así fortalecer lazos y fidelización.</p> <p>Invitaciones a través de páginas web.</p> <p>Incentivar al cliente mediante descuentos.</p>	<p>Estamos dirigidos al segmento de mercado potencial de Hombres y Mujeres entre las edades de 18 a 50 años, del municipio de Jinotepe.</p> <p>Con ingresos económicos, que tienen el ámbito de consumo del producto de queso artesanal a base de leche de cabra.</p>

Enlace con otros protagonistas, ayuda a dar a conocer el producto mediante ferias.

Recursos Claves



Recursos Humanos: 6

Trabajadores

Recursos Financieros:

Aportación de los socios.

Recursos

Tecnológico:

Mobiliario, Equipo de cómputo, internet.

Maquinaria: Utensilios de cocina.

Energía Eléctrica

contiene más proteínas que de vaca.

Este producto dará a la solución de consumirlo sin miedo alguno.

Canal de Distribución



Redes sociales, Mantas Publicitarias gracias a esta vamos a llegar a nuestros clientes potenciales por su funcionalidad, contenido y rentabilidad de esta.

Spots publicitarios

Canal 0: Quesería el Cabrito
- Consumidor Final

Canal 1: Quesería el Cabrito
– Súper la Colonia – Pali –
Consumidor - Final

Estructura de Costes: Costo de Producción



-
- Costo de fabricación - Costos Fijos - Costos Variables

Fuentes de Ingresos



-
- Venta

-
- Mano de Obra
 - Materia Prima
-

- El producto será comercializado al contado, por efectivo y transferencia de bancos.

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

2.4.1. La Novedad de mi Proyecto desde la Base de la Propiedad Intelectual

Los procesos de propiedad intelectual, se relacionan con la producción de propuestas, que se materializan como resultado de un proceso investigativo. La producción de estas obras se puede clasificar de acuerdo a la naturaleza de las mismas, es así que la Organización Mundial de la propiedad intelectual (OMPI), define lo siguiente:

La legislación de derecho de autor forma parte del cuerpo más amplio del Derecho conocido con el nombre de Derecho de la propiedad intelectual (P.I.). por "P.I." se entiende, en términos generales, toda creación del intelecto humano. Los derechos de P.I, protegen los intereses de los innovadores y creadores al ofrecerles prerrogativas en relación con sus creaciones; en el marco jurídico legal en Nicaragua, se presentan diversas normas y regulaciones que protegen los derechos de autor, entre las cuales destacan:

Ley de Patentes de Invención, Modelo de Utilidad, y Diseños Industriales (Ley 354), Ley de Marcas y otros signos Distintivos (Ley 380).

Debido a la naturaleza del proyecto, se tomarán como referencia la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos (Ley 380), por lo cual "Quesería el Cabrito" será registrada como persona natural, esto con el objetivo de gozar de los derechos y prerrogativas que la ley establece. El proceso inicia con el registro de la marca ante la secretaria del Registro de la Propiedad Intelectual, en el cual se solicita la siguiente documentación, con respecto al artículo 7 y 8 de la presente ley.

- Nombre y Dirección del solicitante
- La Marca cuyo registro se solicita, si fuese denominativa sin gráfica, forma ni colores especiales.
- Una lista de los productos o servicios para los cuales se desea registrar la marca, agrupados por clases conforme a la clasificación Internacional de Producción y Servicios, con indicación del número de cada clase.

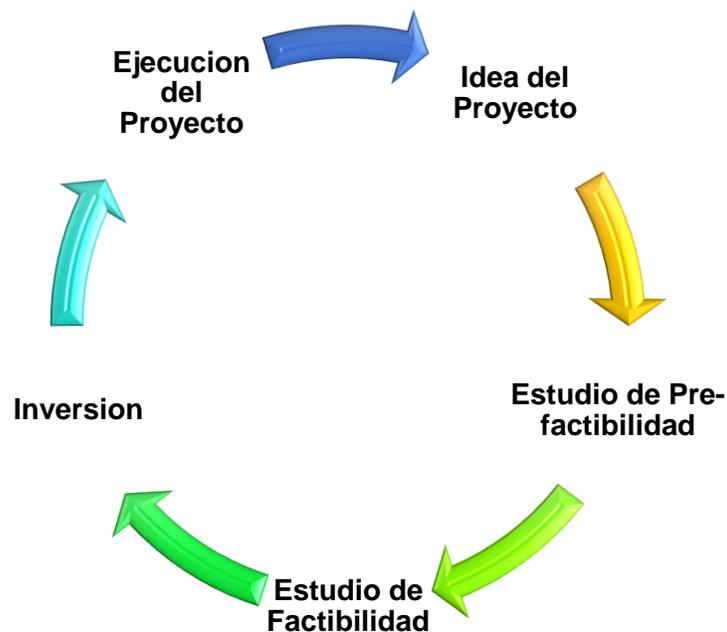
2.5. Ciclo del Proyecto

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

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

Así, la planificación permite distinguir buenas y malas prácticas, de tal forma que el producto final de esta planificación es un documento que analiza y concluye qué acciones se deben realizar y cuál es la mejor manera de hacerlo para que los proyectos alcancen un grado óptimo de rendimiento. En la gestión de proyectos se suele distinguir cuatro fases: la iniciación, la planificación, la ejecución y el cierre. A continuación, se presenta el Ciclo del proyecto.

Ilustración 7: Ciclo del Proyecto



Fuente: Equipo de Trabajo 2022

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

Ideas del proyecto:

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

La idea es un elemento de entrada de datos primarios del proyecto, en esta fase se concibe el proyecto con información mínima, la idea de un proyecto puede iniciarse por las siguientes razones: Existen necesidades insatisfechas actuales o futuras, existen potencialidades o recursos:

Después de un momento de lluvia de ideas se logró establecer la alternativa más viable, identificando la existencia de muchos recursos accesibles para el desarrollo de la misma, además tomando como factor la mano artesanal de este producto.

Por lo cual se estableció proceder al emprendimiento dedicado a la fabricación y comercialización del producto innovador, queso artesanal a base de leche de cabra con presencia en el municipio de Jinotepe.

Pre factibilidad

Para preparar este estudio se obtuvo información primaria lo cual se logró obtener gracias a técnicas y procedimientos adecuados, de la información a través del abordaje personal y directo para lo cual se utilizó el sondeo, degustaciones y encuestas.

De igual manera también se utilizó fuentes secundarias para abordar información más coordinada por la cual se abordó información de libros de marketing.

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

El estudio de mercado nos facilitó determinar los canales de distribución, nos permitió definir las estrategias para posicionar nuestro producto en el mercado y las determinar las proyecciones de ventas.

Factibilidad

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

En esta etapa es el proceso de estudio de perfeccionamiento y precisión de la mejor alternativa identificada en las fases precedentes y es aquí donde se desarrollan todas las actividades adecuadas para llevar a ejecutar el proyecto sin dejar escapar ningún detalle. Aquí es muy importante recopilar toda la información al término de esta etapa ya que, a través de eso, podrá permitir conocer y determinar el costo aproximado que se tendrá que hacer.

Inversión

En esta etapa se empieza programar los recursos y asignar un presupuesto para el proyecto, se procede a calcular los gastos necesarios y requeridos por el proyecto para la adquisición de equipos, materiales, contratación del talento humano entre otros, con el propósito de asegurar el éxito. Aquí es donde se inicia la asignación y ejecución del presupuesto, es un proceso de elaboración de las 4C Consumidor, Costo, Conveniencia, y Comunicación.

Debe tener ya claramente definido todo lo requerido y toda maquinaria y equipo para la apertura de la empresa. De igual manera realizar una búsqueda minuciosa que revele cada recurso e información, así como el estudio de mercado debido a que obteniendo lo antes mencionado poder lograr las operaciones en la empresa y poder contrarrestar las posibles amenazas a la hora de la realización.

Ejecución

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

En esta etapa se realiza la prueba del funcionamiento las instalaciones de producción antes de iniciar el funcionamiento normal del proyecto, lo cual permitirá identificar las debilidades y deficiencias para ser corregidas de acuerdo a la retroalimentación.

Operación

Esta fase se da el proceso de funcionamiento normal del proyecto, siendo esta la etapa en la que se producen los bienes y servicios en óptimas condiciones de acuerdo a lo programado en el estudio, lo que genera poner en marcha la unidad productiva instalada generando el producto.

2.6. Necesidades de Recursos Publicitarios

La visibilidad del proyecto estará en dependencia de los siguientes medios publicitarios: Banner, Redes Sociales y Volantes.

Ilustración 8: Banners



Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Ilustración 9: Volante

Queseria El cabrito



¡Tienes que Probarlo!

"Queso fresco a base de leche de cabra."

Contactanos: (505) 88198176



¡Adquiérello en punto de venta!
Del Bac 1, 1/2 cuadra al norte,
jinotepe/carazo.

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

2.7. Resultados Esperados

Los resultados esperados para el emprendimiento dedicado a la fabricación y comercialización del producto innovador, queso artesanal a base de leche de cabra con presencia en el municipio de Jinotepe, se obtuvo información e implementación del método de estudio Design Thinking, modelo Canvas, se aplicó encuestas, sondeo, y prueba de pilotaje. Para conocer la opinión de nuestros posibles clientes potenciales.

Este proyecto es una propuesta atractiva para el mercado, a través de la encuesta realizada tuvo aceptación del 100%, es un producto innovador que cumple con las expectativas de los clientes potenciales, teniendo una demanda alta, viabilidad para posicionarse en el mercado, y en la mente del consumidor, sobre todo destacando la mano de obra artesanal que con el paso de los años se ha venido perdiendo, por la elaboración del queso de manera industrial utilizando ese tipo de maquinaria.

3. Estudio de Mercado

3.1. Objetivos

3.1.1. Objetivo General

Crear una propuesta de proyecto que permita la viabilidad comercial del emprendimiento dedicado a la fabricación y comercialización del producto innovador, queso artesanal a base de leche de cabra con presencia en el municipio de Jinotepe, durante el primer semestre del año 2022.

3.1.2. Objetivos Específicos

- Determinar la demanda insatisfecha existente para la fabricación y comercialización de queso artesanal a base de leche de cabra.
- Conocer la percepción de precios de mercado para el establecimiento de margen de ganancia adecuado en la fabricación y comercialización de queso artesanal a base de leche de cabra.
- Diseñar logística de comercialización para el producto queso artesanal a base de leche de cabra.
- Realizar estrategia mercadológica, para el queso artesanal a base de leche de cabra basado en el análisis del Mix de marketing.
- Elaborar la proyección de ventas a 2 años para el emprendimiento y producto innovador.

3.2. Análisis de las Oportunidades de Mercado

3.2.1. Tipo de Mercado

El emprendimiento dedicado a la fabricación y comercialización del producto innovador, queso artesanal a base de leche de cabra, con presencia en el Municipio de Jinotepe en el casco urbano, el cual nos permite estar en un mercado local, en zona centrica y fácil acceso; teniendo una ventaja competitiva de manera que el mercado está libre en materia, puesto que en el departamento de Carazo no existe una oferta similar al producto antes mencionado según investigaciones previas del equipo de trabajo, que garantice un aporte y balance nutritivo, siendo así para que los clientes puedan adquirir el producto de manera segura y ofreciéndoles una atención personalizada. Por otro lado, tenemos competencia indirecta enfrentado producto sustitutos y derivados.

El tipo de mercado es Oligopolio porque es un mercado que está formado por pocos vendedores comerciales, de acuerdo a las características diferenciadoras del producto, haciendo énfasis, que los proveedores se rigen con las buenas prácticas agrícolas, perteneciendo al sector productivo caprino. También, se determina como competencia perfecta porque se identifica con el hecho, que en el entorno no existe competencia directa con respecto a nuestro producto queso a base de leche de cabra, por ende, es competencia perfecta debido a que está compuesta por pocos vendedores y compradores que negocian un producto uniforme.

3.2.2. Características del Consumidor Potencial

Para nuestro emprendimiento dedicado a la fabricación y comercialización del producto innovador, queso artesanal a base de leche de cabra, se realizó la segmentación de mercado de nuestros clientes potenciales, (**ver tabla n° 3**) la cual nos arrojó que el 55.7% es del sexo femenino, entre las edades de 37 a 50 años que corresponde al 47.7 %, de manera que el estado civil son mujeres solteras con un 41.7%.

Por lo tanto, el 52.3 son trabajadoras, y tienen un ingreso de 8,000 a más, con un porcentaje de 51.1%, de manera que el 35.5% corresponde a 4 integrantes que conforman la familia, siendo esto que el 47.4% procede del barrio San José, de la ciudad de Jinotepe con disponibilidad de comprar el producto, queso artesanal a base de leche de cabra.

Tabla N° 3: Característica del Consumidor Potencial

Bases de Segmentación para los Mercados		
Base para la Segmentación	Posibles Segmentos de Mercado	%
Demografía		
Sexo	Masculino	44.3
	Femenino	55.7
Edades	De 18 a 25 años	14.4
	De 26 a 36 años	37.9
	De 37 a 50 años	47.7
Estado Civil	Soltera	47.1
	Casada	43.7
	Divorciada	5.2
	Viuda	4
Ocupación	Ama de Casa	11
	Estudiante	13.5
	Comerciante	22
	Trabajador	52.3
	Desempleado	1.2
Ingresos Familiares	C\$1,500 a C\$3,000	8
	C\$3,001 a C\$5,000	8
	C\$5,001 a C\$8,000	33
	C\$8,001 a Mas	51.1
Integrantes de Familia	De 2 Personas	11.6
	De 3 Personas	33
	De 4 Personas	35.5
	De 5 Personas a Mas	19.9
Procedencia	San Juan	21.7
	San Antonio	30.9
	San José	47.4

Fuente: Equipo de Trabajo; página 153 libro de fundamentos de marketing de William J. Stanton

3.2.3. Atractivo del Segmento de Mercado

En la tabla n°4 se refleja como potencial de mercado un 8,281 de clientes, que forman parte del segmento de mercado en espera de consumir nuestro producto sin miedo alguno.

Tabla N°4: Potencial de Mercado

Potencial de Mercado	
Queso artesanal a base de leche de Cabra	8,281

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

3.2.4. Tipo de Competencia

Competencia Directa

Los competidores en el área del mercado para nuestro emprendimiento de fabricación y comercialización de queso artesanal a base de leche de cabra, no contamos con competencia directa, puesto que es un producto novedoso en el mercado.

Competencia Indirecta

Nuestra competencia indirecta se basa en que existe un número de vendedores informales, negocios establecidos que ofertan queso a base de leche de vaca, y estos negocios comercializan este tipo de producto, tanto en el mercado municipal Jorge Matus Téllez como el antiguo mercado de la ciudad de Jinotepe.

3.3. Análisis de la Oferta

3.3.1. Cálculo de la Oferta Directa e Indirecta

Cálculo de Oferta Directa

Para nuestro emprendimiento dedicado a la fabricación y comercialización de queso artesanal a base de leche de cabra, no tenemos oferta directa porque no hay un establecimiento que oferte este tipo de producto.

Cálculo de Oferta Indirecta

Para calcular la oferta indirecta, en este punto se determinó los indicadores de mercado más relevante, con mayor porcentaje de las marcas más fuertes del mercado de Jinotepe, (tomando en cuenta la opinión de nuestros clientes potenciales a través de las encuestas realizadas) y tramos del mercado municipal de ahí mismo.

Tabla N° 5: Calculo de Oferta Indirecta

Marcas	% de la Muestra	Cantidad de Personas	Consumo Aparente
Cremy	0.3	1	25
Mercado (queso artesanal de Vaca)	99.7	326	8,256
Total	100	327	8,281

Fuente: Equipo de trabajo, elaborado con base en: procesamiento de datos del programa SPSS de las encuestas realizadas.

3.3.2. Análisis de la Demanda

3.3.3. Cálculo del Consumo Aparente

En la tabla N°6 se detalla la frecuencia de consumo de Quesería el Cabrito, que obtuvo un porcentaje de 62% que equivale a un consumo aparente del queso de cabra de 5,134 que consumen queso diario, de ese 5,134 consume 1,838 de ½ libra de queso y el 2,729 de ¼ onza de queso que están dispuestos a consumir nuestro producto diario y se venderá el producto en dos presentaciones.

Tabla N° 6: Cálculo del Consumo Aparente del Queso de Cabra

Frecuencia de Consumo	% de la Muestra	Consumo Aparente	1 libra 11%	Unidades de ½ 35.80%	Unidades de ¼ 53.8%
Diario	62.00%	5,134	564	1,838	2,729
1 vez por semana	10.00%	828.1	91	296	440
2 veces por semana	14.00%	1,159	17	415	616
3 veces por semana	14.00%	1,159	17	415	616
Total	100.00%	8,281	689	2,964	4,401

Fuente: Equipo de Trabajo: elaborado con base en; procesamiento de datos del programa SPSS de las encuestas realizadas.

En la tabla N°7 se calculó la frecuencia de compra de Quesería el Cabrito, donde se expresa el siguiente resultado de 48.30% que equivale a un consumo aparente de 4,000 que comprarán el producto de manera semanal, determinamos que de esas 4,000 comprarán 1,171 ½ libra de queso y el 1,760 de ¼ onzas de queso. Que están dispuesto a comprar el producto.

Tabla N°7: Cálculo de la Frecuencia de Compra de Queso de Cabra

Frecuencia de compra	% de muestra	Consumo Aparente	Unidades de ½ 35.8%	Unidades de ¼ 53.8%
Diario	39.50%	3,271	1,171	1,760
Semanal	48.30%	4,000	1,432	2,152
Quincenal	12.20%	1,010	123	543
Total	100.00%	8,281	2,726	4,455

Fuente: Equipo de Trabajo: elaborado con base en; procesamiento de datos del programa SPSS de las encuestas realizadas, 2022.

3.3.4. Cálculo de la Demanda y Oferta Real

El Cálculo de la Demanda y Oferta Real se presenta de la siguiente manera:

Tabla N° 8: Calculo de la Demanda y Oferta Real del Queso de Cabra

Análisis de la Demanda	
Demanda Total	8,281
Derivar	0
Demanda Potencial	8,281
Derivar	0
Demanda Real	8,281

Fuente: Equipo de trabajo 2022

El análisis de resultado de nuestro estudio de mercado consiste, es analizar las variables para ello debemos transformar todos los datos obtenidos del cuestionario y procesarlos mediante la herramienta de análisis estadístico SPSS. Es por eso que se debe clasificar las preguntas de frecuencias y opción múltiple, para luego ingresar los datos al programa mencionado anteriormente.

Para el análisis de la demanda se debe realizar el cálculo adecuado de la demanda potencial del producto queso artesanal a base de leche de cabra, que se definió con la segmentación de la población, la cual ayudó a definir datos reales y precisos; además tomando en cuenta el análisis de los resultados de la encuesta en el estudio de mercado.

De esta manera mostramos que nuestra Demanda Potencial es de 8,281, por lo tanto, nuestra Demanda Real, y Demanda Insatisfecha, tiene el mismo valor, que la Demanda Potencial. Nuestro segmento de mercado está cautivo y latente, está esperando por consumir nuestro producto, obteniendo una aceptación del 100% de las personas encuestadas.

3.3.5. Cálculo de la Demanda Insatisfecha

El queso fresco a base de leche de cabra es un alimento o una necesidad básica, es el mejor aliado para consumir y llevar una vida saludable; por las propiedades nutricionales en: vitaminas, minerales, proteínas, calcio, etc. Sin embargo, aporta múltiples beneficios en la etapa de los niños, adultos y personas de la tercera edad.

Para Quesería El Cabrito no tenemos competencia directa porque es nuevo en el mercado, lo convierte en un producto de complemento en las familias nicaragüenses y que forma parte de la canasta básica.

El resultado de la tabla **N° 9** representa que el 100% están dispuestos a consumir nuestro producto, porque la población no discriminó el queso a base de leche de cabra. Esto se debe al no tener competencia, por tanto, el 100% equivale a 8,281 de clientes potenciales.

Quesería el Cabrito va a cubrir con el 80% de la capacidad Real, al segmento de Jinotepe con un mercado potencial de 8,281, la demanda a cubrir equivale a 6,625 libras.

Tabla N° 9: Calculo de la Demanda Insatisfecha

Consumo de Queso a base de leche de cabra del mercado potencial				
Valido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	327	100.0	100.0	100.0

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

3.3.6. Potencial del Mercado

El emprendimiento dedicado a la fabricación y comercialización de queso artesanal a base de leche de cabra, tuvo aceptación del 100% esto demuestra que nuestro producto tiene viabilidad comercial al introducirse al mercado. Nuestro potencial de mercado equivale a 8,281 personas de la ciudad de Jinotepe, que están dispuestos a consumir el producto y tienen la capacidad de pago.

Tabla N° 10: Potencial del Mercado

Potencial de Mercado	
Queso artesanal a base de leche de Cabra	8,281

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

3.3.6.1. Escenario 1.

En este escenario nuestro emprendimiento de fabricación y comercialización de queso artesanal a base de leche de cabra, no contiene oferta directa, puesto que es nuevo en el mercado, y no existe un producto novedoso en el mercado que aporte proteínas, del mismo modo que proporciona beneficios para el riñón, la anemia, siendo este un producto adecuado para quienes padecen de insuficiencia renal crónica e intolerancia a la lactosa.

Si no aprovechamos la oportunidad de emprender con este producto innovador, queso artesanal a base de leche de cabra, no se estaría generando ingresos, ni satisfaciendo el segmento. Al no contribuir al desarrollo económico local del municipio, se perdería la oportunidad de crecer en un futuro a largo plazo y de competir con negocios que ofrecen productos sustitutos.; además, no estaríamos incursionando en el mercado.

3.3.6.2. Escenario 2.

En este escenario 2 se describe en que consiste el cálculo de la oferta indirecta, tomando los indicadores de mercado más relevante, con mayor porcentaje de las marcas más fuertes del mercado de Jinotepe: **(ver tabla n°5 del cálculo de oferta indirecta)**. En el análisis de la oferta nuestro producto es nuevo, por tanto, el 8,256.157 es el segmento de mercado de queso de vaca, es decir, nuestro potencial de mercado al que vamos a entrar con nuestro producto de queso de cabra donde no existe un producto novedoso de este tipo.

Es decir, que el comportamiento del segmento de queso de cabra, es de 100% que equivale a 8,281 donde las personas encuestadas decidieron y están dispuestos a consumir nuestro producto de manera que, esto nos permite tener una ventaja competitiva. Quesería El Cabrito viene siendo un producto sustituto, por nuestro segmento de mercado que está cautivo, latente, que está esperando el producto de queso de cabra para consumirlo, y de esta manera romper el mercado, logrando competir con nuestra estrategia de marketing en el mercado.

De esta manera fomentamos el emprendedurismo y el benefició de un negocio propio, rescatando el valor a la mano de obra artesanal especializada en fabricación de queso, contribuyendo así en el desarrollo personal, y la actividad económica dándole viabilidad dentro de este mercado actual en la ciudad de Jinotepe.

3.4. Análisis de Precio

3.4.1. Fijación de Objetivo de Precio

- Brindar al momento de introducirse al mercado un precio accesible, con el propósito de estimular la demanda y generar un volumen de ventas, que permita una demanda primaria de consumidores que van hacer leales.

3.4.2. Políticas de Precio del Emprendimiento

- Cada intermediario deberá respetar el precio sugerido por cada presentación de ½ libra y ¼ onzas.
- Estamos al servicio de nuestros clientes ofreciéndoles un precio accesible.
- Debido a que el negocio tendrá intermediarios, el precio está sujeto a cambio, por lo tanto, los intermediarios recibirán precios diferentes y estos se encargarán de vender con un precio estipulado al consumidor final.
- Quesería el Cabrito tendrá márgenes de ganancias diferentes, en cuanto al intermediario supermercado la colonia el margen en la presentación de ½ libra será de 16% y en la presentación de ¼ libra será de 20%, por otro lado, con supermercado pali en la presentación de ½ libra será un margen del 11.5% y en la presentación de ¼ libra será un 16%.
- Respecto a la capacidad de producción se proveerá el 30% de lo producido a los intermediarios que se dividirán en 15% al supermercado la colonia y 15% al pali.
- El precio cambiará respecto a las condiciones del mercado, esto quiere decir que, el precio dependerá del costo de producción que se determinará en función de la capacidad de los consumidores.

3.4.3. Comparación de Precio del Mercado

Actualmente existe un número de vendedores informales, negocios establecidos que venden queso de vaca, que van a competir con el producto nuestro, por ende, se calculó el promedio de mercado de las diferentes presentaciones de 1 libra, ½ libra ¼ que equivale a 4 onza, y se detallan en la tabla n°11 con su respectiva comparación de precio.

Tabla N° 11: Comparación de Precio de Mercado

Queso de vaca			
Lista de queso de vaca	1 libra	½ Media	¼ Onza
Quesería Deisy	80	40	20
Quesería Jynna	83	42	21
Quería Económica	85	43	21
Tramo Doña Marina	82	41	21

Tramo Blandino	81	41	20
Tramo de la entrada principal	84	42	21
Promedio del Mercado	82.5	41.25	20.5

Fuente: Equipo de trabajo, elaborado con base en: vista de campo a los establecimientos. 2022

3.4.4. Estructura de Precio Basado en el Estudio de Mercado

Se determinó los costos establecidos en los cuales incurren en la producción de nuestro producto como: Materia Prima, Mano de Obra y CIF. Que nos permiten conocer el Costo Unitario, y el precio del nuestro producto.

La tabla N°12 se refleja la estructura de costo para producir 452 que equivale a ½ libra de queso al mes, nuestros clientes potenciales escogieron esta presentación con un porcentaje de 35.90%.

Tabla N° 12: Estructura de Costo de Presentación de 1/2 Libra de Queso

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Precio Unitario	Total
Materia Prima				
Leche	Litros	904	45	40,680
Sal	Libra	3	7	21
Cuajo Natural	Unidad	22	16	352
Sub Total				41,053
Mano de obra				
Encargado del Procesos de Pasteurización	Mes	1	4,687.50	4,687.50
Elaboración del queso de manera artesanal	Mes	1	4,687.50	4,687.50
Sub Total				9,375
CIF				
Etiqueta	Unidad	452	6	2,712
Depreciación de Balanza de mesa		1	9	9
Depreciación de Cocina		1	105	105

Depreciación del termómetro		1	15	15
Depreciación de Perol de Aluminio		2	21	42.19
Depreciación de Mesa acero inoxidable		1	170.85	170.85
Depreciación de la Empacadora al Vacío		1	37.5	37.5
Depreciación de Moldes de Madera	30 libras	6	15	90
Depreciación de Freezer		1	246.23	246.23
Consumo de gas de Cocina		1	2,020	2,020
Alquiler del local	Día	30	200	6,000
Energía Eléctrica	KWH por mes	360	7.6	2,736
Agua Potable	Metros Cúbicos por mes	60	9.8	588
Sub Total CIF			14,771.77	
Costo Total de producción			65,199.77	
Costo Unitario		452		144
Margen de ganancia		15%		21
Precio de producto (costo unitario + utilidad)				165

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

El precio del producto de la ½ libra de queso a base de leche de cabra, equivale a un precio de C\$165 córdobas cada media libra siendo este el precio inicial, se determinará el precio final en el ciclo del proyecto.

En la tabla n°13 se presenta la estructura de costo para producir 335 que equivale a 4 onza de queso al mes, nuestros clientes potenciales escogieron esta presentación con un porcentaje de 53.40%.

Tabla N°13: Estructura de Costo de Presentación de 1/4 Onza de Queso

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Precio Unitario	Total
Materia Prima				
Leche	Litros	673	45	30,285
Sal	Libra	4	7	28
Cuajo Natural	Unidad	17	16	272
Sub Total				30,585
Mano de obra				
Encargado del Procesos de Pasteurización	Mes	1	4,687.50	4,687.50
Elaboración del queso de manera artesanal	Mes	1	4,687.50	4,687.50
Sub Total				9,375
CIF				
Etiqueta	Unidad	673	6	4,038
Depreciación de Balanza de mesa		1	9	9
Depreciación de Cocina		1	105	105
Depreciación del termómetro		1	15	15
Depreciación de Perol de Aluminio		2	21	42.19
Depreciación de Mesa de acero inoxidable		1	170.85	170.85
Depreciación de la Empacadora al Vacío		1	37.5	37.5
Depreciación de Moldes de Madera	30 libras	6	15	90
Depreciación de Freezer		1	246.23	246.23
Consumo de gas de Cocina ¹		1	2,020	2,020
Alquiler del local	Día	30	200	6,000
Energía Eléctrica	KWH por mes	360	7.6	2,736

Agua Potable	Metros Cúbicos por mes	60	9.8	588
Sub Total CIF				16,097.77
Costo Total de producción				56,057.77
Costo Unitario		673		83
Margen de ganancia		15%		12
Precio de producto (costo unitario + utilidad)				95

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

El precio del producto de la 4 onza de queso a base de leche de cabra, equivale a un precio de C\$ 95 córdobas, cada 4 onza siendo este el precio inicial y el precio final se determinará con el ciclo del proyecto.

Determinar la estrategia de precio

La estrategia de precio que se determinó es Inicial, debido a que el producto de queso artesanal a base de leche de cabra, es nuevo en el mercado, es por eso que el precio de producto de nuestras tablas de costo es de acuerdo a nuestra materia prima, mano de obra, CIF, en este caso las dos presentaciones van a cambiar de acuerdo a las proyecciones de ventas y ciclo del proyecto.

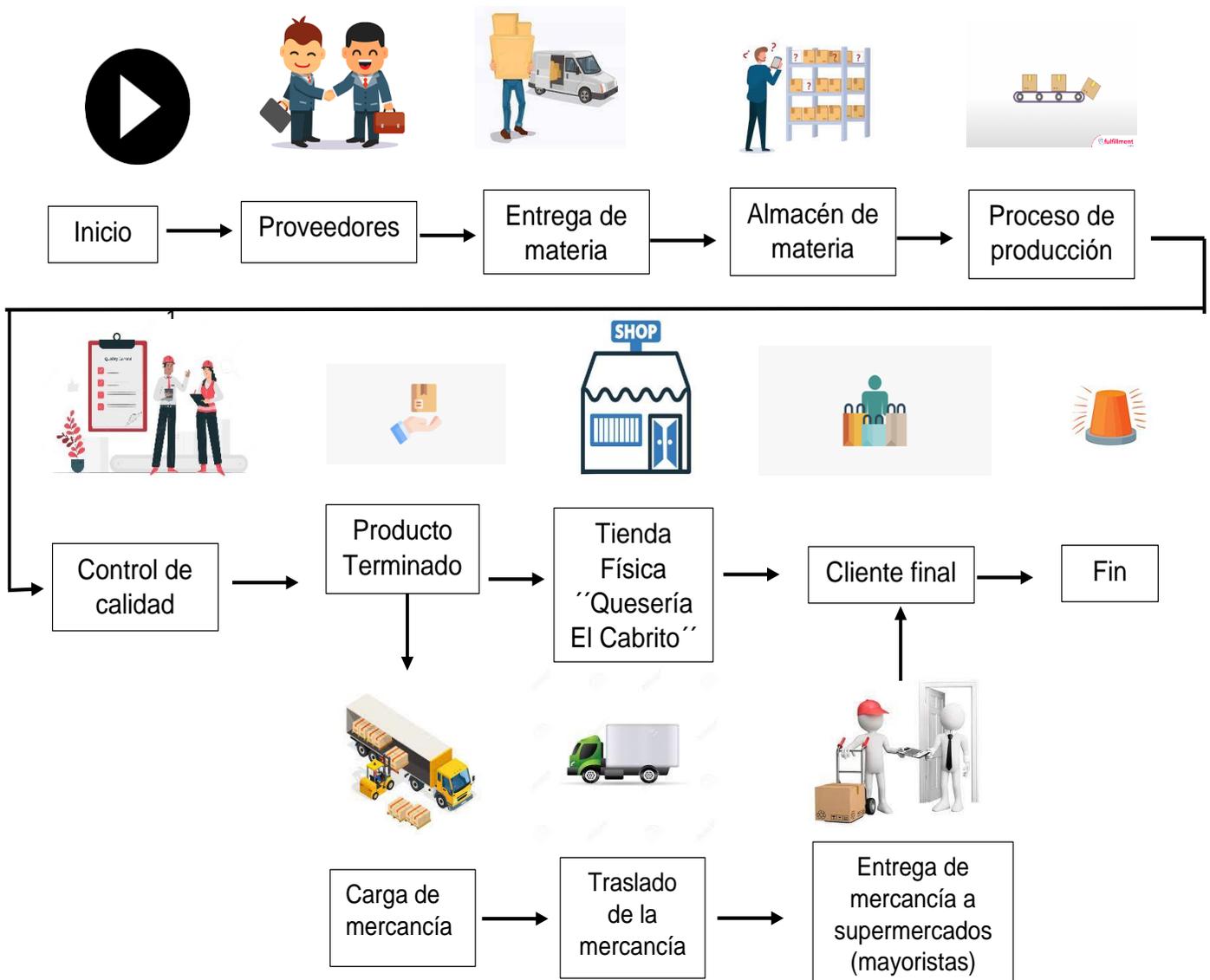
3.5. Análisis de la Comercialización

3.5.1. Objetivo de la Distribución

Diseñar el canal de distribución para la **Quesería El Cabrito**, de queso artesanal a base de leche de cabra, que aporta múltiples beneficios como: vitaminas, proteínas.

3.5.2. Estructura de la Logística de Distribución

Ilustración 10: Estructura de la Logística de Distribución



Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Los procesos de logística para el emprendimiento Quesería El Cabrito, está planificado para facilitar la distribución del personal, servicio, estructuras de costo, materia prima, mano de obra directa y los cif. En este sentido las actividades planificadas se asocian con los procesos de ventas y almacenamiento de productos terminados; se remontan como indicadores para la gestión de la logística, los canales de comercialización estipulados por el emprendimiento, la coordinación armónica de este proceso contribuye a lograr mayor eficacia y eficiencia en todo el sistema productivo.

Cada una de estas empresas serán parte esencial para la fabricación y producción de queso de cabra, puesto que brindarán materia prima principal del producto como es la leche de cabra, cuajo, sal entre otras, como también maquinarias necesarias para la producción.

Relaciones Públicas: Insentivar o cultivar buenas relaciones con los públicos diversos. (trabajadores, proveedores, clientes).

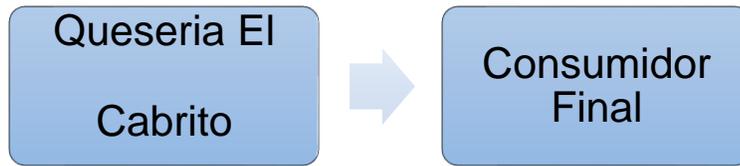
3.5.3. Estructura del Canal de Distribución

Canal de Distribución

El canal de distribución de Quesería El Cabrito será directo e indirecto para llevar el producto a supermercados y al consumidor final, debido a la presentación del producto que cumple con las expectativas del cliente, tomando en cuenta la opinión de nuestros clientes potenciales, que nos arrojaron a un 78.9% eligieron punto de venta presentando de la siguiente manera:

Canal 0: llamado **canal de comercialización directa**, no tiene niveles de intermediarios. Está compuesto por un fabricante que vende, de manera directa, a los consumidores.

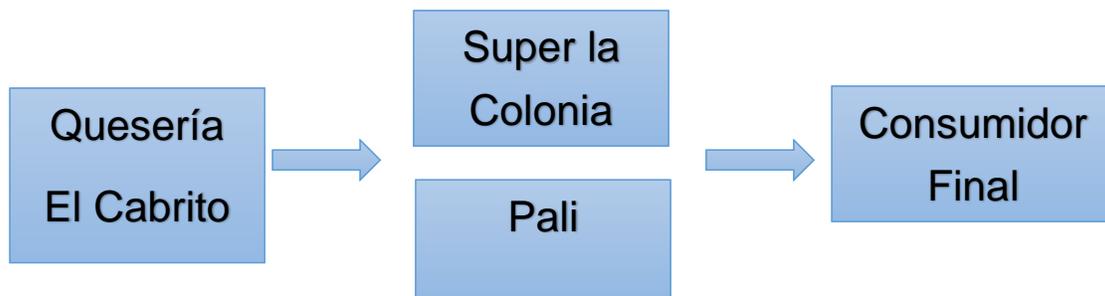
Ilustración 11: Canal 0 de Quesería el Cabrito



Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Canal 1: contiene un nivel de intermediarios, en los mercados de consumo. Este nivel suele ser un detallista.

Ilustración 12: Canal 1: Nivel de Intermediarios



Fuente: Equipo de Trabajo 2022

3.5.4. Proveedores Directos e Indirectos

Los proveedores al igual que los clientes son una parte fundamental para nuestro emprendimiento, son esenciales para la fabricación y producción del queso, ellos nos proporcionan la materia prima e insumos, que se necesitan para su elaboración; así como lo que son los utensilios y maquinarias necesarias para el proceso productivo. Además, nos enfocamos en mantener alianzas estratégicas, tomando en cuenta tener una relación comercial, para obtener calidad en materia prima y de igual manera precios razonables.

Tabla N°14: Descripción de los Proveedores Directos

	Proveedores Directos	Producto	Ubicación
Materia Prima	Ganadero Grupo POPEYE	Leche	KM 39.5 carretera vieja a León, parada Soledad 2.5 km al norte.
Insumos	Agricorp	Sal	Tipitapa KM 24 carretera norte. Managua, Nicaragua
	Distribuidora Jiron	Cuajo Natural	Mercado Mayoreo, Managua.

Fuente: Equipo de trabajo 2022

Tabla N°15: Descripción de los Proveedores Indirectos

Proveedores	Servicio	Ubicación
INSS	Seguro	De la gasolinera Puma, media cuadra al sur, Jinotepe, Carazo.
Claro	Teléfono	Costado Norte del parque central de Jinotepe, Carazo.
Claro	Internet	Costado Norte del parque central de Jinotepe, Carazo.
Papelería y Útiles de Oficina	Librería Santiago	BDF 25 vrs al norte, Jinotepe – Carazo

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

3.5.5. Costos de Comercialización

En este punto se identificó que nuestro emprendimiento cuenta con intermediarios, que son los supermercados, por ende, presentaremos los costos de comercialización, que nuestros proveedores dejaron la materia prima en nuestro punto de venta.

Tabla N° 16: Costos de Comercialización

Costos de Comercialización	
Contratar Servicio de Transporte	C\$1,300
Caja plástica	C\$1,000
Total	C\$2,300

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

3.6. Estrategia de Mercadeo

La estrategia de toma de decisiones de nuestro emprendimiento “Queseria el Cabrito” se encuentra en la posición de **Estrategia Intensiva**, por que ofertamos un producto de consumo masivo, la mayoría de la población compra queso, siendo este un producto de la canasta básica de los nicaragüenses y que la compra de este producto es a diario. Es por esta razón que vamos a implementar esta estrategia, a Queseria El Cabrito que esta dirigida a todo el público, para que compren el queso sin miedo alguno, porque forma parte del platillo de las familias nicaragüense.

3.6.1. Estrategia de Producto

Los productos son los elementos vitales de una empresa a medida que los productos viejos desaparecen y las compañías deben desarrollar nuevos productos que los sustituyan. Una compañía obtiene nuevos productos de dos maneras, una es mediante la adquisición, es decir al comprar una empresa entera, la otra es realizando actividades de desarrollo de nuevos productos (Kloter, Philip & Armstrong, Gary, 2012).

Estrategia de diferenciación del producto

“Quesería El Cabrito” ofrece un producto innovador para el consumo masivo, que consiste en la elaboración de queso a base de leche de cabra, con características diferenciadoras al producto existente. Esta estrategia nos ayudará a captar la atención de los clientes, satisfaciendo las necesidades de los consumidores que lo diferencia de la competencia.

El queso es un alimento de amplio consumo a nivel mundial, cuyas características nutritivas, funcionales, textuales y sensoriales difieren entre cada tipo, el queso fresco tiene una durabilidad de 15 -20 días de consumo. El queso fresco de cabra es un queso de pasta firme, de color blanco intenso, con un delicado salado que lo hace agradable al paladar.

La leche de cabra es más blanca que la leche de vaca y de sabor más fuerte, su materia grasa contiene menos colesterol que la leche de vaca resultando más digerible. Es por esa razón, que diferenciamos algunas características generales más importantes acerca del queso fresco de cabra.

Propiedades generales del queso fresco de cabra

Tabla N°17: Propiedades Generales del Queso Fresco de Cabra

Propiedades generales del queso fresco de cabra	
Propiedades	Características
Olor	Suele ser un olor característico llamado cáprico, debido en gran parte a los ácidos grasos, normalmente su textura es una pasta compacta y cremosa.
Sabor	Suele ser dulzón por la lactosa agradable y muy particular, lo cual hace que sea bastante fácil su identificación.
Color	Suele ser uniforme y brillante, Blanco mate contrariamente a la leche de Vaca, por su ausencia en 13-carotenos.

Fuente: Equipo de Trabajo, elaborado con base en: Ing. Química a la información presentada en la tabla n°15.

Características generales del queso de cabra

El queso fresco de cabra presente las propiedades generales de la leche de cabra, algunas de las cuales son acentuadas por su proceso de elaboración, al contener menos agua que la leche, es más rico en materia grasa y proteínas, su contenido de minerales es elevado.

Tabla N°18: Características Generales del Queso de Cabra

Componentes	Valor	Unidades
Densidad	-	g/ml
Humedad	57,62	%p/p
Cenizas	2,08	%p/p
Proteínas	17,4	%p/p
Grasas Totales	21,8	%p/p
Azúcares Totales	1,1	%p/p

Fuente: Equipo de Trabajo, elaborado con base en: Ing. Química a la información presentada en la tabla n°15. 2022.

Proteínas del queso fresco de cabra que se distinguen tres tipos: α , β - y κ caseínas respectivamente:

Tabla N° 19: Proteínas del Queso Fresco de Cabra

Proteínas	Valor	Unidades
α - caseína	21,2	% p/p
β - caseína	61,4	p/p
κ - caseína	17,4	p/p

Fuente: Equipo de Trabajo, elaborado con base en: Ing. Química a la información presentada en la tabla n°15. 2022.

Estos componentes químicos más abundantes de leche de cabra, se encuentran el agua, glúcidos, lípidos, sustancias nitrogenadas, nitrógeno no proteico, y sales minerales. En cambio, las características físicas de mayor interés son el pH, densidad y acidez.

Propiedades Físicas y Propiedades Químicas

Tabla N°20: Propiedades Físicas y Propiedades Químicas

Propiedades Físicas			Propiedades Químicas		
Propiedades	Valor	Unidades	Nutrientes	Valor	Unidades
Acidez	14-16	Dornic (D grado centígrado)	Agua	87,1	
			Glúcidos (lactosa)	4,60	
Densidad a 25 °C	1,026- 1,042	g/ml	Líquidos	4,30	
Ph	6,3-6,8	-	Sustancias nitrogenadas	3,30	
			Caseínas	2,47	g/por cada 100g de leche
			Proteínas de lactosuero	0,56	
			Nitrógeno no proteico	0,20	
			Sales minerales	0,70	

Fuente: Equipo de Trabajo, elaborado con base en: Ing. Química a la información presentada en la tabla n°15. 2022.

3.6.1.1. Cualidades y/ o Beneficio Importantes del Producto.

El emprendimiento de Quesería El Cabrito, es un producto que se caracteriza por ser elaborado de manera artesanal a base de leche de cabra, se pretende que los clientes potenciales conozcan de los beneficios y aportes nutritivos que brinda el consumo de leche de cabra.

El queso hecho de cabra contiene más proteínas que el de vaca, aporta múltiples beneficios, es de fácil digestión y es menos alergénica, contiene Beta Caseína (proteínas similares a la leche humana) – Alfa Caseína S-2 tanto para niños con alergia y sensibilidad o tolerancia a la leche, es bueno para el riñón, la anemia por deficiencia de hierro, mejora su recuperación, por potencia la utilización nutritiva de hierro y la eficacia de regeneración de la hemoglobina, adecuado para quienes padecen de insuficiencia renal crónica, gracias su contenido en potasio, vitaminas, proteínas.

Por otra parte, este tipo de leche protege la estabilidad del ADN en situaciones de sobrecarga de hierro, es por eso que es bien beneficiosa para el organismo, porque es más digerible pretendemos que nuestros clientes potenciales consuman el producto sin miedo alguno. Nuestro producto se diferencia por sus propiedades físicas, químicas del queso de vaca por su naturaleza de grasa, y no aporta muchos benéficos.

La presentación de nuestro producto será al empaque al vacío, con una presentación de ½ libra de queso y ¼ de 4 onzas de queso, fueron las que escogieron nuestros clientes potenciales. Donde se encuentra el logo, marca, beneficios o nutrientes, y el código de barra.

2.6.2.1. Diseño del Producto en 3D.

En el desarrollo del modelo en 3D se aplicaron las opiniones de los entrevistados en la prueba piloto y encuesta, porque ellos son la mayor publicidad, esto nos permitirá posicionarnos en el mercado y darle identidad al emprendimiento.

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

Ilustración 13: Diseño en 3D



Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Ilustración 14: Presentaciones de 1/2 y 1/4 de queso



Fuente: Equipo de Trabajo 2022

2.6.3.1. Tipo de Empaque: Etiqueta, Logomarca.

Marca

En el desarrollo de una marca para un nuevo negocio, las dos primeras que se crean, son el nombre y el logotipo.

Quesería El Cabrito cuyo nombre fue favorecido a través del instrumento de las encuestas, cual obtuvo una aceptación de 73.7% de nuestros clientes potenciales y el significado de esta se refiere al giro principal del negocio, que es el queso de cabra, el color negro de las letras facilita a los clientes identificar el nombre de nuestro emprendimiento.

Logotipo

Por medio de las encuestas se determinó, cuál de los logotipos que presentamos tenía aceptación por parte de nuestros clientes potenciales, por ende, el 58.4% aceptó el logotipo número 3.

Se presenta de esta manera:

Ilustración 15: Logotipo



Fuente: Equipo de Trabajo 2022

A diferencia del nombre del emprendimiento, el logotipo es nuestra oportunidad para crear una personalidad para esta, cada detalle en el logotipo tiene un significado el cual se describe de la siguiente manera:

La imagen corporativa es la de una cabra, las ondas de color negro y anaranjado.

Colores:

- **Color anaranjado oscuro:** Se utiliza el color anaranjado para el fondo, se quiere transmitir la emoción de adquirir nuestro producto, para llamar la atención, atraer a la acción de compra o venta; este color persuade a los compradores impulsivos, representa una marca amigable y de aumentar el apetito.
- **Color negro:** Este color le da un toque de poder y autoridad en el diseño.
- **Color blanco:** Las letras blancas le dan un toque al logo, le da énfasis a la Higiene, limpieza, simboliza la potencia del mensaje de este.
- **Color Gris:** Este color alrededor transmite elegancia, representa seriedad en el diseño, un estilo clásico, transmite fiabilidad y larga duración.

Slogan

El slogan de la marca es “**Haciendo la Diferencia**” se pretende que los clientes comprendan cual es el propósito de este emprendimiento, es ofrecer un producto que lo consuman sin miedo alguno que les de aportes proteínicos, vitaminas, y beneficios.

Etiqueta

Como estrategia de introducción al mercado los productos llevarán una etiqueta, la cual personalizará en el mercado los productos del emprendimiento, logrando hacer la diferencia entre los competidores, cabe mencionar que el etiquetado permite conocer características de nuestro producto.

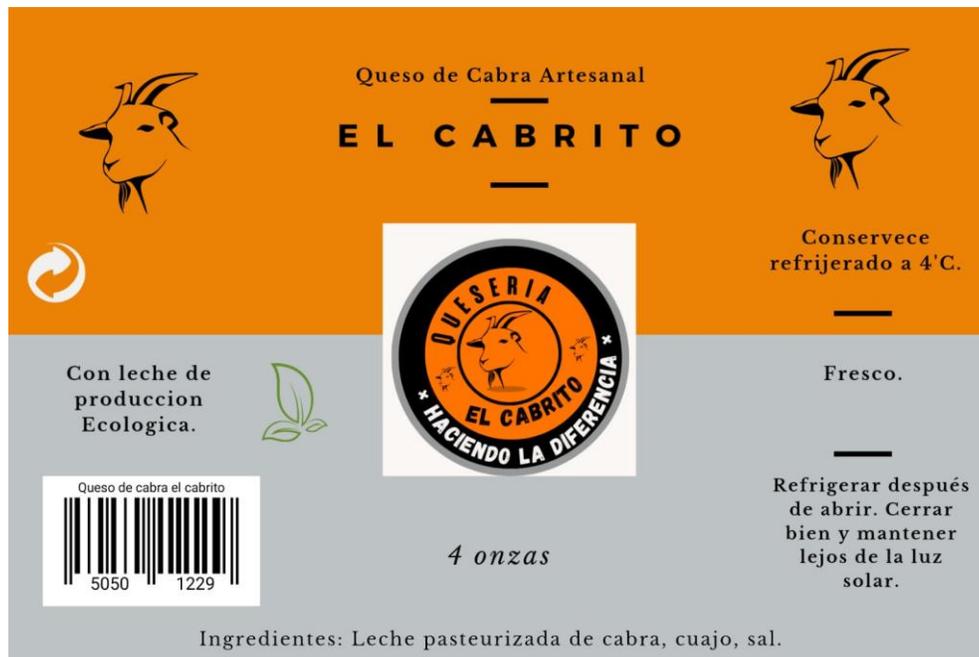
Se presenta de la siguiente manera:

Ilustración 16: Etiqueta de 1/2 libra de Queso



Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Ilustración 17: Etiqueta de 1/4 de queso



Fuente: Equipo de trabajo 2022

Empaque

Nuestro empaque para el queso se utilizará un empaque al vacío, que permite mantener el queso, consiste en un método de envasado, en el cual se retirará el aire del interior de un envoltorio, con el objetivo de extender el periodo de caducidad de un alimento al vacío.

Este ayuda a suprimir la mayoría de las bacterias masivas, es antioxidante térmico. Además, es rápido y eficiente, permite aprovechar los espacios de congelador o refrigerador.

Código de barra

Se creó el código de barra en modelo EAN-8, ya que es la versión compacta de EAN-13, este tipo de código es más preciso, el objetivo del código de este tipo es proporcionar una identidad única a cada producto, a través de valores numéricos diferentes. Este tipo de código es utilizado para la venta de productos, este nos será útil para controlar stock y ventas, este es utilizado en comercios minoristas, su dimensión son 0,33 ancho y una altura de 22,85 ms.

Ejemplo del cálculo:

3 primeros dígitos son indicadores del país de procedencia del producto.

El último dígito, es el código verificador o dígito de control, asignado por la EAN mediante un algoritmo matemático.

Te esta manera presentamos nuestro código de barra:

Ilustración 18: Código de barra



Fuente: Equipo de Trabajo 2022

2.6.4.1. Ventaja Competitiva del Producto en Relación con la Oferta Competitiva.

La ventaja competitiva de nuestro emprendimiento Quesería el Cabrito es un producto elaborado de manera artesanal a base de leche de cabra, que aporta múltiples beneficios nutritivos, que brinda el consumo de leche de cabra, para el organismo y lo hace diferenciador por su materia prima, propiedades, proteínas, minerales.

En el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, no existe un establecimiento que oferte este tipo de producto, nuestro segmento de mercado está cautivo, latente, que está esperando el producto de queso de cabra para consumirlo, y de esta manera romper el mercado, logrando competir con nuestra estrategia de marketing dentro del mercado. Por ende, solo tenemos oferta indirecta.

2.6.5.1. Tipo de Estrategia de Producto.

La selección de las estrategias de mercado es de gran importancia porque marcan el rumbo que tendrá “Quesería el Cabrito” y sabrá cómo reaccionar a los cambios de mercado, esto será gracias a que estén bien definidas, la microempresa tiene como estrategia la diferenciación del producto, ayudará al crecimiento de ella y lograr posicionarse en la mente del consumidor, para ello es necesario la mezcla de mercadotecnia (mix de marketing). **Ver página N°49 se especificó la estrategia de producto.**

La estrategia importante de nuestro producto es el logo, marca, presentación, los colores, es un producto innovador y original, que llama la atención de nuestros clientes potenciales. El nombre de la marca hace énfasis a nuestra materia prima, a través del estudio de mercado se identificó la aceptación con un 73.7% que lo escogieron, por lo cual la hace atractiva y pegajosa. De igual manera el logo tuvo una aceptación de 58.4% de nuestros posibles clientes potenciales.

Un dato muy importante es que tomamos la opinión de nuestros clientes potenciales, porque ellos nos importan, son esenciales para nuestro emprendimiento y son la mayor publicidad.

Tabla N° 21: Cartera de Producto Quesería El Cabrito

Producto	Peso	Presentación
Quesería El Cabrito	½ Libra de Queso	
	¼ Onzas de Queso	

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

3.6.2. Estrategia de Precio

El precio es la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar para obtener el producto. (Kloter, Philip & Armstrong, Gary, 2012, pág. 52).

Estrategia de diferenciación de precio, se basa en función de dos canales de distribución, **canal 0** (Quesería el Cabrito – Consumidor Final), **canal 1** (Quesería el Cabrito - Detallista – Consumidor Final), esto se refiere a que cada canal tendrá las mismas presentaciones con precio diferenciado, en relación a ½ media libra y ¼ onzas de queso.

3.6.3. Estrategia de Distribución

La estrategia de Distribución es intensiva, porque el producto que se oferta es de consumo masivo, el canal 0 es de distribución directa, y el canal 1 corresponde de manera indirecta, que es una estrategia de empuje que permite llegar a un mayor número de clientes, donde puedan adquirir en Quesería El Cabrito; tomando en cuenta que el queso es un producto de la canasta básica de los nicaragüenses.

Ventas Directas: forma de venta que utilizaremos en nuestro emprendimiento, será una relación directa entre comprador y vendedor. Esta es una herramienta efectiva para crear preferencia, convicciones y acciones en los compradores.

Ventas Indirectas: Quesería El Cabrito contará con intermediarios detallistas para distribuir el producto a supermercados la colonia y pali.

3.6.4. Estrategia de Promoción y Publicidad

La promoción implica actividades que comunican las ventajas del producto y persuaden a los clientes meta de que lo compren. Publicidad Ventas personales Promoción de ventas Relaciones públicas (Kotler, Philip & Armstrong, Gary, 2012, pág. 52).

La **promoción** que ofertara el negocio será degustaciones en super mercados y puntos de ventas, también precios accesibles al bolsillo de nuestros clientes. Con relación a que nuestro producto tendrá un ciclo de vida corto, los intermediarios deberán ubicar estratégicamente y promocionar el producto, para lograr obtener ventas rápidas.

Publicidad: la publicidad que usaremos para nuestro negocio de incursión del producto será de redes sociales, volantes informativos., mantas publicitarias, porque la mejor publicidad son los mismos consumidores, todo esto es para brindarle una identidad a la microempresa, logrando una mayor aceptación, posicionarnos en la mente del consumidor, ofreciendo productos de calidad, y atención personalizada.

Posicionamiento de Mercado

La **Estrategia Push** o de “empuje” se trata de una forma rápida con la que conseguimos concienciar al cliente para que realice la acción de compra. Es decir, el objetivo será que a través de diferentes canales nuestro producto o servicio llegué al consumidor final (Sanz, & Nagore García, 2021).

La **Estrategia Push** o de **Empuje** orienta a empujar el producto, orientando sus esfuerzos en comunicación.

Una estrategia de empuje “impulsa” el producto a través de los canales de marketing hacia los consumidores finales. El productor dirige sus actividades de marketing (principalmente las ventas personales y la promoción comercial) hacia los miembros del canal para incitarlos a que trabajen el producto y lo promuevan ante los consumidores finales (Kotler, Philip & Armstrong, Gary, 2012, pág. 425).

Para el emprendimiento Quesería El Cabrito se implementará la estrategia push que permite llegar a un mayor número de clientes y se pretende controlar el alcance de la campaña en plataformas digitales como: redes sociales, creando contenido atractivo que motive a los usuarios adquirir nuestro producto; creando un vínculo directo con nuestros clientes potenciales que permita vender el producto de manera eficaz. Haremos uso de afiches para nuestro punto de ventas con el objetivo de informar a la población del producto y beneficios que ofrecemos.

3.6.4.1. Estrategia Social-Media

La estrategia Social-Media forma parte del plan de social media e incluye aquellas acciones detalladas que se van a llevar a cabo para alcanzar los objetivos.

Social media: el social media será lo más importante de la campaña para dar a conocer el producto en el mercado utilizándolo gratis y pagadas.

Redes Sociales: Crear contenido creativo en las redes sociales, para llamar la atención de los clientes potenciales, y que el emprendimiento sea más visible, aprovechar que los clientes nos sirven de canal para poder llegar a otras personas y

tener un mayor alcance. Se realizará publicaciones en la red social con el fin de aumentar seguidores y a su vez aumentar los leads.

Volantes: los volantes nos sirven para informar, avisar, promover, y persuadir al publico objetivo, captar la atención de los clientes potenciales y dar a conocer nuestro producto.

Mantas Publicitarias: se ubicarán en puntos estratégicos dentro del departamento de Carazo para captar mayor atención y dar a conocer al segmento de mercado.

3.6.4.2. Presupuesto de Publicidad

Tabla N° 22: Presupuesto Publicitario de Quesería el Cabrito

N°	Medios	Frecuencia al mes	Veces a la semana	Total, en córdobas	
1	Redes sociales (90 C\$)		8	2	720 C\$
2	Volantes full color (2.5 C\$)	400 volantes	100 volantes a la semana		1,000C\$
3	Mantas Publicitarias (1,800 C\$)	5 mantas	Se pondrán las 5 mantas en lugares estratégicos de la ciudad		9,000 C\$
Total de presupuesto de publicidad al mes					10,720

3.7. Estrategia de Venta

La estrategia de venta que implementará Quesería El Cabrito será Off Line, que consiste en vender fuera de línea, es decir, que contaremos con un punto de venta físico y que para obtener más atracción de los clientes hacia nuestro producto se brindaran degustaciones, lo cual, esto nos permitirá a obtener un cierre de venta.

También, se hará uso de las plataformas digitales impulsando la venta, es decir, que por medio de ellas se dará a conocer el producto que ofertamos y el lugar donde lo pueden encontrar.

3.7.1. Objetivos de Venta

- Incrementar las unidades vendidas en el mercado, con respecto al primer año en comparación a la competencia.
- Aumentar el volumen de las ventas posteriores al periodo de introducción de mercado las ventas anuales en el año 2025.

3.7.2. Metas de Venta

- Aumentar un 3% las ventas desde el mes de mayo hasta diciembre en el primer año.
- Expandir Quesería El Cabrito para el año 2025 en otro municipio, aprovechando el crecimiento de mercado.
- Alcanzar el valor de 1,000,000 C\$ en ingresos brutos anuales.
- Superar a 20,000 unidades vendidas por cada mes en el segundo año.
- Brindar un producto de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes.

3.7.3. Proyecciones de Venta

A continuación, se presenta las proyecciones de ventas de Quesería el Cabrito, donde se refleja nuestras ventas directas e indirectas en unidades físicas. Por lo tanto, se aplicó un porcentaje para las ventas directas de 70% y para las ventas indirectas: Distribuidor 1: Supermercado la Colonia 15% y distribuidor 2: Supermercado Pali 15%, que equivale al 30% en ventas indirectas.

Sin embargo, se proyectaron las ventas mensuales y anuales, para observar el comportamiento de la compra en los meses de enero hasta abril no se le aplicó ningún porcentaje, a partir de mayo hasta diciembre se le aplicó un porcentaje del 3% este incremento en dependencia de la estacionalidad del producto de acuerdo a las temporadas altas y baja.

Tabla N° 23: Proyecciones de Ventas en unidades físicas

Quesería el Cabrito													
Cédula N° 1 Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas													
Año 2022													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Media Libra – Directo	979	979	979	979	1088	1121	1154	1189	1224	1261	1299	1338	13590
¼ Libra – Directo	1957	1957	1957	1957	2176	2241	2309	2377	2449	2521	2597	2675	27173
Media Libra – Indirecto	419	419	419	419	466	480	495	509	525	540	557	573	5821
1/4 Libra – indirecto	839	839	839	839	932	961	989	1019	1049	1081	1113	1147	11647
Cant de libras	1398	1398	1398	1398	1554	1601	1649	1698	1749	1801	1856	1911	19,410.50
Porcentaje %					3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla 24: Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias

Quesería El Cabrito														
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
Venta directa														
Media Libra	140.00	C\$ 137,060. 00	C\$ 137,060.0 0	C\$ 137,060. 00	C\$ 137,060. 00	C\$ 152,320. 00	C\$ 156,940. 00	C\$ 161,560. 00	C\$ 166,460. 00	C\$ 171,360. 00	C\$ 176,540. 00	C\$ 181,860. 00	C\$ 187,320. 00	C\$ 1,902,600.00
1/4 Libra	72.00	140,904. 00	140,904.0 0	140,904. 00	140,904. 00	156,672. 00	161,352. 00	166,248. 00	171,144. 00	176,328. 00	181,512. 00	186,984. 00	192,600. 00	1,956,456.00
Distribuidor 1 - Colonia														
Media Libra	130.00	27,300.0 0	27,300.00 0	27,300.0 0	27,300.0 0	30,290.0 0	31,200.0 0	32,110.0 0	33,150.0 0	34,060.0 0	35,100.0 0	36,140.0 0	37,310.0 0	378,560.00
1/4 Libra	67.00	28,073.0 0	28,073.00 0	28,073.0 0	28,073.0 0	31,222.0 0	32,160.0 0	33,165.0 0	34,103.0 0	35,175.0 0	36,180.0 0	37,319.0 0	38,391.0 0	390,007.00
Distribuidor 2 - Pali														
Media Libra	125.00	26,250.0 0	26,250.00 0	26,250.0 0	26,250.0 0	29,125.0 0	30,000.0 0	30,875.0 0	31,875.0 0	32,750.0 0	33,750.0 0	34,750.0 0	35,875.0 0	364,000.00
1/4 Libra	65.00	27,235.0 0	27,235.00 0	27,235.0 0	27,235.0 0	30,290.0 0	31,200.0 0	32,175.0 0	33,085.0 0	34,125.0 0	35,100.0 0	36,205.0 0	37,245.0 0	378,365.00
		C\$ 386,822. 00	C\$ 386,822.0 0	C\$ 386,822. 00	C\$ 386,822. 00	C\$ 429,919. 00	C\$ 442,852. 00	C\$ 456,133. 00	C\$ 469,817. 00	C\$ 483,798. 00	C\$ 498,182. 00	C\$ 513,258. 00	C\$ 528,741. 00	C\$ 5,369,988.00

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

3. Plan de Producción

3.1. El Proceso de Producción

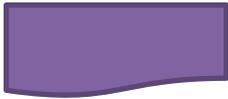
El proceso de producción implica una serie de actividades u operaciones que se llevan a cabo y que son ampliamente necesarios para concretar la producción, con la finalidad de elaborar un producto.

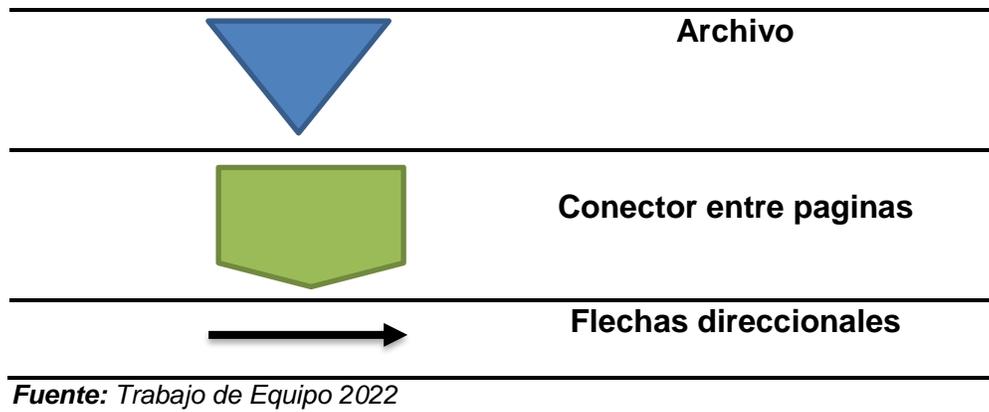
Se designa proceso productivo a aquella serie de operaciones que se llevan a cabo y que son ampliamente necesarios para concretar la producción. Cabe destacar entonces que las mencionadas operaciones, suceden de una manera, planeada y consecutiva, transformando la materia prima en un producto, para luego colocarlo en el mercado que corresponda para ser comercializado (Avella, L & Fernández, E, 2013, pág. 62).

A continuación, se detalla cada uno de las actividades que implica el proceso de elaboración de nuestro producto de queso artesanal a base de leche de cabra.

Simbología de ANSI

Tabla N°25: Simbología De ANSI

Simbología	Representación
	Inicio o Fin
	Actividad
	Documento
	Decisión
	Demora



Flujograma del proceso para la elaboración de Queso Fresco para 49.5 libras.

Tabla N°26: Flujograma Del Proceso Productivo

No.	Actividad						Tiempo
1	Inicio						
2	Introducción de la leche a la planta						10 min
3	Filtrado						15 min
4	Pasteurización de la leche						30 min
5	Coagulación de la leche						35 min
6	Desuerado del queso						35 min
7	Salado						5 min
8	Prensado y Moldeo						120 min
9	Desmoldado						10 min
10	Empaque y Almacenamiento						35 min
	Fin						
	Total						295 min

Fuente: Trabajo en Equipo, elaborado con base en: Grupo POPEYE y realización del queso, 2022.

Descripción del proceso de elaboración de queso fresco

Para la elaboración de queso de cabra es necesario llevar a cabo un conjunto de etapas que se describen a continuación:

Introducción a la planta: Una vez que la leche ha sido evaluada, esta pasa a la planta de procesamiento donde iniciara de inmediatamente con el proceso productivo.

Filtrado: Esta etapa se realiza para eliminar posibles impurezas procedentes del ordeño, se pasa por un filtro donde se elimina cualquier componente físico que pueda alterar la calidad de la leche, almacenamiento y transporte de la leche de cabra.

Pasteurización de la leche: la leche se calienta a 65 °C, por un tiempo aproximado de 30 minutos, con el objetivo de eliminar la presencia de microorganismos patógenos que se pueden encontrar en la leche. Y de igual manera se deja enfriar.

Coagulación de la leche: el cuajo que se utiliza es un preparado comercial en forma de pastilla que contiene enzimas (principalmente retina de la vaca) presentes en el cuajar de crías lactantes. Se adiciona en relación 51 g/440 L de leche, que la leche pasa a un estado líquido a sólido.

Desuerado del queso: una vez concluida la etapa de coagulación, el lactosuero integro se separa del queso mediante corte y prensado.

Salado: la sal proporciona al queso un mejor sabor y merece indicarse también que mediante la salazón es posible, igualmente, conseguir una mejor y más rápida formación de corteza. Se adiciona generalmente en relación 3% en peso referente al peso de la cuajada.

En este caso para 4 litros de leche que equivale a una libra de queso se utilizó 0.03%, de sal en base al 3%.

Prensado y Moldeo: Ayuda a que se produzca la expulsión final del lactosuero salado, con esta etapa se logra darle forma definida al queso, este proceso es completamente manual, antes del proceso del empaque.

Empaque y Almacenamiento: Una vez moldeado el queso se procede al empaque (donde se le añade un sello automático), y se almacena a temperaturas de refrigeración 5°C y 10°C, en el caso del queso fresco.

3.2. Proveedores y Condiciones de Compra de los Equipos

Los proveedores brindan los recursos que la empresa necesita para producir sus bienes o servicios, estableciendo una relación o vínculo eficiente, entre proveedores y empresa, de esta manera garantizando la disponibilidad, es necesario mantener en óptimas condiciones la maquinaria y utensilios, debido a que el proceso productivo requiere del uso de estos, para obtener mayor eficiencia y eficacia en el proceso de la elaboración del producto. Por lo tanto, los proveedores al igual que los clientes son importantes para una empresa.

A continuación, se presenta una breve descripción de la maquinaria y utensilios a utilizar para el emprendimiento **Quesería el Cabrito**, detallando sus características, el papel que juega en la elaboración del producto, ya que, se lleva a cabo un proceso artesanal, para ellos se ha seleccionado equipos que faciliten la efectividad de los procesos, tomando en cuenta la vida útil de estos.

El método utilizado para la depreciación de la maquinaria y equipo de producción es el de línea recta, se estima un valor residual del 10% sobre el costo de adquisición, de acuerdo a lo establecido en el art. 45 de la "Ley 822 de Concertación Tributaria" y art. 34 del reglamento de la misma. Es necesario recalcar que la maquinaria y equipo de producción serán comprados de buena calidad, en empresas dedicadas a la venta de bienes activos, proporcionando garantía de los mismo.

Fichas técnicas de Maquinaria

Tabla N°27: Ficha Técnica de Maquinaria Balanza Electrónica

Fichas técnicas de Maquinaria			
Proveedor:	SINSA	Dirección: Costado sur de Calvario/Jinotepe	
Maquina/Equipo	Balanza electrónica	Sección:	Producción
Vida útil:	5		
Modelo:	Balanza Digital Cap. 40. 110V		
Marca:	Visionner	Código de inventario	01
Capacidad:	40 kg		
Características generales			
Altura: 15 Cm	Ancho: 25 Cm	Profundidad:	Peso: 4.6 Kg
Características técnicas		Foto de maquinaria	
Función: instrumento de medición ideal para determinar el peso de una mercancía			
Fecha de mantenimiento:			

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N°28: Ficha Técnica De La Cocina Industrial

Fichas técnicas de Maquinaria			
Proveedor:	La Curacao	Dirección:	Costado sur, parroquia Santiago, Jinotepe
Maquina/Equipo	Cocina industrial	Sección:	Producción
Vida útil:	5		
Modelo:	Cocina industrial Inox de tres quemadore.		
Marca:	Inox AISI 304.	Código de inventario	02
Capacidad	Hasta de 500 Kg		
Características generales			
Altura: 900 cm	Ancho: 1,500 cm	Profundidad: 600 cm	Peso:
Características técnicas		Foto de maquinaria	
Función: Cocinar.			
Fecha de mantenimiento: Cada 6 Meses.			

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 29: Ficha Técnica del Perol de Aluminio

Fichas técnicas de Maquinaria			
Proveedor:	SINSA	Dirección: Costado sur de Calvario/Jinotepe	
Maquina/Equipo	Perol de Aluminio	Sección:	Producción
Vida útil:	5		
Modelo:	Perol Aluminio		
Marca:	ALFUSA	Código de inventario	03
Capacidad	60 Lt.		
Características generales			
Altura: 56 cm	Ancho: 47 cm	Profundidad:	Peso: 7.50Kg
Características técnicas		Foto de maquinaria	
Función: Contener líquido para cocción			
Fecha de mantenimiento			

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 30: Ficha Técnica de Termómetro de Aluminio

Fichas técnicas de Maquinaria			
Proveedor:	SINSA	Dirección: Costado sur de Calvario/Jinotepe	
Maquina/Equipo	Termómetro Digital	Sección:	Producción
Vida útil:	5		
Modelo:	Termómetro digital NSF		
Marca:	Winco	Código de inventario	04
Capacidad:	40 a 572 grados Fahrenheit		
Características generales			
Altura: 22.7 Cm	Ancho: 5 Cm	Profundidad: 14 Cm de sonda	Peso:
Características técnicas		Foto de maquinaria	
Función: Medir la temperatura			
Fecha de mantenimiento			

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N°31:Ficha Técnica de Moldes de Manera

Fichas técnicas de Maquinaria			
Proveedor:	Mueblería El Chele	Dirección:	km 50 Carretera Catarina- Masatepe
Maquina/Equipo	Moldes de madera	Sección:	Producción
Vida útil:	5		
Modelo:	Cinchos		
Marca:		Código de inventario	05
Capacidad	30 Libra.		
Características generales			
Altura:	Ancho:	Profundidad:	Peso:
Características técnicas	Foto de maquinaria		
Función:	Moldear el queso		
Fecha de mantenimiento			



Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 32: Ficha Técnica de la Mesa de Acero

Fichas técnicas de Maquinaria			
Proveedor:	Mundo Loko	Dirección:	km 4.5 carretera a Masaya, frente al hotel Hilton Princess.
Maquina/Equipo	Mesa de acero inoxidable	Sección:	Producción
Vida útil:	5		
Modelo:			
Marca:	Mundo Loko	Código de inventario	07
Capacidad:			
Características generales			
Altura: 90 cm	Ancho: 60 cm	Largo: 150 cm	Peso: 20 kg
Características técnicas	Foto de maquinaria		
<p>Función: servir como plataforma para el consumo de alimentos, o preparación del mismo, separándolos del suelo.</p>			
Fecha de mantenimiento			

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N°33: Ficha Técnica de la Empacadora al Vacío

Fichas técnicas de Maquinaria			
Proveedor:	IMISA	Dirección:	Segunda entrada colonia centroamericana, 10 Vrs al norte, Managua, Nicaragua
Maquina/Equipo	Empacadora al vacío	Sección:	Producción
Vida útil:	5		
Modelo:	REF IC40 Vacío Volt 110/60hz	Consumo:	0.8kw
Marca:	IMISA	Código de inventario	08
Capacidad:	10 M cubico/ hora máquina		
Características generales			
Altura: 90 Mm, 490 mm	Ancho: 280 Mm, 450 mm	Profundidad: 380 Mm, 320 mm	Peso:
Características técnicas		Foto de maquinaria	
Función: Empacadora al vacío			
Fecha de mantenimiento: Gratis por parte de la empresa que la vende.			

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N°34: Fichas Técnica Del Freezer

Fichas técnicas de Maquinaria			
Proveedor:	La Curacao	Dirección:	Esquina opuesta a la super la colonia/ Jinotepe.
Maquina/Equipo	Freezer	Sección:	Producción
Vida útil:	5		
Modelo:	FFCD25C4HUW 9 pies Cúbicos		
Marca:	Frigidaire Congelador horizontal	Código de inventario	09
Capacidad:	9 pies cúbicos		
Características generales			
Altura: 84.5	Ancho: 95.4	Profundidad: 61.6	Peso:
Características técnicas		Foto de maquinaria	
Función: Mantener temperatura adecuada los productos.			
Fecha de mantenimiento: Gratis por parte de la empresa que lo vende.			

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Fichas de utensilios

Tabla N° 35: Fichas Técnicas de Utensilios

Fichas de utensilios				
Proveedor:	Plastiquita Deysi	Dirección: Pegado a quesería Deys, Jinotepe Carazo		
Utensilios	Descripción:	Unidades	Costo Unitario C\$	Costo Total C\$
	Colador de tela, sirve para colar y extraer imperfecciones de la leche.	4	C\$ 70	C\$ 280
	Tinas o recipientes plásticos, sirve para guardar o enfriar líquidos.	2	C\$ 500	C\$ 1,000
Proveedor	SINSA	Dirección	Costado sur de Calvario/Jinotepe	
	Set de cuchillos de cocina con medidas entre los 10 a 25 cm	1	C\$500	C\$500
Total				C\$ 1,780

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Fichas de utensilios de higiene

Estos equipos serán entregados a cada uno de los trabajadores que laboren en la planta de la elaboración del queso, esto para garantizar la higiene y seguridad tanto del personal como del producto para poder obtener de manera eficiente la calidad.

Tabla N°36: Fichas de Utensilios de Higiene

Fichas de utensilios de Higiene						
Proveedor	SINSA		Dirección	Costado sur de Calvario/Jinotepe		
Utensilios	Descripción		Unidades	Costo Unitario	Costo Total	
	Botas de hules, suelas antideslizantes Tallas: 37,38,39,40. 41		4	C\$ 391	C\$ 1,564	
	Talla	M, S	2	C\$ 100	C\$ 200	
	transparentes. Paquetes de 60 guantes					
	Delantal de cocina talla M, S Color Blanco		8	C\$100	C\$ 800	



Paquete de mayas para el cabello, color negro de 5 mm	2	C\$95	C\$ 190
---	---	-------	---------



Caja de Mascarillas para la prevención y cuidado durante la elaboración de producto lácteo	2	C\$ 100	C\$200
--	---	---------	--------

Total			C\$ 2,954
--------------	--	--	------------------

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Costos finales de maquinaria y utensilios

Tabla N°37: Costos Finales de Maquinaria y Utensilios

Costos finales de maquinaria y utensilios	
Maquinaria	C\$ 69,331.40
Utensilios	C\$ 4,734
Total	C\$ 109,380.8

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

3.3. Capital Fijo y Vida Útil

Todo proyecto necesita los recursos en su etapa final, sean en físicos, como maquinarias y equipos, o financiero, como disponibilidad de efectivo: se denomina inversiones a los recursos utilizados con el ánimo de obtener beneficios futuros. Las inversiones realizadas con anterioridad a la puesta en marcha del proyecto.

Maquinarias y herramientas:

Tabla N°38:Maquinaria y Herramientas de Producción de Quesería el Cabrito

No.	Descripción del activo	Cant	Costo de adquisición	Total	Valor residual	Valor depreciable	Años de vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
Maquinaria de producción									
1	Cocina Industrial	1	7,000.00	7,000.00	700	6,300.00	5	1,260.00	105
2	Perol de Aluminio	3	1,500.00	4,500.00	450	4,050.00	8	506.25	42.19
3	Termómetro Digital	1	1,000.00	1,000.00	100	900	5	180	15
4	Mesa de Acero	1	11,390.00	11,390.00	1,139.00	10,251.00	5	2,050.20	170.85
5	Freezer	1	16,415.00	16,415.00	1,641.50	14,773.50	5	2,954.70	246.23
6	Empacadora al Vacío	1	2,500.00	2,500.00	250	2,250.00	5	450	37.5
7	Balanza Electrónica	1	600	600	60	540	5	108	9
8	Moldes de madera de 30 lb	6	1,000.00	6,000.00	600	5,400.00	5	1,080.00	90
				49,405.00	4940.5	44,464.50			

Fuente: Equipo de Trabajo

3.4. Capacidad Planificada

La capacidad planificada es definida como el volumen de producción recibido, almacenado o producto sobre una unidad de tiempo, siendo producción el bien que produce el negocio.

Con respecto a la capacidad planificada de **Quesería el Cabrito**, se tomaron en cuenta: factor del tiempo de trabajo de cada operario por elaboración del queso, el cual se lanzará el producto y de esta manera determinar la cantidad de queso que se puede elaborar. Al tomar esto se pretende crear el producto con eficacia y eficiencia.

Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el nivel máximo de productividad del negocio, que puede llegar a tener en base a los recursos con los que cuenta, 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.

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

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

Tabla N° 39: Capacidad Instalada

Horas disponibles de producción	Promedio de horas para producir una unidad
7,236	04:55:00 minutos = 4.92 horas

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Esto nos representa la capacidad teórica de la producción según las maquinarias que están planificadas para su adquisición.

$$\text{Capacidad Instalada} = \frac{7,236}{4.92} = 1,470.73 * 49.5 \text{ libras} = 72,801.22$$

Tabla N° 40: Capacidad Teórica

Capacidad Anual	Capacidad Mensual	Capacidad Diaria	Capacidad por hora
72,801.22	6,066.77	252.78	10.53

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

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.

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

$$\text{Capacidad Efectiva} = \frac{7,236 - 101}{4.92} = \frac{7,135}{4.92} = 1,450.20 * 49.5 \text{ libras} = 71,785.06$$

Tabla N°41: Capacidad Efectiva

Capacidad Anual	Capacidad Mensual	Capacidad Diaria	Capacidad por hora
71,785.06	5,982.08	249.25	10.38

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Capacidad Real

Tasa de producción lograda por el proceso

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

$$\text{Capacidad Real} = \frac{7,236 - 4,816 - 101}{4.92} = \frac{2,319}{4.92} = 471.34 * 49.5 \text{ libras} = 23,331.40$$

Tabla N° 42: Capacidad Real

Capacidad Anual	Capacidad Mensual	Capacidad Diaria	Capacidad por hora
23,331.40	1,944.28	81.01	3.37

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

De acuerdo al canal de distribución de Quesería el Cabrito con la estrategia Intensiva, se oferta el producto de manera directa e indirecta; se determinó cuanto se le va a vender a cada distribuidor y cuanto al negocio.

Tabla N° 43: Cantidades Vendidas en Nuestro Punto de Venta y Distribuidores

Descripción	Cantidad al Mes
Venta directa	
Media Libra	979
1/4 Libra	1,957
Distribuidor 1 - Supermercado La Colonia	
Media Libra	210
1/4 Libra	419
Distribuidor 2 - Supermercado Pali	
Media Libra	210
1/4 Libra	419
Cantidad de libras	1,398.25

Fuente: Equipo de Trabajo 2020, Basado en ver tabla N°33 del Plan Financiero

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.

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

$$\text{Índice de utilización} = \frac{23,331.40}{72,801.22} = 0.3204$$

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

$$\text{Índice de eficiencia} = \frac{23,331.40}{71,785.06} = 0.3250$$

Resumen de la capacidad de producción

Tabla N° 44: Resumen de la Capacidad de Producción

Capacidad de Producción	Capacidad Instalada	Capacidad Efectiva	Capacidad Real
Anual	72,801.22	71,785.06	23,331.40
Promedio Mensual	6,066.77	5,982.08	1,944.28
Promedio diario	252.78	249.25	91.02

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Los índices de utilidad y eficiencia se pueden calcular también para el promedio mensual y el promedio diario.

Capacidad Conforme a la Demanda

En este apartado se determinó que Quesería el Cabrito va a cubrir con el 80% de la capacidad Real, al segmento de Jinotepe con un mercado potencial de 8,281. Se establecieron metas de incremento de producción por la estacionalidad del producto, en las temporadas altas se aplicó el 3% a partir de Mayo hasta Diciembre en el primer año, y en las temporadas bajas que es del mes de Enero hasta Abril, se mantienen las cantidades por lo que es verano y las cabras disminuyen la producción.

$$\text{Capacidad Productiva} = 8,281 \times 80\% = 6,625$$

La demanda a cubrir equivale a 6,625 libras.

3.5. Ubicación y Distribución Física de la Empresa

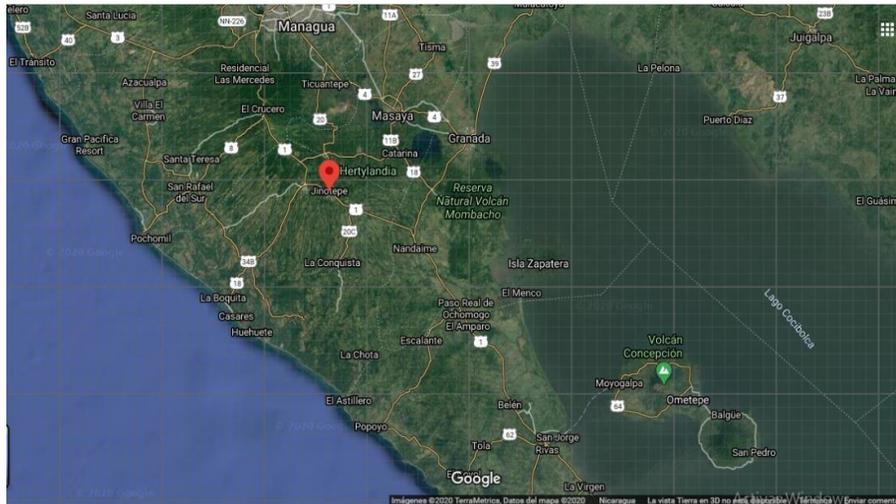
En este apartado se detalla el macro y micro localización del emprendimiento del producto innovador de queso artesanal a base leche de cabra.

Macro Localización

Quesería el cabrito iniciará operaciones en la región del pacifico, las instalaciones se establecerán en el municipio de Jinotepe, por lo cual fue preciso realizar un análisis de características que posee el municipio en sus distintas zonas, siendo identificados los siguientes aspectos:

- Cuenta con amplio territorio geográfico
- Existencia de transporte selectivo
- Existencia de mercado municipal
- Existencia de delegación policial
- Existencia de instituciones financieras

Ilustración 19: Macro Localización de Quesería el cabrito



Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Por todo lo antes mencionado se ha tomado la decisión de ubicar el emprendimiento en el territorio del municipio de Jinotepe, porque se identifican condiciones oportunas que puedan generar desarrollo y crecimiento de la actividad comercial que se ha planificado realizar.

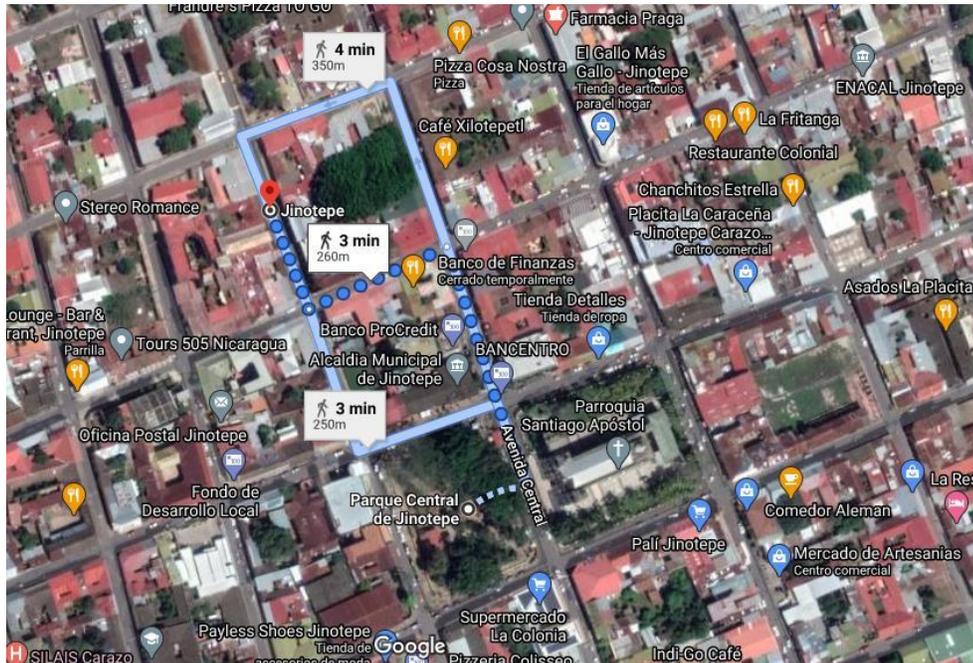
Micro Localización

De acuerdo a las características del emprendimiento, se ha seleccionado el municipio de Jinotepe como la zona en el cual se establecerá el negocio, ya que es la cabecera departamental de Carazo, con mayor afluencia de mercado, en donde los propietarios de los diferentes negocios utilizan sus casas para emprender actividades comerciales. Finalmente se identifican las siguientes características que sustentan la razón de la selección del municipio.

- Área de mayor afluencia comercial
- Accesibilidad a las vías de comunicación
- Goza de mayor seguridad en comparación de otros departamentos
- Zona de gran afluencia de personas

Quesería el cabrito estará ubicado en el municipio de Jinotepe específicamente ubicación del parque central 1 y ½ al norte.

Ilustración 20: Micro Localización de Quesería el Cabrito



Fuente: Equipo de Trabajo 2022

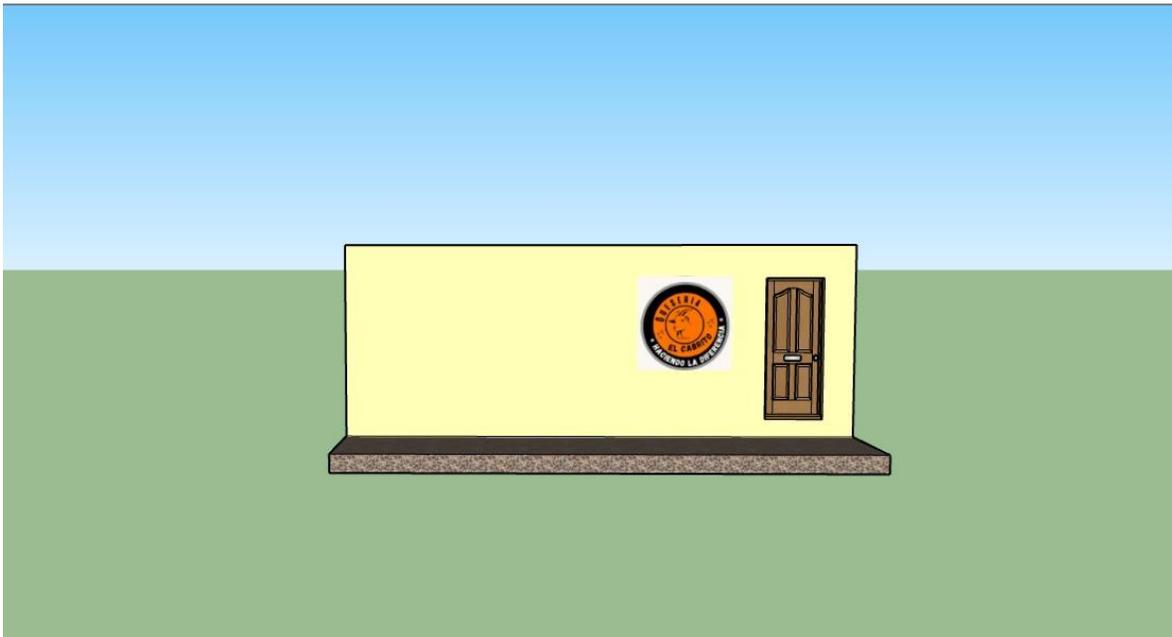
Distribución Física de la Empresa

Una de las condiciones básicas para que comience a operar la empresa el emprendimiento **QUESERIA EL CABRITO**, es la definición de las instalaciones, que estas provean condiciones en las cuales se pueda laborar eficientemente y exista espacio que permita la movilidad de cada uno de los colaboradores a nivel interno, es necesario tomar en cuenta todas aquellas actividades y funciones que se realizarán para una mayor optimización del espacio, contando de esta manera con una mejor distribución de las áreas en las que se va a trabajar.

La dimensión del local es de 7 metros de largo por 7 metros de ancho, cuya extensión de área total es de 49m² por lo tanto el local estará distribuido de la siguiente manera:

- Área de Venta: (3m x 4m)
- Área de vestidor del personal: (1m x 4m)
- Área de Administración: (3m x 3m)
- Área de Producción: (3m x 4m)
- Área de Almacén: (3 m x 3m)
- Área de Servicio Higiénico: (1 m x 3m)

Ilustración 21: Parte Frontal de Quesería el Cabrito



Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Ilustración 22: Presentación del Plano de Quesería el Cabrito



Fuente: Equipo de Trabajo 2022

3.6. Materia Prima Necesaria, su Costo y Disponibilidad

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

Condiciones de compra de la leche de cabra

- **La producción de leche (proveedores)**

En Nicaragua existe un sin número de proveedores que están en la Asociación de Criadores de Ovejas y Cabras de Nicaragua (ACOCANIC), los proveedores de leche del Grupo Popeye y productores de la zona del norte: granja puente colorado, entre otros. Están afiliados a la cámara de comercio, forman parte de ACOCANIC ellos nos proporcionarán la cantidad y el promedio de leche necesaria para la producción de queso, garantizando la disponibilidad, la calidad de la leche desde el momento del ordeño (con la manera correcta del ordeño dependerá la calidad de la leche), y el cumplimiento de las normas sanitarias necesarias.

Ilustración 23: Ordeño correcto



Fuente: Ilustración tomada de: Grupo POPEYE

En la ACOCANIC hay **16** socios que tienen aproximadamente más de 10,000 cabras, las cuales 5,000 están destinadas a producción de leche y el resto destinadas a producción de carne y reproducción de la misma. Siendo la mayoría de los socios son de la zona norte del país, tomando en cuenta que estos departamentos ofrecen un clima más fresco y templado, lo cual beneficia a la crianza de estos animales.

Se debe establecer alianzas estrategias con los proveedores, estableciendo una relación o vínculo, para obtener mayor eficiencia y eficacia en el proceso de la elaboración del producto, la materia prima debe ser perfectamente identificable e medible, para poder determinar tanto el costo final del producto como su composición, por lo tanto, los proveedores al igual que los clientes son importantes para una empresa.

- **Manejo alimenticio de las cabras**

De acuerdo a la alimentación de las cabras producen entre 3 litros de lechen en la mañana y 3 litros de leche en la tarde, el tipo de alimento que utilizan es durante el **crecimiento, desarrollo, y producción de leche**, este último varía en el contenido de energía metabolizable y la cantidad de calcio. Para las tres fases se le suministra: concentrado, vitaminas, proteínas, minerales, hidratantes, pasto natural, ensilaje, y sobre todo el cuidado, un dato muy importante es que las cabras producen más leche en invierno porque hay más pasto natural, pero la alimentación es la misma en verano.

- **Raza de cabras**

La raza es una población de animales machos y hembras que poseen en conjunto un cierto número de caracteres anatómicos y fisiológicos, que se encuentran en los productos (crías) cuando se cruzan un macho y una hembra de esa población. En Nicaragua predomina las razas de cabras: la Nubia, la Saanen, Toggenburg, Alpina Francesa y la criolla, en términos generales la población caprina nacional se concentra en el norte del pacifico.

Tabla N°45: Raza de las Cabras

Raza	Fenotipo	Producción	Origen
Saanen	Tamaño grande, color blanco, cara recta, orejas paradas, color crema.	800-1000.Kg/leche 275-300, días/periodo de lactaciones, alta producción de leche, peso al nacer: 3.5 kg, peso hembra: 45kg, peso de macho: 68 kg.	Valle de Saanen Suiza
Toggenburg	Tamaño mediano, calor bayo claro hasta chocolate oscuro, 2 franjas en la cara laterales, patas blancas, y orejas borde blanco	600-900 kg/ leche, 275-305 días/periodo lactaciones, En climas templados tiene una excelente producción de leche, peso al nacer:3 kg, peso hembra: 53kg, peso macho: 68kg	Valle de Toggenburg Suiza
Nubia	Tamaño grande, perfil convexo, nariz aguileña, orejas largas colgantes, y varios colores.	700-900 kg/ leche, 725-300 periodo lactaciones, leche alto contenido de grasa, peso al nacer: 3.1 kg, peso hembra: 50 kg, peso macho: 63 kg.	Oriental
Alpina Francesa	Tamaño grande (robusta), blanco y negro, cuello blanco y negro, agamuzada (variantes)	800.900 kg/ leche, 250-305 días/periodo lactaciones, peso al nacer: 3.5kg, peso hembra: 68kg, peso macho: 90kg.	Alpes Franceses Francia
Criolla	Tamaño diverso, alta rusticidad, color variado, aptitud productiva, y resistencia a las enfermedades.	600-800 kg/ leche, 275-305 días/periodo lactaciones, peso al nacer: 3.5kg, peso hembra: 38kg, peso macho:40kg.	Nicaragua

Fuente: Equipo de Trabajo, elaborado con base en: Grupo POPEYE 2022

Nota: **(ver tabla N° 39)** se detalla los principales proveedores, de toda la materia prima que se necesita para la elaboración del producto.

Tabla N°46: Materia Prima para la Elaboración del Producto

Proveedores	Materia Prima	Tipo de Materia	Dirección
Grupo POPEYE	Leche	Directa	KM 39.5 carretera vieja a León, parada Soledad 2.5 km al norte.
Distribuidora Jirón	Cuajo	Directa	Mercado Mayoreo, Managua, Nicaragua.
Agricorp	Sal	Indirecta	Tipitapa KM 24 carretera norte. Managua, Nicaragua.
Grupo Creativo de Nicaragua	Etiqueta	Indirecta	Frente a la Cruz Roja de Jinotepe.
Empresa Premet	Bolsa al vacío de polietileno ½ Bolsa al vacío de polietileno ¼	Indirecta	Los Robles, semáforos de la plaza el sol, 180 metros al sur #167 Managua – Nicaragua.

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

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

Tabla N° 47: Materia Prima para la producción del primer mes

No.	Descripción del activo	Cantidad	Costo unitario	Costo Total	
Materiales directos					
1	Leche	Ltr	5593	45	251,685.00
2	Cuajo Natural	Und	140	16	2,237.20
Materiales Indirectos					
3	Etiqueta	Und	4,194	6	25,164.00
4	Consumo de Gas	Lb	100	20.2	2,020.00
5	Energía Eléctrica	KWH	207	7.6	1,575.94
6	Sal	Lb	9	7	63.15
7	Bolsa al vacío de polietileno ½	Caja	1,399	2.26	3,161.74
8	Bolsa al vacío de polietileno ¼	Caja	2,795	1.22	3,409.90
Total Materiales necesarios para la producción					289,316.92

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

3.7. Mano de Obra, su Costo y Disponibilidad

Se determina que, para el desarrollo de Quesería El Cabrito se debe de contar con personal de calidad que mejoren la efectividad y presentación de la misma esto con el fin de disponer de un óptimo desempeño. Así mismo, mejorar la eficiencia y eficacia de los procesos productivos y de comercialización.

Cabe destacar que contar con la cantidad optima de operarios dentro de la microempresa es de vital es decir sin mano de obra no hay producción, y sin producción no se podría satisfacer las necesidades, cumplir con las demandas de los consumidores; dado que cada colaborador tendría el detalle del salario por sus funciones el cual también se debe de terminar.

Además de un costo de mano de obra indirecta, tal como el cargo administrativo que planea, organiza, dirige y controla cada una de las actividades es decir las funciones del administrador para llevar el orden de los movimientos dentro de la microempresa.

Tabla N°48: Mano de Obra Directa

Descripción	Cantidad	Salario bruto	Salario Neto	Total
Encargado de la Elaboración del Producto	1	C\$5,000	C\$ 5,000.00	C\$10,000
Empaquetado	1	C\$5,000	C\$ 5,000.00	

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

A los colaboradores de quesería el cabrito , se le garantizara las prestaciones de ley conforme lo estipulado en el código de trabajo de la republica de Nicaragua ley número 185¹.

¹ Vacaciones: artículos número 76 al 80 CT.
Decimotercer mes: artículos 93 al 99 CT
Indemnización: calculada según artículo 45 CT

3.8. Gastos Generales de Producción

Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. Es decir, es necesario describir los gastos en los cuales se van a incurrir para la primera producción mensual y anual, dentro de los cuales se detallan: la mano de obra directa, materia prima y costos indirectos de fabricación.

Los operarios, tendrán un salario determinado por producción esto debido a que es el método más apropiado para la rentabilidad del proyecto. Así mismo, mediante los contratos con proveedores de materia prima y las especificaciones de los costos indirectos de fabricación (CIF), esto para establecer un valor que beneficie a la microempresa. Por consiguiente, se detalla:

Tabla 49: Gastos Generales de Producción

Gastos Generales de Producción	
Materia Prima	C\$ 33,784
Mano de Obra Directa	C\$ 10,000
Costos Indirectos de Fabricación	C\$ 57,038.04
Total	C\$ 100,822.04

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

4. Plan de Organización y Gestión

En este apartado se describe el estudio organizacional, en el cual se detalla los objetivos generales de la empresa, identificar las funciones específicas de los colaboradores y cada subsistema de la organización, principios administrativos y los costos necesarios para la operación y mantenimiento de los recursos. Además, se detallan todos los trámites y proceso que debe completar la microempresa Quesería el Cabrito, para la inscripción del negocio en diferentes instituciones del país.

4.1. Marco Legal (Forma Jurídica)

Quesería El Cabrito es una empresa dedicada a la producción y comercialización de queso artesanal a base de leche de cabra. Según la ley de promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (Ley 645,2008, art. 3), se determina que la organización será categorizada como “microempresa”, debido a que poseerá 7 colaboradores, dentro de su estructura organizacional.

Tomando en consideración los estamentos descritos por la ley mencionada anteriormente, se procederá a inscribir a la microempresa en calidad de persona natural, ante las instituciones pertinentes:

- Registro mercantil
- Dirección General de Ingresos (DGI)
- Alcaldía Municipal de Jinotepe
- Instituto de seguridad social (INSS)
- Ministerio de Salud (MINSA)

Tabla 50: Normas y Reglamentos

Normas y Reglamentos		
Referencia	Aspecto A	Regulación
	Considerar Ley MIPYME	
La asamblea nacional de la republica de Nicaragua. (2008). Ley de promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (ley MIPYME). Managua. Autor	Ley 645 Y Reglamento	Esta ley tiene un impacto positivo en la empresa ya que se puede acceder a diversos beneficios como incentivos fiscales y a programas de apoyo. La empresa podrá hacer sus trámites ante el MIFIC de manera más rápida, ahorrando de esta forma tiempo y dinero.
Ley De Concertación Tributaria		
El Presidente de la República Comandante Daniel Ortega Saavedra. (2013). Ley de concertación tributaria. Managua. Autor.	Ley NO. 822.	El IR creado por el art. 3 de la LCT, es un impuesto directo y personal que grava las rentas del trabajo, las rentas de actividades económicas, las rentas de capital y ganancias y pérdidas de capital de fuente nicaragüense; obtenidas por los contribuyentes, residentes o no residentes, lo mismo que cualquier incremento de patrimonio no justificado y las rentas que no estuviesen expresamente exentas o exoneradas por ley.
Código Del Trabajo (Ley 185)		

La asamblea nacional de la República de Nicaragua. (1996). Código del trabajo. Managua. Autor.	13vo mes o Aguinaldo. Vacaciones. Indemnización	o El código laboral funciona como guía para establecer salarios adecuados para los colaboradores, ya que podemos conocer las sanciones por el incumplimiento, los tiempos y cantidades a pagar en los diferentes periodos del año, así también normaliza la relación de los colaboradores con los jefes de área; además del conjunto de obligaciones y deberes de ambas partes.
--	--	---

Ley De Higiene y Seguridad (Ley 618)

Ministerio del trabajo. (1993-2008). ley y normativa en materia de higiene y seguridad del trabajo. Managua. Autor	Título V Arto. 100-129	V Esta ley beneficia tanto a los colaboradores como a la empresa, ya que se puede evitar riesgos de pérdida en lo material en la área laboral como por ejemplo: en el área de producción en donde se lleva a cabo en los la conversión de los productos y se debe de tener cuidado en el uso de insumos, también ayuda a establecer normas, parámetros para asegurar y proteger la vida y salud de todos los colaboradores aunque esto requiera de inversiones significativa para la empresa.
--	-------------------------------	---

Ley De Marcas Y Otros Signos Distintivos

La Asamblea Nacional de la República de Nicaragua. (s.f). Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos. Managua. Autor.	Ley N° 380	Esta ley tiene como objetivo establecer las disposiciones que regulan la protección de las marcas y otros signos distintivos. Esta ley favorece al propietario de la marca en este caso signo que lo tiene registrado de tal manera que cualquier otro producto o empresa similar no puede hacer uso de su distintivo.
---	-------------------	--

Ley De Patentes De Invención, Modelo De Utilidad Y Diseños Industriales

La asamblea nacional de la republica de Nicaragua. (2000). ley de patentes de invención, modelo de utilidad y diseños industriales. Managua. Autor	Ley No. 354	La presente Ley tiene como objeto, establecer las disposiciones jurídicas para la protección de las invenciones; los dibujos y modelos de utilidad, los diseños industriales, los secretos empresariales, y la prevención de actos que constituyan competencia desleal.
--	--------------------	---

Ley De Seguridad Social

La asamblea nacional de la República de Nicaragua. Aprobada el 20 de noviembre del 2006.	Ley N° 539	El objeto de la presente ley es establecer el sistema de seguro social, en el marco de la constitución política de la república, para regular y desarrollar los derechos y deberes
--	-------------------	--

recíprocos del estado y ciudadano, para la protección de los trabajadores y familia frente las contingencias sociales de la vida y del trabajo.

Buenas Prácticas De Manufactura. Principios Generales (BPMPG).

Según el Ministerio de Economía al (2003), prácticas de manufactura. Principios generales (BPMPG). Industria de alimentos y bebidas procesados. Buenas prácticas de manufactura. Principios generales. Managua. Autor.

El reglamento tiene como objetivo establecer las disposiciones generales sobre prácticas de higiene y de operación durante la industrialización de los productos alimenticios, a fin de garantizar alimentos inocuos y de calidad. Por lo tanto la empresa debe de tomar en consideración estas disposiciones al operar y distribuir el producto.

Norma técnica obligatoria nicaragüense de almacenamiento de productos alimenticios.

Indica los procedimientos y medidas que se deben tomar en cuenta para evitar la contaminación del producto en las distintas áreas de producción y almacenamiento y distribución del producto, esto ayudará a que el producto se encuentre en excelente condiciones para su venta.

Todo producto envasado o empacado deberá identificarse por medio de etiquetas, que

Norma sobre etiquetas para productos alimenticios de uso humano y animal.	brinden la información necesaria para que el usuario tenga confianza en la composición y calidad del producto.
Norma técnica obligatoria nicaragüense de requisitos para el transporte de productos alimenticios.	Indica las normas que rigen el traslado de productos alimenticios, condiciones de embalaje, enfriamiento, aislamiento de paredes y pisos, temperatura, etc. Que garanticen la pureza del producto, evite la contaminación o deterioro del producto y su empaque.
Decreto No. 14-2009: Aranceles del Registro Público de la Propiedad Inmueble y Mercantil (Artículos 4-a, 4-e)	Este decreto rige el registro de los libros contables de la empresa, diario y mayor y otros.

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Decreto No. 14-2009: Aranceles del Registro Público de la Propiedad Inmueble y Mercantil (Artículos 4-a, 4-e).

Este decreto rige el registro de los libros contables de la empresa, diario y mayor y otros.

¿Cómo constituir un negocio en Nicaragua?

Para la creación de una empresa o microempresa en el país se requiere:

- Preparar acta de construcción de la empresa (ante notario público).
- Comprar libros contables y corporativos.
- Realizar registro mercantil en la ventanilla (VUI).
- Obtener documento único de registro (DUR).

Ventanillas únicas de inversiones

- Tasar inscripción registral.
- Pagar inscripción registral.
- Solicitar inscripción registral.
- Retirar inscripción registral.
- Revisar documentos.
- Solicitar inscripción como contribuyente.
- Solicitar constancia de matrícula municipal.
- Retirar constancia de matrícula municipal.

Requisitos registro mercantil

- Escritura de construcción de sociedad original.
- Solicitud de inscripción como comerciante original, en papel sellado y firmado.
- Fotocopia de la cédula de identidad de la persona que firma la solicitud del comerciante.
- Libros contables de la microempresa (NICAI)
- Poder general de administración, en papel sellado con timbre fiscales.

Requisitos dirección general de ingreso (DGI)

- Llenar el formulario de inscripción proporcionado gratuitamente.
- Tener la edad de 18 años cumplidos.
- Documento de identificación ciudadana.
- Nacionales: Cédula de Identidad Ciudadana, de acuerdo a lo establecido en el literal f) del artículo 4, de la Ley N° 152 Ley de Identificación Ciudadana.
- Nacionales residentes en el exterior: Pasaporte y/o Cédula de Residencia en el extranjero, en base al artículo 1 de la Ley N° 514 Ley de Reforma a la Ley N° 152, Ley de Identificación Ciudadana.
- Extranjeros: Pasaporte extendido por la autoridad competente de su país de nacionalidad, de conformidad a lo establecido en Artos. 87, 89 y 213 de la

Ley N° 761, Ley General de Migración y Extranjería; Arto. 65, inciso 2 y Arto. 69, inciso 1.3 de su reglamento. La Cédula de residencia permanente condición (A TRABAJAR) queda de manera opcional, o sea si la persona solicita que la inscriban con dicho documento.

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

Tramites alcaldía municipal de Jinotepe

Una vez inscrito en la DGI, deberá de realizar los trámites de registro en la Alcaldía correspondiente. Las obligaciones

Municipales se rigen de conformidad con:

- Jinotepe: Decreto No. 10-91, Plan de Arbitrios del Municipio de Jinotepe.
- Resto de Municipios: Decreto No. 455, Plan de Arbitrios Municipal.
- Inscripciones
- Acudir a la Alcaldía del Municipio en donde están ubicadas las instalaciones del negocio.
- Completar formulario de apertura de matrícula, según el régimen a aplicar.

En el caso de Jinotepe:

- La Alcaldía aplicará el mismo Régimen de la DGI.
- Si es Cuota Fija, puede inscribirse en servicios o en Delegaciones de la Alcaldía cercanas al negocio.

Tramites instituto de seguridad (INSS)

- Afiliación de Empleador
- Inscripción de Asegurados, Beneficiarios.

- Solicitud de prestaciones económicas (subsidios, pensión).
- Solicitud de prestaciones en especie (silla de rueda, bastón, etc.)
- Solicitud de Historial Laboral.

Requisitos del MINSA para la licencia de higiene

- Llenar solicitud de registro sanitario para alimentos
- Traer muestras de 500 gr.
- Pago de aranceles
- Dos ejemplos de etiqueta
- Licencia

Misión y Visión de Quesería El Cabrito

Misión

Posicionarnos en el mercado local como una microempresa líder en la fabricación y comercialización de queso. Quesería el Cabrito, está comprometida a seguir elaborando productos cumpliendo con los estándares de calidad, establecidos en el país a un precio que se ajuste a la capacidad económica de nuestros clientes, satisfaciéndoles al brindarles el mejor servicio, y mantener así nuestro renombre y excelencia como microempresa.

Visión

Ser una empresa con altos estándares de calidad y altamente competitiva, ofreciendo nuestro producto a nivel nacional. Proporcionando a nuestros clientes un mejor servicio que les de la confianza y seguridad de preferir el producto, ya que forma parte de la canasta básica y el plato nicaragüense que brinda QUESERIA EL CABRITO, utilizando los canales y medios para llegar de manera eficiente y eficaz al cliente.

Valores Organizacionales

Honestidad

Entendemos que el trato justo y correcto hacia nuestros clientes es clave para fomentar relaciones duraderas con ellos.

Respeto y Responsabilidad

Respetamos y valoramos inmensamente la confianza que nuestros clientes depositen en nosotros. Quisería el cabrito toma la responsabilidad de realizar el producto con esmero y satisfacer a los clientes.

Cumplimiento

Nuestra microempresa está siempre preparada para cumplir con todos los compromisos adquiridos en nuestros clientes.

Trabajo en Equipo y Orientación al Cliente

Fomentar entre los trabajadores un ambiente de armonía que permite a la microempresa tomar las decisiones estratégicas en base a los deseos y necesidades de clientes reales y potenciales.

4.2. Estructura de la Organización

La estructura organizacional del emprendimiento dedicado a la fabricación y comercialización de queso artesanal a base de leche de cabra, tomando en cuenta los criterios de esta, ya que es tipo funcional, teniendo en consideración su tamaño, flexibilidad y factibilidad en la toma de decisiones

A continuación, se presenta el organigrama de la Estructura Funcional Simple de **QUESERIA EL CABRITO**.

Ilustración 24: Organigrama de Quesería El Cabrero



Fuente: Equipo de Trabajo 2022

División de cargos

Tabla N° 51: División de Cargos de Quesería el Cabrero

Nombre del Cargo	N° de personas en el Cargo
Administrador	1
Staff Contador	Temporal cada 3 meses Contrato por servicio profesional.
Responsable de Producción	1
Encargado de la Elaboración del Producto y Empaquetado	2

Responsable de Venta y Publicidad	1
Ejecutivo de Ruta	1
Total	6

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

4.3. Fichas de Cargo

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

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

A continuación, se presentan las fichas de cargo

Tabla N° 52: Ficha de Cargo del Administrador

Fichas de Cargo	
Ficha: #1	Código de Cargo: 001
Puesto:	Administrador
Área:	Administración
Supervisa a:	Contador, Jefe de Producción, Jefe de Venta y Publicidad
Depende de:	Junta Directiva
Funciones:	<ul style="list-style-type: none">• Elaborar los planes estratégicos y operativos para la empresa.• Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.• Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos de cada uno de los colaboradores.• Coordinar los Recursos Humanos, Materiales para el logro efectivo y eficiente de los objetivos organizacionales.• Asegurar el cumplimiento de las políticas administrativas, operativas, medioambientales y de seguridad de la empresa.• Procesar y tramitar puntos de cuentas relacionados con pagos, contratación de servicios y otros.

-
- Ser líder, ayudar y motivar a cada uno de los empleados a ser mejores en su formación profesional.
 - Cumplir en tiempo y forma con todas las obligaciones del negocio.
 - Velar por la seguridad laboral de los trabajadores.

Requisitos:

- Lic. Administración de Empresas
- Master en organización de producción y gestión industrial
- Récord de policía
- Currículum vitae
- 2 cartas de recomendación
- Certificado de salud
- Fotocopia de Cédula

Experiencia:

- Mínima de cuatro años (03) en:
- Administración de procesos productivos
- Administración de Recursos Humanos

Conocimiento:

- Manejo paquete Office
- Conocimientos en administración y control de inventarios
- Curso de Recursos Humanos

Competencia

Requeridas:

- Sólida Formación en Valores
 - Excelente comunicación con el personal y Capacidad de trabajar bajo presión
 - Habilidad en matemáticas
-

-
- Iniciativas y estrategias para la resolución de problemas
 - Liderazgo, compromiso, responsabilidad, etc.
-

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N°53:Ficha de Cargo del Contador Temporal

Fichas de Cargo	
Ficha: #2	Código de Cargo: 002
Puesto:	Contador Temporal
Área:	Contabilidad cada 3 meses
Supervisa a:	
Depende de:	Administración
Funciones:	<ul style="list-style-type: none">• Conocer los procedimientos de registro y las diferentes formas de pago.• Realizar los cortes parciales y finales de caja.• Al final de su jornada laboral realizar un cierre de caja y contabilizar el efectivo.
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none">• Lic. En Contabilidad• Lic. En banca y finanzas• Récord de policía• Currículum vitae• 2 cartas de recomendación• Certificado de salud

-
- Fotocopia de Cédula

Experiencia:

- Mínima de cuatro años (03) en:
- Director Ejecutivo
- Responsable de auditoría Interna
- Responsable Administrativo Financiero

Conocimiento:

- Leyes tributarias
- Sistemas contables
- Comunicación oral y escrita
- Manejo paquete Office
- Control
- Cooperación / Trabajo en Equipo
- Motivador
- Planificación
- Razonamiento matemático y Análisis

Competencia

Requeridas:

- Puntualidad
- Responsabilidad
- Honestidad
- Respeto
- Trabajo en Equipo

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 54: Ficha de Cargo del Responsable de Producción

Fichas de Cargo	
Ficha: #3	Código de Cargo: 003
Puesto:	Responsable de Producción
Área:	Área de producción
Supervisa a:	Encargado de la Elaboración del Producto y Empaquetado
Depende de:	Administración
Funciones:	<ul style="list-style-type: none">• Realizar contratos con clientes preferenciales• Control de registro y entrada de materia prima, y materiales de operación en tiempo, calidad y costo presupuestado.• Inspección visual y empaque de los productos terminados.• Promover la mejora continua y optimización de los procesos.• Revisar y aprobar los pedidos.• Inspeccionar los procesos de producción de los productos a elaborar.
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none">• Récord de policía• Currículum vitae• 2 cartas de recomendación• Certificado de salud

-
- Fotocopia de Cédula

Experiencia:

- Mínima de cuatro años (03) en:
- Experiencia demostrable como Gerente de Producción.
- Profundo conocimiento de la gestión de la producción.
- Conocimiento de las normas de calidad y los reglamentos de salud y de seguridad.
- Conocimiento de los conceptos de elaboración de presupuestos y de evaluación del rendimiento.
- Experiencia a la hora de elaborar informes sobre las mediciones clave de la producción.
- Dominio de MS Office y software ERP.

Conocimiento:

- Control y Normas de calidad
- Cooperación / Trabajo en Equipo
- Motivador
- Planificación y Gestión de la producción
- Reglamentos de salud y de seguridad
- Elaboración de presupuestos
- Mediciones clave de la producción
- Control y evaluación de la producción

Competencia

Requeridas:

- Puntualidad
 - Responsabilidad
 - Honestidad
 - Respeto
-

-
- Trabajo en Equipo
-

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N°55: Encargado del Proceso de Pasteurización

Fichas de Cargo	
Ficha: #4	Código de Cargo: 004
Puesto:	Encargado del Procesos de Pasteurización
Área:	Área de Producción
Supervisa a:	
Depende de:	Responsable de Producción
Funciones:	<ul style="list-style-type: none">• Aplicar las precauciones de salud y de seguridad• Informar a los superiores.• Asegurarse de que la producción cumple los estándares de calidad• Apoyar el cumplimiento de los programas de producción.• Entregar el producto dentro de las especificaciones establecidas.
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none">• Récord de policía• Currículum vitae• 2 cartas de recomendación• Certificado de salud

-
- Fotocopia de Cédula

Experiencia:

- Experiencia en procedimientos de producción
- Capacidad de leer programas, esquemas y manuales
- Capacidad analítica
- Atención al detalle
- Habilidades comunicativas y de trabajo en equipo
- Fuerza y resistencia física
- Título de educación secundaria o equivalente; se valora una titulación técnica

Conocimiento:

- Conocimiento básico de Gestión Integral.
- Conocimiento básico en procesos industriales.
- Conocimiento en preparación y respuesta ante emergencias.
- Conocimiento en identificación de peligros y riesgos.
- Conocimiento en uso y mantenimiento de maquinaria de producción.

Competencia

Requeridas:

- Puntualidad
- Responsabilidad
- Honestidad
- Trabajo en Equipo

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N°56: Ficha de Cargo de la Elaboración del queso de manera artesanal y Empaquetado.

Fichas de Cargo	
Ficha: #5	Código de Cargo: 005
Puesto:	Elaboración del queso de manera artesanal y Empaquetado
Área:	Área de Producción
Supervisa a:	
Depende de:	Responsable de Producción
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar las precauciones de salud y de seguridad • Apoyar el cumplimiento de los programas de producción. • Entregar el producto dentro de las especificaciones establecidas. • Conservar los registros de unidades aprobadas o defectuosas o productos finales. • Mantener registros de actividad. • Embalar las mercancías a enviar. • Mantener las mercancías a evitar. • Llevar a cabo controles básicos de calidad y pruebas.
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> • Récord de policía • Currículum vitae • 2 cartas de recomendación

- Certificado de salud
- Fotocopia de Cédula

Conocimiento:

- Conocimiento en fabricación de queso artesanal
- Control de calidad.
- Costos y otras técnicas para maximizar la eficacia del embalaje del producto y distribución de la mercancía.

Competencia

- Puntualidad

Requeridas:

- Responsabilidad
- Honestidad

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 57: Ficha de Cargo del Responsable de Ventas y Publicidad

Fichas de Cargo	
Ficha: #6	Código de Cargo: 006
Puesto:	Responsable de Ventas y Publicidad
Área:	Ventas y Publicidad
Supervisa a:	Ejecutivo de Ruta
Depende de:	Área Administrativa
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar la publicidad de los productos. • Preparar planes y presupuestos de venta. • Recogida, almacenamiento y análisis de datos para la implementación de mejoras.

-
- Establecer objetivos y crear un plan.
 - Optimizar estrategias de ventas.
 - Apoyo de Prev & Postventa.

Requisitos:

- Lic. En Mercadotecnia, Lic. En Diseño Gráfico
- Récord de policía
- Currículum vitae
- 2 cartas de recomendación
- Certificado de salud
- Fotocopia de Cédula

Experiencia:

- Mínima de cuatro años (03) en:
- Dirección de ventas
- Publicista
- Dirección de administración

Conocimiento:

- Curso de Marketing Digital
- Curso en Ventas y Servicio al Cliente
- Curso de Diseño Grafico

Competencia**Requeridas:**

- Gestión en Negocios, Negociación y comunicación
 - Habilidades Técnicas y Ventas
 - Capacidad de Liderazgo
 - Trabajo en Equipo
-

- Dominio en Atención al Cliente
- Habilidades Digitales
- Puntualidad
- Responsable

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N°58: Ficha de Cargo del Ejecutivo de Ruta

Fichas de Cargo	
Ficha: #7	Código de Cargo: 007
Puesto:	Ejecutivo de Ruta
Área:	Distribución a Supermercados
Supervisa a:	
Depende de:	Responsable de Ventas y Publicidad
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar contratos con clientes preferenciales y pedidos • Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas. • La planificación de actividades y asignación de recursos y tareas. • Monitorización, gestión y control de flota y mercancías durante el desarrollo del trayecto. • Liderar y crear buenas relaciones con los clientes. • Elaboración de facturas de contado. • Autorizar las ventas al detalle y por mayor. • Ofrecer el producto a los clientes. • Presentar promociones a los diferentes consumidores.

-
- Arreglar los productos expuesto a los clientes.
 - Entrega de los productos vendidos.
 - Registrar los productos vendidos diarios.

Requisitos:

- Lic. En Ciencias Económicas y Administrativas.
- Récord de policía
- Currículum vitae
- 2 cartas de recomendación
- Certificado de salud
- Fotocopia de Cédula

Experiencia:

- Mínima de cuatro años (03) en:
 - Ejecutivo de venta
 - Ejecutivo de ruta
 - Impulsador en ventas

Conocimiento:

- Curso en ventas y Servicio al Cliente

Competencia

- Gestión en Negocios, Negociación y comunicación

Requeridas:

- Habilidades Técnicas y Ventas
- Dominio en Atención al Cliente
- Responsable, puntualidad y honestidad

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

4.4. Actividades y Gastos Preliminares

Las actividades y gastos preliminares se refieren, a las erogaciones para poner el negocio en marcha:

- A los gastos de legalización del negocio
- A las licencias especiales

Tabla N°59: Licencias Especiales para Quesería el Cabrito

No.	Licencias Especiales	Total
1	Registro sanitario para alimento	50.00
2	Dos muestras de 500 gramos	600.00
3	Pago de aranceles por análisis	500.00
4	Dos ejemplos de etiquetas	12.00
5	Licencia Higiénica	2,500.00
6	Registro de Marca en el MIFIC	7,000.00
		10,662.00

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 60: Gastos de Legalización para Quesería el Cabrito

No.	Gastos de Legalización	Total
1	Visita Alcaldía	173.60
2	Solicitud de Matricula	473.60
3	Retiro de Matricula	86.80
4	Visita a la DGI	43.40
5	Compra de libros contables	143.40
6	Llenado de registro patronal	93.40
7	Solicitud de inscripción número RUT	432.70
		1446.90

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

4.5. Equipo de Oficina

El equipo de oficina es de vital importancia para la presentación de nuestro producto, el local del emprendimiento debe de estar acondicionado para proporcionar a los trabajadores un buen ambiente de trabajo, que está organizado para cumplir con un objetivo determinado. Cada integrante del equipo tiene distintas formas y presentar diversas características de acuerdo a su función, satisfaciendo cierta necesidad, con el fin de mantener un control.

Todo el mobiliario y equipo, que se adquiere para la oficina puede influenciar en el funcionamiento de la empresa, debido a que garantiza orden de los recursos y correcta activación de documentos de soporte, tanto de manera digital como física. Lo primero a considerar es que, el mobiliario debe ser elegido de acuerdo con las necesidades y funciones de los trabajadores que lo ocuparán, tomando en cuenta su utilidad para no tener ni más ni menos de lo que requerimos esencialmente.

Tabla N°61: Depreciación del Mobiliario y Equipo de Computo

No.	Descripción del Activo	Cant	Costo de Adquisición	Total	Valor Residual	Valor Depreciable	Años de vida Útil	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Mobiliarios									
1	Mesa de madera	1	2,000.00	2,000.00	200.00	1,800.00	8	225.00	18.75
2	Estante de madera grande	1	850.00	850.00	85.00	765.00	8	95.63	7.97
3	Silla de Escritorio	2	1,650.00	3,300.00	330.00	2,970.00	5	594.00	49.50
4	Silla Tapizada	1	750.00	750.00	75.00	675.00	5	135.00	11.25
5	Escritorio de Madera	2	950.00	1,900.00	190.00	1,710.00	5	342.00	28.50
6	Archivador de Metal	1	2,500.00	2,500.00	250.00	2,250.00	5	450.00	37.50
7	Oasis Goluss	1	3,000.00	3,000.00	300.00	2,700.00	5	540.00	45.00
Equipo de computo									

8	Impresora	1	6,500.00	6,500.00	650.00	5,850.00	2	2,925.00	243.75
9	Computadora Portátil	2	8,000.00	16,000.00	1,600.00	14,400.00	2	7,200.00	600.00
Total de inversión fija				86,205.00	13,561.00	122,049.00		21,095.78	1,757.98

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

A continuación, se detalla el equipo de oficina con el cual contará el emprendimiento **Quesería El Cabrito** para iniciar sus operaciones.

Tabla N° 62: Equipo de Oficina, Teléfono

Proveedor	La Curacao	Dirección: Costado sur, parroquia Santiago, Jinotepe	
Equipo	Teléfono	Código de inventario	01
Marca	Radioshack	Material	Plástico
Costo	C\$ 600	Foto del Equipo	
Descripción	Teléfono alámbrico básico color negro		



Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N°63: Equipo de Oficina, Estante de madera

Proveedor	Mueblería El Chele	Dirección: km 50 Carretera Catarina- Masatepe	
Equipo	Estante de madera	Código de inventario	02
Marca	..	Material	Pino
Costo	C\$ 850	Foto del Equipo	
Descripción	166 Cm de ancho, 205 cm de alto y 159 cm de distancia de las tablas		

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 64: Equipo de Oficina, Silla de Escritorio

Proveedor	OK- SIONES	Dirección: Gallo más Gallo 1 ½ C, al norte Jinotepe- Carazo	
Equipo	Silla de escritorio	Código de inventario	03
Marca	Commodity	Material	Metal forrado
Costo	C\$ 1,650	Foto del Equipo	
Descripción	Silla de oficina color negro		

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N°65: Equipo de Oficina, Silla Tapizada

Proveedor	OK- SIONES	Dirección: Gallo más Gallo 1 ½ C, al norte Jinotepe- Carazo	
Equipo	Silla Tapizada	Código de inventario	04
Marca	Berling	Material	Metal y tela
Costo	C\$ 750	Foto del Equipo	
Descripción	Silla tapizada, sin brazos cómoda, color negro y tiene un tamaño de 20.6 x 21.65 x31.10 cm		

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 66: Equipo de Oficina, Papelera

Proveedor	La Curacao	Dirección: Costado sur, parroquia Santiago, Jinotepe	
Equipo	Papelera	Código de inventario	05
Marca	Ausimo	Material	Metal
Costo	C\$ 105	Foto del Equipo	
Descripción	Papelera metálica de malla, 23.5 cm x 18.5 cm x 26 cm Color negro, y modelo LT001		

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N°67: Equipo de Oficina, Dispensador de Alcohol en Gel

Proveedor	La Curacao	Dirección: Costado sur, parroquia Santiago, Jinotepe	
Equipo	Dispensador de Alcohol en Gel	Código de inventario	06
Marca	..	Material	Plástico
Costo	C\$ 205	Foto del Equipo	
Descripción	Dispensador de alcohol en gel manual, 550 ml. Color blanco y gris		

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N°68: Equipo de Oficina, Escritorio de Madera

Proveedor	Mueblería El Chele	Dirección: km 50 Carretera Catarina- Masatepe	
Equipo	Escritorio de madera	Código de inventario	07
Marca	..	Material	Pino
Costo	C\$ 950	Foto del Equipo	
Descripción	Dos depósitos, color café		

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 69: Equipo de Oficina, Impresora

Proveedor	La Curacao	Dirección: Costado sur, parroquia Santiago, Jinotepe	
Equipo	Impresora	Código de inventario	08
Marca	EPSON	Material	
Costo	C\$ 6,500	Foto del Equipo	
Descripción	Impresora inalámbrica, copia y escanea, color negro. Color de impresión: velocidad blanco y negro 10,5		

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 70: Equipo de Oficina, Archivador de Metal

Proveedor	OK- SIONES	Dirección: Gallo más Gallo 1 ½ C, al norte Jinotepe- Carazo	
Equipo	Archivador de metal	Código de inventario	09
Marca	Edit.	Material	Chapa de acero laminado de 0.7 mm
Costo	C\$ 2,500	Foto del Equipo	
Descripción	Archivador de metal de 4 gavetas, se ocupará para almacenar documentos en el área administrativa. Altura: 132 cm, Anchura: 40 cm y Peso: 27 kg		

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 71: Equipo de Cómputo, Computadora

Proveedor	Compustart	Dirección: Gallo más Gallo 1 ½ C, al norte Jinotepe-Carazo	
Equipo	Computadora portátil	Código de inventario	10
Marca	Hp Notebook	Material	
Costo	C\$ 8,000	Foto del Equipo	
Descripción	Color gris		

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N°72: Equipo de Oficina, Oasis

Proveedor	La Curacao	Dirección: Costado sur, parroquia Santiago, Jinotepe	
Equipo	Oasis	Código de inventario	11
Marca	GPLUSS	Material	Plástico
Costo	C\$ 3,000	Foto del Equipo	
Descripción	Color Negro y se utiliza de manera manual.		

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N°73: Equipo de Oficina, Engrapadora

Proveedor	Librería Santiago	Dirección: BDF 25 vrs al norte, Jinotepe - Carazo	
Equipo	Engrapadora	Código de inventario	de 12
Marca	Eagle	Material	Plástico
Costo	C\$ 65	Foto del Equipo	
Descripción	Color Negro		

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N°74: Equipo de Oficina, Quita Grapas

Proveedor	Librería Santiago	Dirección: BDF 25 vrs al norte, Jinotepe – Carazo	
Equipo	Quita grapas	Código de inventario	12
Marca	Eagle	Material	Plástico
Costo	C\$ 35	Foto del Equipo	
Descripción	Removedor de grapas, agarre extra ancho, mandíbulas de acero y Color Negro.		

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

4.6. Gastos Operativos

Los gastos operativos son los costos en los cuales incurre una organización y que soportan sus operaciones diarias. Los gastos operativos tienen una importancia suprema dentro de la compañía, por cuanto mantienen el negocio en funcionamiento, y su correcta gestión es esencial para garantizar el crecimiento sostenible

Los gastos de operación del negocio, se establecieron en los siguientes y se describen en la **tabla N° 75**.

Tabla N°75: Gastos Operativos: Gastos de Ventas + Gastos Administrativos

Descripción	Importe
Salarios	C\$ 17,500.00
Vacaciones	1458.33
Treceavo mes	1458.33
Indemnización	1458.33
Inss Patronal	3,762.50
Luz 25%	787.96
Agua 25%	294
Depreciación	1042.22
Amortización	1233.64
Publicidad y Propaganda	360
Transporte	2,000.00
Caja plástica grande	3,000.00
Limpieza 50%	645
Papelería y útiles	1,043.00
Teléfono e internet	1,600.00
Matricula municipal	1,446.90
Impuesto municipal - Cuota fija	937.5
Impuesto DGI - Cuota Fija	937.5
Total	C\$ 40,965.21

Fuente: Equipo de Trabajo, Estos gastos se distribuyen en gastos de venta y gastos de administración, a como puede verse en las tablas N° 46 y 47 del plan financiero y anexo n°8.

5. Plan Financiero

El plan Financiero es la parte más importante, pues en él se determina toda información desarrollada y cuantificada en unidades monetarias de cada uno de los planes de actuación, que corresponde a cada una de las áreas funcionales de la empresa.

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

5.1. Inversión y Fuente de Financiamiento

5.1.1. Activos Fijos

Se entiende por activo tangible a los bienes de propiedad de la empresa, como maquinaria, equipos, mobiliarios. Se le llama fijo por que la empresa no puede depreciarse fácilmente de él sin que ello ocasione un problema a sus actividades productivas (Gabriel Baca Urbina, 2010, pág. 175)

Se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor de un año y su finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades, para la realización de este plan fue necesario cotizar los diferentes costos de cada Mobiliario, Equipo y Maquinaria, que resultara más factible, para el desarrollo del negocio. En la tabla N°73 se presenta la inversión fija cuyo monto total es de **C\$ 86,205.00**.

Tabla N° 76: Detalle de la Inversión Fija

No.	Descripción del activo	Costo de adquisición	Total	Valor residual	Valor depreciable	Años de vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
Maquinaria de producción								
1	Cocina industrial	7,000.00	7,000.00	700	6,300.00	5	1,260.00	105
2	Perol de aluminio	1,500.00	4,500.00	450	4,050.00	8	506.25	42.19
3	Termómetro digital	1,000.00	1,000.00	100	900	5	180	15
4	Mesa de acero	11,390.00	11,390.00	1,139.00	10,251.00	5	2,050.20	170.85
5	Freezer	16,415.00	16,415.00	1,641.50	14,773.50	5	2,954.70	246.23
6	Empacadora al vacío	2,500.00	2,500.00	250	2,250.00	5	450	37.5
7	Balanza electrónica	600	600	60	540	5	108	9
8	Moldes de madera de 30 lb	1,000.00	6,000.00	600	5,400.00	5	1,080.00	90

		49,405.00	4940.5	44,464.50				
Mobiliarios								
10	Mesa de madera	2,000.00	2,000.00	200	1,800.00	8	225	18.75
11	Estante de madera grande	850	850	85	765	8	95.63	7.97
12	Silla de escritorio	1,650.00	3,300.00	330	2,970.00	5	594	49.5
13	Silla tapizada	750	750	75	675	5	135	11.25
14	Escritorio de madera	950	1,900.00	190	1,710.00	5	342	28.5
15	Archivador de metal	2,500.00	2,500.00	250	2,250.00	5	450	37.5
18	Oasis Goluss	3,000.00	3,000.00	300	2,700.00	5	540	45
Equipo de computo								
19	Impresora	6,500.00	6,500.00	650	5,850.00	2	2,925.00	243.75
20	Computadora portátil	8,000.00	16,000.00	1,600.00	14,400.00	2	7,200.00	600
Total de Inversión Fija		86,205.00	13,561.00	122,049.00			21,095.78	1,757.98

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

5.1.2. Activos Intangibles

Los activos intangibles al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, y que influyen: patentes de inversión, marcas, diseños comerciales o industriales, entre otros. Estudios que tiendan a mejorar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa (Gabriel Baca Urbina, 2010, pág. 175).

Los activos intangibles de Quesería el Cabrito son aquellos que no tienen naturaleza física, es decir, no se pueden ver ni tocar y tienen el carácter de ser un activo no monetario, el objetivo de estos son propiciar el ambiente para que la empresa ponga en marcha sus operaciones de manera efectiva. En ellos se listan los gastos de organización, que incluyen los aspectos legales, licencias para la apertura del negocio, así también como los gastos de instalación y la publicidad al inicio de operaciones.

Tabla N° 77: Inversión Diferida

No.	Descripción del gasto	Importe	Años de Amort	Amort anual	Amort mensual
1	Investigación y desarrollo	4,140.00	3	1,380.00	115
2	Gastos de Organización	1,446.90	3	482.3	40.19
3	Licencias	10,662.00	3	3,554.00	296.17
4	Publicidad y propaganda	12,220.00	3	4,073.33	339.44
5	Gastos de instalación	15,788.00	3	5,262.67	438.56
		44,256.90	3	14,752.30	1,229.36

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

5.1.3. Capital de Trabajo

Desde el punto de vista contable el capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa (Gabriel Baca Urbina, 2010, pág. 177).

El capital de Trabajo se expresa como los fondos necesarios para el inicio de operaciones, hasta que se reciba el ingreso, se presentan estimaciones de costos de materiales, salarios, gastos operativos para el fomento de la actividad económica diaria, provisionando por tres meses la mano de obra y materia prima. Estos recursos deben de estar disponible a corto plazo para hacer funcionar el negocio con un total de **C\$ 537,055.32** que se reflejan en la **tabla N°75**, **tabla N°76**, **tabla N°77** y la **tabla N°78**.

Tabla N°78: Materiales

No.	Descripción del activo	Cant	Costo unitario	Costo Total	Proyección
Materiales directos					
1	Leche	Ltr 5593	45	251,685.00	377,527.50
2	Cuajo Natural	Und 140	16	2,237.20	6,711.60
Materiales Indirectos					
3	Etiqueta	Und 4,194	6	25,164.00	75,492.00
4	Consumo de Gas	Lb 100	20.2	2,020.00	6,060.00
5	Energía Eléctrica	KWH 207	7.6	1,575.94	4,727.81
6	Sal	Lb 9	7	63.15	189.44
7	Bolsa al vacío de polietileno ½	Caja 1,399	2.26	3,161.74	9,485.22
8	Bolsa al vacío de polietileno ¼	Caja 2,795	1.22	3,409.90	10,229.70
Total Materiales necesarios para la Producción				289,316.92	490,423.27

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N°79: Salarios y Seguro Social

No.	Puesto	Salario mensual	Aporte patronal	Total	Proyección a 3 meses
Administración					
1	Administrador	7,000.00	1,505.00	8,505.00	25,515.00
Ventas					
2	Responsable de Ventas y Publicidad	6,000.00	1,290.00	7,290.00	21,870.00
3	Vendedor	4,000.00	860	4,860.00	14,580.00
Producción					
4	Responsable de Producción	6,000.00	1,290.00	7,290.00	21,870.00
5	Encargado de la Elaboración del Producto	5,000.00	1,075.00	6,075.00	18,225.00
6	Empaquetado	5,000.00	1,075.00	6,075.00	18,225.00
Total		33,000.00	7,095.00	40,095.00	120,285.00

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 80: Equipo de Producción

No.	Descripción del activo	Cant	Costo unitario	Costo Total	Proyección a 3 meses
1	Colador de Tela	Und	4	70	280
2	Tinas de Plástico	Und	2	500	1,000.00
3	Cuchillos	Set	1	500	500
4	Botas de Hules	Und	4	391	1,564.00
5	Guantes	Caja	2	100	200
6	Delantal de Cocina	Und	8	100	800
7	Mayas para el Cabello	Paq	2	95	190
8	Mascarillas	Caja	2	100	200
Total				4,734.00	-

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 81: Gastos Administrativos

No.	Descripción del activo	Cant	Costo unitario	Costo Total	Proyección a 3 meses	
1	Papelera	Und	1	105	105	315
2	Lapiceros	Caja	1	55	55	165
3	Agenda	Und	1	260	260	780
4	Facturas	Und	1	23	23	69
5	Engrapadoras	Und	1	65	65	195
6	Quita Grapas	Und	1	35	35	105
7	Tinta para Impresora	Kit	1	500	500	1,500.00
Total				1,043.00	3,129.00	

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 82: Herramientas e Insumos

No.	Descripción del activo	Cant	Costo unitario	Costo Total	Proyección a 3 meses	
1	Dispensador de Jabón	Und	1	205.00	205.00	615.00
2	Escoba	Und	1	45.00	45.00	135.00
3	Trapeador	Und	1	85.00	85.00	255.00
4	Pala	Und	1	45.00	45.00	135.00
5	Jabón Liquido	Litro	1	85.00	85.00	255.00
6	Desinfectante	Galón	1	180.00	180.00	540.00
				Total	645.00	1,935.00

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

5.1.4. Inversión Total

La inversión inicial comprende la Adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o tangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa (Gabriel Baca Urbina, 2010, pág. 175).

La inversión inicial para Quesería El Cabrito inicie sus operaciones requiere una inversión total de C\$ **672,251.22** esta cantidad se refleja en la **tabla N°82** del Plan de Inversión.

Tabla N° 83: Inversión Total

Quesería El Cabrito	
Plan de Inversión	
Descripción	Importe
Inversión Fija (Activos No Corrientes)	
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$ 14,300.00
Maquinaria y equipo de producción	54,139.00
Equipo de computo	22,500.00
Sub total Inversión Fija	C\$ 90,939.00
Inversión Diferida (Gastos pre operativos)	
Gastos Organización	C\$ 1,446.90

Gastos de instalación	15,788.00
Publicidad al inicio de las operaciones	12,220.00
Investigación y desarrollo	4,140.00
Licencias	10,662.00
Sub total Inversión Diferida	C\$ 44,256.90
Capital de Trabajo	
Compra de materia prima directa	C\$ 377,527.50
Compra de materia prima indirecta	31,984.82
Sueldos y Salarios	99,000.00
Seguro Social	21,285.00
Gastos Administrativo	1,043.00
Gastos de Venta	5,570.00
Herramientas e insumos	645.00
Sub total Capital de Trabajo	C\$ 537,055.32
Inversión Total	C\$ 672,251.22

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

5.1.5. Estructura del Financiamiento

El capital es un recurso que permite que una empresa obtener los recursos financieros necesarios para lograr sus objetivos de establecimiento, crecimiento, posicionamiento e integración empresarial.

La inversión total para la operación del proyecto en Quesería el Cabrito es de **C\$ 672,251.22**, la cual se obtendrá de inversiones de los socios, por medio de fuentes internas ahorros y ventas de propiedades que pertenecen a los socios.

Los propietarios son 1 mujer y 2 hombres emprendedores, las cuales aportan el 100% de la inversión inicial, sin necesidad de recurrir a ningún financiamiento por una entidad bancaria.

Tabla N° 84: Estructura de Financiamiento

Quesería El Cabrero		
Estructura de Financiamiento		
Fuente de Financiamiento	Importe	%
Fuentes Internas		
Capital	C\$	100%
Total, de financiamiento interno	C\$	672,251.22
Inversión Total	C\$	672,251.22

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

5.1.6. Estado Situación Financiera

En este apartado se presenta en la **Tabla N°85** el estado de situación financiera, antes del inicio de las operaciones del proyecto, se realiza cada vez que comenzamos un nuevo año para conocer el estado financiero y situación patrimonial de la empresa, con el contenido de los elementos que conforman el plan de inversión.

Tabla N° 85: Estado Situacional Financiera

Quesería El Cabrero		
Estado de Situación Financiera		
Al 01 de Enero del 2023		
Expresado en Córdoba		
<u>Activos</u>		
Corrientes		
Efectivo en Caja y Banco	C\$	537,055.32
Total Activo Corriente	C\$	537,055.32
No Corrientes		
Propiedad, Planta y Equipo	C\$	90,939.00
Otros Activos		44,256.90
Total Activos No Corrientes	C\$	135,195.90
Total Activos	C\$	672,251.22

Patrimonio

Capital	C\$	672,251.22
Total Patrimonio	C\$	672,251.22
<hr/>		
Total Pasivo más capital	C\$	672,251.22

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

5.2. Ingresos, Egresos y Costos

En este apartado, el presupuesto operativo es donde se incluyen los gastos, los costos y los ingresos esperados que va a tener una empresa a lo largo del ejercicio económico.

5.2.1. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio nivel de producción en que los ingresos por ventas son exactamente iguales, a la suma de los costos fijos y variables (Gabriel Baca Urbina, 2010, pág. 179).

Es la técnica útil para estudiar una relación entre los costos fijos, los costos variables, y los ingresos, la utilidad que se le da al cálculo es el punto mínimo de producción al que se tiene que operar para no generar pérdida; este permite que el proyecto sea rentable. **Ver tabla n° 87, Ver anexo N°8 plan Financiero: tabla n°32.**

El punto de equilibrio es un término que sirve para definir el momento en que una empresa cubre sus costos fijos y variables, es decir, cuando los ingresos y los egresos están al mismo nivel.

Para calcular el punto de Equilibrio se utilizó el punto de Equilibrio Ponderado, aplicando las siguientes fórmulas:

Punto de Equilibrio Físico

$$\text{Pto Eq Físico} = \frac{C. T}{P. V. U. \text{ pond} - C. V. U}$$

Punto de Equilibrio Monetario

$$\begin{aligned} \text{Pto Eq Monetario} &= \frac{C.T}{1 - \frac{C.V.U}{P.V.U}} \\ &= \frac{C.T}{P.V.U - C.V.U} * P.V.U \end{aligned}$$

El porcentaje de la participación por el precio de cada presentación.

- Se pondera el canal para realización del punto de equilibrio de Quesería El Cabrito.
- Se ponderaron los precios de venta de los diferentes canales (punto de venta, distribuidor 1- supermercado la colonia y distribuidor 2- supermercado pali).
- Se procedió al cálculo del punto de equilibrio ponderado, el cual está en 3,584.36 libras, información reflejada en la **tabla N°86**.
- En la parte de promedio se procedió al punto de venta, distribuidor 1 y distribuidor 2, tiene diferentes márgenes %.

El punto de equilibrio se calculó para determinar cuántas cantidades en libras deberá de producir Quesería El Cabrito para tener una buena rentabilidad, y así no presentar perdidas y producir las unidades adecuadas que generen ingreso suficiente para mantener el negocio estable.

Se pondero el precio por libra y se hizo la distribución: se presentan de la siguiente manera.

Tabla N° 86: Precio Ponderado de 1 libra de queso Punto de Venta

Ponderación del precio para el punto de equilibrio			
6,795.00	0.5	280.34	140.19
6,793.25	0.5	287.07	143.52
13,588.25	Precio de venta ponderado		283.71

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 87: Precio Ponderado de 1 libra de Queso Distribución 1: Supermercado La Colonia.

Ponderación del precio para el punto de equilibrio			
1,456.00	0.5	260.16	130.11
1,455.25	0.5	269.13	134.53
2,911.25		Precio de venta ponderado	264.64

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 88: Precio Ponderado de 1 Libra de Queso Distribuidor 2: Supermercado Pali.

Ponderación del precio para el punto de equilibrio			
1,456.00	0.5	250.07	125
1,455.25	0.5	260.16	130
2,911.25		Precio de venta ponderado	255.11

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 89: Punto de Equilibrio Ponderado

Quesería El Cabrito		
Punto de equilibrio ponderado		
Venta directa		70%
Venta distribuidor 1		15%
Venta distribuidor 2		15%
Costos fijos		434,585.35
PVU – CD	283.71	198.60
PVU - DIST 1	264.64	39.70
PVU - DIST 2	255.11	38.27
PVU – Ponderado		276.56
CVU		224.28
MG		52.28

PUNTO DE EQUILIBRIO FISICO

8,312.09

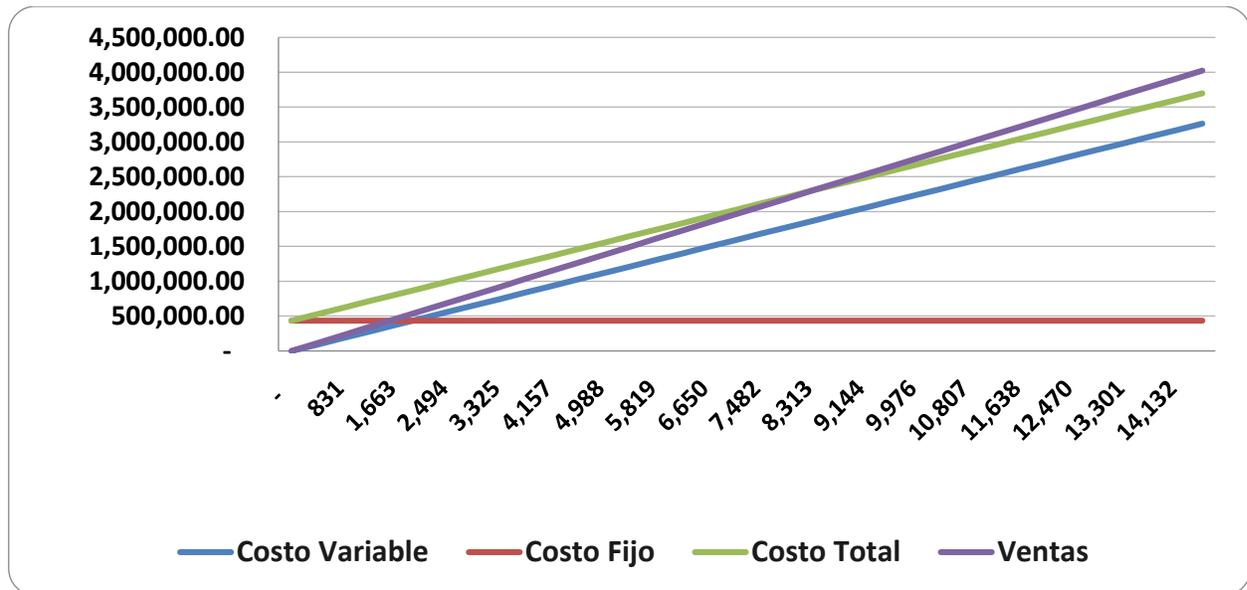
PUNTO DE EQUILIBRIO MONETARIO

2,298,782.35

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

En la ilustración N° 25 se demuestra la intercesión entre la variable de Costo Total se denomina punto de equilibrio muerto, en donde están cubierto los costos y gastos.

Ilustración 25: Grafica del Punto de Equilibrio Ponderado de Quesería el Cabrito



Fuente: Equipo de Trabajo 2022

5.2.2. Presupuesto de Ingreso

El presupuesto de ingreso es la cantidad de dinero asignada por el mantenimiento y crecimiento de una empresa.

Tomando en cuenta el estudio de mercado se consideran las proyecciones de ventas realizadas que generan una ganancia de buen rendimiento para poder cubrir los costos y gastos.

Presupuesto de ventas en unidades físicas

Tabla N° 90: Presupuesto de ventas en unidades físicas

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Venta Directa	40,763	44,543	48,323	133,629
Venta Distribuidor 1 - La Colonia	8,733	9,545	10,355	28,633
Venta Distribuidor 2 - El Pali	8,733	9,545	10,355	28,633
Totales	58,229	63,633	69,033	190,895

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Presupuesto de ventas en unidades monetarias

Tabla N°91: Presupuesto de ventas en unidades monetarias

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Venta Directa	C\$ 3,859,056.00	C\$ 4,320,694.00	C\$ 4,816,216.00	C\$
Venta Distribuidor 1 - La Colonia	768,567.00	852,708.00	952,682.00	
Venta Distribuidor 2 - El Pali	742,365.00	820,890.00	911,261.00	
Totales	C\$ 5,369,988.00	C\$ 5,994,292.00	C\$ 6,680,159.00	

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

5.2.3. Presupuesto de Egresos

Tabla N° 92: Presupuesto de compra de materia prima directa en unidades físicas

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Leche de Cabra	77, 643	84,845	92,045	254,533
Cuajo	1,941	2, 212	2, 301	6,454
Totales	79, 584	87,057	94,346	260,987

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Presupuesto de compras de materia prima directa en unidades monetarias

Tabla N°93: Presupuesto de compras de materia prima directa en unidades monetarias

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Leche de Cabra	C\$3,493,935.00	C\$3,969,600.59	C\$4,477,429.99	C\$11,940,965.58
Cuajo	31,057.20	35,283.26	39,797.22	106,137.68
Totales	3,524,992.20	4,004,883.85	4,516,627.21	12,046,503.26

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Presupuesto de compras de materia prima indirecta en unidades físicas

Tabla N° 94: Presupuesto de compras de materia prima indirecta en unidades físicas.

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Sal	125	137	148	410
Consumo de gas	1,200	1,311	1,423	3934
Etiqueta	2,488	2,950	2,719	8157
Bolsa al vacío polietileno ½	58,229	63,633	68,033	189895
Bolsa al vacío polietileno ¼	14,010	21,212	23,012	58234
Totales	76052	89243	95335	260630

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Presupuesto de compras de materia prima indirecta en unidades monetarias

Tabla N° 95: Presupuesto de compras de materia indirecta en unidades monetarias

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Sal	C\$876.61	C\$997.07	C\$111,989	113862.68
Consumo de gas	24,240	27,534	31,072	82845.77
Etiqueta	349,374	396,955	447,738	1194067.51
Bolsa al vacío polietileno ½	31,663	49,842	56,218	137723.35
Bolsa al vacío polietileno ¼	47,354	53,808	60,692	161854.61
Totales	C\$453,507.51	C\$ 529136.53	C\$707709.88	1690353.92

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

En las siguientes tablas toda la materia prima directa e indirecta comprada será enviada a producción en su totalidad, se realizan las compras según las unidades a producir.

Presupuesto de materia prima directa enviada a producción en unidades físicas

Tabla N° 96: Presupuesto de materia prima directa enviada a producción en unidades físicas

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Leche de Cabra	77,643.00	84,845.00	92,045	254533
Cuajo	1,941	2,121	2,301	6363
Totales	79,584.00	86966	94346	260896

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Presupuesto de materia prima directa enviada a producción en unidades monetarias

Tabla N°97: Presupuesto de materia prima directa enviada a producción en unidades monetarias

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Leche de Cabra	C\$3,493,935.00	C\$ 3,969,600.59	C\$4,477,430	C\$11940965.58
Cuajo	31,057	35,283	39,797	106137.68
Totales	C\$3,524,992.20	C\$ 4004883.85	C\$4517227.21	C\$12047103.26

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Presupuesto de materia prima indirecta enviada a producción en unidades físicas

Tabla N° 98: Presupuesto de materia prima indirecta enviada a producción en unidades físicas.

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Sal	125	137	148	410
Consumo de Gas	1,200	1,311	1,423	3,934
Energía Eléctrica	2,488	2,950	2,719	8,157
Etiqueta	58,229	63,633	69,033	190,895
Bolsas al vacío de ½	14,010	21,212	23,012	58,234
Bolsas al vacío de ¼	38,815	42,421	46,021	127,257
Totales	114,867	131,664	142,356	388,887

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

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

Tabla N° 99: Presupuesto de materia prima indirecta enviada a producción en unidades físicas

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Sal	876.61	997.07	1,119.89	2,993.57
Consumo de Gas	24,240	27,534	37,072	88,845.77
Etiqueta	349,374	396,955	447,738	1,194,067.51
bolsas al vacío de ½	31,663	49,842	56,218	137,723.35
bolsas al vacío de ¼	47,354	53,808	60,692	161,854.61
Totales	453,507.51	529,136.53	602,840.77	1,585,484.81

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Presupuesto de Mano de Obra Directa

Tabla N°100: Presupuesto de mano de obra directa

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
operario 1	C\$ 60,000.00	C\$ 64,200.00	C\$ 68,694.00	C\$192,894.00
operario 2	60,000.00	64,200.00	68,694.00	192,894.00
Totales	C\$ 120,000.00	C\$ 128,400.00	C\$ 137,38.8.00	C\$385,788.00

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación

Tabla N° 101: Presupuesto de costos indirectos de fabricación

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Costos Fijos				
Depreciación de Maq	8,589	8,589	8,589	25,767
Renta de local	72,000	72,000	72,000	216,000
Luz 50%	9,456	9,831	10,221	29,508
Agua 50%	3,528	3,528	3,528	10,584
Sub total Costos Fijos	93,573	93,948	94,338	281,859
Costos Variables				
Materia prima indirecta	453,508	529,137	596,841	1,579,485
Mano de obra indirecta	72,000	77,040	82,433	231,473
Prestaciones sociales	48,000	51,360	54,955	154,315
Aporte patronal	41,280	44,170	47,261	132,711
Sub total Costos Variables	614,788	701,706	781,490	2,097,984
Total Costos	708,360.2805	795,654.292	875,828.693	2,379,843.26

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Resumen del Costo de Producción

Tabla N° 102: Resumen del Costo de Producción

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Materia Prima Directa	C\$ 3,524,992.20	C\$ 4,004,883.85	C\$ 4,517,227	C\$ 12,047,103.26
Mano de Obra Directa	C\$120,000.00	C\$ 128,400	C\$ 137,388	C\$ 385,788.00
CIF	C\$ 708,360	C\$ 795,654.292	C\$ 875,829	C\$ 2,379,843.27
Total	C\$4,353,352.48	C\$4,928,938.144	C\$5,530,443.8	C\$14,812,734.52

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Presupuesto de Gastos de Venta

Tabla 103: Presupuesto de Gastos de Venta

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Salarios	120,000.00	128,400.00	137,388.00	385,788.00
Vacaciones	10,000.00	10,700.00	11,449.00	32,149.00
Treceavo mes	10,000.00	10,700.00	11,449.00	32,149.00
Indemnización	10,000.00	10,700	11,449.00	32,149.00
Inss Patronal	25,800.00	27,606.00	29,538.00	82,944.42
Luz 25%	4,728.00	4,915.00	5,111.00	14,753.8075
Agua 25%	1,764.00	1,764.00	1,764.00	5,292.00
Depreciación	6,253.00	6,253.00	1,191.00	13,697.4375
Amortización	7,376.00	7,376.00	7,376.00	22,128.45
Publicidad y Propaganda	4,320.00	4,492.00	4,670.00	13,481.32071
Transporte	24,000.00	24,953.00	25,943.00	74,896.22616
Caja plástica grande	3,000.00	3,119.00	3,243.00	9,362.02827
Limpieza 50%	1,285.00	1,336.00	1,389.00	4,010.068776
Matricula municipal	1,447.00	10,268.00	9,990.00	21,705.26
Impuesto municipal - Cuota fija	11,250.00	11,250.00	11,250.00	33,750.00
Impuesto DGI - Cuota Fija	11,250.00	11,250.00	11,250.00	33,750.00
Total	252,473.00	275,082.00	284,451.00	812,006.00

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Presupuesto de Gastos de Administración

Tabla N° 104: Presupuesto de gastos de Administración

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Salarios	90000	96300	103,041.00	28,9341
Vacaciones	7,500	8,025	8,587	24,112
Treceavo mes	7,500	8,025	8,587	24,111.75
Indemnización	7,500	8,025	8,587	24,111.75
Inss Patronal	19,350	20,705	22,154	62,208.315
Luz 25%	4,728	4,915	5,111	14,753.8075
Agua 25%	1,764	1,764	1,764	5,292
Depreciación	6,253	6,253	1,191	13,697.4375
Amortización	7,376	7,376	7,376	22,128.45
Papelería y útiles	9,656	10,039	10,438	30,133.2483
Limpieza 50%	1,285	1,336	1,389	4,010.0687
Teléfono e internet	19,200	19,962	20,755	59,916.9809
Total	182,112.0	192,726.00	198,978.00	573,816.5581

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

5.2.4. Presupuesto de Costos

5.2.5. Estructura de Costo

A continuación, se presentan la estructura de costo de cada presentación de ½ libra y ¼ onzas de queso, tanto para nuestro punto de venta, distribuidor 1 y distribuidor 2, tomando en cuenta que los costos son el proceso de identificación de los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto. Se determinó cuánto cuesta producir una presentación de ½ libra y ¼ onza, para ello se pondero el precio de cada uno de ellos. Están reflejados en la **tabla n° 105, 106, 107.**

Tabla N° 105: Estructura de costo de Quesería el Cabrito

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Materia Prima	C\$3,524,992.20	C\$4,004,883.85	C\$4,517,227.20
Mano de Obra Directa	C\$ 120,000.00	C\$128,400.00	C\$137,388.00
Costos Indirectos de Fabricación	C\$ 708,360.28	C\$795,654.29	C\$875,828.69
Totales	C\$ 4,353,352.48	C\$4,928,938.14	C\$5,530,443.89

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 106: Costo Unitario

Costo unitario	Importe
Costo Total Anual	C\$ 4,353,352.48
Cantidad de libras	19,410.75
Costo Total Unitario	C\$224.28

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 107: Venta Directa de Quesería el Cabrito

Venta Directa			
Presentación de 1/2 Libra		Presentación de 1/4 onzas	
Costo Total Anual	C\$ 1,523,950.91	Costo Total Anual	C\$ 1,523,558.43
N° de unidades	13,590.00	N° de unidades	27,173.00
Costo Total Unitario	112.14	Costo Total Unitario	56.07
Margen de Utilidad	25%	Margen de Utilidad	28%
Precio de Venta	140.00	Precio de Venta	72.00

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 108: Distribuidor 1: Supermercado La Colonia

Distribuidor 1: Supermercado La Colonia			
Presentación de 1/2 Libra		Presentación de 1/4 Onza	
Costo Total Anual	C\$ 326,544.89	Costo Total Anual	C\$ 326,376.68
N° de unidades	2,912.00	N° de unidades	5,821.00
Costo Total Unitario	112.14	Costo Total Unitario	56.07
Margen de Utilidad	16%	Margen de Utilidad	20%
Precio de Venta	130.00	Precio de Venta	67.00

Fuente. Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 109: Distribuidor 2: Supermercado Pali

Distribuidor 2: Supermercado Pali			
Presentación de 1/2 Libra		Presentación de 1/4 onza	
Costo Total Anual	C\$ 326,544.89	Costo Total Anual	C\$ 326,376.68
N° de unidades	2,912.00	N° de unidades	5,821.00
Costo Total Unitario	112.14	Costo Total Unitario	56.07
Margen de Utilidad	11.50%	Margen de Utilidad	16%
Precio de Venta	125.00	Precio de Venta	65.00

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

5.3. Presupuesto Financiero

5.3.1. Flujo de Caja

El flujo de caja o flujo de efectivo es un documento que nos permite dejar en claro cómo se moverán los recursos financieros del proyecto, es decir, los ingresos y los egresos, durante su ejecución (Rivera Martínez, Francisco & Chávez Hernández Gisel, 2010).

Se presenta los ingresos y egresos que tendrá en el transcurso de los primeros años dando como resultado el efectivo disponible de la entidad al finalizar cada año, presentando información del movimiento del efectivo durante el tiempo proyectado.

Tabla N° 110: Flujo de Caja de Quesería el Cabrito

Quesería La Cabrita			
Flujo de Caja Proyectado			
Por los periodos 2023, 2024, 2025			
Expresado en Córdoba			
Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Saldo Inicial	C\$ 537,055.32	C\$ 1,224,745.24	C\$ 1,929,828.95
Ingresos			
Venta directa	C\$ 3,859,056.00	C\$ 4,320,694.00	C\$ 4,816,216.00
Venta distribuidor 1 - La Colonia	768,567.00	852,708.00	952,682.00
Venta distribuidor 2 - La Pali	742,365.00	820,890.00	911,261.00
Total Ingresos	C\$ 5,369,988.00	C\$ 5,994,292.00	C\$ 6,680,159.00
Disponibilidad Neta	C\$ 5,907,043.32	C\$ 7,219,037.24	C\$ 8,609,987.95
Egresos			
Compras materiales directos	C\$ 3,524,992.20	C\$ 4,004,883.85	C\$ 4,517,227.20
Compras materiales indirectos	453,507.51	529,136.54	596,840.78
Nomina	373,860.00	400,030.20	428,032.31
Costos Indirectos de fabricación	84,983.62	85,359.00	85,749.29
Gastos de venta	63,043.66	73,346.74	74,610.31
Gastos de administración	36,632.76	38,017.05	39,456.30
Aporte a la seguridad social	114,570.00	122,589.90	131,171.19
Décimo tercer mes	30,708.33	35,845.00	38,354.15
Total Egresos	C\$ 4,682,298.08	C\$ 5,289,208.29	C\$ 5,911,441.54
Disponibilidad Efectiva	C\$ 1,224,745.24	C\$ 1,929,828.95	C\$ 2,698,546.41

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

5.3.2. Estado de Resultado Proyectado

En el estado de resultado proyectado se mide el desempeño operativo de la microempresa Quesería el Cabrito en un periodo de tres años, se evaluó la rentabilidad de esta. En la **tabla N°111** se describe los ingresos.

Tabla 111: Estado de Resultado Proyectado de Quesería el Cabrito

Quesería El Cabrito			
Estado de Resultado Proyectado			
Por los periodos 2023, 2024, 2025			
Expresado en Córdoba			
Cuentas	2023	2024	2025
	C\$	C\$	C\$
Ventas Totales	5,369,988.00	5,994,292.00	6,680,159.00
Costos de Venta	4,353,352.48	4,928,938.14	5,530,443.90
Utilidad Bruta	1,016,635.52	1,065,353.86	1,149,715.10
<u>Gastos de Operación</u>			
	C\$	C\$	C\$
Gastos de Venta	252,473.12	275,082.21	284,450.69
Gastos de Administración	182,112.22	192,726.01	198,978.32
Total gastos operativos	434,585.35	467,808.22	483,429.01
	C\$	C\$	C\$
Utilidad del Ejercicio	582,050.17	597,545.64	666,286.09

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

5.3.3. Estado de Situación Financiera

El Estado de situación financiera se presenta en la **tabla N°110** los recursos con los que cuenta la entidad y la obligación de esta, se presenta el estado de situación financiera de la microempresa en el periodo de los tres años, permitiendo ver los problemas que pueden surgir.

Tabla N° 112: Estado de Situación Financiera de Quesería el Cabrito

Quesería El Cabrito			
Estado de Situación Financiera Proyectado			
Por los periodos terminados en 2023, 2024, 2025			
Expresado en Córdoba			
Cuentas	2023	2024	2025
<u>Activos</u>			
Corrientes			
Efectivo en Caja y Banco	C\$ 1,224,745.24	C\$ 1,929,828.95	C\$ 2,698,546.41
Sub total Activo Corriente	C\$ 1,224,745.24	C\$ 1,929,828.95	C\$ 2,698,546.41
No Corrientes			
Propiedad, Plata y Equipo	C\$ 90,939.00	C\$ 90,939.00	C\$ 90,939.00
Depreciación Acumulada	- 21,095.78	- 42,191.55	- 53,162.33
Otros Activos	44,256.90	44,256.90	44,256.90
Amortización Acumulada	- 14,752.30	- 29,504.60	- 44,256.90
Sub total Activos No Corrientes	C\$ 99,347.83	C\$ 63,499.75	C\$ 37,776.68
Total Activos	C\$ 1,324,093.06	C\$ 1,993,328.70	C\$ 2,736,323.09
<u>Pasivos</u>			
Corrientes			
Gastos Acumulados por pagar	C\$ 69,791.67	C\$ 141,481.67	C\$ 218,189.97
Total Pasivos	C\$ 69,791.67	C\$ 141,481.67	C\$ 218,189.97
<u>Patrimonio</u>			
Capital	C\$ 672,251.22	C\$ 672,251.22	C\$ 672,251.22
Resultados Acumulados	-	582,050.17	1,179,595.81
Resultado del Ejercicio	582,050.17	597,545.64	666,286.09
Total Patrimonio	C\$ 1,254,301.40	C\$ 1,851,847.03	C\$ 2,518,133.12
Total Pasivo más capital	C\$ 1,324,093.06	C\$ 1,993,328.70	C\$ 2,736,323.09

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

5.4. Evaluación Financiera

Para este punto, se identifica, valora y comparan entre sí los costos y los beneficios asociado a determinadas alternativas del proyecto, con la finalidad de apoyar la toma de decisiones de inversión, que permitan crear valor, implica. Describir de forma general los indicadores que se utilizan para la evaluación financiera del proyecto de emprendimiento.

5.4.1. Flujo de Fondo

El flujo de fondo muestra los movimientos de efectivo que presenta Quesería el Cabrito durante un periodo de tres años, este brindara la información sobre la rentabilidad y muestra el cálculo de la disponibilidad que tiene la microempresa para solventar el gasto del periodo correspondiente, también nos facilitan a tener un mejor control de egresos, de esta manera poder mantener la rentabilidad.

Tabla N° 113: Flujo de Fondo de Quesería el Cabrito

Quesería El Cabrito				
Flujo de Fondos				
Por los periodos 2023, 2024, 2025				
Expresado en Córdoba				
Descripción	Inicio	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Ingresos por Ventas		C\$ 5,369,988.00	C\$ 5,994,292.00	C\$ 6,680,159.00
Costos de Producción		4,353,352.48	4,928,938.14	5,530,443.90
Utilidad bruta		C\$ 1,016,635.52	C\$ 1,065,353.86	C\$ 1,149,715.10
Gastos Administrativos		182,112.22	192,726.01	198,978.32
Gastos de Venta		252,473.12	275,082.21	284,450.69
Utilidad del ejercicio		C\$ 582,050.17	C\$ 597,545.64	C\$ 666,286.09
Depreciación		12,506.63	12,506.63	2,381.63
Amortización		14,752.30	14,752.30	14,752.30
Inversión Fija	-C\$ 90,939.00			
Inversión Diferida	- 44,256.90			
Capital de Trabajo	- 537,055.32			
Flujo Neto de Efectivo	-C\$ 672,251.22	C\$ 609,309.10	C\$ 624,804.56	C\$ 683,420.01

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

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.

Tabla N° 114: Valor Actual Neto (VAN) Quesería el Cabrito

Descripción	Inicio	Años		
		2023	2024	2025
Inversión	-C\$ 672,251.22			
Flujos Netos		C\$ 609,309.10	C\$ 624,804.56	C\$ 683,420.01
Valor Actual Neto (VAN)			C\$	2,053,290.29

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

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 de retorno corresponde al abono del tesoro de Nicaragua y valores comerciales, se le denomina el costo de la oportunidad con un 18% el cual se refiere al beneficio obtenido de otra inversión, se utiliza este método porque no se tiene financiamiento externo.

El cálculo de la VAN nos da **C\$ 2,053,290.29**, lo que demuestra que es mayor que la inversión inicial; se obtuvo una TIR del **76.16**; lo cual indica que el retorno de esta inversión es bastante alto, lo que convierte a Quesería el Cabrito es proyecto atractivo para su realización lo que conlleva a deducir y verificar que es una idea rentable y viable.

Tabla N° 115: Tasa Interna de Retorno (TIR) Quesería el Cabrito

Descripción	Inicio	Años		
		2023	2024	2025
Inversión	-C\$ 672,251.22			
Flujos Netos		C\$ 609,309.10	C\$ 624,804.56	C\$ 683,420.01
Tasa Interna de Retorno (TIR)				76.16%

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

5.4.4. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Establece el tiempo que toma que la inversión retorne. Es importante destacar que un proyecto de inversión es aceptado si el tiempo para recuperar la inversión es menor al periodo determinado.

El periodo de recuperación tenemos que la inversión de Quesería EL Cabrito es de 1 año, 1 mes y 6 días aproximadamente.

Tabla N° 116: Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) de Quesería el Cabrito

Periodo	Flujos	Calculo de tiempo	Periodo de recuperación
0	- 672,251.22		
		-	
1	609,309.10	62,942.12	0.100738898
2	624,804.56	561,862.44	1.208866780
3	683,420.01		6.266003386

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

5.4.5. Relación Beneficio-Costo (B/C)

Genera un comparativo de los ingresos y costos a valor actualizado, con la finalidad de obtener un resultado que determine cuánto cuesta la inversión y así tener mejores resultados durante esta. Cabe destacar que se actualizan los ingresos y costos, y después de hacer el cálculo, se espera un rendimiento mayor.

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

Tabla N° 117: Relación Beneficio - Costo (B/C) de Quesería el Cabrito

Descripción		Flujos de Fondos			VPN
Tasa de descuento	18%				
Beneficios		5,369,988.00	5,994,292.00	6,680,159.00	12,921,595.47
	-C\$				
Costos y Gastos	672,251.22	4,760,678.90	5,369,487.44	5,996,738.99	10,868,305.18
				Relación B/C	1.19

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

6. Bibliografía

- Avella, L & Fernández, E. (2013). *Estrategias de Producción*. Madrid: MC Graw-Hill.
- Camps, & xavier. (Lunes 21 de Febrero de 2011). *Embudo de la Innovación*.
- Gabriel Baca Urbina. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill Educación.
- Gonzales, G. R. (2018). *Manual de Design Thinking*. Santa Catarina - saber hacer para competir .
- Gonzales, Guillermo & Rosas Madrigal, & Saraí Ruíz,. (2018). *Manual de Design Thinking*. Brasil: Santa Catarina - saber hacer para competir.
- Kloter, Philip & Armstrong, Gary. (2012). En P. & Kloter, *Fundamentos del Marketing* (pág. 224). Mexico: PEARSON EDUCACION, Decimocuarta edición.
- Kotler, Philp & Arsmtrong, Gary. (2012). *Fundamentos Del Marketing*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.
- Rivera Martínez, Francisco & Chávez Hernández Gisel. (2010). *Administracion de Proyecto* . México : PEARSON EDUCACIÓN .
- Sanz, & Nagore García. (01 de 03 de 2021). *Marketing Digital*. Obtenido de *Strategia Push y Pull en Marketing: Definición y Ejemplos*: <https://www.iebschool.com/blog/estrategia-push-y-pull-en-marketing-marketing-digital/>
- Schumpeter. (2015). *innovacion y emprendimiento*.
- William J. Stanton, & Michael J. Etzel, & Bruce J. Walker. (2007). *Fundamentos de Marketing* . México : Mc Graw- Hill.

7. Anexos

Anexo N° 1. Cronograma de Trabajo

Tabla 1: Cronograma de Trabajo

Cronograma de trabajo	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre			
	semanas				semanas				semanas				semanas			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Generalidades del proyecto																
1.1. Solución																
1.1.1 Método del embudo o funnel de la Innovación																
1.1.2 Método Design Thinking																
1.2. Diseño o Modelo en 3D BOCETO PREVIO																
Tutoría MSc: Mariano Gaitán																
1.3. Oportunidad en el Mercado																
1.4. Propuesta de valor (modelo canvas)																
Tutoría MSc: Mariano Gaitán																
1.4.1 La novedad de mi proyecto desde la base de la Propiedad Intelectual																
1.5. Ciclo del Proyecto																
1.6. Necesidades de recursos publicitarios																
1.7. Resultados esperados																
2. Estudio de Mercado																
2.1 Objetivos																
2.1.1 Objetivo General																
2.1.2 Objetivos específicos																
Tutoría MSc: Mariano Gaitán																
2.2 Análisis de las oportunidades de mercado																
2.2.1 Tipo de mercado																
2.2.2 Caracterización del consumidor potencial																

Anexo N°2: Diseño Mercadológico del estudio de Mercado

2.1. Universo Cualitativo

Mujeres y varones de 18 a 50 años del casco urbano de los barrios san Antonio, San José y San Juan de la ciudad de Jinotepe con disponibilidad de comprar el producto, queso artesanal a base de leche de cabra.

2.2. Universo Cuantitativo

Datos que se obtuvieron del censo, INIDE 2008 y se proyectara al presente año.

Datos de hombres y mujeres de la Ciudad de Jinotepe

Tabla N° 2 Datos de hombres y mujeres de la ciudad de Jinotepe

Sexo	Jinotepe
Hombre	28,836
Mujer	17,902
Total	46,738

Fuente: Inide 2008

Actualización de datos de la población

Tabla N° 3 Actualización de datos de la población

Po	1	Tac	1+Tac	n	(1+Tac) ^n	Pp
46,738	1	0.04	1+0.04	14	(1+0.04)	80,935.09381
			1.04		1.73	

Fuente: Inide 2008

Actualización de datos de los Barrios: San Antonio, San José y San Juan

Tabla N° 4: Actualización de datos de los Barrios

PO	Hombre	Mujer	1	Tac	1+Tac	n	(1+Tac) ^n	Pp. Hombre	Mujer
San Antonio	669	843	1	0.04	1+0.04=1.04	14	(1+0.04) ¹⁴ =1.73	1,158	1,459
San José	946	1,231	1	0.04	1+0.04=1.04	14	(1+0.04) ¹⁴ =1.73	1,638	2,131
San Juan	490	605	1	0.04	1+0.04=1.04	14	(1+0.04) ¹⁴ =1.73	848	1,047

Fuente: Equipo de trabajo 2022

2.3. Marco Muestral

- **Elemento o producto:** Queso artesanal a base de leche de cabra.
- **Unidad de muestreo:** mujeres y hombres entre las edades de 18 a 50 de la ciudad de Jinotepe.
- **Alcance:** Los barrios San Antonio, San José, San Juan.
- **Tiempo:** De Abril hasta el mes de julio del 2022

2.4. Calculo de N

Tabla N° 5 Datos de los barrios de Jinotepe

Barrios	Hombres	Mujeres	Total
San Antonio	1,158	1,459	2,617
San José	1,638	2,131	3,769
San Juan	848	1,047	1,895
Total	3,644	4,637	8,281

Fuente: Equipo de trabajo 2022

Datos

$$n = 367$$

$$N = 8,281$$

$$Z = 1.96 \text{ (95\%)}$$

$$P = 0.5$$

$$E = 0.05 \text{ (5\%)}$$

$$n = \frac{N * P(1 - p)}{N - 1 * \left(\frac{e}{z}\right)^2 + p(1 - p)}$$

$$n = \frac{8,281 * 0.5 (1 - 0.5)}{8,281 - 1 * (0.05 \% 1.96)^2 + (0.5)(1 - 0.5)}$$

$$n = \frac{2,070.25}{8,280 * (0.05 \% 1.96)^2 + 0.25}$$

$$n = \frac{2,070.25}{5.388379842 + 0.25} \quad n = \frac{2,070.25}{5.638379842}$$

$$n = 367$$

$$n = 367$$

2.5. Cálculo de ni Estrato de los Barrios

$$ni = n (ni \% N)$$

San Antonio

$$ni = 367 (1,158 \% 8,281) = 51$$

$$ni = 367 (1,459 \% 8,281) = 65$$

$$ni = 367 (2,617 \% 8,281) = 116$$

San José

$$ni = 367 (1,638 \% 8,281) = 73$$

$$ni = 367 (2,131 \% 8,281) = 94$$

$$ni = 367 (3,769 \% 8,281) = 167$$

San Juan

$$ni = 367 (848 \% 8,281) = 38$$

$$ni = 367 (1,047 \% 8,281) = 46$$

$$ni = 367 (1,895 \% 8,281) = 84$$

2.5.1. Operatividad de la Investigación de Mercado

Tabla N° 6 Prueba de mercado o pilotaje

Estratos por barrios	Ni	Pilotaje p	n representativa: nr
San Antonio			
Hombre	51	7	44
Mujer	65	8	57
	116	15	101
San José			
Hombre	73	4	69
Mujer	94	9	85
	167	13	154
San Juan			
Hombre	38	6	32
Mujer	46	6	40
	84	12	72
Total	367	40	327

Fuente: Equipo de trabajo 2022

nr= 327

2.5.2. Justificación del tipo de estudio.

En el presente trabajo de estudio de mercado se realizó una investigación exploratoria, ya que es primera vez que se hace un estudio de este tipo, con un enfoque de conocer sobre esta oportunidad de negocio, y al mismo tiempo aprovecharla. Así, la presente investigación mostrara cuales son las necesidades de los consumidores, hacia este nicho de mercado, determinar cuál será el canal de comercialización de preferencia; también comprobar el medio de publicidad adecuado para esta idea de negocio y por último estimar un precio accesible al producto, donde se compruebe si el negocio es viablemente comercial.

2.5.3. Fuentes de Información.

Técnica: análisis estadístico, para la proyección del universo se aplica una fórmula y de igual manera, para calcular la muestra. Al obtener los datos del cuestionario se procesa mediante la herramienta de análisis estadístico SPSS.

Método: observación directa al comportamiento de futuros clientes potenciales, como también en el mercado.

2.5.4. Fuente de estudio

Fuentes secundarias: se trata de información ya disponible, elaborada previamente para otros fines distintos del que interesa el decisor.

Como fuente secundaria, el censo poblacional 2008 (INIDE) en donde se conoce datos reales, proyectándolo al año en curso, para la obtención del universo en el cual se hará el cálculo de la muestra. También como fuente de información se utiliza el acceso en libros que contribuyen en el desarrollo de la presente investigación.

Fuentes primarias: se trata de información necesaria no disponible, por lo que es preciso generarla o crearla expresamente. Dentro de las fuentes primarias se utilizan las técnicas de la observación directa al comportamiento de futuros clientes potenciales y la realización de sondeos de mercado como principal fuente para conocer y medir la aceptación del producto.

2.5.5. Hipótesis de Trabajo

El emprendimiento de queso artesanal 100% a base de leche de cabra, tendrá aceptación alta de mercado de conformidad con la demanda insatisfecha, gustos y preferencias de acuerdo al precio establecido que estarán dispuestos los clientes a pagar conforme a nuestro canal de distribución, basado en estrategias mercadológicas tomando en cuenta una proyección de venta en un periodo de 2 años.

Tabla N° 7: Hipótesis de Trabajo

Variables a Cruzar	Valor de significancia Simétrica	E(error)
Consumo - Demanda Tabla Cruzada Frecuencia de consumo de queso *Frecuencia de compra de Queso.	1 casillas (8.3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 4.16.	5%
Consumo - Demanda Tabla Cruzada Frecuencia de consumo de queso *Cantidad de queso que está dispuesto a Compra el mercado potencial.	0 casillas (.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 6.86.	5%
Consumo - Demanda Tabla Cruzada Frecuencia de consumo de queso *Motivo de adquisición del producto del mercado potencial.	3 casillas (25.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2.18.	5%
Consumo - Precio Tabla Cruzada Frecuencia de Consumo de queso *Disposición de pago del queso de cabra del mercado potencial.	2 casillas (16.7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 3.74.	5%
Consumo - Distribución Tabla Cruzada Frecuencia de Consumo de queso *Adquisición del producto queso de cabra.	7 casillas (43.8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .21.	5%
Consumo - Plaza Tabla Cruzada Frecuencia de Consumo de queso *Elección de ubicación del negocio emprendedor.	4 casillas (33.3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1.46.	5%

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Anexo N°3: Plan de operacionalización de variables.

Tabla N° 8 Diseño de instrumentó (cuestionario).

Variables independientes	Variables dependientes	Sub variables dependientes	Indicadores	Pregunta
Demografía	Genero		Masculino Femenino	¿A qué genero pertenece?
	Edad		18 a 25 26 a 36 37 a 50	¿Elija la escala de edad a la que pertenece?
	Estado civil		Soltero (a) Casado (a) Divorciado (a) Viudo (a)	¿Cuál es su estado civil actualmente?
	Ocupación		Ama de casa Estudiante Comerciante Trabajador (otro) Desempleado	¿A qué se dedica?
	Ingresos familiares		C\$ 1,500 a C\$ 3,000 C\$ 3001 a C\$ 5,000 C\$ 5001 a C\$ 8,000 C\$8001 a Más.	¿Cuál es su nivel adquisitivo?
	Número de integrantes de familia		De 2 personas. De 3 Personas. De 4 personas.	¿Cuántas personas conforman su familia?

					De 5 a Más	
		Procedencia			San Antonio San José San Juan	¿A qué barrio pertenece?
Consumo		Demanda	Aceptación		Si No	¿Consume productos lácteos?
					Desinterés. Falta de conocimiento del producto. No consumo este tipo de producto. Por intolerancia a la lactosa	Si su respuesta es no, ¿Por qué?
					Si No	¿Consumiría queso a base de leche de cabra 100% artesanal (degustaciones) ?
			Frecuencia de consumo	Diario 3 veces por semana 2 veces por semana 1 vez por semana	¿con que frecuencia consume queso?	

			Frecuencia de compra	Diario Semanal Quincenal	¿Con que frecuencia Compra este producto?	
			Cantidad de compra	1 libra 1/2 libra 4 onzas	¿Qué cantidad de queso estaría dispuesto a comprar de nuestro producto?	
			Preferencia de compra	Necesidad del producto Accesibilidad al precio Gusto propio	¿Por qué motivo estaría dispuesto a adquirir este tipo de producto?	
	Oferta			Marcas de su preferencia	Cremy Perfecta Parmalat Lala Mercado	¿Cuál es su marca de preferencia para este producto?
				Cantidad de compra	1 libra 1/2 libra 4 onzas	¿Qué cantidad de queso compra al competidor?
				Gusto y preferencia	Calidad Precio Estética Higiene	¿Cuáles son sus gustos y preferencia al momento de adquirir el producto del competidor?

			Atributos del producto	Gusto y sabor Textura Olor Forma del queso Calidad Duración	¿Por cuál de estos atributos se identifica con el producto de su marca de preferencia?
			Empaque	Bolsa plástica Empaque al vacío	¿En qué empaque le ofrecen el producto?
Precio				1 libra C\$ 300 ½ libra C\$ 150 4 onza C\$ 80	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por nuestro producto?
				Si No	¿Está satisfecho con el precio que ofrece el competidor?
	Plaza		Lugar demográfico	Zona central de Jinotepe Mercado municipal Supermercados	¿Dónde le gustaría que estuviera ubicado el negocio emprendedor?
			Gusto y preferencia	Calidad Precio Estética Higiene	¿Cuáles son sus gustos y preferencia al momento de

Comercialización	Producto				adquirir un producto como este?
		Atributos del producto	Gusto y sabor Textura Olor Forma del queso Calidad Duración	¿Por cuál de estos atributos se identifica con este producto?	
		Empaque	Bolsa papel kraft Bolsa plástica Empaque al vacío	¿En qué empaque le gustaría que se comercialice este producto?	
	Marca	Nombre de marca	Leche de cabra Popeye Quesería cabrito Quesería cabralac Lactcheese Otros especifique	¿Cuál de estas opciones le gustaría que se llamase nuestra marca?	
		Logotipo	1 2 3 4	¿Cuál de los siguientes logotipos le gustaría para nuestra marca?	
	Distribución	Modo de adquisición	Ventas online Delivery	¿De qué manera le gustaría que	

				Punto de venta Supermercado s	fuera la adquisición de este producto?
		Promoción		Regalías Descuentos Participación en rifas	¿Qué promociones le gustaría obtener?
		Publicidad	Canales de comunicación	Radios Volantes o afiches mantas publicitarias redes sociales	¿Mediante cuál de estas opciones de publicidad le gustaría enterarse de este producto?
Servicio			Atención al Cliente	Atención personalizada Atención rápida	¿De qué manera le gustaría que fuera la atención de nuestro personal en el local?

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Anexo N°4: Cuestionario



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO

FAREM - Carazo.

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas.

Fecha: _____

Encuesta N° _____

Somos estudiantes del V Año de la Carrera de Mercadotecnia de la universidad FAREM-Carazo. Estamos realizando la siguiente encuesta que tiene como finalidad dar a conocer el nivel de aceptación de un nuevo producto “queso artesanal 100% a base de leche de cabra”. Un emprendimiento que se dedicara a la fabricación y comercialización del producto innovador, con presencia en el municipio de Jinotepe.

Se sabe que la leche de vaca y la de cabra tiene contenido grasos parecidos, la mayor proporción de ácido graso los contiene la leche de vaca y contribuye al sabor ácido al de cabra. Estudios recientes muestran que el queso hecho de cabra contiene más proteínas que el de vaca, y que es muy similar a la leche humana. Es bueno para el riñón, la anemia, y adecuado para quienes padecen de insuficiencia renal crónica, gracias su contenido en potasio, pretendemos que los clientes conozcan los beneficios y aportes que brinda el consumo de leche de cabra.

Le agradecemos de ante manos su colaboración, la información que nos brinde será de mucha importancia para la realización estudios sobre nuestro nuevo producto, rescatando la mano de obra artesanal.

Estaremos haciendo una encuesta con preguntas cerradas.

Instrucciones: Marque con una X la respuesta de su preferencia.

Aspectos Demográficos.

1. ¿A qué género pertenece?

1. Masculino_____ 2. Femenino_____

2. ¿Elija la escala de edad que pertenece?

1. De 18 años a 25 años_____ 2. De 26 años a 36 años _____ 3. De 37 años a 50 años_____

3. ¿Cuál es su estado civil actual mente?

1. Soltero (@) _____ 2. Casado (@) _____ 3. Divorciado (@) _____
4. Viudo (@) _____

4. ¿A qué se dedica?

1. Ama de casa_____ 2. Estudiante_____ 3. Comerciante_____ 4. Trabajador_____
5. Desempleado_____

5. ¿Cuál es su nivel adquisitivo?

1. C\$1,500.00 A C\$3,000.00_____ 2. C\$3,001.00 a C\$ 5,000.00_____
3. C\$5,001.00 a 8,000.00_____ 4. C\$8,001.00 a Más. _____

6. ¿Cuántas personas conforman su familia?

1. De 2 Persona_____ 2. De 3 persona_____ 3. De 4 persona_____
4. De 5 persona_____

7. ¿A qué barrio pertenece?

1. San Juan_____ 2. San Antonio_____ 3. San José_____

Aspectos del consumo - Demanda.

8. ¿Consume productos Lácteos?

1. Sí_____ 2. No_____

9. Si su respuesta es No, ¿Por qué?

1. Desinterés_____ 2. Falta de conocimiento del producto_____
3. No consumo este tipo de producto_____ 4. Por intolerancia a la lactosa_____

10. ¿Consumiría queso a base de leche de cabra 100% artesanal (degustaciones)?

1. Sí_____ 2. No_____

11. ¿Con que frecuencia consume queso?

1. Diario_____ 2. 1 veces por semana_____ 3. 2 veces por semana_____
4. 3 vez por semana

12. ¿Con que frecuencia compra este producto?

1. Diario_____ 2. Semanal_____ 3. Quincenal_____

13. ¿Qué cantidad de queso estaría dispuesto a comprar de nuestro producto?

1. 1 Libra_____ 2. ½ libra_____ 3: 4 Onzas_____

14. ¿Por qué motivo estarías dispuestos a adquirir este tipo de producto?

1. Necesidad del producto_____ 2. Accesibilidad al precio_____ 3. Gusto propio_____

Oferta.

15. ¿Cuál es su marca de preferencia para este producto?

1. Cremy_____ 2. Perfecta_____ 3. Parmalat_____ 4. Lala_____
5. Mercado _____

16 ¿Qué cantidad de queso compra al competidor?

- 1.1 Libra_____ 2. ½ libra_____ 3. 4 Onzas_____

17. ¿Cuáles son sus gustos y preferencia al momento de adquirir el producto del competidor?

1. Calidad_____ 2. Precio_____ 3. Estética_____ 4. Higiene_____

18. ¿Por cuáles de estos atributos se identifica con el producto de su marca de preferencia?

1. Gustos y sabor_____ 2. Textura_____ 3. Olor_____ 4. Forma del queso_____
5. Calidad_____ 6. Duración_____

19. ¿En qué empaque le ofrecen el producto?

1. Bolsa plastica_____ 2. Empaque al Vacío_____

Aspectos de precio.

20. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por nuestro producto?

1. 1 Libra C\$ 300_____ 2. Media Libra C\$ 150_____ 3. 4 Onzas C\$80_____

21. ¿Está satisfecho con el precio que ofrece el competidor?

1. Sí_____ 2. No_____

Aspectos de la comercialización.

Plaza.

22. ¿Dónde le gustaría que estuviera ubicado el negocio emprendedor?

1. Zona Central de Jinotepe_____ 2. Mercado municipal_____ 3. Supermercado_____

Producto.

23. ¿Cuál son sus gustos y preferencia al momento de adquirir un producto como este?

1. Calidad_____ 2. Precio_____ 3. Estética _____ 4. Higiene_____

24. ¿Por cuáles de estos atributos se identifica con este producto?

1. Gustos y sabor_____ 2. Textura_____ 3. Olor_____ 4. Forma del queso_____

5. Calidad_____ 6. Duración_____

25. ¿En qué empaque le gustaría que se comercialice este producto?

1. Bolsa papel Kraft_____ 2. Bolsa plástica_____ 3. Empaque al vacío

Marca.

26. ¿Cuál de estas opciones le gustaría que se llamase nuestra marca?

1. Leche de Cabra Popeye_____ 2. Quesería Cabrito_____ 3. Quesería Cabralac_____

4. Lactcheese_____

27. ¿Cuál de los siguientes logotipos le gustaría para nuestra marca?

1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____

Distribución.

28. ¿De qué manera le gustaría que fuera la adquisición de este producto?

1. Ventas Online_____ 2. Delivery_____ 3. Punto de Venta_____ 4.
Supermercados_____

Promoción.

29. ¿Qué promociones le gustaría obtener?

1. Regalías_____ 2. Descuentos_____ 3. Participación en
rifas_____

Publicidad.

30. ¿Mediante cuál de estas opciones de publicidad le gustaría enterarse de este producto?

1. Radio_____ 2. Volantes o afiches_____ 3. Mantas publicitarias_____
4. Redes sociales_____

Servicio.

31. ¿De qué manera le gustaría que fuera la atención de nuestro personal en local?

1. Atención personalizada_____ 2. Atención rápida_____

Anexo N° 5. Tablas cruzadas de la Hipótesis

Tabla N° 9: Tabla Cruzada: Frecuencia de consumo de queso *Frecuencia de compra de queso

Tabla cruzada Frecuencia de consumo de queso *Frecuencia de compra de queso

			Frecuencia de compra de queso			Total
			Diario	Semanal	Quincenal	
Frecuencia de consumo de queso	Diario	Recuento	122	77	2	201
		% dentro de Frecuencia de compra de queso	94.6%	48.7%	5.0%	61.5%
1 vez por semana	Diario	Recuento	6	22	6	34
		% dentro de Frecuencia de compra de queso	4.7%	13.9%	15.0%	10.4%
2 Veces por semana	Diario	Recuento	0	25	22	47
		% dentro de Frecuencia de compra de queso	0.0%	15.8%	55.0%	14.4%
3 Veces por semana	Diario	Recuento	1	34	10	45
		% dentro de Frecuencia de compra de queso	0.8%	21.5%	25.0%	13.8%
Total	Diario	Recuento	129	158	40	327
		% dentro de Frecuencia de compra de queso	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Tabla N° 10: Prueba de chi-cuadrado de Frecuencia de consumo de queso *frecuencia de compra

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	145.816 ^a	6	.000
Razón de verosimilitud	167.379	6	.000
Asociación lineal por lineal	110.179	1	.000
N de casos válidos	327		

a. 1 casillas (8.3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 4.16.

Tabla N° 11: Medidas Simétrica: Frecuencia de consumo * Frecuencia de compra

Medidas simétricas

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Phi	.668	.000
	V de Cramer	.472	.000
N de casos válidos		327	

Tabla N° 12: Tabla Cruzada: Frecuencia de consumo *Cantidad de queso que está dispuesto a comprar el mercado potencial

Tabla cruzada Frecuencia de consumo de queso *Cantidad de queso que está dispuesto a comprar el mercado potencial

		Cantidad de queso que está dispuesto a comprar el mercado potencial			
		1 Libra	1/2 Libra	4 Onzas	Total
Frecuencia de consumo de queso	Diario	Recuento 43	91	67	201
		% dentro de Cantidad de queso que está dispuesto a comprar el mercado potencial 65.2%	60.7%	60.4%	61.5%
1 vez por semana		Recuento 10	14	10	34
		% dentro de Cantidad de queso que está dispuesto a comprar el mercado potencial 15.2%	9.3%	9.0%	10.4%
2 veces por semana		Recuento 8	21	18	47
		% dentro de Cantidad de queso que está dispuesto a comprar el mercado potencial 12.1%	14.0%	16.2%	14.4%
3 veces por semana		Recuento 5	24	16	45
		% dentro de Cantidad de queso que está dispuesto a comprar el mercado potencial 7.6%	16.0%	14.4%	13.8%
Total		Recuento 66	150	111	327
		% dentro de Cantidad de queso que está dispuesto a comprar el mercado potencial 100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Tabla N° 13: Prueba de chi-cuadrado de Demanda

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4.913 ^a	6	.555
Razón de verosimilitud	5.082	6	.533
Asociación lineal por lineal	1.298	1	.255
N de casos válidos	327		

a. 0 casillas (.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 6.86.

Tabla 14: Medida Simétrica: Demanda

Medidas simétricas

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Phi	.123	.555
	V de Cramer	.087	.555
N de casos válidos		327	

Tabla N° 15: Tabla Cruzada: Frecuencia de consumo de queso*Motivo de adquisición del producto del mercado potencial

Tabla cruzada Frecuencia de consumo de queso *Motivo de adquisición del producto del mercado potencial

			Motivo de adquisición del producto del mercado potencial			Total
			Necesidad del producto	Accesibilidad al precio	Gusto propio	
Frecuencia de consumo de queso	Diario	Recuento	34	8	159	201
		% dentro de Motivo de adquisición del producto del mercado potencial	69.4%	38.1%	61.9%	61.5%
	1 vez por semana	Recuento	4	4	26	34
		% dentro de Motivo de adquisición del producto del mercado potencial	8.2%	19.0%	10.1%	10.4%
2 Veces por semana	por	Recuento	7	8	32	47
		% dentro de Motivo de adquisición del producto del mercado potencial	14.3%	38.1%	12.5%	14.4%
3 Veces por semana	por	Recuento	4	1	40	45
		% dentro de Motivo de adquisición del producto del mercado potencial	8.2%	4.8%	15.6%	13.8%
Total		Recuento	49	21	257	327
		% dentro de Motivo de adquisición del producto del mercado potencial	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Tabla N° 16: Prueba de chi-cuadrado de demanda -

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	15.980 ^a	6	.014
Razón de verosimilitud	14.004	6	.030
Asociación lineal por lineal	.730	1	.393
N de casos válidos	327		

a. 3 casillas (25.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2.18.

Tabla 17: Medidas Simétricas de la Demanda

Medidas simétricas

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Phi	.221	.014
	V de Cramer	.156	.014
N de casos válidos		327	

Tabla N° 18: Tabla Cruzada frecuencia de consumo de queso * Disposición de pago del queso de cabra del mercado potencial

Tabla cruzada Frecuencia de consumo de queso * Disposición de pago del queso de cabra del mercado potencial

		Disposición de pago del queso de cabra del mercado potencial				
			1 Libra C\$ 300	1/2 Libra C\$ 150	4 Onzas C\$ 80	Total
Frecuencia de consumo de queso	Diario	Recuento	26	58	117	201
		% dentro de Disposición de pago del queso de cabra del mercado potencial	72.2%	49.6%	67.2%	61.5%
1 vez por semana		Recuento	3	17	14	34
		% dentro de Disposición de pago del queso de cabra del mercado potencial	8.3%	14.5%	8.0%	10.4%
2 Veces por semana		Recuento	4	18	25	47
		% dentro de Disposición de pago del queso de cabra del mercado potencial	11.1%	15.4%	14.4%	14.4%
3 Veces por semana		Recuento	3	24	18	45
		% dentro de Disposición de pago del queso de cabra del mercado potencial	8.3%	20.5%	10.3%	13.8%
Total		Recuento	36	117	174	327
		% dentro de Disposición de pago del queso de cabra del mercado potencial	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Tabla N°19: Prueba de Chi-cuadrado de Demanda- Precio

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13.781 ^a	6	.032
Razón de verosimilitud	13.561	6	.035
Asociación lineal por lineal	.873	1	.350
N de casos válidos	327		

a. 2 casillas (16.7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 3.74.

Tabla N°20: Medidas Simétrica de Demanda- Precio

Medidas simétricas

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Phi	.205	.032
	V de Cramer	.145	.032
N de casos válidos		327	

Tabla N°21: Tabla Cruzada: Frecuencia de consumo de queso* Adquisición del producto queso de cabra

Tabla cruzada Frecuencia de consumo de queso *Adquisición del producto queso de cabra

		Adquisición del producto queso de cabra				Total	
		Ventas Online	Delivery	Punto de Venta	Supermercados		
Frecuencia de consumo de queso	Diario	Recuento	2	30	161	8	201
		% dentro de Adquisición del producto queso de cabra	100.0%	54.5%	62.4%	66.7%	61.5%
1 vez por semana		Recuento	0	5	27	2	34
		% dentro de Adquisición del producto queso de cabra	0.0%	9.1%	10.5%	16.7%	10.4%
2 Veces por semana		Recuento	0	8	38	1	47
		% dentro de Adquisición del producto queso de cabra	0.0%	14.5%	14.7%	8.3%	14.4%
3 Veces por semana		Recuento	0	12	32	1	45
		% dentro de Adquisición del producto queso de cabra	0.0%	21.8%	12.4%	8.3%	13.8%
Total		Recuento	2	55	258	12	327
		% dentro de Adquisición del producto queso de cabra	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Tabla N° 22: Prueba de Chi-cuadrado de Demanda- Distribución

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5.843 ^a	9	.756
Razón de verosimilitud	6.198	9	.720
Asociación lineal por lineal	1.711	1	.191
N de casos válidos	327		

a. 7 casillas (43.8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .21.

Tabla N° 23: Medidas Simétrica de Demanda-Distribución

Medidas simétricas

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Phi	.134	.756
	V de Cramer	.077	.756
N de casos válidos		327	

Tabla N° 24: Tabla Cruzada Frecuencia de consumo de queso* Elección de Ubicación del negocio

Tabla cruzada Frecuencia de consumo de queso *Elección de ubicación del negocio emprendedor

		Elección de ubicación del negocio emprendedor			Total	
		Zona central de Jinotepe	Mercado municipal	Supermercados		
Frecuencia de consumo de queso	Diario	Recuento	168	24	9	201
		% dentro de Elección de ubicación del negocio emprendedor	63.4%	50.0%	64.3%	61.5%
1 vez por semana	Recuento	23	8	3	34	
	% dentro de Elección de ubicación del negocio emprendedor	8.7%	16.7%	21.4%	10.4%	
2 Veces por semana	Recuento	38	9	0	47	
	% dentro de Elección de ubicación del negocio emprendedor	14.3%	18.8%	0.0%	14.4%	
3 Veces por semana	Recuento	36	7	2	45	
	% dentro de Elección de ubicación del negocio emprendedor	13.6%	14.6%	14.3%	13.8%	
Total	Recuento	265	48	14	327	
	% dentro de Elección de ubicación del negocio emprendedor	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

Tabla 25: Prueba de Chi-cuadrado de Demanda- Plaza

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8.095 ^a	6	.231
Razón de verosimilitud	9.493	6	.148
Asociación lineal por lineal	.136	1	.712
N de casos válidos	327		

a. 4 casillas (33.3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1.46.

Tabla 26: Medidas Simétrica de Demanda- Plaza

Medidas simétricas

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Phi	.157	.231
	V de Cramer	.111	.231
N de casos válidos		327	

Anexo N° 6. Tabla Cruzadas de la Oferta

Tabla N° 27: Tabla Cruzada: Marcas de preferencia del mercado* Disposición de pago del queso de cabra

Tabla cruzada Marcas de preferencia del mercado* Disposición de pago del queso de cabra del mercado potencial

% dentro de Disposición de pago del queso de cabra del mercado potencial

Marcas de preferencia del mercado	Disposición de pago del queso de cabra del mercado potencial	Disposición de pago del queso de cabra del mercado potencial			Total
		1 Libra C\$ 300	1/2 Libra C\$ 150	4 Onzas C\$ 80	
Cremy	Queso artesanal mercado	2.8%			0.3%
		97.2%	100.0%	100.0%	99.7%
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Tabla 28: Pruebas de Chi-cuadrado Oferta- Precio

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8.108 ^a	2	.017
Razón de verosimilitud	4.438	2	.109
Asociación lineal por lineal	4.357	1	.037
N de casos válidos	327		

a. 3 casillas (50.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .11.

Tabla N°29: Tabla Cruzada Disposición de pago del queso de cabra *Marcas de preferencia del mercado

Tabla cruzada Disposición de pago del queso de cabra del mercado potencial* Marcas de preferencia del mercado

% dentro de Marcas de preferencia del mercado

Disposición de pago del queso de cabra del mercado potencial	Marcas de preferencia del mercado	Marcas de preferencia del mercado		Total
		Cremy	Queso artesanal mercado	
1 Libra C\$ 300	1 Libra C\$ 300	100.0%	10.7%	11.0%
	1/2 Libra C\$ 150		35.9%	35.8%
	4 Onzas C\$ 80		53.4%	53.2%
Total		100.0%	100.0%	100.0%

Tabla N° 30. Prueba de chi-cuadrado Precio- Marca

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8.108 ^a	2	.017
Razón de verosimilitud	4.438	2	.109
Asociación lineal por lineal	4.357	1	.037

N de casos válidos	327	
--------------------	-----	--

a. 3 casillas (50.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .11.

Tabla N° 31: Pruebas de chi-cuadrado Precio- Marca

Medidas simétricas

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Phi	.157	.017
	V de Cramer	.157	.017
N de casos válidos		327	

Anexo N°7. Gráficos

Ilustración 1: Perfil del Consumidor

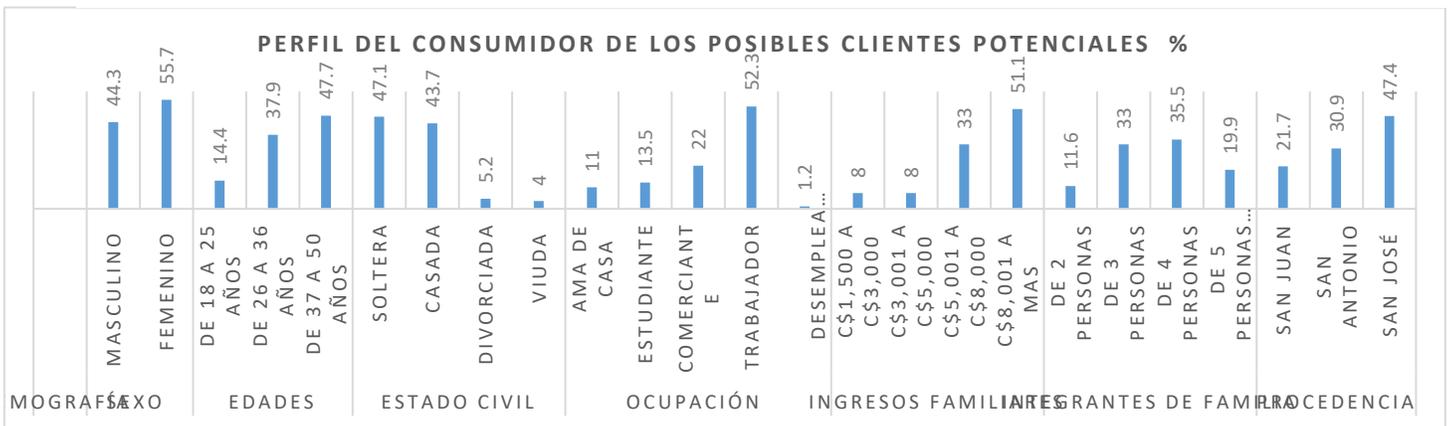


Ilustración 2: Marcas de Preferencia del mercado

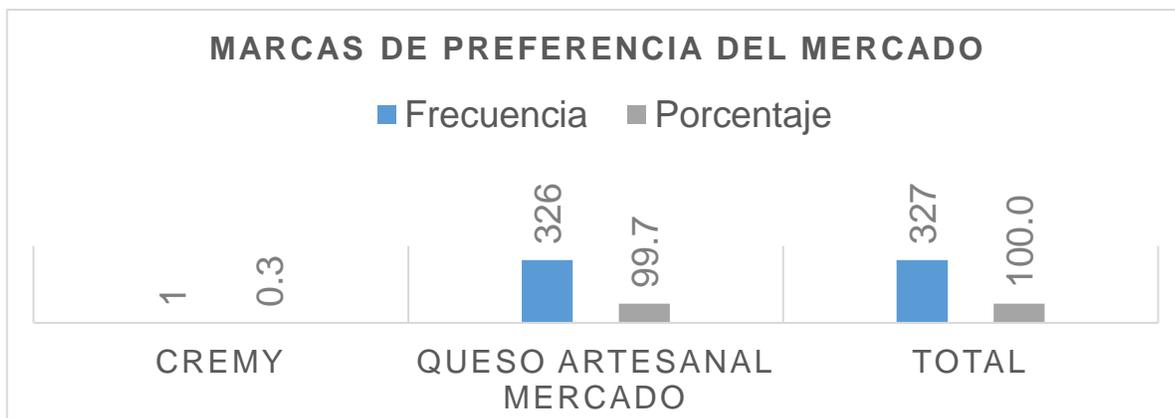


Ilustración 3: Elección del Empaque de Comercialización

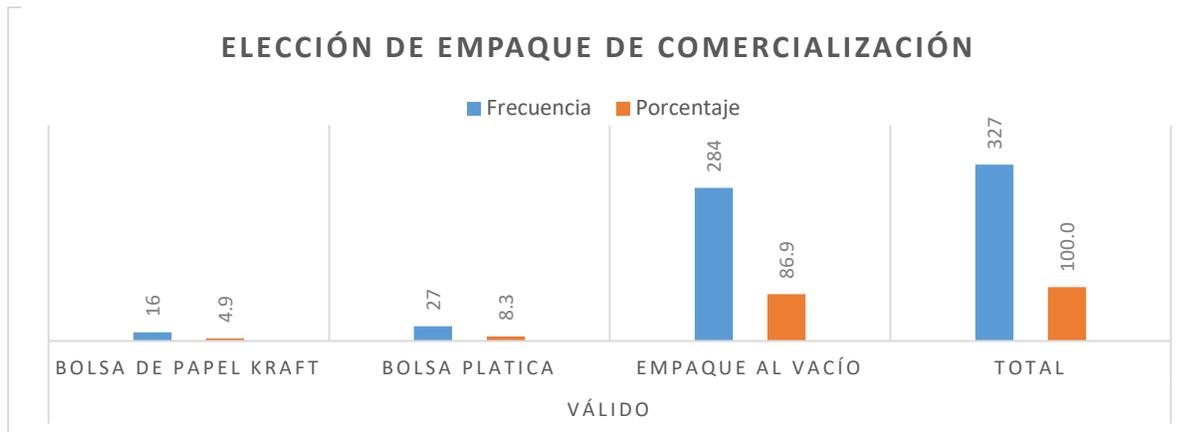


Ilustración 4: Disposición de Pago

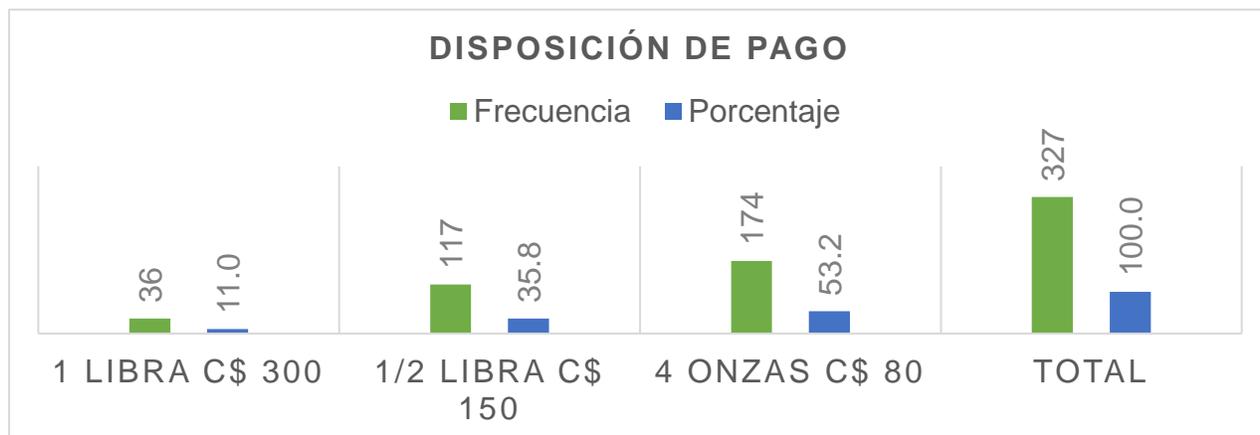


Ilustración 5: Adquisición del Producto

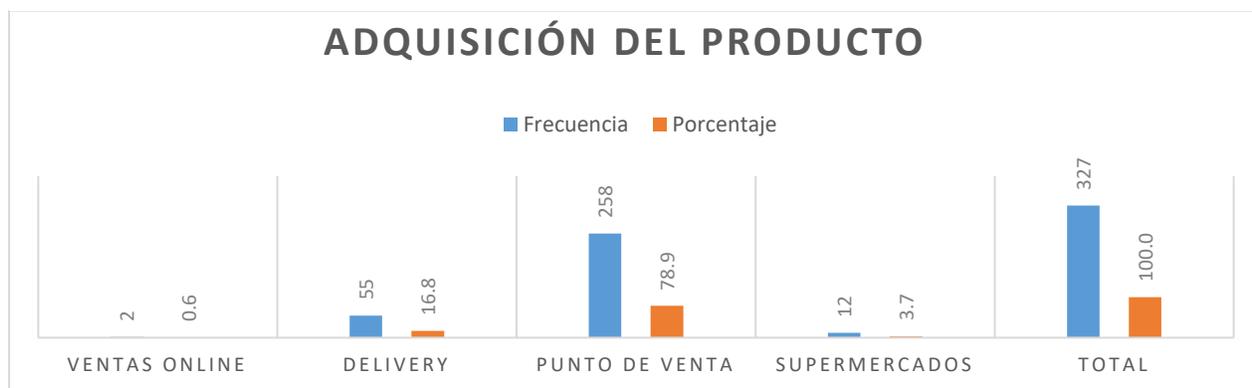
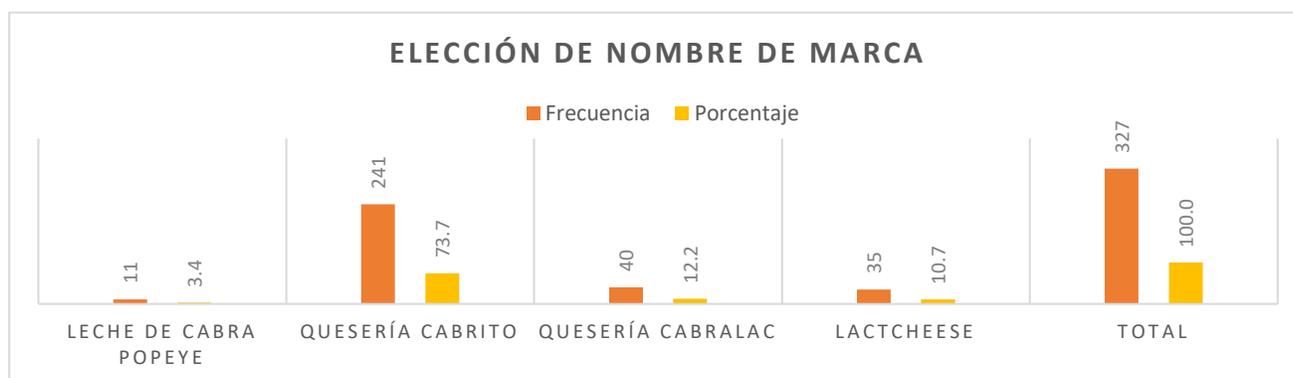


Ilustración 6: Elección de Nombre de Marca



Anexo N° 8. Plan Financiero

Tabla N° 32 Datos del punto de equilibrio gráfico

Datos del punto de equilibrio gráfico				
Unidades físicas	Costo variable	Costo Fijo	Costo Total	Ventas
-	-	434,585.35	434,585.35	-
416	93,209.85	434,585.35	527,795.20	114,939.12
831	186,419.70	434,585.35	621,005.05	229,878.24
1,247	279,629.55	434,585.35	714,214.90	344,817.35
1,662	372,839.40	434,585.35	807,424.75	459,756.47
2,078	466,049.25	434,585.35	900,634.60	574,695.59
2,494	559,259.10	434,585.35	993,844.45	689,634.71
2,909	652,468.95	434,585.35	1,087,054.30	804,573.82
3,325	745,678.80	434,585.35	1,180,264.15	919,512.94
3,740	838,888.65	434,585.35	1,273,474.00	1,034,452.06
4,156	932,098.50	434,585.35	1,366,683.85	1,149,391.18
4,572	1,025,308.35	434,585.35	1,459,893.70	1,264,330.29
4,987	1,118,518.20	434,585.35	1,553,103.55	1,379,269.41
5,403	1,211,728.06	434,585.35	1,646,313.40	1,494,208.53
5,818	1,304,937.91	434,585.35	1,739,523.25	1,609,147.65
6,234	1,398,147.76	434,585.35	1,832,733.10	1,724,086.76
6,650	1,491,357.61	434,585.35	1,925,942.95	1,839,025.88
7,065	1,584,567.46	434,585.35	2,019,152.80	1,953,965.00
7,481	1,677,777.31	434,585.35	2,112,362.65	2,068,904.12
7,896	1,770,987.16	434,585.35	2,205,572.50	2,183,843.24
8,312	1,864,197.01	434,585.35	2,298,782.35	2,298,782.35
8,728	1,957,406.86	434,585.35	2,391,992.20	2,413,721.47
9,143	2,050,616.71	434,585.35	2,485,202.05	2,528,660.59
9,559	2,143,826.56	434,585.35	2,578,411.90	2,643,599.71
9,975	2,237,036.41	434,585.35	2,671,621.75	2,758,538.82
10,390	2,330,246.26	434,585.35	2,764,831.61	2,873,477.94
10,806	2,423,456.11	434,585.35	2,858,041.46	2,988,417.06
11,221	2,516,665.96	434,585.35	2,951,251.31	3,103,356.18
11,637	2,609,875.81	434,585.35	3,044,461.16	3,218,295.29
12,053	2,703,085.66	434,585.35	3,137,671.01	3,333,234.41
12,468	2,796,295.51	434,585.35	3,230,880.86	3,448,173.53

12,884	2,889,505.36	434,585.35	3,324,090.71	3,563,112.65
13,299	2,982,715.21	434,585.35	3,417,300.56	3,678,051.77
13,715	3,075,925.06	434,585.35	3,510,510.41	3,792,990.88
14,131	3,169,134.91	434,585.35	3,603,720.26	3,907,930.00
14,546	3,262,344.76	434,585.35	3,696,930.11	4,022,869.12

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 33 proyecciones de ventas en Unidades Físicas

Quesería El Cabrito													
Cédula N° 1 Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Venta directa													
Media Libra	979	979	979	979	1,088	1,121	1,154	1,189	1,224	1,261	1,299	1,338	13,590
1/4 Libra	1,957	1,957	1,957	1,957	2,176	2,241	2,309	2,377	2,449	2,521	2,597	2,675	27,173
Distribuidor 1 - Colonia													
Media Libra	210	210	210	210	233	240	247	255	262	270	278	287	2,912
1/4 Libra	419	419	419	419	466	480	495	509	525	540	557	573	5,821
Distribuidor 2 - Pali													
Media Libra	210	210	210	210	233	240	247	255	262	270	278	287	2,912
1/4 Libra	419	419	419	419	466	480	495	509	525	540	557	573	5,821
Cant de libras	1398.25	1398.25	1398.25	1398.25	1554.00	1600.75	1648.75	1698.25	1748.75	1800.75	1855.25	1911.25	19,410.75

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 34 Proyecciones de ventas en Unidades Monetarias

Quesería El Cabrito														
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
Venta directa														
Media Libra	140.00	C\$ 137,060.00	C\$ 137,060.00	C\$ 137,060.00	C\$137,060.00	C\$ 152,320.00	C\$156,940.00	C\$161,560.00	C\$166,460.00	C\$171,360.00	C\$176,540.00	C\$181,860.00	C\$ 187,320.00	C\$ 1,902,600.00
1/4 Libra	72.00	140,904.00	140,904.00	140,904.00	140,904.00	156,672.00	161,352.00	166,248.00	171,144.00	176,328.00	181,512.00	186,984.00	192,600.00	1,956,456.00
Distribuidor 1 - Colonia														
Media Libra	130.00	27,300.00	27,300.00	27,300.00	27,300.00	30,290.00	31,200.00	32,110.00	33,150.00	34,060.00	35,100.00	36,140.00	37,310.00	378,560.00
1/4 Libra	67.00	28,073.00	28,073.00	28,073.00	28,073.00	31,222.00	32,160.00	33,165.00	34,103.00	35,175.00	36,180.00	37,319.00	38,391.00	390,007.00
Distribuidor 2 - Pali														
Media Libra	125.00	26,250.00	26,250.00	26,250.00	26,250.00	29,125.00	30,000.00	30,875.00	31,875.00	32,750.00	33,750.00	34,750.00	35,875.00	364,000.00
1/4 Libra	65.00	27,235.00	27,235.00	27,235.00	27,235.00	30,290.00	31,200.00	32,175.00	33,085.00	34,125.00	35,100.00	36,205.00	37,245.00	378,365.00
		C\$ 386,822.00	C\$ 386,822.00	C\$ 386,822.00	C\$386,822.00	C\$ 429,919.00	C\$442,852.00	C\$456,133.00	C\$469,817.00	C\$483,798.00	C\$498,182.00	C\$513,258.00	C\$ 528,741.00	C\$ 5,369,988.00

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 35 Proyecciones de materia prima (Und Física)

Queseria El Cabrero														
Cédula N° 3 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
Leche de Cabra	Litro	840	840	840	840	932	960	988	1,020	1,048	1,080	1,112	1,148	11,648
Cuajo	Unidades	21	21	21	21	23	24	25	26	26	27	28	29	291

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 36 Proyecciones de compra de materia prima directa (Und física)

Queseria El Cabrero															
Cédula N° 4 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	
Leche de Cabra	C\$ 45.00	C\$ 251,685.00	C\$ 251,685.00	C\$ 251,685.00	C\$251,685.00	C\$ 279,720.00	C\$288,135.00	C\$296,775.00	C\$305,685.00	C\$314,775.00	C\$324,135.00	C\$333,945.00	C\$ 344,025.00	C\$ 3,493,935.00	
Cuajo	16.00	2,237.20	2,237.20	2,237.20	2,237.20	2,486.40	2,561.20	2,638.00	2,717.20	2,798.00	2,881.20	2,968.40	3,058.00	31,057.20	
Total		C\$ 253,922.20	C\$ 253,922.20	C\$ 253,922.20	C\$253,922.20	C\$ 282,206.40	C\$290,696.20	C\$299,413.00	C\$ 308,402.20	C\$317,573.00	C\$327,016.20	C\$336,913.40	C\$ 347,083.00	C\$ 3,524,992.20	

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 37 Proyecciones de compra de materiales indirectos (Und Física)

Queseria El Cabrero														
Cédula N° 5 Proyecciones de Compra de Materiales Indirectos (Unidades Físicas)														
Descripción	UND/MED	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Sal	LB	9	9	9	9	10	10	11	11	11	12	12	12	125
Consumo de Gas	LB	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1,200
Energía Eléctrica	KWH	207	207	207	207	207	207	207	207	207	207	207	207	2,488
Etiqueta	UND	4,194	4,194	4,194	4,194	4,662	4,802	4,947	5,094	5,247	5,402	5,566	5,733	58,229
Bolsa al Vacío de polietileno 1/2	UND	1,399	979	979	979	1,088	1,121	1,154	1,189	1,224	1,261	1,299	1,338	14,010
Bolsa al Vacío de polietileno 1/4	UND	2,795	2,795	2,795	2,795	3,108	3,201	3,299	3,395	3,499	3,601	3,711	3,821	38,815

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 38 Proyecciones de compra de materia prima indirecta (Und monetarias)

Cédula N° 6 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
Sal	C\$ 7.00	C\$ 63.15	C\$ 63.15	C\$ 63.15	C\$ 63.15	C\$ 70.18	C\$ 72.29	C\$ 74.46	C\$ 76.70	C\$ 78.98	C\$ 81.32	C\$ 83.79	C\$ 86.31	C\$ 876.61
Consumo de Gas	20.20	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	24,240.00
Etiqueta	6.00	25,164.00	25,164.00	25,164.00	25,164.00	27,972.00	28,812.00	29,682.00	30,564.00	31,482.00	32,412.00	33,396.00	34,398.00	349,374.00
Bolsa al Vacío de polietileno 1/2	2.26	3,161.74	2,212.54	2,212.54	2,212.54	2,458.88	2,533.46	2,608.04	2,687.14	2,766.24	2,849.86	2,935.74	3,023.88	31,662.60
Bolsa al Vacío de polietileno 1/4	1.22	3,409.90	3,409.90	3,409.90	3,409.90	3,791.76	3,905.22	4,024.78	4,141.90	4,268.78	4,393.22	4,527.42	4,661.62	47,354.30
Total		C\$ 33,818.79	C\$ 32,869.59	C\$ 32,869.59	C\$ 32,869.59	C\$ 36,312.82	C\$ 37,342.97	C\$ 38,409.28	C\$ 39,489.74	C\$ 40,616.00	C\$ 41,756.40	C\$ 42,962.95	C\$ 44,189.81	C\$ 453,507.51

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 39 Proyecciones de materia prima directa enviada a producción (Und físicas)

Quesería El Cabrito														
Cédula N° 7 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
Leche de Cabra	LT	5,593	5,593	5,593	5,593	6,216	6,403	6,595	6,793	6,995	7,203	7,421	7,645	77,643
cuajo	UND	140	140	140	140	155	160	165	170	175	180	186	191	1,941

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 40 Proyecciones de materia prima directa enviada a producción (Und monetarias)

Quesería El Cabrito														
Cédula N° 8 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
Leche de Cabra	C\$ 45.00	C\$ 251,685.00	C\$ 251,685.00	C\$ 251,685.00	C\$251,685.00	C\$ 279,720.00	C\$288,135.00	C\$296,775.00	C\$305,685.00	C\$314,775.00	C\$324,135.00	C\$333,945.00	C\$ 344,025.00	C\$ 3,493,935.00
cuajo	16.00	2,237.20	2,237.20	2,237.20	2,237.20	2,486.40	2,561.20	2,638.00	2,717.20	2,798.00	2,881.20	2,968.40	3,058.00	31,057.20
Total		C\$ 253,922.20	C\$ 253,922.20	C\$ 253,922.20	C\$253,922.20	C\$ 282,206.40	C\$290,696.20	C\$299,413.00	C\$308,402.20	C\$317,573.00	C\$327,016.20	C\$336,913.40	C\$ 347,083.00	C\$ 3,524,992.20

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 41 Proyecciones de materia prima indirecta enviada a producción (Und físicas)

Queseria El Cabrito														
Cédula N° 9 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
Sal	LBS	9	9	9	9	10	10	11	11	11	12	12	12	125
Consumo de Gas	LBS	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1,200
Energía Eléctrica	kwh	207	207	207	207	207	207	207	207	207	207	207	207	2,488
Etiqueta	UND	4,194	4,194	4,194	4,194	4,662	4,802	4,947	5,094	5,247	5,402	5,566	5,733	58,229
bolsas al vacío de 1/2	UND	1,399	979	979	979	1,088	1,121	1,154	1,189	1,224	1,261	1,299	1,338	14,010
bolsas al vacío de 1/4	UND	2,795	2,795	2,795	2,795	3,108	3,201	3,299	3,395	3,499	3,601	3,711	3,821	38,815

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 42 Proyecciones de materia prima indirecta enviada a producción (Und monetarias)

Queseria El Cabrito															
Cédula N° 10 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	
Sal	C\$ 7.00	C\$ 63.15	C\$ 63.15	C\$ 63.15	C\$ 63.15	C\$ 70.18	C\$ 72.29	C\$ 74.46	C\$ 76.70	C\$ 78.98	C\$ 81.32	C\$ 83.79	C\$ 86.31	C\$ 876.61	
Consumo de Gas	20.20	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	24,240.00	
Etiqueta	6.00	25,164.00	25,164.00	25,164.00	25,164.00	27,972.00	28,812.00	29,682.00	30,564.00	31,482.00	32,412.00	33,396.00	34,398.00	349,374.00	
bolsas al vacío de 1/2	2.26	3,161.74	2,212.54	2,212.54	2,212.54	2,458.88	2,533.46	2,608.04	2,687.14	2,766.24	2,849.86	2,935.74	3,023.88	31,662.60	
bolsas al vacío de 1/4	1.22	3,409.90	3,409.90	3,409.90	3,409.90	3,791.76	3,905.22	4,024.78	4,141.90	4,268.78	4,393.22	4,527.42	4,661.62	47,354.30	
Total		C\$ 33,818.79	C\$ 32,869.59	C\$ 32,869.59	C\$ 32,869.59	C\$ 36,312.82	C\$ 37,342.97	C\$ 38,409.28	C\$ 39,489.74	C\$ 40,616.00	C\$ 41,756.40	C\$ 42,962.95	C\$ 44,189.81	C\$ 453,507.51	

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 43 Proyecciones de mano de obra directa

Queseria El Cabrito													
Cédula N° 11 Proyecciones de Mano de Obra Directa													
DESCRIPCION	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Operario 1	C\$ 5,000.00	C\$ 60,000.00											
Operario 2	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	60,000.00
Total	C\$ 10,000.00	C\$ 120,000.00											

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 44 Proyecciones de costos indirectos de fabricación

Queseria El Cabrito													
Cédula N° 12 Proyecciones de Costos Indirectos de Fabricación													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Costos Fijos													
Depreciación de maq	C\$ 715.76	C\$ 8,589.15											
Renta de local	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	72,000.00
Luz 50%	787.97	787.97	787.97	787.97	787.97	787.97	787.97	787.97	787.97	787.97	787.97	787.97	9,455.62
Agua 50%	294.00	294.00	294.00	294.00	294.00	294.00	294.00	294.00	294.00	294.00	294.00	294.00	3,528.00
Sub total Costos Fijos	C\$ 7,797.73	C\$ 93,572.77											
Costos Variables													
Materia prima indirecta	C\$ 33,818.79	C\$ 32,869.59	C\$ 32,869.59	C\$ 32,869.59	C\$ 36,312.82	C\$ 37,342.97	C\$ 38,409.28	C\$ 39,489.74	C\$ 40,616.00	C\$ 41,756.40	C\$ 42,962.95	C\$ 44,189.81	C\$ 453,507.51
Mano de obra indirecta	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	72,000.00
Prestaciones sociales	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	48,000.00
Aporte patronal	3,440.00	3,440.00	3,440.00	3,440.00	3,440.00	3,440.00	3,440.00	3,440.00	3,440.00	3,440.00	3,440.00	3,440.00	41,280.00
Sub total Costos Variables	C\$ 47,258.79	C\$ 46,309.59	C\$ 46,309.59	C\$ 46,309.59	C\$ 49,752.82	C\$ 50,782.97	C\$ 51,849.28	C\$ 52,929.74	C\$ 54,056.00	C\$ 55,196.40	C\$ 56,402.95	C\$ 57,629.81	C\$ 614,787.51
Total Costos	C\$ 55,056.52	C\$ 54,107.32	C\$ 54,107.32	C\$ 54,107.32	C\$ 57,550.55	C\$ 58,580.70	C\$ 59,647.01	C\$ 60,727.47	C\$ 61,853.73	C\$ 62,994.13	C\$ 64,200.68	C\$ 65,427.55	C\$ 708,360.28

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 45 Proyecciones de costos de producción mensual

Queseria El Cabrito													
Cédula N° 13 Proyecciones de Costos de Producción Mensual													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Materia Prima Directa	C\$253,922.20	C\$ 253,922.20	C\$ 253,922.20	C\$ 253,922.20	C\$282,206.40	C\$ 290,696.20	C\$299,413.00	C\$308,402.20	C\$317,573.00	C\$327,016.20	C\$336,913.40	C\$347,083.00	C\$ 3,524,992.20
Mano de Obra Directa	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	120,000.00
CIF	55,056.52	54,107.32	54,107.32	54,107.32	57,550.55	58,580.70	59,647.01	60,727.47	61,853.73	62,994.13	64,200.68	65,427.55	708,360.28
Total	C\$318,978.72	C\$ 318,029.52	C\$ 318,029.52	C\$ 318,029.52	C\$349,756.95	C\$ 359,276.90	C\$369,060.01	C\$379,129.67	C\$389,426.73	C\$400,010.33	C\$411,114.08	C\$422,510.55	C\$ 4,353,352.48

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 46 Proyecciones de gastos de ventas

Queseria El Cabrito													
Cédula N° 14 Proyecciones de Gastos de Ventas													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Salarios	C\$ 10,000.00	C\$ 120,000.00											
Vacaciones	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	10,000.00
Treceavo mes	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	10,000.00
Indemnización	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	10,000.00
Inss Patronal	2,150.00	2,150.00	2,150.00	2,150.00	2,150.00	2,150.00	2,150.00	2,150.00	2,150.00	2,150.00	2,150.00	2,150.00	25,800.00
Luz 25%	393.98	393.98	393.98	393.98	393.98	393.98	393.98	393.98	393.98	393.98	393.98	393.98	4,727.76
Agua 25%	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	1,764.00
Depreciación	521.11	521.11	521.11	521.11	521.11	521.11	521.11	521.11	521.11	521.11	521.11	521.11	6,253.31
Amortización	614.68	614.68	614.68	614.68	614.68	614.68	614.68	614.68	614.68	614.68	614.68	614.68	7,376.15
Publicidad y proganda	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	4,320.00
Transporte	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	24,000.00
Caja plastica grande	3,000.00												3,000.00
Limpieza 50%	322.50	87.50	87.50	87.50	87.50	87.50	87.50	87.50	87.50	87.50	87.50	87.50	1,285.00
Matricula municipal	1,446.90												1,446.90
Impuesto municipal -	937.50	937.50	937.50	937.50	937.50	937.50	937.50	937.50	937.50	937.50	937.50	937.50	11,250.00
Impuesto DGI - Cout	937.50	937.50	937.50	937.50	937.50	937.50	937.50	937.50	937.50	937.50	937.50	937.50	11,250.00
Total	C\$ 25,331.17	C\$ 20,649.27	C\$ 252,473.12										

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 47 Proyecciones de gastos de administración

Queseria El Cabrito													
Cédula N° 15 Proyecciones de Gastos de Administración													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Salarios	C\$ 7,500.00	C\$ 90,000.00											
Vacaciones	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	7,500.00
Treceavo mes	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	7,500.00
Indemnización	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	625.00	7,500.00
Inss Patronal	1,612.50	1,612.50	1,612.50	1,612.50	1,612.50	1,612.50	1,612.50	1,612.50	1,612.50	1,612.50	1,612.50	1,612.50	19,350.00
Luz 25%	393.98	393.98	393.98	393.98	393.98	393.98	393.98	393.98	393.98	393.98	393.98	393.98	4,727.76
Agua 25%	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	1,764.00
Depreciación	521.11	521.11	521.11	521.11	521.11	521.11	521.11	521.11	521.11	521.11	521.11	521.11	6,253.31
Amortización	614.68	614.68	614.68	614.68	614.68	614.68	614.68	614.68	614.68	614.68	614.68	614.68	7,376.15
Papelería y utilies	1,043.00	783.00	783.00	783.00	783.00	783.00	783.00	783.00	783.00	783.00	783.00	783.00	9,656.00
Limpieza 50%	322.50	87.50	87.50	87.50	87.50	87.50	87.50	87.50	87.50	87.50	87.50	87.50	1,285.00
Telefono e internet	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	19,200.00
Total	C\$ 15,629.77	C\$ 15,134.77	C\$ 182,112.22										

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 48 Estado resultado proyectado por los periodos 2023, 2024 y 2025 expresado en córdobas

Estado de Resultado Proyectado															
Por los periodos 2023, 2024 y 2025															
Expresado en Córdoba															
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	total	Año 2	Año 3
Ventas	C\$ 386,822.00	C\$ 386,822.00	C\$ 386,822.00	C\$386,822.00	C\$ 429,919.00	C\$442,852.00	C\$456,133.00	C\$469,817.00	C\$483,798.00	C\$498,182.00	C\$513,258.00	C\$ 528,741.00	C\$ 5,369,988.00	C\$5,994,292.00	C\$6,680,159.00
Costo de Ventas	318,978.72	318,029.52	318,029.52	318,029.52	349,756.95	359,276.90	369,060.01	379,129.67	389,426.73	400,010.33	411,114.08	422,510.55	4,353,352.48	4,928,938.14	5,530,443.90
Utilidad Bruta	C\$ 67,843.28	C\$ 68,792.48	C\$ 68,792.48	C\$ 68,792.48	C\$ 80,162.05	C\$ 83,575.10	C\$ 87,072.99	C\$ 90,687.33	C\$ 94,371.27	C\$ 98,171.67	C\$102,143.92	C\$ 106,230.45	C\$ 1,016,635.52	C\$1,065,353.86	C\$1,149,715.10
Gastos Operativos															
Gastos de Venta	C\$ 25,331.17	C\$ 20,649.27	C\$ 252,473.12	C\$ 275,082.21	C\$ 284,450.69										
Gastos de Admnsitración	15,629.77	15,134.77	15,134.77	15,134.77	15,134.77	15,134.77	15,134.77	15,134.77	15,134.77	15,134.77	15,134.77	15,134.77	182,112.22	192,726.01	198,978.32
Total gastos operativos	C\$ 40,960.94	C\$ 35,784.04	C\$ 434,585.35	C\$ 467,808.22	C\$ 483,429.01										
Utilidad del Ejercicio	C\$ 26,882.35	C\$ 33,008.45	C\$ 33,008.45	C\$ 33,008.45	C\$ 44,378.01	C\$ 47,791.06	C\$ 51,288.95	C\$ 54,903.30	C\$ 58,587.24	C\$ 62,387.63	C\$ 66,359.89	C\$ 70,446.42	C\$ 582,050.17	C\$ 597,545.64	C\$ 666,286.09

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 49 Estructura de costos anual

Queseria El Cabrito				
Estructura de Costos Anual				
Producto: Queso de Cabra				
Descripción		Año 1	Año 2	Año 3
Materia Prima Directa				
Leche de cabra	C\$	3,493,935.00	C\$ 3,969,600.59	C\$ 4,477,429.99
Cuajo		31,057.20	C\$ 35,283.26	C\$ 39,797.22
Sub total Materia Prima Directa	C\$	3,524,992.20	C\$ 4,004,883.85	C\$ 4,517,227.20
Mano de Obra Directa				
Operario 1		60,000.00	64,200.00	68,694.00
Operario 2		60,000.00	64,200.00	68,694.00
Sub total MOD Directa	C\$	120,000.00	C\$ 128,400.00	C\$ 137,388.00
Costos Indirectos de Fabricación				
Costos Fijos	C\$	93,572.77	C\$ 93,948.15	C\$ 94,338.44
Costos Variables		614,787.51	701,706.14	781,490.25
Sub total CIF	C\$	708,360.28	C\$ 795,654.29	C\$ 875,828.69
Costo Total Anual	C\$	4,353,352.48	C\$ 4,928,938.14	C\$ 5,530,443.90

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 50 Estado de resultado proyectado por los periodos 2023,2024,2025 expresado en córdobas

Queseria La Cabrita Estado de Resultado Proyectado Por los periodos 2023, 2024, 2025 Expresado en Córdoba			
Cuentas	2023	2024	2025
Ventas Totales	C\$ 5,369,988.00	C\$ 5,994,292.00	C\$ 6,680,159.00
Costos de Venta	4,353,352.48	4,928,938.14	5,530,443.90
Utilidad Bruta	C\$ 1,016,635.52	C\$ 1,065,353.86	C\$ 1,149,715.10
<i>Gastos de Operación</i>			
Gastos de Venta	C\$ 252,473.12	C\$ 275,082.21	C\$ 284,450.69
Gastos de Administración	182,112.22	192,726.01	198,978.32
Total gastos operativos	C\$ 434,585.35	C\$ 467,808.22	C\$ 483,429.01
Utilidad del Ejercicio	C\$ 582,050.17	C\$ 597,545.64	C\$ 666,286.09

Fuente: Equipo de Trabajo 2022

Tabla N° 51 Estado de situación financiera proyecto por los periodos terminados en 2023, 2024 y 2025 expresado en córdobas

Queseria La Cabrita			
Estado de Situación Financiera Proyectado			
Por los periodos terminados en 2023, 2024, 2025			
Expresado en Córdoba			
Cuentas	2023	2024	2025
<u>Activos</u>			
Corrientes			
Efectivo en Caja y Banco	C\$ 1,224,745.24	C\$ 1,929,828.95	C\$ 2,698,546.41
Sub total Activo Corriente	C\$ 1,224,745.24	C\$ 1,929,828.95	C\$ 2,698,546.41
No Corrientes			
Propiedad, Plata y Equipo	C\$ 90,939.00	C\$ 90,939.00	C\$ 90,939.00
Depreciación Acumulada	- 21,095.78	- 42,191.55	- 53,162.33
Otros Activos	44,256.90	44,256.90	44,256.90
Amortización Acumulada	- 14,752.30	- 29,504.60	- 44,256.90
Sub total Activos No Corrien	C\$ 99,347.83	C\$ 63,499.75	C\$ 37,776.68
Total Activos	C\$ 1,324,093.06	C\$ 1,993,328.70	C\$ 2,736,323.09
<u>Pasivos</u>			
Corrientes			
Gastos Acumulados por pagar	C\$ 69,791.67	C\$ 141,481.67	C\$ 218,189.97
Total Pasivos	C\$ 69,791.67	C\$ 141,481.67	C\$ 218,189.97
<u>Patrimonio</u>			
Capital	C\$ 672,251.22	C\$ 672,251.22	C\$ 672,251.22
Resultados Acumulados	-	582,050.17	1,179,595.81
Resultado del Ejercicio	582,050.17	597,545.64	666,286.09
Total Patrimonio	C\$ 1,254,301.40	C\$ 1,851,847.03	C\$ 2,518,133.12
Total Pasivo más capital	C\$ 1,324,093.06	C\$ 1,993,328.70	C\$ 2,736,323.09

Fuente: Equipo de Trabajo 2022