



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDICCIPLINARIA DE CARAZO.

FAREM CARAZO

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas.

2022: “VAMOS POR MAS VICTORIAS EDUCATIVAS”

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

Proyecto de emprendimiento para la constitución de Asesorías y Consultorías Contables – Financieras “C M L & Asociados”, dedicada al sector agrícola, ubicado en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el año 2022.

Autores:

Carné

Br. Cortez Padilla Gessell Verónica

18 – 90472 – 8

Br. Linares Pavón Daniela Cecilia

18 – 90496 – 0

Br. Mendoza López Cristofer

18 – 90463 – 0

Tutores:

Msc. Modesta Carolina Rojas

Lic. Guillermo Bladimir Acevedo Cruz

Jinotepe, diciembre 2022

Carta Aval.



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS



Jinotepe, 30 de noviembre del año 2022

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

Estimado Doctor Arévalo Cuadra:

Por este medio entrego formalmente informe de Proyecto de Graduación, bajo el Tema: Proyecto de emprendimiento para la IV región, presentado por los bachilleres:

No.	Apellidos y Nombres	Carné
1.	Br. Cortez Padilla Gessell Verónica	18 - 90472 - 8
2.	Br. Linares Pavón Daniela Cecilia	18 - 90496 - 0
3.	Br. Mendoza López Cristofer	18 - 90463 - 0

Siendo el subtema: Proyecto de emprendimiento para la constitución de Asesorías y Consultorías Contables – Financieras “C M L & Asociados” dedicada al sector agrícola, ubicado en el municipio de Jinotepe departamento de Carazo, durante el año 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. 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 del país.

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

Sin más que agregar, 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. Modesta Carolina Rojas
Tutor de Proyecto de Graduación

Lic. Guillermo Bladimir Acevedo Cruz
Tutor de Proyecto de Graduación

¡A la libertad por la Universidad!

Dedicatorias

Cristofer Mendoza López

Dedico este trabajo de investigación a Dios Padre eterno, Jesús y María Santísima, por ser mis guías espirituales en todo momento, por darme el don de discernimiento, por todas las bendiciones brindadas y por ser los principales responsables de poder culminar mi carrera ya que sin la vida que me dan a diario no sería posible nada. A mi madre, Carmen López por ser siempre una madre incondicional en los momentos de flaquezas y darme los consejos necesarios y adecuados cuando más los necesito. A mis hermanas, por ser mi alegría en mi vida y ser el motivo de luchar por cualquier propósito. ¡Los amo familia!

Daniela Cecilia Linares Pavón

Dedico este Proyecto de investigación a Dios padre celestial y María Santísima por ser guías y darme la sabiduría y entendimiento durante este arduo camino recorrido para poder culminar con éxitos mi carrera universitaria y que siempre sean mi luz y mis guías en el camino por recorrer. A mis padres, Julio Daniel Linares Álvarez y Cecilia Pavón Pérez, quienes son mis pilares y mi mayor motivación, que, gracias a su apoyo incondicional brindada, podrán sentirse orgullosos de mis logros alcanzados. A mis hermanos, que gracias a sus consejos e impulsarme a cumplir mis metas propuestas. Gracias, infinitas.

Gessell Verónica Cortez Padilla

El presente proyecto de graduación está dedicado primeramente a Dios Padre eterno, quien en su infinita misericordia me ha llenado de sabiduría y conocimiento para poder culminar con éxito mis estudios universitarios; por ser luz de guía y amor en cada paso que he dado hasta el día de hoy con cada uno de sus dones que ha traído a mi vida y sus maravillosas bendiciones. A mis padres Pío Pastor Cortez Cruz y Milagro Romero Padilla; quienes desde el principio me han apoyado en este camino tan arduo de la vida, a quienes hoy día les debo todo lo que soy y todos los valores que me han inculcado para ser una mujer digna de hacerlos sentir orgullosos de mis logros, estuvieron y estarán en cada momento de mi vida deseando lo mejor para mí y se han convertido en un impulso para cada día ser un mejor ser humano no solo para ellos si no para la sociedad en la que hoy día vivimos.

Agradecimientos

A Dios

Por darnos el privilegio de estos 5 años de trayectoria en la universidad, también por regalarnos sabiduría y fuerzas para lograr este gran triunfo de su mano, agradecerle porque los planes y su amor han sido reflejados en cada uno de nosotros de una manera maravillosa. Gracias Dios por darnos la oportunidad de llegar a este momento tan preciado, porque a pesar de las circunstancias siempre está presente en todo momento, estaremos dispuestos al servicio y perseverancia ante cada uno de tus propósitos.

A nuestros padres

Porque son el pilar de nuestras vidas, quienes con su amor infinito dan todo por nosotros para que tengamos una vida y un futuro mejor, agradecemos infinitamente porque ellos nunca dudan de nosotros, día a día se sacrificaron para que contáramos con todos los medios necesarios para que pudiéramos cumplir este gran sueño, gracias padres porque el apoyo incondicional de ustedes estamos logrando esta meta.

A los docentes

Especialmente a nuestros tutores Lic. Guillermo Acevedo y Msc. Modesta Carolina Rojas, a quienes con su ardua labor dieron todo su conocimiento cada día en nuestras aulas de clases sus enseñanzas y amor, gracias por su paciencia y dedicación, también agradecemos a los maestros que nos apoyaron con orientaciones en nuestro proyecto, gracias por su labor y por permitirnos tenerlos enseñándonos el mejor camino para un futuro mejor. Finalmente agradecer a tan prestigiosa universidad por abrirnos las puertas y preparar profesionales para un futuro competitivo y formar personas de bien.

Resumen ejecutivo

El presente proyecto de emprendimiento consiste en la implementación y creación de una empresa de asesorías contables-financieras en el sector agrícola para el departamento de Carazo y va dirigido a agricultores, dueños de fincas y productores, que trabajan de manera informal, esta idea surgió al observar que en el departamento de Carazo no contaban con este tipo de servicio, nuestra promoción será a través de visitas personales para ofrecer nuestros distintos servicios de trabajo; así como la promoción vía medios de internet, es decir ofrecer servicios de contabilidad de la mano con asesorías y capacitaciones que mejoren el manejo administrativo y contable de los negocios agrícolas.

Para lograr conocer la aceptación de este servicio antes mencionado, se realizó un estudio de mercado, aplicando diferentes tipos de herramientas, como lo son las encuestas, que nos indicaron que tipo de servicios necesitan en sus negocios y las debilidades que este presenta. De igual manera se establecieron distintas estrategias comerciales que permitirá que “C M L & ASOCIADOS RL” se posicione en el mercado del departamento como punto de partida.

En el plan de servicio se identificaron los instrumentos necesarios para impulsar lo que es el proceso del servicio se calcularon las cantidades de servicios a ofertar, para poder dar un servicio con alta calidad y teniendo en cuenta diversos procesos estandarizados para lograr mejores resultados y siempre dispuestos a la mejora continua.

En el aspecto organizativo, se recolecto la información y documentos necesarios para la constitución de la empresa, los cuales son requisitos legales y administrativos que debe de cumplir el negocio para iniciar sus operaciones, además de la necesidad de los procedimientos de organización para el buen funcionamiento de” C M L & ASOCIADOS RL.”

La Evaluación financiera que se realizó para llevar a cabo este plan de negocio estima que tendrá una Inversión por un monto de C\$383,857.60 de los cuales estarán compuestos por un 100% del aporte que está constituido por 3 accionistas (patrimonio) para compra de equipos, mobiliario, parte del capital del trabajo, y todo lo que tiene que ver con la apertura de dicho negocio.

Índice.

1. INTRODUCCIÓN	1
2. OBJETIVOS.....	3
2.1. OBJETIVOS GENERAL.....	3
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
3. GENERALIDADES DEL PROYECTO.....	4
3.1. SOLUCIÓN	4
3.1.1. Método de embudo o Funnel de innovación	6
3.1.2. Método Design Thinking.....	8
3.2. OPORTUNIDAD EN EL MERCADO.....	11
3.3. PROPUESTA DE VALOR (MODELO CANVAS)	17
FIGURA 4 MODELO CANVAS.....	20
3.4. CICLO DEL PROYECTO	21
3.5. VISIBILIDAD DEL PROYECTO	23
3.6. RESULTADOS ESPERADOS.	30
4. ESTUDIO DE MERCADO	32
4.1. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO.....	32
4.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	32
4.2.1. Cálculo de la demanda potencial	32
4.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	36
4.3.1. Competencia u Oferta directa o indirecta.....	36
4.3.2. Cálculo de la demanda insatisfecha.....	40
4.4. ANÁLISIS DE PRECIO	41
4.4.1. Comparación del precio del mercado	41
4.4.2. Estructura de precio	45
4.4.3. Precio Unitario.....	48
4.5. ESTRATEGIA COMPETITIVA DE MERCADO (4PS).....	52
4.5.1. Estrategia de Servicio	53

4.5.2.	Estrategia de Precio	56
4.5.3.	Estrategia de distribución	58
4.5.4.	Estrategia de promoción y publicidad	60
4.5.5.	Presupuesto de la estrategia.....	63
4.6.	PROYECCIONES DE VENTAS	64
5.	PLAN DE SERVICIO.....	67
5.1.	EL PROCESO DEL SERVICIO.....	67
5.2.	PROVEEDORES Y CONDICIONES DE COMPRA DE OBJETOS	70
5.3.	CAPITAL FIJO Y VIDA ÚTIL.....	72
5.4.	UBICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA EMPRESA.....	73
5.4.1.	Macro localización:	74
5.4.2.	Micro localización	74
5.4.3.	Distribución física de la empresa.....	76
5.5.	INSUMOS, SU COSTO Y DISPONIBILIDAD.....	77
5.6.	PERSONAL, SU COSTO Y DISPONIBILIDAD.	79
5.7.	COSTOS INDIRECTOS	80
6.	PLAN DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	94
6.1.	MARCO LEGAL (FORMA JURÍDICA)	94
6.2.	ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN	101
6.3.	FICHAS DE CARGO.....	103
6.4.	ACTIVIDADES Y GASTOS PRELIMINARES.....	110
6.5.	EQUIPO DE OFICINA.....	111
6.6.	GASTOS OPERATIVOS	115
7.	PLAN FINANCIERO	118
7.1.	INVERSIÓN Y FUENTE DE FINANCIAMIENTOS	118
7.1.1.	Inversión fija.....	119
7.1.2.	Inversión diferida.....	119
7.1.3.	Capital de trabajo.....	120
7.1.4.	Inversión total	121
7.1.5.	Estructura del Financiamiento	122

7.1.6.	Estado de Situación Financiera inicial.....	122
7.2.	PRESUPUESTOS DE INGRESOS, EGRESOS Y COSTOS	123
7.2.1.	Punto de equilibrio	124
7.2.2.	Presupuesto de ingresos.....	124
7.2.3.	Presupuestos de egreso	125
7.2.4.	Estructura de Costos	129
7.3.	PRESUPUESTO FINANCIERO	129
7.3.1.	Flujo de Caja.....	129
7.3.2.	Estado de Resultados Proyectado	130
7.3.3.	Estado de Situación Financiera Proyectado.....	131
7.4.	EVALUACIÓN FINANCIERA	132
7.4.1.	Flujo de fondos	132
7.4.2.	Valor Actual Neto (VAN)	132
7.4.3.	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	132
7.4.4.	Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	133
7.4.5.	Relación Beneficio-Costo (B/C).....	133
8.	REFERENCIAS	135
9.	ANEXOS.....	140

Índice de Tablas.

TABLA 1. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IDEAS.....	9
TABLA 2 CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO DEL MERCADO	33
TABLA 3 CÁLCULO DE LA DEMANDA.....	36
TABLA 4 CUADRO COMPARATIVO DE LA COMPETENCIA INDIRECTA.....	37
TABLA 5 DEMANDA REAL.....	40
TABLA 6 DEMANDA INSATISFECHA.....	40
TABLA 7 CÁLCULO DE LA DEMANDA.....	41
TABLA 8 DESCRIPCIÓN DE LA COMPETENCIA	42
TABLA 9 COMPARACIÓN DE PRECIO DEL COMPETIDOR	43
TABLA 10 COSTOS VARIABLES	47
TABLA 11 DETALLES DE GASTOS MENSUALES.....	47
TABLA 12 FIJACIÓN DE PRECIO ESTIMADO DE VENTAS.....	52
TABLA 13 DETALLE DEL LOGOTIPO	55
TABLA 14 PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD.....	64
TABLA 15 CÁLCULO DE SERVICIOS PROYECTADOS MENSUALES.....	65
TABLA 16 PROYECCIONES DE VENTAS EN UNIDADES DE SERVICIO	65
TABLA 17 PROYECCIONES DE VENTAS DEL 1ER AÑO	66
TABLA 18 PROVEEDORES Y CONDICIONES DE COMPRA	71
TABLA 19 DEPRECIACIÓN.....	73
TABLA 20 MANO DE OBRA DIRECTA.....	79
TABLA 21 COSTO DEL PERSONAL	80
TABLA 22 MANO DE OBRA INDIRECTA.....	81

TABLA 23 ÚTILES DE OFICINA REQUERIDOS ANUAL	81
TABLA 24 SUMINISTRO DE LIMPIEZA	87
TABLA 25 SUMINISTROS VARIOS	91
TABLA 26 REQUISITOS Y TARIFAS ORGANIZACIONALES	95
TABLA 27 REQUISITOS Y TIEMPO DE REALIZACIÓN	97
TABLA 28 ORGANISMOS QUE RIGEN “CML & ASOCIADOS, RL”	98
TABLA 29 LEYES Y NORMAS QUE RIGEN “CML & ASOCIADOS, RL” DIRIGIDA AL SECTOR AGRÍCOLA.....	99
TABLA 30 GASTOS PRELIMINARES	110
TABLA 31 MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA.....	111
TABLA 32 GASTOS ADMINISTRATIVOS	116
TABLA 33 GASTOS DE VENTAS	117
TABLA 34 GASTOS OPERATIVOS	117
TABLA 35 DETALLE DE INVERSIÓN FIJA.....	119
TABLA 36 DETALLE DE INVERSIÓN DIFERIDA.	120
TABLA 37: DETALLE DE CÁLCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO.	121
TABLA 38 PLAN DE INVERSIÓN	121
TABLA 39 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO.....	122
TABLA 40 BALANCE DE APERTURA	123
TABLA 41 PRESUPUESTO EN CANTIDADES DE SERVICIOS	125
TABLA 42 PRESUPUESTO EN UNIDADES MONETARIAS DE SERVICIO.	125
TABLA 43 PRESUPUESTO DE COMPRA DE MATERIALES E INSUMOS DEL SERVICIO (UNIDADES FÍSICAS).....	126
TABLA 44 PRESUPUESTO DE COMPRAS DE MATERIA PRIMA DIRECTA EN UNIDADES MONETARIAS	126

TABLA 45 PRESUPUESTO DE COSTO DEL SERVICIO.....	127
TABLA 46 PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTA	128
TABLA 47 PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	128
TABLA 48 ESTRUCTURA DE COSTOS	129
TABLA 49 MARGEN DE GANANCIA DE LOS SERVICIOS.	129
TABLA 50 FLUJO DE CAJA.	129
TABLA 51 ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS.	130
TABLA 52 BALANCE GENERAL PROYECTADO	131
TABLA 53 FLUJO DE FONDOS.	132
TABLA 54 RELACIÓN BENEFICIO - COSTO	134

Índice de Figuras.

FIGURA 1 MÉTODO DE EMBUDO.....	6
FIGURA 2 MÉTODO DESIGN.....	8
FIGURA 3 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES.....	14
FIGURA 4 MODELO CANVAS.....	20
FIGURA 5 FASES DE UN PROYECTO	23
FIGURA 6 LOGO	24
FIGURA 7 BANNER.....	25
FIGURA 8 PÓSTER.	26
FIGURA 9 BROCHURS.....	27
FIGURA 10 TARJETA DE PRESENTACIÓN.....	28
FIGURA 11 FACEBOOK.....	28
FIGURA 12 INSTAGRAM	29
FIGURA 13 SEGMENTO DE LA POBLACIÓN.....	33
FIGURA 14 ¿CONSIDERA IMPORTANTE UN SERVICIO DE UNA FIRMA CONTABLE?.....	35
FIGURA 15 ¿ESTARÍA DISPUESTO A RECIBIR EL SERVICIO DE ASESORÍAS Y CONSULTORÍAS CONTABLES AGRÍCOLAS?	35
FIGURA 16 COMPETENCIA INDIRECTA	37
FIGURA 17 ¿CONOCE ALGÚN DESPACHO CONTABLE?.....	39
FIGURA 18 ¿CONSIDERA IMPORTANTE PARA SU EMPRESA EL SERVICIO DE UNA FIRMA CONTABLE?.....	44
FIGURA 19 ¿CADA CUÁNTO SOLICITA EL SERVICIO DE ASESORAMIENTO CONTABLE?.....	45

FIGURA 20 ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES SERVICIOS ESTARÍA DISPUESTO A CONTRATAR?.....	46
FIGURA 21 ¿CUÁNTO ESTARÍA A PAGAR POR SERVICIOS DE CONTABILIDAD GENERAL?.....	49
FIGURA 22 ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTOS A PAGAR EN SERVICIOS DE CONTABILIDAD DE COSTOS AGRÍCOLAS?.....	49
FIGURA 23 ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR SERVICIO DE REVISORÍA FISCAL Y TRIBUTARIA?	50
FIGURA 24 ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR CONSULTORÍAS Y CAPACITACIONES CONTABLES AGRÍCOLAS?	51
FIGURA 25: CANAL DE DISTRIBUCIÓN DIRECTO	59
FIGURA 26. ¿A TRAVÉS DE QUÉ MEDIOS LE GUSTARÍA RECIBIR INFORMACIÓN SOBRE NUESTROS SERVICIOS?.....	60
FIGURA 27 CICLO DEL SERVICIO.....	67
FIGURA 28 FLUJOGRAMA DEL SERVICIO	69
FIGURA 29 SIMBOLOGÍA ANSI.....	70
FIGURA 30 UBICACIÓN DE LA EMPRESA.....	75

FIGURA 31 PLANO ARQUITECTÓNICO.....	76
FIGURA 32 MEDIO DE REPRESENTACIÓN EN EL PLANO DE DISEÑO DE INTERIORES.....	76
FIGURA 33 MEDIO DE REPRESENTACIÓN EN EL PLANO DE DISEÑO DE INTERIORES.....	77
FIGURA 34 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA A CORTO PLAZO	102
FIGURA 35 RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL	103
FIGURA 36 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	124

1. Introducción

Hoy en día, en nuestro país se ofrecen oportunidades para emprender mediante programas de innovación y emprendimiento, el cual es de mucha importancia para los jóvenes con una visión de desarrollarse profesionalmente. Por tal razón, este proyecto surge con el fin de aprovechar las oportunidades y recursos necesarios para ejecutar la idea de proyecto, el cual se enfoca a cubrir una necesidad en cuanto a ofertar un servicio de consultoría en el sector agrícola primario, con el espíritu de emprender y servirle a través de mecanismos de coordinación, desarrollo, y rentabilidad para el crecimiento de los negocios agrícolas del país.

Actualmente el sector agropecuario en “Nicaragua aporta aproximadamente el 20% al PIB nacional y 27% del empleo productivo total, siendo uno de los sectores más relevantes para la economía nacional” (SIMAS, 2012). El ministro agropecuario, apuntó que se está en un proceso de crecimiento sostenido de las exportaciones del país, “los bienes agrícolas representan el 42.5% de las exportaciones totales y el 64% del régimen general y el 17% de zona franca, y esto se refiere fundamentalmente a Tabaco y banano”.

En el caso del sector agrícola, Edward Centeno, ministro de agricultura y ganadería en Nicaragua señaló que los principales productos que se muestran en las exportaciones son: Café oro que ha crecido en cuanto a valor un 89% con relación al mismo periodo del año pasado, que eso es 65 millones de dólares, la carne bovina crece un 35.3% que son 57 millones y los quesos 13 millones.

El sector bovino en cuanto a carnes y quesos, preliminarmente se tienen unas exportaciones de 70 millones de dólares, “el tabaco con 27 millones de dólares y caña de azúcar 18 millones de dólares, entre otro de los productos del sector agropecuario”. En cuanto a las exportaciones agrícolas, tienen un comportamiento de 253.4 millones de dólares en enero de 2022, contra los 189 millones de enero de 2021.

Muchos de los empleadores y trabajadores del campo no cuentan con los recursos necesarios en cuanto a educación y capacitación en contabilidad y la legislación que los rigen, en cuanto a impuestos y demás deberes, lo que hace que mucha de la información financiera sea inexistente y limita el crecimiento de producción de estos mismos. Cabe recalcar que la

contabilidad facilita el control de los activos que posee todo productor y le permite conocer el estado de sus finanzas sin dejar de mencionar que los registros de todas las operaciones y soportan todos los egresos e ingresos recibidos por la venta de productos alimenticios y venta de otros productos por lo cual es de vital importancia la aplicación de la contabilidad en todo sector empresarial o productivo debido a que estos mismos es que se debe el curso de la economía de un país entero.

2. Objetivos

2.1. Objetivos General

Diseñar un proyecto de emprendimiento para la creación de la empresa “CML & ASOCIADOS, RL”, dedicada a prestar servicios de asesoría y consultorías contables – financieras, enfocada al sector agrícola ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el año 2022.

2.2. Objetivos Específicos

- 1.** Realizar un estudio de mercado para el conocimiento de la viabilidad comercial de los servicios de asesorías y consultorías contables-financieras, enfocadas en el sector agrícola en el municipio de Jinotepe-Carazo.
- 2.** Establecer un plan de prestación de servicios enfocados en el sector agrícola, estableciendo los requerimientos de personal, insumos necesarios y recursos técnicos.
- 3.** Determinar los requisitos legales, componentes organizacionales y los procesos operativos para la empresa “CML & ASOCIADOS, RL”.
- 4.** Realizar evaluación financiera de la empresa “CML & ASOCIADOS, RL”, mediante la formulación de presupuesto de operación, producción y financiera.

3. Generalidades del proyecto.

3.1. Solución

Nicaragua ha sido desde hace tiempo un país de vocación agrícola. Es precisamente en este campo donde descansa una parte importante de la economía nacional en cuanto a producción de alimentos para los nacionales, generación de empleo, generación de divisas y exportaciones.

Es importante para las haciendas, fincas, tengan asesorías y conocimiento de procedimientos contables característicos del sector agrícola. Además de las cuentas particulares de este sector con su uso y contenido, lo cual ayuda a su mejor comprensión y utilización, siendo este el objetivo de este proyecto, determinar la importancia de la contabilidad agrícola en el país no se cuenta con un servicio de asesorías contable enfocada en esta rama y en el sector no existen espacios que se puedan aportar los conocimientos al sector agrícola.

En toda empresa agrícola, el administrador se encuentra permanentemente buscando la respuesta a estas preguntas básicas: ¿Qué, ¿cómo, ¿cuánto producir?; para responderlas necesita, entre otras cosas, una información correcta sobre: las producciones y los valores de cada una de las actividades, reales o posibles de la empresa; los factores de producción a utilizar en ellas y sus costos reales o posibles.

La contabilidad quien proporciona esa información y, en consecuencia, el objetivo o finalidad última de la contabilidad agrícola es: poner a disposición del propietario o administrador de una empresa agropecuaria, en el momento oportuno, la información necesaria para tomar las decisiones más correctas.

El sector agrícola es un pilar importante en la economía de Nicaragua y es uno de los más vulnerables ante esta crisis. En 2019, según cifras oficiales del Banco Central de Nicaragua (BCN), este rubro representó el 12% por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) nacional (FUNIDES, 2020). El comportamiento de este sector ante la pandemia del COVID-19 es decisivo para mitigar el impacto negativo sobre la economía nacional y asegurar el buen funcionamiento de la cadena de alimentos muchas empresas agrícolas tuvieron pérdidas en sus inventarios, despidos masivos , nuestro objetivo es poder asesorar y guiar todo el

proceso de gestión en el establecimiento esto ayudara a para que una empresa agropecuaria sea rentable se deben llevar controles y reunir información que les sirva de base en la toma de decisiones.

Por último y de gran importancia para el desarrollo de este proyecto, es el registro de las actividades agrícola, se les brinda a los administradores las herramientas, técnicas y métodos necesarios para realizar el registro, clasificación de las operaciones generadas por la actividad de la empresa agropecuaria. Así también se le proporcionan técnicas para la elaboración de los diferentes formatos y formularios para la captura de datos que proporcionan la información a la contabilidad relacionada con las actividades de la empresa agrícola.

3.1.1. Método de embudo o Funnel de innovación

Figura 1 Método de embudo.



Fuente: Elaboración propia

3.1.1.1 Oportunidades

Debido a la situación en la que se encuentra la economía de Nicaragua actualmente es normal el encontrar necesidades insatisfechas en ciertos sectores o grupos sociales por lo cual en nuestra búsqueda de oportunidades nos dimos cuenta de la falta de atención a uno de los sectores más productivos de nuestro país como lo es el sector agrícola, ya que a como es de conocimiento de todo nicaragüense el cultivo de los granos básicos, verduras, legumbres

entre otros más que representan la canasta básica y para que todo sector, empresa o negocio tenga un excelente funcionamiento necesita una buena administración que está conformada por todos los distintos ámbitos como lo son el ámbito organizativo, financiero, contable y legislativo, pero mucho de estos sectores actualmente no cuentan con algunos de los ámbitos mencionados por no decir que con ninguno de los mismos.

Aquí es donde nosotros vemos una oportunidad de trabajo y de emprendimiento al querer satisfacer la necesidad de los productores del departamento de Carazo de poder tener un control que les permita conocer de manera más detallada información que les permita conocer la situación actual de sus negocios y cultivos, los resultados por ventas y los gastos que incurren estas mismas.

3.1.1.2. Evaluación de Ideas

Durante la visualización de oportunidades, también surgieron ideas de posibles soluciones a la problemática encontrada tales como:

- ✓ Bufete de contadores para pymes.
- ✓ Micro financiera de créditos.
- ✓ Escuela técnica.
- ✓ Oferta de servicios contables en el sector agropecuario.

Estas ideas se someterán a evaluación de manera tal que se pueda encontrar la más viable para la solución de las necesidades encontradas y que al mismo tiempo pueda generar una forma de empleo para las personas involucradas en el proyecto.

3.1.1.3. Priorización

Para poder llegar a una idea concreta hemos concluido de acuerdo a los objetivos y metas que tenemos en mente y también de acuerdo a nuestra posibilidad de llevarlo a cabo.

Algunos requisitos para determinar la idea o definición del proyecto son:

- Solucionar la problemática encontrada.
- Llenar las necesidades de las personas o población a la que se dirige la idea.
- Debe de incluir el aspecto financiero y contable.
- Debe de ser viable su realización.

3.1.1.4 Definición del proyecto

Una vez ya habiendo definido claramente los requisitos que debe cumplir la idea de proyecto, se llegaron a la conclusión de que la idea que se apega más a lo que queremos hacer y la necesidad insatisfecha es la idea de la oferta de servicios contables en el sector agropecuario.



3.1.2. Método Design Thinking.

Figura 2 Método Design.

- a) **Definir:** En base a la problemática a la cual se quiere brindar una solución, se define y da sentido a los aspectos principales que debe poseer la posible solución.



Fuente: Elaboración propia

b) Idear: Se elaboró una lluvia de ideas en la cual se proporcionó la información relacionada con las actividades contables de Microempresas agropecuarias en Nicaragua, presentando y calificado cada una hasta obtener la mejor propuesta de proyecto.

Ideas de negocio

- a. Asesorías y consultorías contables dirigidas a sector agrícola.
- b. Foros contables para el personal.
- c. Empresa de servicios contables.
- d. Diseño de sistemas contables.
- e. Firma de auditores dirigida al sector agropecuario.

Tabla 1. Matriz de evaluación de ideas

<i>Soluciones/ Crisis</i>	1	2	3	4	5
<i>Nivel de Innovación</i>	5	4	4	3	3
<i>Mercado Potencial</i>	4	3	5	5	4
<i>Conocimiento Técnico</i>	3	3	4	4	3
<i>Bajo requerimiento de Capital</i>	4	5	2	2	4
<i>Mejor opción</i>	16	15	15	14	14

Fuente: Elaboración Propia

c) Descripción de Variables

Nivel de Innovación: La innovación (James Kaufman, 2011) define que “Innovar es una filosofía de la transformación a través de la creatividad que cada vez amplía más su aplicación: desde la ciencia hasta los negocios, para lograr el éxito y atreverse a correr riesgos”

Mercado Potencial: El mercado potencial (Terreros, 2021), hace referencia al “conjunto de individuos que pertenecen al segmento que se ha definido para la comercialización de un producto o servicio.”

El mercado potencial es una estimación de las ventas máximas de un producto o servicio, ya que asume que se puede capturar todo el mercado para un producto. Sin embargo, puede ser una referencia útil, para analizar detalladamente el mercado potencial para después definir al mercado que nos va definir.

Conocimiento técnico: Según (Etecè, 2021) expresa que, “Este tipo de conocimientos son propios del ser humano y surgen de la necesidad de alterar el entorno para hacerlo más habitable”. Para adaptar el mundo a nuestras necesidades, actualmente se combinan técnica y ciencias, es decir, se utiliza la tecnología.

Bajo requerimiento de capital: “Un requerimiento de capital es la cantidad de recursos que son necesarios para mantener una operación continua a largo plazo” (Spiegato, 2022), es decir, son aquellos cuya recuperación nadie puede reclamar a menos que sean retribuidos, al no tener un bajo requerimiento no podrán soportar pérdidas.

En la tabla de ilustración se logró filtrar la idea más conveniente para el proyecto, en la que se logra observar la oportunidad en el mercado, y la facilidad de realización siendo así, se logró obtener un resultado total de 16 puntos, la idea de proyecto de emprendimiento es: “Asesorías y consultorías contables-Financieras dirigidas a sector agrícola”, con la realización de este proyecto se pretende ofrecer un servicio que mejore las finanzas del mercado al que pretendemos ingresar.

Donde la evaluación del filtro para el emprendimiento se clasifico de la siguiente manera:

- 5: Muy Bueno
- 4: Bueno
- 3: Regular
- 2: Bajo
- 1: Muy bajo

3.2. Oportunidad en el mercado

3.2.1. Análisis Externo

De acuerdo con el Banco central de Nicaragua (BCN, 2022) en el informe del IV Trimestre del año 2022, “la economía mantuvo el ritmo de crecimiento observado desde inicio de año. Así, en este trimestre, el Producto Interno Bruto (PIB) registró un crecimiento interanual de 10.1 por ciento (10.2% en el trimestre anterior)”.

Con dicho resultado, el crecimiento económico del año 2021 se ubicó en 10.3 por ciento; de acuerdo con la estimación preliminar en la serie de datos originales.

3.2.1.1. Crecimiento en inversión

Por el enfoque de la producción, la evolución interanual del Producto Interno Bruto estuvo determinada por el crecimiento en la producción de explotación de minas y canteras (31.4%), pesca y acuicultura (26.8%), construcción (23.3%), hoteles y restaurantes (22.4%), electricidad (20.8%), comercio (13.3%), transporte y comunicaciones (11.6%), Industria manufacturera (11.6%), agricultura (10.9%).

La agricultura creció 10.9 por ciento (6.3% en el promedio anual), como resultado de la mayor generación de valor agregado en los cultivos de caña de azúcar, frijol, tabaco, maní, café, sorgo y maíz, entre otros productos agrícolas.

Asimismo, la actividad pecuaria aumentó 8.3 por ciento (7.8% en el promedio anual), por incrementos en las exportaciones de ganado en pie, así como en la cría de ganado vacuno y porcino y pecuario (8.3%), entre otros. Dicho comportamiento fue parcialmente

contrarrestado por la disminución que registraron las actividades de otros servicios (-2.5%) e intermediación financiera y servicios conexos (-1.4%).

3.2.1.2. Inflación

De acuerdo a las expectativas del Banco Central de Nicaragua (BCN, 2021), se realizó un alza a la estimación de la inflación para 2021, de tal manera se dio una inflación esperada de entre 5.0 y 6.0 por ciento, a una inflación de entre 6.0 y 7.0 por ciento. Para el 2022, el Banco Central de Nicaragua estima un crecimiento económico de entre 3.5 y 4.5 por ciento y una inflación estimada en un rango de entre 2.5 y 3.5 por ciento.

Así mismo, en el informe emitido por el Banco Central de Nicaragua (BCN, 2022), se plasmó una tabla con los principales indicadores macroeconómicos agregados que esperamos sirva de guía de trabajo para los agentes económicos y la población en general, para formular sus previsiones de producción y negocios en el nuevo año que se avecina.

Nicaragua, se pretende que alcance mayores niveles de actividad y perspectivas económicas positivas, lo que permite reencauzar a nuestro país en la ruta del desarrollo y del progreso.

3.2.2. Entorno General

En el entorno general consiste en fuerzas empresariales que influyen en la capacidad de satisfacer a los clientes, como la propia empresa, los proveedores, los clientes, la competencia y las partes interesadas. Las organizaciones tienen cierto control sobre las decisiones relacionadas con el micro entorno.

a) ***Factor demográfico:*** Este tipo de análisis nos permite a través de la demografía estudiar a la población humana en cuanto a su extensión, densidad, ubicación, raza, sexo, edad, ocupación y otras muchas variables.

El ambiente demográfico afecta a la empresa, y es importante reflejarlo en el estudio de mercado, puesto que involucra a las personas que conforman el mercado objetivo, por tanto, en la variable demográfica del macro entorno se puede estudiar diversos semblantes

de la población, tales como, cambios en la estructura de edad, cambios en la familia, cambios geográficos, crecimiento o disminución en la población mundial.

- b) **Factor político legal:** Los gobiernos ocupan un lugar preferencial en el análisis del entorno, motivado por varios aspectos, desde su poder de compra, pasando por su poder legislativo y su capacidad de apoyar a nuevos sectores mediante políticas de subvenciones, sin olvidar la incidencia de sus políticas en nuevas inversiones.

Por ello, es importante desde el punto de vista del análisis del entorno evaluar las tendencias y sus posibles consecuencias para la empresa a corto y medio plazo.

La existencia de estabilidad política infunde seguridad a la sociedad en general y al sector empresarial en particular. Una buena estabilidad repercutirá en una mayor seguridad en las inversiones tanto interiores como exteriores.

Las políticas económicas de los gobiernos pueden suponer un incentivo o una retracción de las inversiones. En este punto se debe considerar cómo pueden afectar las políticas económicas a nuestra empresa o negocio.

- c) **Factor Ambiental:** Este análisis incluye los recursos naturales que afectan a las actividades de marketing, tales como: escasez de materias primas, incremento en los costos de energía y en los niveles de contaminación, la Intervención del gobierno en la administración de los recursos naturales.

Las tendencias de los Servicios Contables; para las empresas agrícolas, llevar una buena contabilidad es uno de los asuntos de mayor importancia. Sin embargo, este puede ser un proceso arduo. En Nicaragua, las declaraciones de impuestos sobre la renta deben hacerse anualmente. Pero además se deben hacer declaraciones mensuales de los tributos recolectados y las retenciones realizadas.

Otros aspectos de la Ley de Concertación Tributaria 822 (Nicaragua, 2019), que las empresas agrícolas deben tener en cuenta son las retenciones y los gastos deducibles. Muchas empresas pierden mucho dinero porque no están al tanto de las deducciones de las que pueden beneficiarse. Por otro lado, no llevar una correcta contabilidad puede afectar negativamente a la empresa en caso de una fiscalización o en la determinación de los costos.

3.2.3. *Microambiente*

5 fuerzas de Michael Porter:

Cualquier negocio, a lo largo de su existencia, debe analizar su competitividad en el mercado, tanto en el momento en el que se lanza como cuando se crea un nuevo proyecto o se quiere entrar en un nuevo mercado.

Este análisis y medición de la competitividad se puede realizar a través de las llamadas 5 fuerzas de Porter.

Figura 3 Poder de Negociación de los proveedores



Nota: Esta imagen es una representación gráfica de las 5 fuerzas de Michael Porter. Tomado del blog [té power bussines school \(ThePowerMBA, 2019\)](#)

Las 5 fuerzas de Porter, definidas por Michael Porter en su libro *Estrategia competitiva*, son las siguientes:

3.2.3.1. *Poder de negociación de los clientes:*

Se basa en la idea de que, si un mercado cuenta con pocos clientes, se corre el riesgo de que los consumidores estén bien organizados y se pongan de acuerdo en cuanto a los precios que consideran que tienen que pagar, calidad o servicios. Esto se convierte en una amenaza para la empresa al contar con menos margen de actuación.

Este proyecto está directamente ligado a la pequeña y mediana empresa agrícola, porque son las personas que necesitan de una instrucción en cuanto a sus finanzas, que no tienen la capacidad adquisitiva para poder contar con un departamento contable financiero al igual que no poseen, los conocimientos necesarios para llevar sus registros por su propia cuenta y los conocimientos que poseen son empíricos y no bien aplicados.

3.2.3.2. Poder de negociación de los proveedores:

Cuando los proveedores cuentan con mucha organización dentro de su sector, recursos relevantes, condiciones sobre precios y tamaños de los pedidos, es cuando se muestra que es un mercado más atractivo. Aquí medimos lo fácil que es para nuestros proveedores variar precios, plazos de entrega, formas de pago o incluso cambiar el estándar de calidad. Cuanta menor base de proveedores, menor poder de negociación tendremos.

En el caso de nuestro proyecto de emprendimiento, la mayoría de nuestros servicios ofrecidos serán conocimientos aplicados que mejoraran la forma de trabajo y registro de utilidades obtenidas por el giro de trabajo al que se dedican los agricultores.

En nuestro caso, se pretende ofrecer software contable que faciliten el trabajo de nuestros clientes, se podrían considerar nuestros proveedores los creadores de software contables, por lo cual, es importante mantener relaciones o vínculos con estos proveedores que cubran las necesidades, tanto de nosotros como empresa, como la de nuestros clientes manteniendo una buena relación entre el precio y la calidad de estos mismos.

3.2.3.3. Amenaza de entrada de los competidores:

Es el resultado de las otras cuatro fuerzas, en base a estas la empresa establece las estrategias a seguir para poder destacar en el mercado que se encuentra.

De acuerdo a nuestras investigaciones pertinentes realizadas en el departamento de Carazo se puede decir que, nos distinguimos de bufetes contables, firmas de contadores y contadores independiente.

Actualmente no se trabaja en el sector agrícola contablemente, sin embargo, nosotros como proyecto de emprendimiento le estamos dando ese interés a un sector que normalmente

no es tomado en cuenta o que es muy olvidado y que es de gran relevancia para la economía del país.

Se conoce que el campo agrícola se encarga de la producción de alimentos para el consumo y actualmente no hay firmas que se dirijan al sector específico al cual tratamos mediante este proyecto de emprendimiento implementarlo.

3.2.3.4. Amenaza de entrada de servicios sustitos:

Un mercado o segmento no será atractivo si hay un servicio sustituto o cuando son más avanzados tecnológicamente o al momento de ofertar precios más bajos. Estos servicios muestran una amenaza porque suelen establecer un límite al precio que se puede cobrar por un servicio. Debemos estar siempre atentos a las novedades de nuestro sector y a la influencia que dichas novedades pueden tener sobre nuestra organización.

En el caso de consultorías y asesorías contables- financieras, difícilmente un software contable o un auxiliar contable puede brindar la seguridad necesaria a los clientes de que el trabajo realizado no presentara problemas futuros.

Comúnmente las asesorías para este sector requieren de un especial conocimiento en leyes y contabilidad agropecuaria que no pueden ser fácilmente reemplazables, sin dejar de mencionar la responsabilidad que se adquiere al responder por estados financieros y tributación al estado.

3.2.3.5. Rivalidad entre competidores:

Este factor es el resultado de los cuatro anteriores y es el que proporciona a la organización la información necesaria para el establecimiento de sus estrategias de posicionamiento en el mercado. Cada competidor establece las estrategias con las que destacar sobre los demás. De tal modo que, una fuerte rivalidad se traduce en muchas estrategias.

La rivalidad aumenta si los competidores son muchos, están muy bien posicionados o tienen costes fijos, entre otros factores. En estos casos, se trataría de mercados poco atractivos.

Para nosotros como una empresa formalizada y responsable socialmente nuestras competencias serían las firmas de contadores que no se dirigen a nuestro ámbito de aplicación pero que también trabajan con ellos, al igual que, los contadores independientes que trabajan para más de una empresa en el sector de las Micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) y el sector agrícola.

3.3. Propuesta de valor (modelo canvas)

La propuesta de valor es el factor que hace diferente y útil a una empresa frente a la competencia y es apreciado por los usuarios.

La propuesta de valor es una estrategia que pone en marcha la empresa para distinguirse de sus competidores por algo en concreto y así obtener el beneplácito del público. Se trata de destacar en que es mejor un negocio y cómo va a beneficiar eso a las personas que utilicen esos servicios o productos y no los de la competencia.

La propuesta de valor son un conjunto de características, ventajas y diferencias que tiene un producto o servicio sobre otro, que hacen que el cliente lo elija.

➤ Objetivos de la propuesta de valor

Elegir una buena propuesta de valor va a hacer que el negocio creado se vea beneficiado.

Los objetivos principales son los siguientes:

- Distinguir la marca de la competencia. Este aspecto es fundamental, ya que es el motivo por el que los clientes comprarán a la empresa. Destacar qué es lo que te diferencia del resto de compañías del sector permitirá aumentar la bolsa de clientes.
- Ofrecer una opción útil a los clientes para resolver sus problemas. En relación con el objetivo anterior, además de ofrecer un producto diferenciado, debe de satisfacer la necesidad del cliente. Si esto no ocurre, la empresa no podrá mantenerse en el tiempo, ya que el número de clientes irá descendiendo.
- Destacar lo que mejor hace la empresa. Una compañía debe de hacer hincapié en todo aquello que ofrece con la mayor calidad posible. Si no se destacan los aspectos positivos, los clientes no llegarán sin conocerlos.

- Ofrecer confianza al público para el que se trabaja. Este factor es determinante, muy poca gente compra en aquellos lugares que no les transmiten confianza. Que el cliente se sienta respaldado por una empresa seria y de referencia es fundamental. Sumado a esto, una empresa que ofrece confianza y seguridad, incrementará su bolsa de clientes con cierta facilidad.

➤ **Lienzo de propuesta de valor**

El Value Proposition Canvas (o lienzo de propuesta de valor) es una herramienta que permite dar respuesta al tema de validación, esta se basa en contraponer las necesidades de tu segmento de clientes con tu propuesta de valor, es decir, una herramienta visual que permite definir (o ajustar), la propuesta de valor por medio de la conexión de las necesidades y deseos del cliente con tu propuesta de valor.

Los elementos de un modelo de negocio son los siguientes:

- ✓ **Propuesta de valor:** Trata de resolver problemas de los clientes y satisfacer las necesidades del cliente con nuestra propuesta de valor.

Este elemento busca presentar de forma atractiva el servicio o producto, del futuro negocio, a los diferentes tipos de clientes a los que deseas venderles. Jugará un papel importante la empatía y creatividad para captar su atención.

- ✓ **Segmentación de clientes:** Uno o varios segmentos de clientes.

Dependiendo de lo que vayas a ofrecer con tu negocio, este segmento podrá estar dividido en diferentes tipos de clientes. La intención es que a cada grupo puedas darle atención adecuada según sus necesidades.

- ✓ **Canales de distribución y comunicación:** Las propuestas de valor se entregan a los clientes a través de la comunicación, la distribución y los canales de venta.

Serán los medios por los que los clientes podrán adquirir lo que ofrecerás. Estos pueden ser: abastos, tiendas online, supermercados, etc.

- ✓ **Relación con el cliente:** Implica saber de qué forma tendrás contacto con los clientes antes, durante y después de la venta.
- ✓ **Flujos de ingreso:** Los ingresos son el resultado de propuestas de valor ofrecidas con éxito a los clientes.

En esta parte del modelo de negocio se tendrá que enfocarte en la manera en que se pretende recibir los ingresos, identificar cómo deseas recibirlos de cada grupo de clientes que ubicaste en el primer elemento.

- ✓ **Recursos clave:** Son los medios necesarios para ofrecer y entregar los elementos descritos anteriormente.

Los tres tipos de recursos claves a los que debes darles atención: económicos, físicos e intelectuales. Estos incluirán todo lo que utilices para llevar a cabo tu proyecto, es decir, los empleados, los instrumentos o herramientas que usarás, etc.

- ✓ **Actividades clave:** Mediante la realización de una serie de actividades fundamentales.

Se refiere a las actividades que lograrán los resultados más importantes del negocio y cómo las llevarás a cabo.

- ✓ **Red de partners (socios estratégicos):** Algunas actividades se externalizan y algunos recursos se adquieren fuera de la empresa.

El octavo elemento del modelo CANVAS promueve el hecho de que tengas en mente quiénes se asociarán contigo y con tu empresa de una u otra forma. Entre los asociados se encuentran los proveedores, los distribuidores y los que llevarán el control tributario.

- ✓ **Estructura de costes:** Los elementos del modelo de negocio dan como resultado la estructura de costos.

Como último elemento a considerar se encuentra la estructura de costos que te permitirá visualizar los gastos obligatorios y aquellos que puedes disminuir cambiando de proveedor o haciendo otras modificaciones. Además, te permite hacer la comparación con los ingresos para saber qué mejorar y qué mantener.

Estos nueve elementos del modelo de negocio no están aislados. La modificación en cada uno de ellos conlleva cambios en el resto de aspectos.

El modelo básicamente debe incluir cómo, qué, cuánto y para quién lo hacemos:

1. **Infraestructura** ¿Cómo?
2. **Oferta** ¿Qué?
3. **Usuarios** ¿Quiénes?



Figura 4 Modelo Canvas

3.4. Ciclo del proyecto

Un proyecto de emprendimiento se desarrolla en varias fases llamado “ciclo del proyecto”, este ciclo radica en evaluar y describir la viabilidad del proyecto que se irá transformando de carácter cíclico que justifica la realidad y existencia en el entorno según a una meta establecida.

3.4.1. Idea y perfil del proyecto.

Ya conociendo el concepto anterior podemos definir la idea general planteada del proyecto que sería “Asesorías y Consultorías contables dirigidas al sector agrícola”, que es la idea que dará el inicio a la moción de buscar una idea de negocio concreta en la que se define de qué manera se solucionara el proyecto, como y cuando se llevara a cabo y como finaliza el mismo.

El perfil de este proyecto es económico, en este proyecto se pretende brindar asistencia contable a productores agrícolas que necesitan conocer datos importantes tales como la situación financiera del negocio, el costo de sus cultivos, y los resultados reales de las ventas realizadas al igual que brindar un orden a toda la información disponible.

3.4.1.1. Etapas.

3.4.1.1. Pre Inversión.

La etapa de pre inversión es la primera fase y esta consiste en los preparativos de todo proceso en donde se requiere un sin número de ideas que forman parte a la iniciativa, creatividad e innovación por parte del equipo del proyecto.

En esta fase se han desarrollado varios procedimientos como la lluvia de ideas para seleccionar las mejores propuestas para las oportunidades que se presentan en el mercado para analizarlas, definir los problemas y establecer estrategias que ayuden a darle un enfoque sobre la situación en que se encuentra y así seleccionar las mejores opciones para lograr el desarrollo de la solución favorable de manera eficiente, eficaz y concreta.

En esta etapa también se lleva a cabo la planeación, el objetivo de esta etapa es examinar por completo todos los problemas respondiendo a las necesidades u oportunidades que se generó, definiendo la propuesta de negocio realizando un estudio a fondo de los hechos, las fortalezas y debilidades del alcance del proyecto, identificando los recursos, los riesgos de dichos problemas para preparar correctamente toda la información y ser orientada a la buena toma de decisiones y poder desarrollar un buen diagnóstico,

A esta fase se llama etapa de pre inversión, en donde se realizará una investigación a fondo que conlleva un estudio de mercado, tecnología, economía, sociedad y medio ambiente, de igual manera, se llevó a cabo una redacción del documento de proyecto en donde se brindó todos los elementos necesarios y en la cual las decisiones a futuro para cumplir con el proyecto.

3.4.1.2. Operación.

La segunda etapa es la Operación es decir la puesta en práctica de todos los, implementar los objetivos propuestos ejecutando el plan del proyecto y se realizando las tareas necesarias para lograr todos sus objetivos determinantes para que el negocio este encaminado al éxito y viable, en esta fase se requiere de un esfuerzo más físico en la que se te toma en cuenta la mano de obra necesaria para realizar la oferta del servicio.

Esta fase asegura que el progreso del proyecto sea monitoreado y controlado, y se realice en tiempo y forma, para que el alcance se complete de acuerdo con las especificaciones y que las estrategias planteadas cumplan con los criterios de aceptación, al igual que se establece una comunicación directa con el cliente y se dan a conocer los puntos débiles no contemplados durante la etapa de estudio o pre inversión.

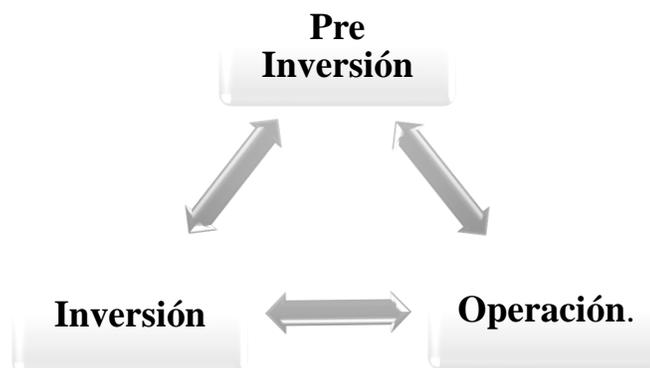
3.4.1.3. Inversión.

En la última etapa del proceso se pretende evaluar el plan de acción que fue elaborado y darle seguimiento para poder implementar mejoramiento en el desempeño de proyectos futuros, para obtener los resultados esperados y de manera conjunta si se cumplió con todas las tareas.

En esta fase, debe tomarse el tiempo para evaluar todo su negocio, registrar toda la información y repetir las acciones de vez en cuando para conocer los parámetros de rentabilidad que genera.

El presente proyecto de asesoría y consultorías contable-financieras dirigidas al sector agrícola, actualmente se encuentra en etapa de planeación, y así mismo se evalúa su factibilidad y rentabilidad para dar mayor viabilidad al proyecto.

Figura 5 Fases de un proyecto



3.5. Visibilidad del proyecto

La visibilidad del proyecto para (Pascua, 2006) “es un ingrediente vital en la gestión exitosa de cada proyecto. Un proyecto que no es visible no podrá ejecutarse eficientemente o con éxito, perdiendo el tiempo, el dinero y los recursos que ha recibido” (pág. 62).

Para que el proyecto de las asesorías contables agrícolas sea visible para el mercado meta definido se necesitó establecer estrategias para darlo a conocer, las cuales se pueden especificar a continuación:

3.5.1. Herramientas

3.5.1.1. Identidad grafica del proyecto.

La identidad gráfica de nuestro proyecto define el aspecto visual de una marca, es decir, todo lo que se ve. Decimos que una empresa o un proyecto tiene identidad gráfica propia cuando podemos identificar fácilmente su presencia y relacionarla a un logotipo, unos colores y unas tipografías.

3.5.1.2. *Sitio web*

Define el autor (Crespo, 2007), en inglés website o un sitio web es un sitio (localización) en la World Wide Web que contiene documentos (páginas web) organizados jerárquicamente. Cada documento (página web) contiene texto y o gráficos que aparecen como información digital en la pantalla de un ordenador.

3.5.1.3. *Materiales publicitarios.*

- **Logo:** El logo o marca de Asesorías Contables Agrícolas, denominado “C M L & ASOCIADOS”, fue diseñado de una manera única y creativa que nos distinga de otros.

Figura 6 Logo



Fuente: Elaboración Propia

- **Banner:** El Banner es un formato publicitario bastante presente en internet, por no decir que es el que más presencia posee. Se trata de una pieza de publicidad de contenido gráfico que se introduce en cualquier portal online para dar visibilidad a una marca, negocio o campaña de cualquier tipo y puede ser tanto estática como dinámica. La variedad es una de las facetas más importantes de los banners, sobre todo gracias a las posibilidades que brinda la web en este sentido.

Figura 7 Banner

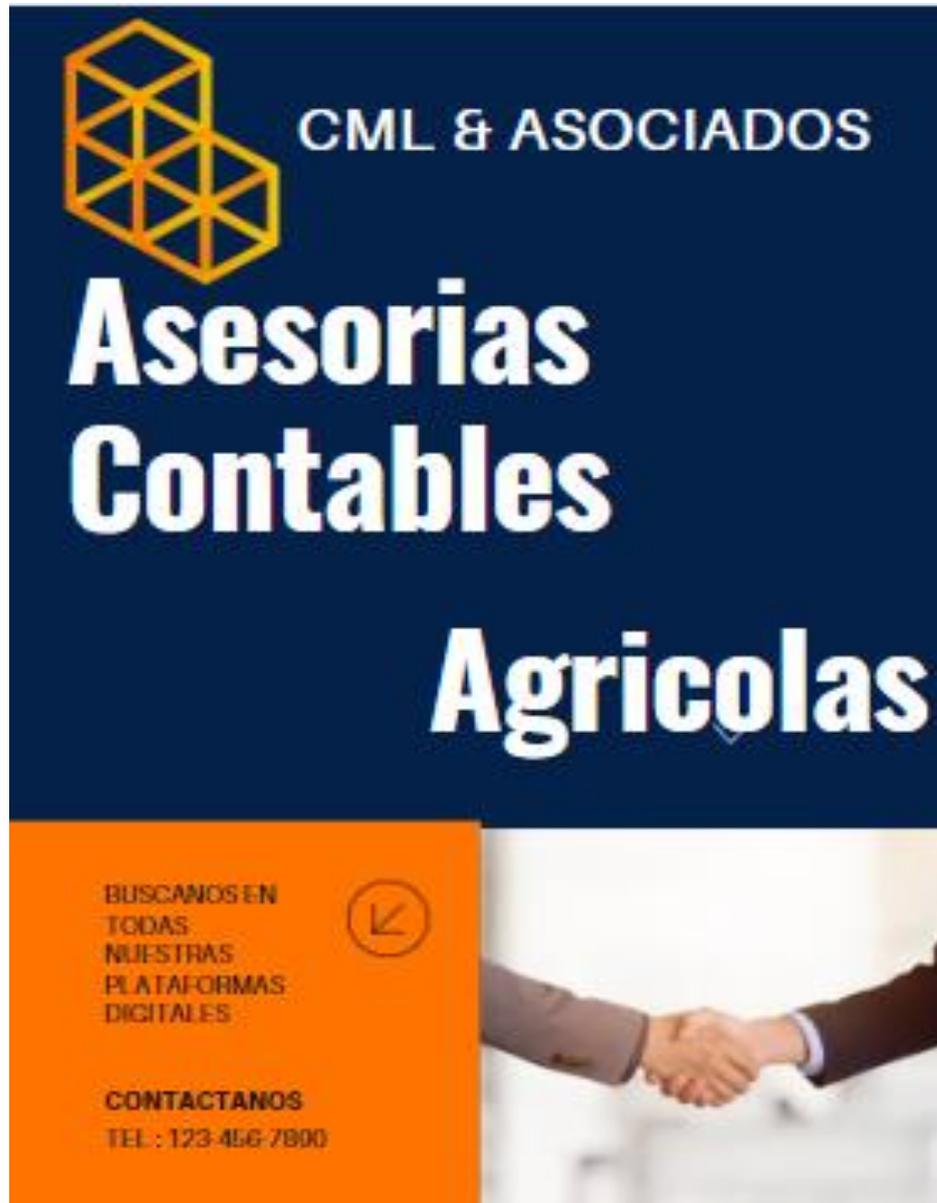


Fuente: Elaboración Propia

- **Poster:** Por el tamaño se entiende que es un poster o cartel, aquel diseño impreso que sobrepase el tamaño DIN A3. El diseño de un cartel publicitario o un poster. Los Carteles Publicitarios son una excelente opción para publicitar su tienda o negocio. Colocándolos en los puntos que consideren estratégicos se asegurara. El cartel, afiche o poster es un medio publicitario de primer orden, impreso en papel.

Figura 8 Póster.

- **Brochurs:** Brochurs es cualquier folleto, tríptico o documento gráfico o digital que hace referencia a los productos o servicios que brinda el negocio.



Fuente: Elaborador por el equipo investigador

Figura 9 Brochurs.

CML & ASOCIADOS
Asesorías Contables Agrícolas.

¿QUIENES SOMOS?
Ofrecemos un amplio servicio en asesorías contables en el área agrícola, somos un equipo altamente profesional en el ramo contable, para ayudarle a mejorar las finanzas de su negocio

Buscanos en todas nuestras plataformas digitales

Valores
Nuestro personal es altamente capacitado y mantenemos valores de cuidado y pasión por nuestros trabajos
Somos una marca muy responsable con nuestro trabajo.

A contará con un grupo profesional y especializado regidos bajo los valores y principios éticos, las leyes y normativas que la profesión exige; siendo así un grupo comprometido con proteger la información e intereses de los posibles clientes; resolviendo los problemas o necesidades que presenten.

Donde nuestra ayuda es la tranquilidad a su negocio.

Para más información ingresa a www.sitioincreible.com

Fuente: Elaboración Propia

- **Tarjeta de presentación:** Se elaboró esta tarjeta por que recogen los principales datos de contacto de la empresa y la que hará entrega en la primera entrevista, como forma de identificación para el conocimiento de nuestra empresa.

Figura 10 Tarjeta de Presentación



Fuente: Elaboración Propia

3.5.1.4. Redes sociales

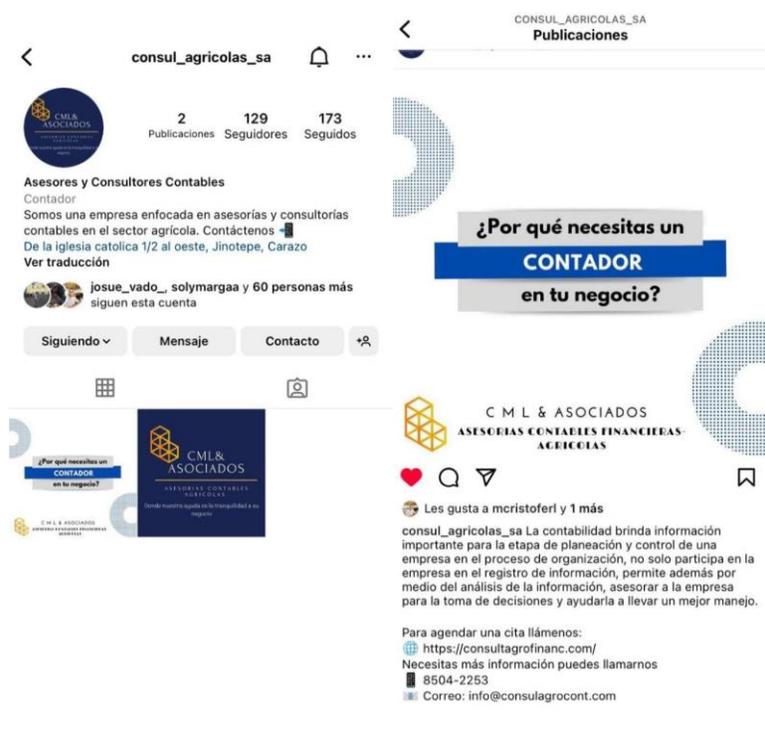
Los medios que se utilizarán para darle publicidad a nuestro emprendimiento serán las siguientes:

Figura 11 Facebook



Facebook: Esta red social es una de las más utilizadas a nivel nacional, su alcance va desde jóvenes, adultos, hasta adultos mayores. Por ende, ha sido seleccionada para ser el principal medio en el que realizaremos todo tipo de anuncios sobre los servicios que vamos a ofrecer, entre otras cosas.

Figura 12 Instagram



Instagram: Tiene como función permitir que los negocios de comercio electrónico creen una demostración inversiva para que las personas exploren mejor que tipo de servicios vamos a ofertar.

3.5.2. Mensaje

El proyecto de emprendimiento Asesorías y consultorías contables - Financieras “CML& ASOCIADOS, RL”, dirigidas al sector agrícola, cuenta con un lema “Donde nuestra ayuda es la tranquilidad a su negocio”, con este mensaje pretendemos generar confianza y seguridad, ya que nuestro principal objetivo es transmitir calidad mediante la estrecha comunicación en relación a nuestro firma y cliente.

Como firma tenemos un compromiso, mostrar seriedad, eficiencia y responsabilidad de satisfacer al máximo soluciones de información y asesoramiento en base a sus necesidades

contables, dándoles el interés y motivarlos para mejorar sus decisiones y control en sus finanzas para la clave al éxito en sus negocios.

Somos una firma capaz de mostrarle al cliente tranquilidad, mediante la honestidad y ser congruentes apegados con los principios como firma, nuestra pasión por el servicio al cliente, es que trabajamos con transparencia y profesionalismo en gestión al beneficio al cliente y nos beneficiamos en satisfacción en cumplir las tareas encomendadas.

3.5.2.1. Momentos claves de comunicación

a) Inicio del proyecto: Asesorías y consultorías contables Financieras “CML& ASOCIADOS, RL”, dirigidas al sector agrícola, aspiramos en ser una firma innovadora, caracterizándonos en la trayectoria laboral capaz de brindar soluciones que beneficien a nuestros clientes y genere reconocimiento y solidez para contribuir al desarrollo de sus negocios.

b) Lanzamiento: “CML& ASOCIADOS, RL” es una sociedad anónima, la cual se va dirigir al sector agrícola del departamento de Carazo, a través de la estrategia de segmentación, dispondremos de servicios especializados que permita adaptarse y cumplir las expectativas y exigencias del cliente, para ser capaces de adaptarse a las estrategias, para enfrentar desafíos y oportunidades del mercado.

c) Durante la operación: Como firma “CML& ASOCIADOS”, tenemos una misión, estrechar comunicación con el cliente durante los procesos operativos al prestar cada uno de nuestros servicios, que sean adaptables a las necesidades distintas según los negocios a atender, el impacto de los resultados nos permite crecer y tener un buen ritmo que beneficien a los clientes creando sostenibilidad y calidad del servicio.

3.6. Resultados esperados.

Cabe destacar que la información recolectada del proyecto” Asesorías y consultorías contables-financieras en el sector agrícola”, se obtuvieron los resultados esperados, en donde la información que se logró adquirir desde la etapa de planeación hasta la identificación de las necesidades u oportunidades que se presentaron, nos permitirá elaborar un trabajo de calidad para culminar con los objetivos propuestos para el proyecto de emprendimiento.

De igual manera, se espera con los resultados la realización de estudios con fuentes alternativas, análisis de factibilidad y rentabilidad del proyecto para poderlo ejecutar. El análisis que se realizó indica que el proyecto tiene buenas posibilidades de tener un desempeño en el mercado de Asesorías y consultorías contables dirigida al sector agrícola ubicada en la ciudad de Jinotepe-Carazo. Al tratarse de una propuesta innovadora se pretende que sea a un nivel de aceptación que engloba una solución a la oportunidad de mercado que se presentó.

Así mismo, se establecerán un plan de servicios de prestaciones, estos resultados nos van a fortalecer los conocimientos en relación al diseño para el proyecto de emprendimiento que con metas nos favorecerá para el requerimiento de personal, insumos materiales y recursos técnicos para que ingrese con éxito al mercado con una buena oportunidad de proyecciones innovadoras que incluye importantes soluciones favorables y concretas de acuerdo a las problemáticas de nuestros futuros clientes.

Sin Embargo, esta propuesta de proyecto de emprendimiento es muy competitiva en el mercado, que va con dependencia de la aceptación del clientes, conocimiento del trabajo y principalmente de la confianza que se ira generando en el criterio del cliente, creando una perspectiva que transmita calidad, confianza, la dimensión de las necesidades y la aceptación de las mismas de ingresar al mercado, para atraer al cliente creando ofertas favorables para optimizar costos y que el cliente se sienta satisfecho con las propuestas de trabajos de acuerdo a sus necesidades.

En los aspectos legales se espera la constitución de la empresa con los debidos requerimientos de forma tal que cumpla con normas establecidas y procesos operativos mediante los componentes de organizacionales para el buen funcionamiento de la misma.

Por esta razón, uno de nuestros ideales es tener una idea clara y concreta de un proyecto de emprendimiento, mediante la evaluación financiera de la empresa en el cual se podría invertir a mediano o a largo plazo como una alternativa laboral real de inversión como equipo de trabajo para que el emprendimiento este encaminado al éxito.

4. Estudio de mercado

4.1. Investigación del mercado.

Los pequeños y medianos agricultores se enfrentan actualmente a nuevas realidades. La apertura de mercados los obliga a dirigir esfuerzos hacia los clientes, orientando sus actividades hacia aspectos comerciales para insertarse y permanecer en el mercado con productos de calidad y con los volúmenes y periodicidad demandada.

La investigación del mercado consiste en la recopilación de datos a través de encuestas y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo.

4.2. Análisis de la demanda

Para poder cuantificar la demanda del servicio que vamos a ofrecer se recurrió a dos fuentes de información las cual son: encuestas e información en internet los cuales arrojan datos generales sobre los usos de los servicios y asesorías contable en el sector agrícola, aunque no determina de forma específica información sobre el mercado al que queremos dirigirnos, por ello se tomó como opción viable la aplicación de encuestas como fuente de información primaria para determinar la demanda ya que esta es más confiables al momento de analizar de forma detallada.

4.2.1. Cálculo de la demanda potencial

Existen muchos criterios al momento de definir la demanda, según los expertos en mercadotecnia y economía la demanda es un factor preponderante en la vida de las empresas, De acuerdo a la demanda (Kotler, 2002), "El deseo que se tiene de un determinado producto que está respaldado por una capacidad de pago".

La demanda para (Fisher, 2013), se refiere a “las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado”. (pág. 57)

Para el cálculo adecuado de la demanda de los servicios de asesorías contables-financieras agrícolas se definió la siguiente segmentación de la población lo cual ayudo a definir datos reales y precisos, además siempre tomando en cuenta el análisis de resultados de la encuesta, en la investigación de mercado.

Figura 13 Segmento de la población



Fuente: Elaboración Propia

- **Población Global:** Para el proyecto de asesorías y consultorías contables-financieras agrícolas, la población global son todos los productores del departamento de Carazo, es decir, empresarios agricultores. La cual para el año 2021 estimada según datos del Ministerio de Economía Familiar (MEFCA) es de **1,168** productores.
- **Población potencial:** Son todos los productores agrícolas del departamento de Carazo, que requieren servicios contables, que según, la encuesta realizada a la muestra que se estimó y se logró identificar que un 100% es decir, que las 50 personas encuestadas estarían dispuestas a requerir este servicio.

Tabla 2 Características del segmento del mercado

Geográficas		Demográficas	
País	Nicaragua	Edad	De 18 a 65 años
Departamento	Carazo	Género	Femenino y masculino

Municipios	Jinotepe Diriamba Santa Teresa San Marcos La conquista El Rosario La Conquista La Paz	Tipo de cultivo que explota	<ul style="list-style-type: none"> • Caña de azúcar • Arroz • Frijoles • Maíz • Plátano • Cítricos • Aguacate
Zona	Rural / Urbana	Escolaridad	Primaria, Secundaria, Técnico, Profesional
Total, población	1,168.		

Nota: Esta tabla muestra las características del segmento del mercado que fueron obtenidas por el Ministerio de Economía Familiar (MEFCA) 2022.

En la tabla 2 se determina la población objetivo o mercado meta para las asesorías y consultorías contables- financieras agrícolas la cuales son las siguiente:

- **Población objetivo:** El mercado meta son todos los micro, pequeños y medianos productores de la zona en estudio los cuales podrían demandar el servicio que el proyecto de emprendimiento estaría ofertando.
- **Demanda potencial:** La demanda potencial se realizó a base de la frecuencia de los productores, que si estarían dispuestos a recibir el servicio de asesorías y consultorías contables- financieras en el sector Agrícolas para satisfacer sus necesidades o problemas que se dan en su empresa al igual, que si considera importante para su negocio el servicio de una firma contable.

La demanda potencial para este estudio se realizará bajo las respuestas obtenidas en el estudio de mercado en el inciso de la demanda en la pregunta número 3 y 13, de la encuesta realizada en la investigación de mercado; la cual hace referencia al número de productores que sí, consideran importante para su empresa el servicio de una firma contable y si estarían dispuestos a recibir el servicio de asesorías y consultorías contables agrícolas para satisfacer sus necesidades.

Figura 14 ¿Considera importante un servicio de una firma contable?



Fuente: Elaborado por el equipo investigador

Figura 15 ¿Estaría dispuesto a recibir el servicio de asesorías y consultorías contables agrícolas?



Elaborado por el equipo investigador

En ambos gráficos presentados se evidencia la gran oportunidad de mercado que presenta el proyecto de emprendimiento, lo cual es un punto de partida atractivo para la inversión y desarrollo del mismo, porque principalmente se ajusta al perfil profesional del proyectista, lo cual ayudará a calcular la demanda potencial y real que se refleja de la siguiente manera:

Tabla 3 Cálculo de la demanda

<i>Proporción Afirmativa (P)</i>	<i>1.00 = 50 personas</i>
Población objetivo (PO)	1,168 personas
Demanda Potencial mercado total	= P * PO
Demanda Potencial mercado total	= (1.00) *(1,168)
Demanda Potencial mercado total	= 1,168
Demanda Real	
= Demanda potencial del mercado total 100% de aceptación del producto	
Demanda Real	= 1,168 personas

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Análisis de la Oferta

La oferta Según (Pedroza, 2015) afirma que es “la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta”, es decir, en el mercado, en un lugar determinado y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía.

Los precios no tienen por qué ser iguales para cada tipo de productos e incluso en un mismo producto, dos oferentes diferentes pueden decidir poner un precio diferente.

Para establecer que negocios son competencias directas o indirectas, puesto a que nuestro servicio se trata de asesorías y consultorías en el sector agrícola, lo que nos facilita a poder entrar a varios a la lista de competidores todas aquellas empresas que están destinadas a este servicio.

4.3.1. Competencia u Oferta directa o indirecta

La cantidad de competidores, en el área del mercado de la oferta de las asesorías y consultorías dentro del sector agrícola en el departamento de Carazo y a nivel nacional es poca, ya que en toda Nicaragua no existen lugares donde ofrecen este tipo de servicio aparte de que es un proyecto innovador.

Por lo tanto, no existe una competencia directa en este ámbito, pero existe negocios como competencia indirecta que se dedican a dar este servicio a las micro empresas y medianas empresas en el departamento de Carazo tales como lo son los negocios: Contabilidad y Asesorías S.A, DESMATSAN S.A.

Figura 16 Competencia indirecta

 <p>Contabilidad y Asesoría S.A Jinotepe, Carazo Contactos:</p> <p>+ (505) 82871732 + (505) 89965724</p>	 <p>DESMATSAN S.A Reperto Villa Emérita Primera calle San Marcos, Carazo Contactos: + (505) 2533-4404 + (505) 8620-4366</p>
--	--

Fuente: Elaborado por el equipo investigador

Tabla 4 Cuadro Comparativo de la competencia indirecta.

<i>Servicio</i>	<i>Calidad</i>	<i>Precio</i>	<i>Segmento</i>
Contabilidad y Asesorías S. A	Alta	U\$ 50.00 U\$150.00	Las pequeñas microempresas hacen uso de su servicio.
DESMATSAN	Alta	U\$ 55.00 U\$150.00	Ofrecen más servicios en el área fiscal y tributaria
Asesorías y consultoría contables Agrícolas	Alta		El sector agrícola es uno de lo más productivos en el país nuestro segmento este mercado específicamente a productores que no tienen un buen registro de sus actividades diarias

Fuente: Elaborado por el equipo investigador

4.3.1.1. Cálculo de la oferta.

El autor (Balaguer, 2017) expresa que para entender el concepto del” **análisis del cálculo de la oferta** se debe saber que es una forma de evaluar las fortalezas y las debilidades de los competidores que hay en tu mismo mercado con el objetivo de obtener una ventaja frente a ellos”. (pág. 15)

El análisis de la competencia es un factor clave a la hora de emprender un nuevo negocio; Normalmente cuando se emprende un nuevo negocio hay empresas existentes que se dedican a lo mismo, por lo que conocen la forma de trabajar en ese mercado, ya que están generando ingresos y tienen la confianza de sus clientes.

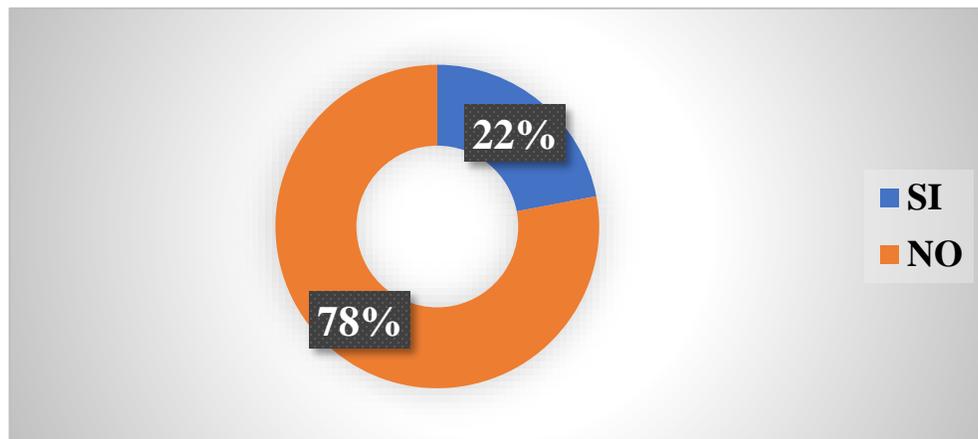
Según el estudio e investigación realizada se descubrió que en Nicaragua se encuentran establecidos aproximadamente 100 Despachos Contables, firmas de auditores y contadores Públicos Independientes Autorizados, ubicados en su gran mayoría en el departamento de Managua. *Fuente obtenida del Colegio De Contadores Públicos De Nicaragua <https://www.ccpn.org.ni> y de la Contraloría General De La República De Nicaragua <https://www.cgr.gob.ni>*

De acuerdo con el estudio de mercado que se realizó logramos determinar según las encuestas a los que serían nuestras principales competencias indirectas en el departamento de Carazo, siendo estos 2 despachos contables (residen en la ciudad de San Marcos y Jinotepe) que prestan sus servicios profesionales a negocios en este departamento.

“CML & Asociados, RL “, se ubicará en Jinotepe cabecera del departamento de Carazo, nuestras principales competencias según los datos obtenidos en las encuestas (*en unas respuestas abiertas de la pregunta 11 del instrumento recolección de datos*) por empresas que solicitaron servicios son los Despachos Contables legalmente constituidos como **CONTABILIDAD Y ASESORÍA S.A.** (Jinotepe) y **DESMATSAN S.A.** (San Marcos).

Se debería de tomar en cuenta a los profesionales desempleados que actualmente prestan sus servicios contables a distintas entidades tales como las micro, pequeña y mediana empresa, pero debido a la diferenciación de rubros a los que nos dirigimos, se convierten en una competencia indirecta.

Figura 17 ¿Conoce algún despacho contable?



Fuente: Elaborado por el equipo investigador

En cuanto a la investigación de mercado que se llegó a realizar, por medio de la encuesta aplicada que fue el instrumento utilizado y que nos ayudó a conocer cuál es la oferta indirecta con relación al servicio que estaremos ofertando.

Como indica la gráfica, esta representa el 100 % de los productores encuestados, es decir, 78% productores no conocen un despacho contable y el 22 % de los productores si conocen un despacho contable, expresaron que ellos no brindan asesorías contables en el sector agrícola ya están más enfocados al sector empresarial mediante el cual es una competencia indirecta baja ya que no ofrecen un servicio a los productores estos datos hacen referencia a la sobre si conocen un despacho contable.

- **Demanda real:** Esta es la cantidad de productores que estarían dispuestos a adquirir el servicio y según la encuesta aplicada dio un resultado que un 100% estaría dispuesta a adquirirlo por lo tanto la demanda real que se definió sería de: 1,168 productores.

Tabla 5 Demanda Real

<i>Demanda Real</i>	<i>Oferta Indirecta</i>	
1,168 productores	Contabilidad y Asesorías S. A No tienen ningún servicio a ofrecer a los productores	DESMATSAN S. A Ofrece declaraciones fiscales, pero tienen nada acerca de la rama agrícola

Fuente: Elaborado por el equipo investigador

Esta tabla indicara la suma de los que son las competencias indirectas que están al alcance de nuestra demanda real en la cual hay un total de dos competencias indirectas no afectan nuestro emprendimiento ya que no ofrecen servicios a los productores no está reflejado en porcentaje, pero en número lo que quiere decir que estas representan un total de: 1,168 productores de nuestra demanda real.

Para calcular la oferta indirecta se selecciona el porcentaje mayor presentado en la gráfica en el que podemos definir nuestra competencia indirecta para el proyecto es del 22% que refleja a 257, esto se realiza de la siguiente manera: la demanda real es del 78% ya establecida en el estudio que a esa cantidad se le resta la oferta indirecta, que serían el **22%** de la demanda real dando como resultado: **911**

Tabla 6 Demanda Insatisfecha

Demanda real	Oferta indirecta	Resultado
1,168	257	911

Fuente: Elaborado por el equipo investigador

4.3.2. Cálculo de la demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha según (Loor, 2018) “Es uno de los aspectos más importantes que se desarrollan en la elaboración de los proyectos de inversión, el proyecto cubrirá la demanda no atendida y/o la demanda atendida pero no satisfecha” (pág. 78)

Es decir, que la demanda insatisfecha no se satisface en el mercado, cuando la demanda es mayor que la oferta o cuando la población no está satisfecha.

Para este proyecto, las necesidades insatisfechas se identifican de la siguiente manera:

Tabla 7 Cálculo de la Demanda

<i>Demanda Real</i>	<i>Oferta Indirecta</i>	<i>Demanda Insatisfecha</i>
1,168	257	911

Fuente: Elaboración propia

A través de la misma se muestra toda aquella población insatisfecha que no engloba la competencia indirecta lo cual es una ventaja para el proyecto realizado, puesto a que puede cubrir esta demanda.

4.4. Análisis de precio

4.4.1. Comparación del precio del mercado

4.4.1.1. Competencia Indirecta

En la actualidad existen competencias directas locales e indirectas, cabe señalar nuestro servicio de asesorías y consultorías contables, se encuentra en el mercado con competencias indirectas dentro de ellas están, las empresas que solicitan servicios son los Despachos Contables legalmente constituidos como CONTABILIDAD Y ASESORÍA S.A, (Jinotepe), ATC Consultora Contable (Dolores) y DESMATSAN S.A. (San Marcos), García & ASOCIADOS(Jinotepe) de igual forma, contadores y administradores que trabajan de manera independiente, cabe mencionar anteriormente estas consultorías contables financieras dan sus servicios a nivel local.

En cambio, Asesorías y consultorías contables- financieras en el sector agrícola, es un servicio innovador no tiene competencia directa, pero si tiene servicios sustitutos.

4.4.1.2. Descripción de competencia

Estas son las empresas situadas en el departamento de Carazo, se consideran competencia indirecta por prestar el mismo o similar servicio a la realización del proyecto.

Tabla 8 Descripción de la competencia

	<i>Competidor</i>	<i>Servicio</i>	<i>Estrategia identificada</i>
1	CONTABILIDAD Y ASESORÍA S.A, 	<ul style="list-style-type: none"> • Auditorías de Cumplimiento, especiales, operacionales y Financiera • Certificación de Estados Financieros • Servicios Fiscales • Estrategias financieras • Evaluación de proyectos • Servicios Contables • Auditorías. • Servicios fiscales • Otros servicios 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Personal capacitado ➤ Atención al cliente en cualquier lugar y circunstancia ➤ 20 años de experiencia profesional
2	ATC NICARAGUA.  ATC NICARAGUA.	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios Contables • Outsourcing Contable • Manual Administrativos • Avalúos de Activos Fijos • Auditoría Financieras, Administrativas, Especial, Operacional, Organización • Outsourcing de Auditoría Interna 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Personal capacitado ➤ Ubicación estratégica
3	DESMATSAN S. A 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios Contables • Outsourcing Contable • Manual Administrativos • Avalúos de Activos Fijos • Auditoría Financieras, Administrativas, Especial, Operacional, Organización • Outsourcing de Auditoría Interna 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Personal Capacitado ➤ Experiencia 27 años en el ramo contable ➤ Atención personalizada ➤ Asesoramiento con estrategias empresariales
4	Contadores Públicos Independientes	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios y gestiones Administrativas contables 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Servicios altamente profesionales

Las firmas contables por su posición y reconocimiento en el mercado tienen un alto costo en algunos de los servicios que ellos prestan o ya sea con un contador independiente con servicios altamente profesionales, los precios de los servicios están estabilizados de acuerdo a las firmas contables en la consolidación con sus precios generales de acuerdo al precio del mercado.

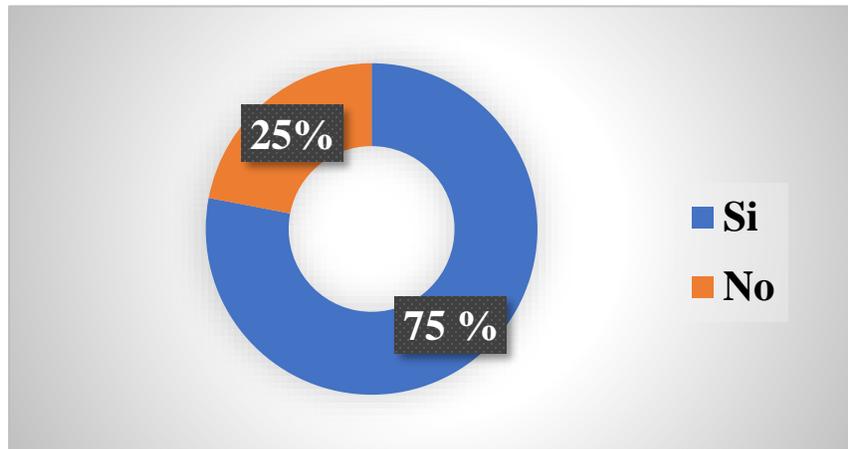
El análisis de precios frente a la competencia se realizó por medio de entrevistas y encuestas que fueron realizadas a productores agrícolas del departamento de Carazo, donde se les interrogaba a los productores que servicios les gustaría que ofreciéramos como firmas de asesorías y consultas contables y sus debilidades en sus actividades económicas, de igual manera, analizar los precios en el mercado para así lograr obtener la información necesaria a nuestras interrogantes.

Tabla 9 Comparación de precio del competidor

<i>Competidor</i>	<i>Servicios</i>	<i>Precios</i>
1 CONTABILIDAD Y ASESORÍA S.A. 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios Fiscales • Certificación de Estados Financieros • Evaluación de proyectos 	U\$50.00 U\$100.00 U\$150.00
2 ATC NICARAGUA.  ATC NICARAGUA.	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios Contables • Pagos y declaraciones de impuestos • Manual de admón. • Catálogos de Cuentas 	U\$80.00 U\$50.00 U\$60.00 U\$55.00
3 DESMATSAN S.A  DESMATSAN S.A. Contadores Públicos y Consultores	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios Contables • Pagos y declaraciones de impuestos • Actualización de libros contables • Manual de admón. • Catálogos de Cuentas 	U\$80.00 U\$50.00 U\$120.00 U\$60.00 U\$55.00
4 Contadores Públicos Independientes	<ul style="list-style-type: none"> • Pagos y declaraciones de impuestos. • Catálogos de Cuentas • Servicios Contables 	U\$50.00 U\$50.00 U\$100.00

A través de la investigación de mercado se observó una aceptación en la contratación de cualquier servicio de asesoramiento contable y de las personas encuestadas que estarían dispuesta a recibir el servicio de “asesorías y consultorías contables- financiera agrícolas”, es decir, que consideran importante para su empresa un servicio de una firma contable, la aceptación es positiva hacia este proyecto de emprendimiento.

Figura 18 ¿Considera importante para su empresa el servicio de una firma contable?

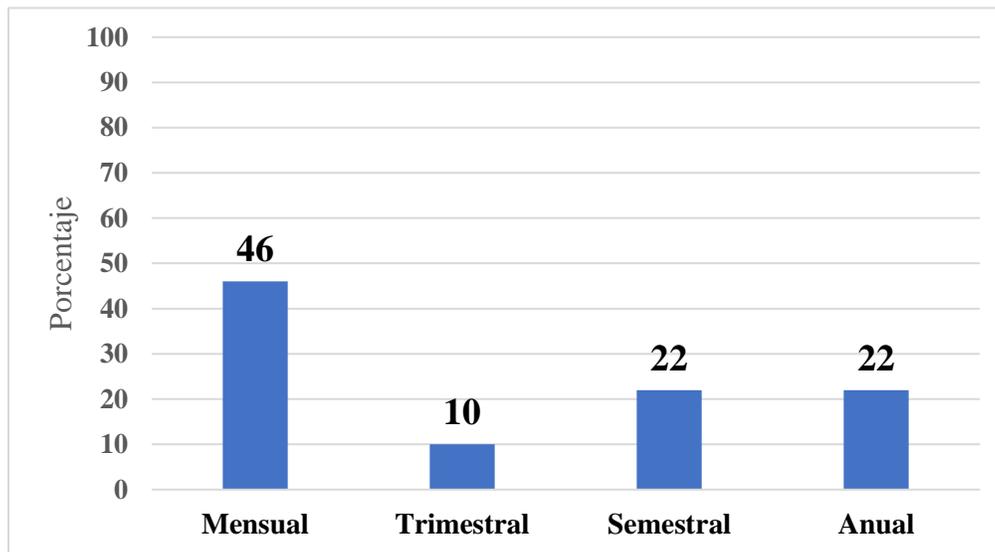


Fuente: Elaborado por el equipo investigador

Como indica la gráfica, esta representa el 100 % de los productores encuestados, es decir, 75% productores consideran importante para su empresa el servicio de una firma y por el contrario el 25% expresaron no importante contratar una firma contable para su empresa.

También es de vital importancia para nosotros saber con qué frecuencia solicitarían los servicios que estarán dentro de nuestra oferta en la cual pudimos ver los siguientes resultados:

Figura 19 ¿Cada cuánto solicita el servicio de asesoramiento contable?



El gráfico refleja, que los productores encuestados solicitan un asesoramiento contable para su negocio, fueron lo siguiente: el 46% mensual, el 22% semestral y anual y con el 10% trimestral, esto es de vital importancia para nuestra firma, nos permitió conocer, que cada cuanto los productores solicitarían un asesoramiento contable para su empresa.

4.4.2. Estructura de precio

El precio según (Arias A. S., 2016) es “La expresión de valor monetario que tiene un producto o servicio”, es decir, entregar algo de valor económico al vendedor a cambio de bienes y servicios que se le ofrece.

La fijación del precio es de suma importancia para el proyecto de emprendimiento, ya que el precio influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio. No debe olvidar a qué tipo de mercado está enfocando el servicio, debe saber si lo que buscará el consumidor será calidad, sin importar mucho el precio, o si el precio será una de las variables de decisión más importantes.

En muchas ocasiones una mala fijación del precio es la responsable de la escasa demanda de un producto. El precio de un producto o servicio es una variable relacionada con los otros cuatro elementos de la mezcla de marketing: producto, plaza, promoción y precio.

Así mismo, es recomendable establecer políticas claras en cuanto a descuento, por pronto pago, así como en las promociones, esto constituyen una parte importante de la negociación con los clientes potenciales y/o distribuidores.

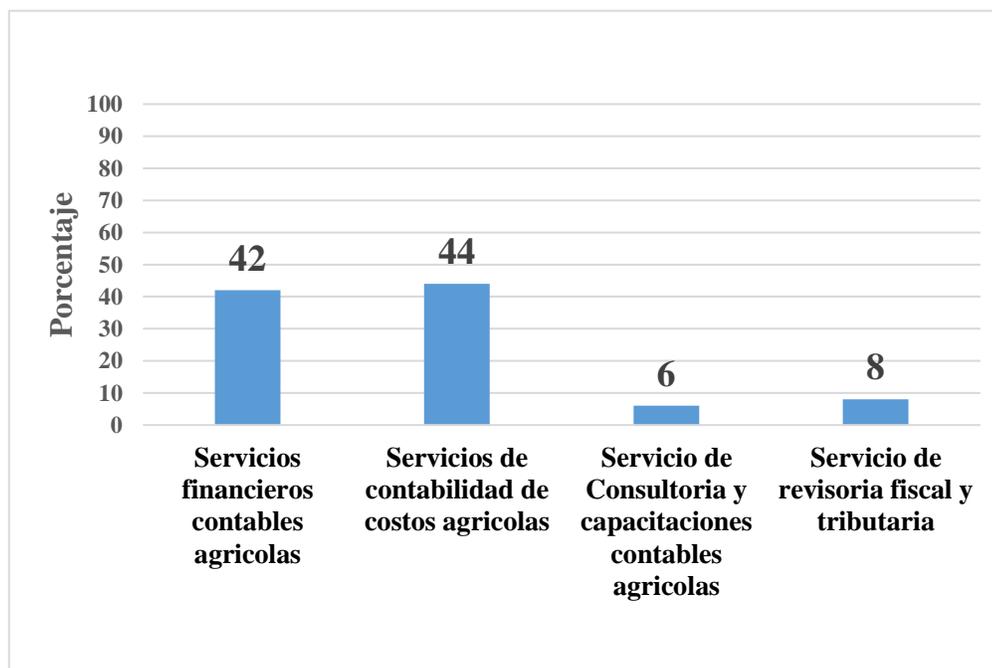
De igual manera, en la fijación de precios basados en la competencia consiste en el establecimiento de un precio al mismo nivel de la competencia. Este método se apoya en la idea de que los competidores ya han elaborado acabadamente su estrategia de fijación de precios.

Por estas indicaciones mencionadas se debe de estimar el precio de cada uno de los servicios que se va ofrecer, ya que eso indica que es una estimación, por lo tanto, no define el precio final del producto.

Estimación de Costos fijos y variables de los servicios de Asesorías y consultorías contables en el sector agrícola

Para elaborar la estimación de costos, se tomó como referencia la pregunta N° 18 del inciso III del aspecto del servicio de la encuesta que se les realizó a los encuestados, la cual es mostrada en la siguiente gráfica:

Figura 20 ¿Cuál de los siguientes servicios estaría dispuesto a contratar?



Fuente: Elaborado por el equipo investigador

El gráfico refleja que los encuestados optaron por: Servicios contables y financieros agrícolas (42%), Servicios de contabilidad de costos agrícolas (44%) y Asesorías y otras materias contables tributarios (8%) y como menos demanda el servicio de revisoría fiscal y tributaria con el (6%).

Costos Variables: CV (Mano de obra directa, costos de fabricación)

Tabla 10 Costos variables

Costos Variables	
Costo de transporte	C\$ 7,000.00
Proveedores	C\$ 3,600.00
Impuestos	10% sobre la renta
Sistemas contables	C\$ 2,880.00

Fuente: Elaborado por el equipo investigador

Costos Fijos: CF (Gastos Administrativos, gastos de oficina, todos aquellos costos que no tienen que ver directamente con la fabricación del producto)

Costos fijos mensuales

Tabla 11 Detalles de gastos mensuales

<i>Variable</i>	<i>Descripción</i>	<i>Precio Unitario</i>
Luz	Contrato de energía eléctrica	C\$ 600.00
Agua	Contrato de agua potable	300.00
Internet + línea fija	Contrato casa triple claro, con mensualidad de U\$39.99, incluye el internet de 80 Mbps, cable residencial y línea fija	1,440.00
Publicidad	Darnos a conocer mediante las redes sociales, de igual manera se incluye el costo del rótulo.	2500.00
Papelería y útiles de oficina	Papelería y útiles de oficina a utilizar en la empresa	1,000.00

Brochurs	Diseño impreso, Utilizado para darnos a conocer con nuestros principios, valores y servicios a ofrecer.	200.00
Porta nombre para escritorio	Diseño personalizado, utilizado para el escritorio con los nombres de los socios y especialidad en el área a desempeñar	1,100.00
Tarjeta de presentación	Diseño impreso con la información de los integrantes de la firma.	1,000.00
Sueldos y salarios	Pago de los servicios están nivelados de forma equitativa U\$380.00 por los 3 socios de la empresa.	41,040.00
Total		C\$ 45,230.00

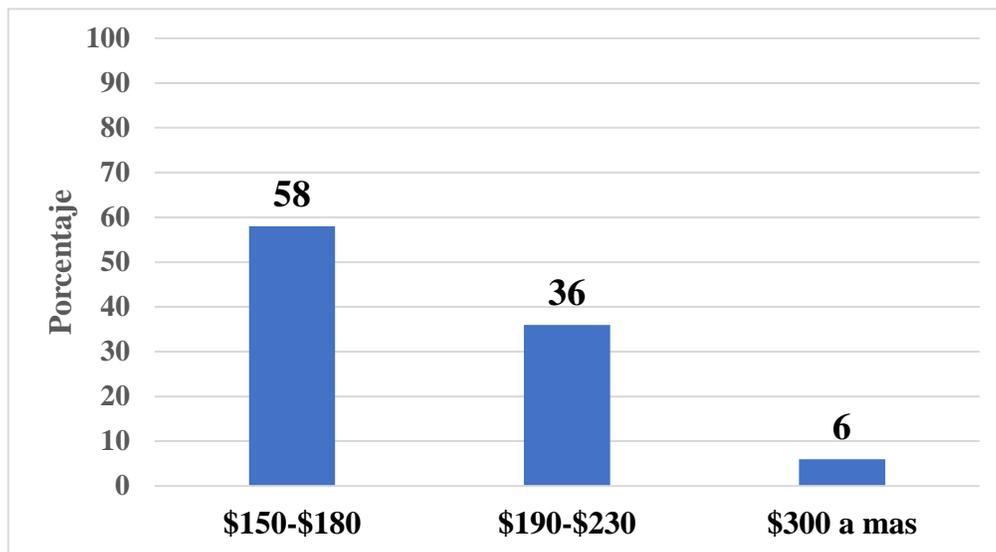
Fuente: Elaborado por el equipo investigador

4.4.3. Precio Unitario

Método de fijación de precios basado en la demanda, empieza con el punto de inicio con el precio que un consumidor está dispuesto a pagar por un bien o servicio y tomando en cuenta un margen de beneficio que sea cómodo para el consumidor. Es por esto que los clientes potenciales pueden ser detectados a través de estudios de mercado.

Una de las preguntas de la encuesta que nos facilitó a definir el precio unitario de Asesorías y consultorías contables agrícolas fue la siguiente: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por nuestros servicios?

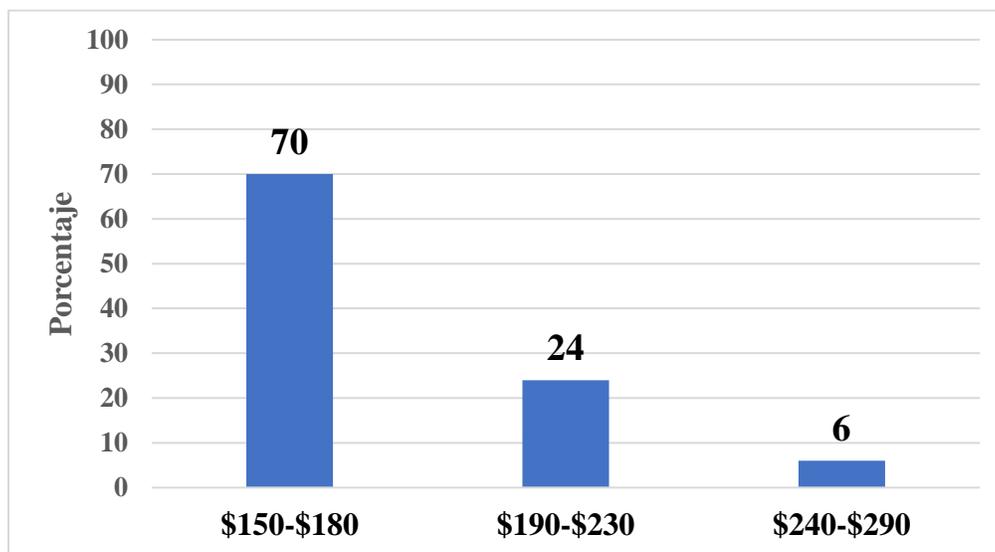
Figura 21 ¿Cuánto estaría a pagar por servicios de Contabilidad General?



Fuente: Elaborado por el equipo investigador

En el grafico se puede observar que los encuestados estaría dispuestos a pagar por este servicio contable y financieros; con un porcentaje 58% entre \$150 -\$180, con 36% entre \$190-230 y con 6% de \$300 a más, cabe destacar que la mayoría optaron en la opción de \$150-\$180 que estarían dispuesto a pagar por este servicio.

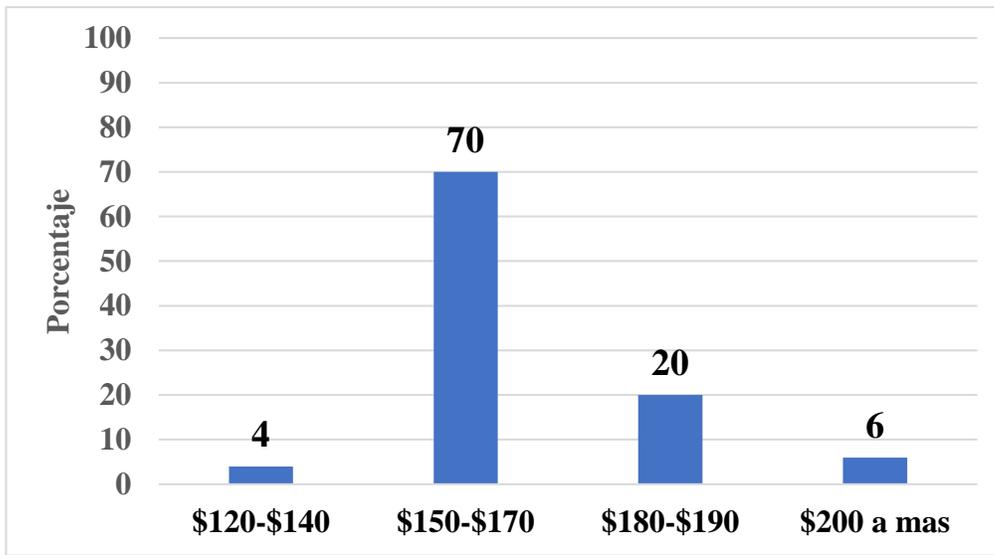
Figura 22 ¿Cuánto estaría dispuestos a pagar en servicios de contabilidad de costos agrícolas?



Fuente: Elaborado por el equipo investigador

En el grafico se puede observar que los encuestados estaría dispuestos a pagar por este servicio contabilidad de costos agrícolas; con un porcentaje 70% entre \$150 -\$180, con 24% entre \$190-230, por tanto, la mayor parte de los encuestados optaron en la opción de \$150-\$180 que estarían dispuesto a pagar por este servicio.

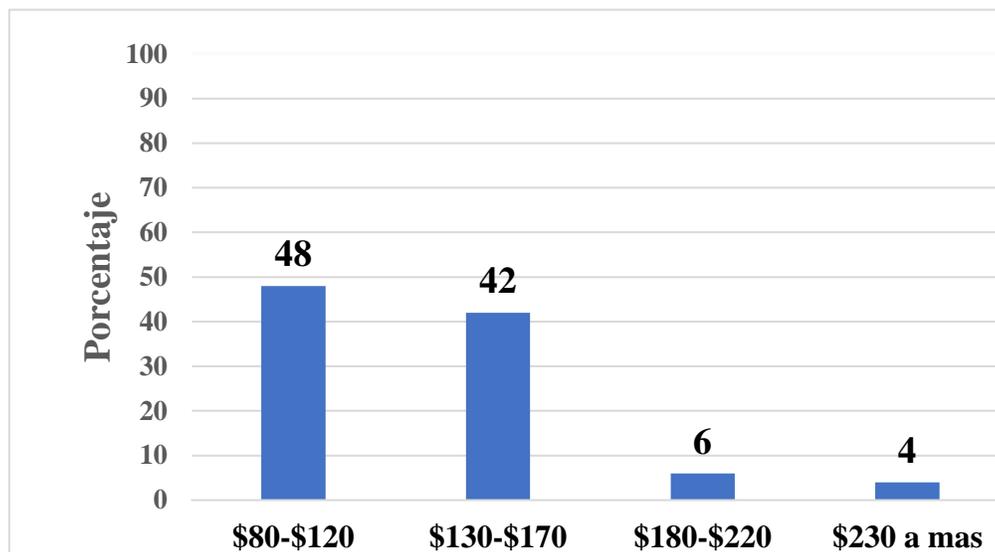
Figura 23 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por servicio de revisoría fiscal y tributaria?



Fuente: Elaborado por el equipo investigador

En el grafico se puede observar que los encuestados estaría dispuestos a pagar por este servicio contabilidad Fiscal-Tributario; con un porcentaje 70% entre \$150 -\$170, con 20% entre \$180-190, por tanto, la mayor parte de los encuestados optaron en la opción de \$150-\$170 que estarían dispuesto a pagar por este servicio.

Figura 24 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por consultorías y capacitaciones contables agrícolas?



En el grafico se puede observar que los encuestados estaría dispuestos a pagar por este servicio de consultorías capacitaciones contables agrícolas; con un porcentaje 48% entre \$80 -\$120, con 42% entre \$130-170, el 6% \$180-220 y el 4% \$230 a más. La mayor parte de los encuestados optaron en la opción de \$80-\$120 que estarían dispuesto a pagar por este servicio.

Nuestro principal ideal es fortalecer y mejorar el desempeño de la empresa a quienes vamos a brindar nuestro servicio como firma contable, estamos frente a un mercado de personas que se ajustan a cualquier tipo de situación que se encuentre la empresa.

Aunque el precio de nuestros servicios va a ser muy accesible, somos conscientes que habrá despachos Contables, contadores y administradores que trabajan de manera independientes, que puedan brindar los servicios en el sector a cuál nos vamos a dirigir, que cuenten con precios más altos o no cuenten con un nivel de satisfacción según el cliente.

Estamos convencidos que los precios de servicios que se van a ofertar serán muy atractivos para los agricultores de la región para satisfacer cada una de sus necesidades y poder fortalecer con buenos resultados económicos su empresa.

Así mismo, la estrategia de precio está orientado al servicio que entra en el mercado lo hace con un precio similar al de sus competidores y dentro del valor que los clientes está dispuesto a pagar. Dicho esto, es importante recalcar que, durante la encuesta realizada para conocer la demanda, los precios de intervalo la mayoría fueron elegidos los costos a precio promedio a pagar y otro al alcance que podría pagar, esto fue de gran ayuda para conocer cuánto está dispuesto a pagar el cliente por nuestro servicio.

Tabla 12 Fijación de precio estimado de ventas

Servicios		Costo unitario por cada servicio	Margen de ganancia (30%)	Precio de Venta(C\$)	Precio de Venta (\$)
Servicios contables agrícolas	Financieros	C\$ 6,120.00	C\$ 1,836.00	C\$ 7,956.00	U\$ 220
Servicios en contabilidad de costos agrícolas		C\$ 6,120.00	C\$ 1,836.00	C\$ 7,956.00	U\$ 220
Servicios de revisoría fiscal y tributaria		C\$ 4,320.00	C\$ 1,296.00	C\$ 5,616.00	U\$ 155
Servicios de consultorías y capacitaciones contables agrícolas		C\$ 2,880.00	C\$ 864.00	C\$ 3,744.00	U\$ 104

Fuente: Elaborado por el equipo investigador

En la presente tabla se mostró los costos de las propuestas de servicios a ofrecer, de igual manera, los precios de venta tendrán el factor de crecimiento del 2 % anual.

4.5. Estrategia competitiva de mercado (4PS)

A mediados de los 70s el Dr. Jerome McCarthy (premio Trailblazer de la American Marketing Asociación) introdujo el concepto de las 4 Ps que actualmente es utilizada para estructurar herramientas o variables de la mezcla en la mercadotecnia, las mismas contienen los elementos que deben estar presentes en cualquier campaña de marketing.

Se dice, que el marketing es el arte de ofrecer lo que el mercado quiere y obtener ganancias, pero para lograr esto se deben realizar estudios de mercados y conocer: que vender, a qué tipo de público le interesa un determinado producto, cuáles serían los canales

de distribución y técnicas adecuadas de comunicación para vender dicho producto y precio al que se le debe vender.

Según el libro Fundamentos del Marketing 8va edición (Gary Armstrong y Philip Kotler, 2008), define la mezcla de marketing como el conjunto de herramientas de marketing que la empresa combina para producir la respuesta que desea en el mercado meta.

La mezcla de marketing consiste en todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto. Las múltiples posibilidades pueden ser agrupadas en cuatro grupos de variables: las cuatro Ps.

Estrategia General

Estrategia es un plan para dirigir un asunto. Una estrategia se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles. La estrategia está orientada a alcanzar un objetivo siguiendo una pauta de actuación.

Una vez ya habiendo conocido el concepto general de la estrategia que consiste en el desarrollo del producto o servicio, esta es con el objetivo de que tenga una buena aceptación por parte del mercado a incurrir y que tenga un impacto positivo en el desarrollo y crecimiento del negocio.

Para el desarrollo del servicio existen diversas estrategias a utilizar, de cuales se decidió utilizar una estrategia en específico que es extensión de la línea la cual consiste en introducir en el mercado nuevos tamaños o versiones de productos ya existentes. Para esto se necesita investigar cuales son los productos de mayor consumo en el mercado y cuáles son los parámetros que la competencia establece para que estos sean consumidos.

Lo que se pretende con esta estrategia es diversificar el producto para lograr una buena competitividad en el futuro y así mantener satisfechos a los consumidores de la empresa.

4.5.1. Estrategia de Servicio

Ya que nos constituimos como una firma de asesorías y consultorías contables-financieras agrícolas nuestro producto a ofrecer son los servicios profesionales contables, nos diferenciamos de otras firmas contables al priorizar un sector en específico como lo es el

sector agrícola. El primer paso que se realizó para este proyecto es el análisis de nombre del mismo, un nombre que inspire confianza en nuestros servicios, y que de la misma manera llame la atención de nuestra población objeto por esa razón se definió de la siguiente manera:

4.5.1.1. Nombre del negocio

“CML & Asociados, RL” Asesorías y Consultorías contables agrícolas, tiene su origen al encontrar una necesidad de productores que se encuentran en la dificultad de no tener los conocimientos suficientes para hacer sus negocios expandirse y crecer al punto tal de que resulte atractivo para futuros inversores sin dejar de mencionar la falta de manejo de información contable necesaria para conocer sus márgenes de ganancia reales y sus costes.

4.5.1.2. Características competitivas

- Servicio personalizado a las necesidades del cliente.
- Alta calificación profesional para el desarrollo de los servicios.
- Accesibilidad para los clientes.
- Servicio inmediato completo.
- Confidencialidad de la información proporcionada por nuestros clientes.

4.5.1.3. Logotipo

(Peiró, 2017) Define el logotipo como “un símbolo que se utiliza para representar a una institución, marca, persona o sociedad. Se caracteriza por estar compuesto de imágenes, símbolos y/o letras”.

Las empresas comunican y distinguen sus productos o servicios a través de los logotipos; otorgándole beneficios tanto a los responsables como a los consumidores. A los primeros les está dando un valor agregado a sus productos y servicios, mientras que a los segundos les indica calidad o valor.

Por la misma razón llegamos a crear un logotipo que inspire confianza en nuestros servicios y que brinde una sensación de calidad y valor de la forma siguiente:

Este logotipo se crea con el objetivo específico de atraer la atención de nuestros clientes potenciales que anteriormente segmentamos en este se presenta el nombre de la firma

y posterior describe de manera explícita los servicios que se ofrecen, con un eslogan que brinda seguridad y confianza en los servicios ofrecidos y el personal.

2.5.1.1.Descripción del logotipo

Tabla 13 Detalle del logotipo

Elemento	Significado
----------	-------------

Los colores utilizados en el logotipo son el color azul que es el fondo del logotipo, el color dorado que se ve reflejado en la forma de hexágonos y en la línea que divide el nombre de la empresa del eslogan de la empresa, y por último el color blanco que están presente en las letras del logo que describen el nombre y eslogan de la empresa.



Estos colores se eligieron debido a cada uno tiene un significado que en conjunto inspiran confianza, valor y ética reflejada en nuestros trabajos.



Color azul: (Galiana, 2021) Su significado está asociado con la paz, el agua, la tranquilidad y la confiabilidad. Ofrece una sensación de seguridad, frena el apetito y estimula la productividad. También es el color



más común utilizado por las marcas conservadoras que buscan promover la confianza en sus productos.

Color dorado: Este metal tanpreciado trae consigo connotaciones para el consumidor como: buena categoría, relacionado con el bien y con lo bueno, además de estar asociados al triunfo y a la victoria.

Color blanco: (Galiana, 2021)El blanco se asocia con sentimientos de limpieza, pureza y seguridad. Se puede utilizar para proyectar la ausencia de color o neutralidad.



Esta forma conformada de 3 cubos vectores, representa a los 3 miembros fundadores del negocio, también simboliza la unión y cooperación en conjunto que habla del trabajo en equipo.

Fuente: Elaboración propia del equipo investigador.

4.5.1.4. Marca

Para (Sandhusen, 2019), "una marca es un nombre, término, signo, símbolo, diseño o combinación de los mismos, que identifica a los productos y servicios y ayuda a diferenciarlos como pertenecientes a un mismo proveedor" (pág. 45).

Complementando esta definición, Sandhusen añade que "una marca registrada es un nombre comercial o logo que está amparado legalmente".

La marca es lo que diferencia un producto de los otros en el mercado, es lo que los identifica, por lo tanto, lo primero que se necesita es registrar la marca conforme a la ley N° 380 ley de marcas y signos distintivos establecida en Nicaragua la cual establece las disposiciones que regulan la protección de la marca y otros signos distintivos.

4.5.2. Estrategia de Precio

Según (Galan, 2015) "Las estrategias de precio son líneas a seguir por las empresas a la hora de establecer el precio de sus bienes o servicios".

A efectos prácticos, podría decirse que las estrategias de precio se engloban en la asignación de recursos relacionados del marketing que realiza una empresa a la hora de variar los precios de sus bienes o servicios. Mediante este tipo de prácticas pertenecientes a su plan de marketing, las firmas tratan de dar una imagen al mercado y a los clientes que pueda mantenerse y recordarse con el tiempo.

Al iniciar nuestro proyecto y por ser los primeros en incursionar en un campo en específico tan como la agricultura la estrategia de fijación de precio que más se ajusta es el precio de penetración.

4.5.2.1. Estrategia de precio de penetración para nuevos productos.

La penetración de mercado es el término que usa una empresa cuando introduce un producto o servicio en una categoría en el mercado. Se basa en diferentes estrategias como la fijación de precios, campañas de marketing y competencia. (Palacios, 2020)

Esta estrategia se ajusta no solo por que tengamos la intención de tener muchos nuevos clientes sino también porque queremos ser accesibles para nuestros clientes potenciales en todo momento, teniendo en cuenta nuestra base de costos ya que esta consiste en disminuir porcentajes altos de ganancia que no solo sea accesible si no fidelice a nuestros clientes.

Algunas ventajas de implementación de esta estrategia son:

- Aumento del interés de los clientes.
- Competencia reducida.
- Lealtad a la marca.

Teniendo en cuenta los conceptos y ventajas antes mencionadas decidimos definir los precios en base a los costos necesarios para su desarrollo y los desglosamos de la siguiente manera:

4.5.2.2. Estrategia de ajuste de precios

Estrategia de precios diferenciales

La estrategia de precios diferenciales consiste en plantear diversos importes, de modo que los descuentos coincidan directamente con los beneficios y el margen. Los precios pueden presentarse a través de descuentos o por paquetes. La idea es alcanzar a diferentes tipos de consumidores, y funcionan especialmente bien en mercados heterogéneos.

Lo que quiere decir que como estrategia de ajuste de precios diferenciales ya que consiste en ofrecer un paquete básico el cual tendrá un precio bajo y accesible que será de interés para nuestros clientes, pero también ofrecerles paquetes con más beneficios en los que también se define el tiempo por el cual se trabajara y que facilitaran aún más el trabajo ya realizado.

4.5.2.3. Fijación de precio por temporada

Siguiendo la línea de investigaciones realizadas para el presente estudio de mercado, identificamos que en general el servicio que ofrecemos es muy estable en cuanto a clientes, pero también se pudo conocer que hay mayor afluencia de clientes durante ciertas temporadas del año como lo son:

1. Cierre de año fiscal.
2. Cierre de año contable.
3. Inicio de año contable y fiscal.

“CML & Asociados RL”, consultorías y asesorías contables- financieras agrícolas en base a su temporada de nuevos clientes arrojara al mercado promociones en los paquetes contratados ya sea disminuyendo el precio agregando beneficios a los paquetes antes mencionados en pro de satisfacer las necesidades futuras y de captar la atención requerida a la oferta de los servicios.

4.5.3. Estrategia de distribución

Las estrategias de distribución hacen referencia a la forma en que se lleva a cabo la distribución de un determinado producto. Dicho de otro modo, son la manera en la que uno o varios productos llegan desde el fabricante hasta el consumidor final, es decir, las etapas por las que pasa dicho producto hasta que llega al canal de distribución.

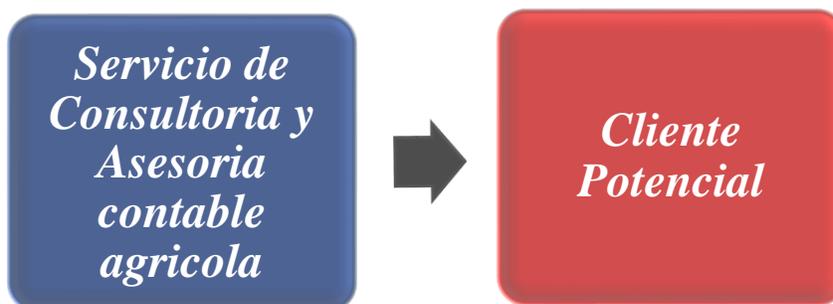
En general, existen dos tipos de estrategias de distribución bien diferenciadas:

La directa, en la que el fabricante vende directamente al consumidor final, sin ningún tipo de intermediario y generalmente a través de un canal corto. Esta es la usada por los fabricantes de coches o, en muchos casos, de ropa, ya que el distribuidor es el mismo que vende el producto en una zona determinada.

Con la estrategia directa, se tiene el control total de la distribución y la logística del producto, aunque puede ser una técnica compleja y difícil de poner en práctica.

La indirecta, que está compuesta por uno o varios intermediarios y utiliza ya sea un canal largo o corto. Es una estrategia más sencilla y barata de poner en marcha que la directa, pero, en contrapartida, con ella se pierde la trazabilidad del producto durante todo el proceso de distribución.

Figura 25: Canal de distribución directo



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador

El canal de distribución corto está compuesto generalmente por el fabricante, el minorista y el consumidor final, por lo que en él hay un único intermediario.

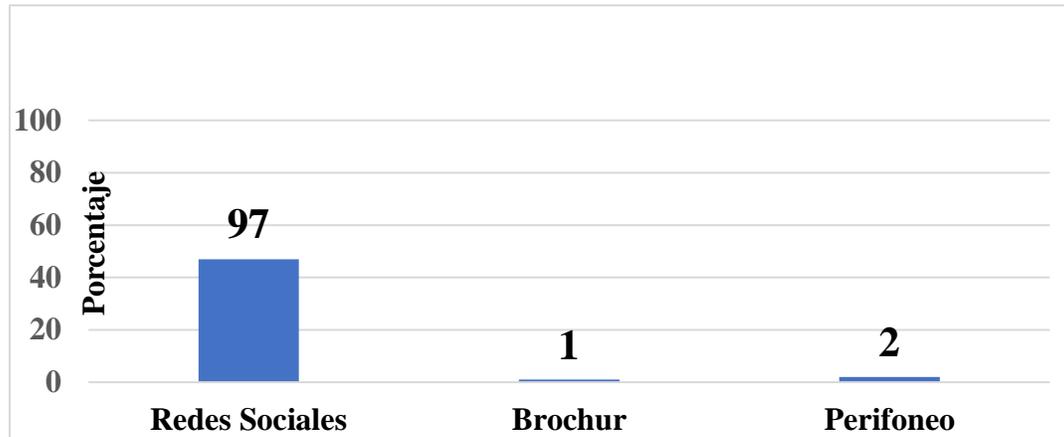
Por su parte, el canal de distribución largo es aquel que está compuesto por al menos dos intermediarios, que normalmente son el mayorista y el minorista, para luego llegar al consumidor final.

Por parte de “CML & Asociados RL”, consultorías y asesorías contables- financieras agrícolas su canal de distribución será directo y corto debido a que la relación o comunicación será directa con nuestros clientes, esta se dará por medio de redes sociales, correo electrónico

y presencial en la cual se definirán las necesidades del cliente y el paquete que se ajuste a este.

4.5.4. Estrategia de promoción y publicidad

Figura 26. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información sobre nuestros servicios?



Fuente: creada por el equipo de investigación.

En este grafico podemos observar los medios más populares actualmente para dar a conocer nuestro negocio los cuales fueron explicados a cada uno de los encuestados y en base a esto mismo nos arrojó una respuesta en la que prefieren como método de publicidad y propaganda las redes sociales con el mayor porcentaje reflejado y luego el perifoneo con la siguiente posición los Brochurs.

La publicidad es una estrategia de mercadotecnia que envuelve la compra de un espacio en medios para divulgar un producto, servicio o marca, con el objetivo de alcanzar el público objetivo de la empresa e incentivarlo a comprar. (Giraldo, 2019)

Promoción son todas las estrategias de divulgación del producto para alcanzar el público objetivo. La publicidad es una de ellas, pero también puede envolver acciones de asesorías de imprenta, relaciones públicas, patrocinios, entre otros.

Por lo tanto, la publicidad es una herramienta del marketing. Mientras que el marketing se preocupa por comprender el público objetivo y desarrollar estrategias para atenderlo, la publicidad se enfoca en alcanzarlo con una comunicación persuasiva.

Con los datos obtenidos de la encuesta realizada a productores agrícolas pudimos conocer un resultado porcentual en que se reflejan los medios en los que les gustaría obtener información publicitaria de nuestros servicios los cuales se desglosan de la siguiente manera:

Dada la importancia de la publicidad para la obtención de nuevos clientes debemos de realizar un plan de medios.

4.5.4.1. Plan de medios

Por lo antes mencionado, elaborar un plan de medios es indispensable para todo aquel negocio o empresa que está empezando con un nuevo producto o servicio en el mercado, cabe recalcar que lo que se necesita para elaborar un correcto plan de medios es un mensaje que difundir, saber a quién va dirigido, a través de qué canal se hará y cuáles son los objetivos que se quieren cumplir.

Por ende, la adecuada aplicación que tendrá el plan de medio para “CML & Asociados S.A RL” traerá un buen impacto en el mercado, induciendo a los clientes a tener una fidelización por el producto.

Los medios a utilizarse serán:

- **Facebook:** Esta red social es una de las más utilizadas a nivel nacional, su alcance va desde jóvenes, adultos, hasta adultos mayores.
Se seleccionada para ser el principal medio en el que realizaremos todo tipo de anuncios sobre información financiera, datos de interés acerca de aspectos contables, información de los paquetes que ofrecemos al público, dinámicas tales como respuesta a interrogantes que tengan acerca de nuestros servicios, entre otras cosas.
- **Instagram:** Esta red social tiene como función permitir que los negocios de comercio electrónico creen una demostración inversiva para que las personas exploren sus mejores productos con un solo toque, por lo cual, será una herramienta de ayuda en la mejora de contenidos audiovisuales y las tendencias del momento en cuanto a información financiera.
- **Brochurs:** Se elaborarán Brochurs los cuales contendrán información sobre el servicio y los paquetes disponibles sin dejar de mencionar el contenido de los paquetes antes

mencionados, en estos se explicará en qué consiste, cómo se utiliza la información, información de contacto tales como redes sociales, correo electrónico, y número telefónico.

➤ **Slogan publicitario.**

“**CML & Asociados S.A RL, consultorías y asesorías contables agrícolas**” cuenta con un slogan cuyo objetivo principal es inspirar confianza y valor en nuestra marca el cual es: “**Donde nuestra ayuda es la tranquilidad a su negocio**”. El cual está presente en el logo y será parte de las demás imágenes creativas que se utilicen para la captación de nuevos clientes en plan de medios.

2.5.1.2.Estrategia de marketing de medios.

El propósito de este es crear contenido relevante y de calidad para atraer a los posibles clientes, para poder retenerlos y que en un futuro estos se terminen convirtiendo en clientes.

Esta estrategia va de la mano con lo que son las redes sociales debido a su bajo costo y al gran impacto y alcance que tiene hacia las personas por lo tanto el contenido que se destaca es el siguiente:

- Fotos
- Videos
- Ofertas
- Promociones
- Eventos

2.5.1.3.Promoción.

Algunos estudiosos de Publicidad y Marketing, como McCarthy y Perreault, definen la promoción cómo la acción de transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos. (Cauthino, 2017).

En otras palabras, es una herramienta que ayuda o influye en las decisiones del comprador a la hora de la compra de productos o servicios de una empresa y sirve para dar a conocer el producto/servicio y de esa manera gracias a sus características atrapar y fidelizar a los clientes.

La promoción en el marketing exige una serie de técnicas de marketing para alcanzar objetivos específicos con estímulos diversificados en un determinado tiempo. Pero para que eso ocurra de manera efectiva, necesitamos desarrollar estrategias y técnicas para que la promoción funcione. Entre los cuales podemos mencionar:

⇒ **Programas de fidelización**

El cliente es el eje central de la estrategia profesional y comercial, donde el programa hace que la persona sea como parte de un grupo selecto de la empresa, lo que genera un tipo de importancia para el cliente.

⇒ **Promociones económicas**

Aquí se incluye todas las promociones que tienen algún tipo de recompensa económica: descuentos, vales o cupones, por ejemplo.

⇒ **Promociones del producto**

Son las promociones de atracción directa al producto: Entrega de muestras gratuitas, mayor entrega del producto con un mismo precio, degustaciones, regalos, etc.

⇒ **Redes sociales**

Es una herramienta básica para todos de la actualidad, ya que es gratuito o de bajo costo. Además, es de poco uso y de gran atracción. Pero aquí se exige más que solo publicar y esperar que llegue al cliente. Hay que desarrollar estrategias que ayuden a tu negocio a llegar a los clientes correctos.

4.5.5. Presupuesto de la estrategia.

Este presupuesto estará basado en el coste de la publicidad y promoción que haremos a nuestros servicios de manera tal que el cliente se sienta atraído y se fidelice, este estará reflejado para un año de funcionamiento de la firma y se desglosara de la siguiente manera:

Tabla 14 Presupuesto de Publicidad.

Medios audiovisuales	Cantidad Mensual	Precio Mensual	1er Trimestre	2do Trimestre	3er Trimestre	4to Trimestre	Total, Primer Año
Redes Sociales	15 d	C\$ 500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 6,000.00
Tarjeta de Presentación	150 und	C\$ 600.00	C\$ 1,800.00	C\$ 1,800.00	C\$ 1,800.00	C\$ 1,800.00	C\$ 7,200.00
Panfletos	200 u	C\$3,000.00	C\$ 9,000.00	C\$ 9,000.00	C\$ 9,000.00	C\$ 9,000.00	C\$36,000.00
Total		C\$4,100.00	C\$12,300.00	C\$12,300.00	C\$12,300.00	C\$12,300.00	C\$49,200.00

Fuente: elaboración del equipo investigador.

4.6. Proyecciones de Ventas

De acuerdo (Areas, 2020) Una “proyección de ventas es un cálculo estimado, utilizando técnicas estadísticas, que permite conocer la previsión de ventas de una empresa en un período de tiempo futuro”.

Básicamente consiste en averiguar cuanto podremos vender, teniendo en cuenta que la proyección de ventas está relacionada con el resto de actividades. Por tanto, es uno de los análisis esenciales que debe llevar a cabo cualquier empresa. Recordemos que el centro de cualquier negocio es el cliente y su facturación es la principal fuente de ingresos.

Para la elaboración de la proyección de ventas se tomó como punto de partida lo que es el análisis que se realizó en la demanda potencial que es de 911 productores, para determinar los servicios de la demanda, viendo cuantas personas les gustaría adquirir asesorías contables para el buen manejo de su empresa, que fue del 78% , considerando este resultado nos arroja a la demanda real que resulto ser de 1.168 productores, aparte esta lo que es la demanda insatisfecha que es 257 productores de la cual se abarcara el 22% que resulta la cantidad de productores encuestados,

Esto equivale a que se brindaremos los servicios de asesorías y consultorías tenemos estimados brindar 10 asesorías a la semana en dependencia del negocio, 40 asesorías al mes y 100 asesorías anuales en el cual el índice de crecimiento trimestral es del 2% que permite

aumentar los ingresos de los servicios brindado durante el periodo establecido abarcando al final del primer año el 15% de la demanda insatisfecha, llegando a 96 servicios anuales.

El pronóstico de ventas se realizó en base a los servicios y estarán reflejados monetariamente, ya que es indispensable saber estos cálculos, es decir cuántos servicios se tiene que brindar anualmente y las cantidades que se recibirá por los servicios.

Tabla 15 Cálculo de Servicios Proyectados mensuales

Demanda Insatisfecha	Demanda insatisfecha 22%	Servicios proyectados por mes
1,168 productores	257 productores	40 servicios proyectados

Fuente: Elaborado por el equipo investigador

Para realizar una proyección de ventas adecuada para el negocio, se necesita proyectar en base al primer año, en lo que es el inicio de vida de la idea de un negocio, además, se proyectara para cada año un aumento del 5% tomando en cuenta lo que es la inflación, el análisis de la demanda y otros factores, aparte de que se seguirá proyectando el 2% de crecimiento trimestral con respecto a la demanda insatisfecha.

Tabla 16 Proyecciones de ventas en unidades de servicio

Variable	Año 1
Servicio Financiero contables agrícolas.	60
Servicio de Contabilidad de Costos agrícolas	31
Servicios de Revisoría fiscal y tributario	24
Servicio de Consultorías y capacitaciones contables agrícolas	15
Total, Servicios	115

Fuente: Elaborado por el equipo investigado

Tabla 17 Proyección es de ventas del 1er año

C M L & Asociados RI													
Cédula N° 1 Proyecciones en cantidad de Servicio													
Desc.	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago.	Sep.	Oct	Nov	Dic	Total
Serv1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Serv2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	31
Serv3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
Serv4	3		3			3			3			3	15
Total	12	9	12	9	9	13	10	10	13	10	10	13	115

C M L & Asociados RI													
Cédula N° 2 Proyecciones de Ventas del Servicio en Unidades Monetarias													
Desc.	P. de Vta.	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago.	Sep.	Oct	Nov	Dic
Serv1	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
	5,400.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00
Serv2	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
	5,760.00	11,520.00	11,520.00	11,520.00	11,520.00	11,520.00	17,280.00	17,280.00	17,280.00	17,280.00	17,280.00	17,280.00	17,280.00
Serv3	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
	3,600.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00
Serv4	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
	2,880.00	10,800.00	-	10,800.00	-	-	10,800.00	-	-	10,800.00	-	-	10,800.00
Total	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
	45,720.00	45,720.00	45,720.00	45,720.00	45,720.00	45,720.00	51,480.00						

Fuente: Elaborado por el equipo investigador

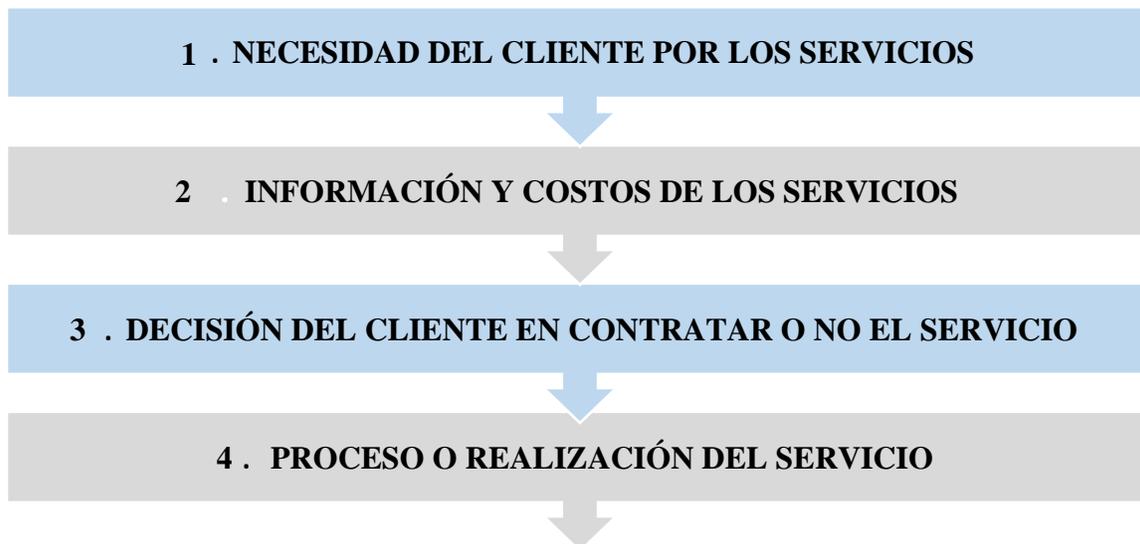
5. Plan de servicio

5.1. El proceso del servicio

Nuestro servicio surge mediante un proceso de análisis, planeamiento y propuestas realizadas como las alternativas más oportunas para nuestro cliente, comienza desde la visita por nuestro personal de publicidad y presentación de los paquetes disponibles, todo esto acompañado por una breve reseña del entorno y beneficios que pueden obtener una vez se logre un acuerdo entre las partes.

Los servicios que ofrece este proyecto, se ejecutan mediante 5 etapas de proceso que se detallan a continuación:

Figura 27 Ciclo del servicio.



Etapas 1: Necesidad del cliente por los servicios: El cliente ve la necesidad de requerir servicios Contables, Financieros o asesorías según sea el caso, por parte de profesionales en la materia. De esta manera se dirige al negocio para solicitar información de los servicios.

Etapa 2: Información y costo de los servicios: Una vez que el cliente (empresario) llega a las instalaciones del negocio “C M L & ASOCIADOS, RL”, se le atiende amablemente y se da la información y de los costos de los servicios que se ofrecen, para que el cliente tome una decisión.

Etapa 3: Decisiones del cliente en contratar o no el servicio: Si el cliente no decide contratar los servicios, el miembro que le atiende por parte del negocio “C M L & ASOCIADOS, RL”, se despide cordial mente deseándole éxitos y su pronta visita nuevamente.

Si el cliente acepta los servicios, se procede a elaborar el contrato para ser firmado por las partes relacionadas. Luego se realiza un plan de trabajo dependiendo las necesidades y compromisos que se firmaron en el contrato, así de esta manera se puede proceder a distribuir las funciones o responsabilidades entre los trabajadores.

Se solicita la información necesaria a la empresa cliente, este la envía, el coordinador la recibe y se inicia el procesamiento de información recibida por parte de los auxiliares, si hay anotaciones o dudas se hacen saber al cliente.

Etapa 4: Proceso o realización de los servicios: Una vez que se hayan designado las funciones y responsabilidades se procede a la acción operativa en que se lleva a cabo el servicio para el cliente con los materiales, equipos y recursos humanos necesarios.

Etapa 5: Informe final: La empresa “C L M & ASOCIADOS, RL”, como parte de su formalización y calidad de sus servicios, elabora un informe final que certifique la finalización de este, donde especifica todas las actividades y parámetros que utilizó al momento realizar el servicio al cliente.

Flujograma o diagrama de flujo según (Chiavenato, Organización y Sistema, 2000) define como “una gráfica que representa el flujo o la secuencia de rutinas simples. Tiene la ventaja de indicar la secuencia del proceso en cuestión, las unidades involucradas y los responsables de su ejecución”.

El siguiente flujo presenta la secuencia del proceso y la duración o demora de cada servicio que realice la empresa “C M L & ASOCIADOS, RL”:

Figura 28 Flujograma del servicio

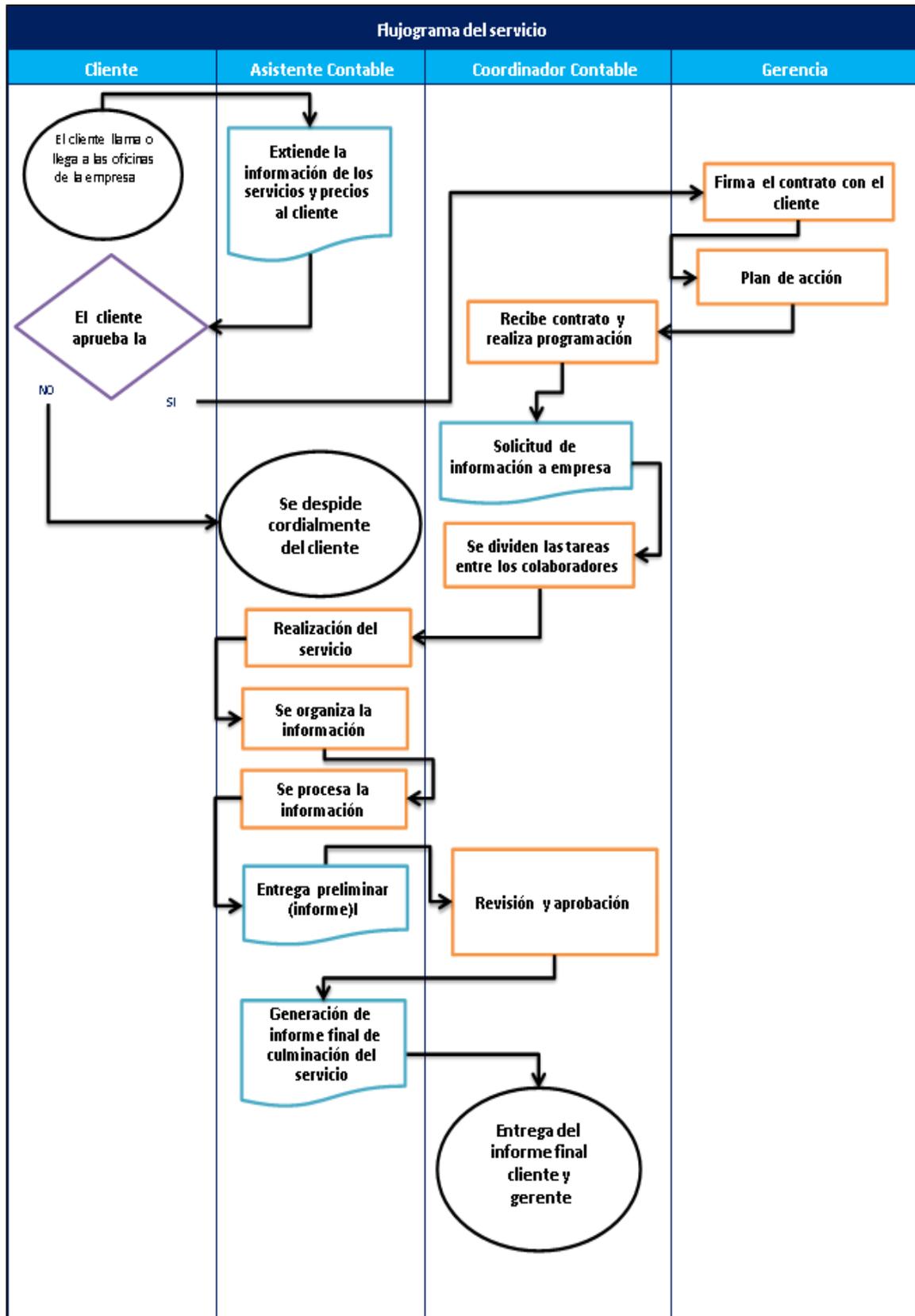
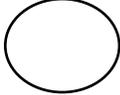


Figura 29 Simbología ANSI

Figura	Significado
	Terminal: Indica Inicio y Fin flujo
	Documento: Representa cualquier tipo de documentación
	Actividad: Funciones que desempeñan personas
	Decisión o alternativa: Indica varias opciones

Los servicios de la empresa asesora y consultora a como se explicó anteriormente, constan de 5 etapas el proceso completo:

- Etapa 1: Necesidad del cliente por los servicios.
- Etapa 2: Información y costo de los servicios
- Etapa 3: Decisiones del cliente en contratar o no el servicio
- Etapa 4: Proceso o realización del servicio
- Etapa 5: Informe final

En el flujograma mediante la metodología ANZI se conoció que el tiempo disponible y promedio para realizar un servicio a cada cliente, es de 36 horas aproximadamente en horas laborales (de 8 am a 5 pm, con una hora de descanso o almuerzo).

5.2. Proveedores y condiciones de compra de objetos

Se realizó un estudio acerca de los equipos y con la mejor tecnología, tomando en cuenta que dicho proveedor tenga un buen precio de venta y que no eleve los costos del servicio de nuestra empresa, para así mantener un precio competitivo en el mercado.

Nuestros proveedores fueron seleccionados debido a que estos cumplían con los requerimientos necesarios en nuestros equipos, además de esto sus ofertas comprendían las generalidades presentadas y completas por nosotros acompañadas de un buen precio respecto a los demás oferentes.

En la siguiente tabla se muestran las características, uso, proveedores seleccionados, además de la forma de compra y la obtención de dichos activos con los que cuenta la Firma para iniciar operaciones.

Tabla 18 Proveedores y condiciones de compra

<i>Descripción del Equipo</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Proveedor</i>	<i>Condición</i>
Escritorio metálico: Modelo Eco-012. Cat- 2015 Medidas: 1.50 x 0.75 x 75 cm.	4	Librería Office Solutions ⊗ Pista el Dorado	Contado
Silla Ejecutiva: Silla semi ejecutivas con brazos sistema hidráulico para regulación y respaldo medio, asiento y respaldo esponja moldeable de alta densidad.	4	Librería Office Solutions ⊗ Pista el Dorad	Contado
Silla Metálica: Silla de espera sin brazos, estructura de acero y pintada en color crema	3	Price Smart ⊗ Carretera a Masaya Km 11.5, Managua	Contado
Mesa de Juntas: Mesa de conferencia para 6 personas estructura modular metálica patas euro pintada en esmalte torneable color negro.	1	Shop Mueblería ⊗ Pista Juan Pablo II, puente el paraisito 20vrs abajo, Managua	Contado
Gabinete Archivador: Producto dirigido a archivar distintos documentos de trabajo.	3	Tech Solución Nicaragua ⊗ Pista Juan Pablo II, Managua Colonia Centroamérica, de los semáforos de Loselsa, 25mts abajo, frente donde fue el hospital central, Managua	Contado
Computador de escritorio Dell: Memoria RAM con capacidad suficiente para el buen desarrollo de estas con todas las prestaciones útiles para un buen funcionamiento	3	Price Smart ⊗ Carretera a Masaya Km 11.5, Managua	Contado

Lenovo 14": RAM, Propiedades garantes de su buen desempeño como disco duro, pantalla táctil etc.	2	Price Smart Ⓢ Carretera a Masaya Km 11.5, Managua	Contado
Impresora HP Deskjet Ink Advantage: Impresora LEXMARK x5070, 4 en 1 impresora, escáner, fotocopiadora y fax	2	Price Smart Ⓢ Carretera a Masaya Km 11.5, Managua	Contado
Proyector Tzmi Go: Wifi, LINEA FIJA ALAMBRICA, MEMORIA 100 NUMERO, CONECTOR ELECTRICO	1	Price Smart Ⓢ Carretera a Masaya Km 11.5, Managua	Contado

Fuente: Elaborado por el equipo investigador

5.3. Capital fijo y vida útil

La vida útil de un activo, es el tiempo que un activo puede ser utilizado productivamente en las operaciones, de igual manera, como activo fijo de una empresa nos referimos a bienes que tienen una duración dentro del ciclo económico superior a un año.

Para determinar la vida útil de un activo, es necesario considerar el desgaste, la participación de factores naturales, los cambios en la demanda de bienes o servicios que contribuyan a su producción o suministro, y la posible obsolescencia por razones técnicas.

De acuerdo con la Ley no. 822, Ley de Concertación Tributaria (Nicaragua, 2019),” se considera el método de línea recta para la depreciación de activos. Es uno de los métodos de depreciación más utilizados, principalmente por su sencillez y facilidad de uso, ya que solo requiere operaciones aritméticas simples”.

Nuestros activos fijos tienen una vida útil, que se deprecia con cada año según el periodo de vida correspondiente para estos, estos son importantes y de ellos se depende para el cumplimiento de las funciones en pro del mejoramiento de la calidad de nuestros servicios y eficiencia frente a los requerimientos de nuestros clientes.

Así mismo la depreciación se aplica de la siguiente manera: Equipo de reparto se basa en 5 años al 20%, Mobiliario Y equipo de oficina en 5 años al 20% y el Equipo de cómputo 2 años al 50%.

A continuación, se describirá tabla de depreciación los cálculos establecidos por la Ley No.822, Ley de concertación tributaria:

Tabla 19 Depreciación

Nombre del equipo	Años vida útil	% Depreciación anual
Escritorio Metálico desarmable	5	20%
Silla Ejecutiva	5	20%
Silla Metálica	5	20%
Mesa de Juntas	5	20%
Gabinete Archivador	5	20%
Computadora de escritorio DELL	2	50%
HP Laptop	2	50%
Impresora LEXMARK	2	50%
Protector Casio	2	50%
Cafetera	3	50%

5.4. Ubicación y distribución física de la empresa

La ubicación de una empresa es un factor muy importante ya que determina la posición competitiva y además de ser fundamental para la distribución y recepción de materias primas. Por lo tanto, es necesario determinar una ubicación estratégica para que la empresa se desarrolle bien y sin incurrir en mayores costos por la distancia local.

La organización física tiene como propósito determinar la ubicación de todos los elementos que van a formar parte del proyecto de emprendimiento Asesorías y Consultorías Contables – Financieras “CML & Asociados, RL “ dedica al sector agrícola, a efectos de optimizar el espacio físico, buen ambiente y condiciones para poder laborar, atender la seguridad de los trabajadores y clientes, el movimiento del personal dentro de la infraestructura y demás detalles con el fin de dar un mejor servicio y atención al cliente.

Por consiguiente, se tomó en cuenta el estudio de macro localización y el estudio de micro localización para este proyecto de emprendimiento.

5.4.1. Macro localización:

En esta etapa se determinó en qué lugar del país era más conveniente ubicar el proyecto de emprendimiento, por lo cual estará ubicada en el departamento de Carazo, los factores que se tomaron en cuenta al momento de decidir dónde se iba a instalar el proyecto Asesorías y Consultorías Contables-Financieras “CML & Asociados, RL “dirigida al sector agrícola en el departamento de Carazo fueron las siguientes:

Tipo de lugar: Se tomó en cuenta como base una investigación realizada previamente de que, si el departamento de Carazo contaba con algún despacho contable agrícola, y se llegó a la conclusión de que el departamento de Carazo no cuenta con Firma contable de Asesorías y consultorías contables-financieras, dirigidas al sector agrícola de este tipo.

Por lo que ubicarlo aquí sería una ventaja en la penetración en el mercado en el cual se va dirigir en la localidad es accesible el proyecto dentro de este lugar.

Estado de las vías de comunicación: El departamento de Carazo posee 8 municipios el cual se encuentran alternos el uno con el otro, fácil poder trasladarse de un municipio, es decir, accesible para el cliente como accesible para el trabajador, de igual manera, los transportes se pueden encontrar de manera sencilla buses, microbuses, taxis y moto taxis para poder trasladarte al destino deseado.

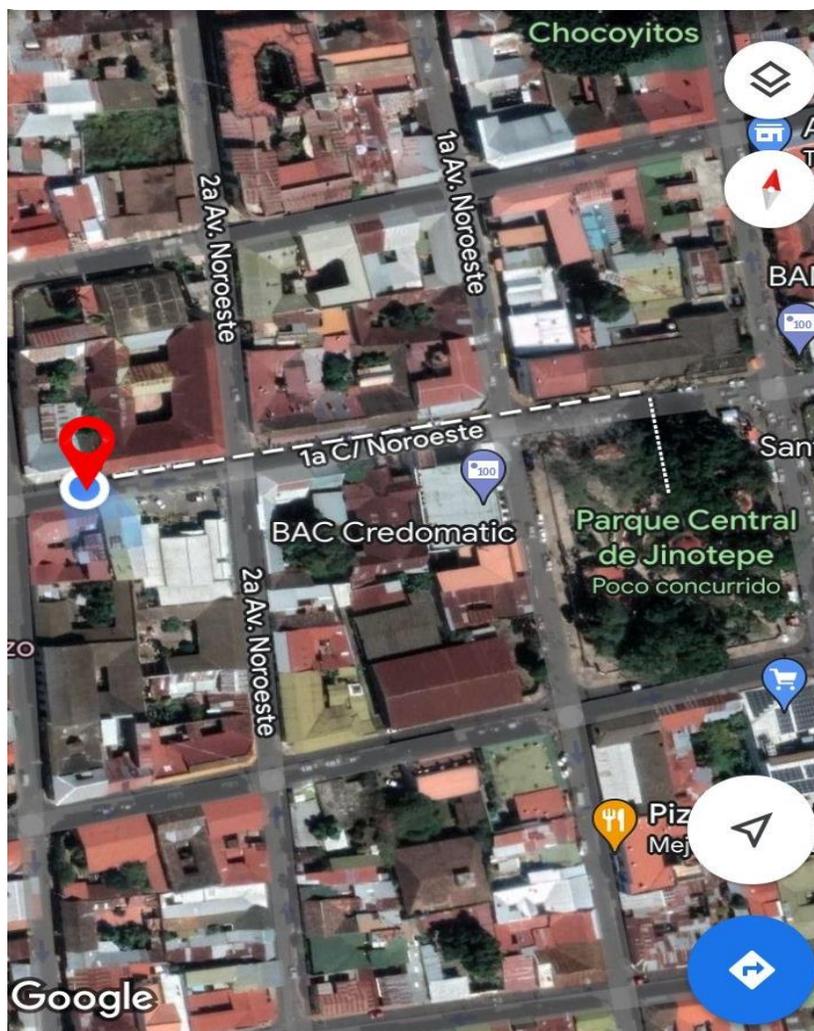
Servicios: El departamento de Carazo cuenta con servicios de energía eléctrica, agua potable, comunicación telefónica y acceso a internet.

5.4.2. Micro localización

Se determinó que la localización en el departamento de Carazo, cumple con todos los criterios mencionados es la municipalidad de Jinotepe, por lo tanto, el proyecto Asesorías y Consultorías Contables-Financieras “CML & Asociados, RL “dirigida al sector agrícola se ubicará en esta ciudad, específicamente en la zona céntrica que tiene como dirección: Parque central de Jinotepe, Cuadra y media al oeste.

Ubicación de la empresa

Figura 30 Ubicación de la Empresa



Fuente: Google Maps

En la ilustración presentada, se identifica la dirección de donde estará ubicada, la cual está situada en una parte central de la ciudad de Jinotepe, lo que facilitará el acceso a los proveedores y clientes que nos van a visitar para solicitar de nuestros servicios, teniendo un impacto positivo por parte de los mismos en lo que son las ventas y el desarrollo de la empresa

5.4.3. Distribución física de la empresa

Figura 31 Plano arquitectónico



Nota: Este plano fue elaborado por la Arquitecta Pérez

A continuación, se muestra el diseño de la planta arquitectónica del proyecto Asesorías y Consultorías Contables-Financieras “CML & Asociados, RL, cuenta con medidas de 112.8 metros cuadrados y área de construcción real 125.44 metros cuadrados, con organización física, ambiente y condiciones para laborar.

De igual manera, el presente plano se puede observar cómo está dividido la planta arquitectónica de la empresa la cual cuenta con: 3 oficinas de 3.15 metros cuadrados, 2 baños, 1 bodega, 1 recepción, dichas oficinas contarán con un ambiente climatizado.

Figura 32 Medio de representación en el plano de diseño de interiores



Nota: Este plano de diseños de interiores fue elaborado por la Arquitecta Pérez

Así mismo, 1 sala de juntas o conferencia con unas medidas de 8.15mt que servirá de un espacio multiuso donde se pueden celebrar desde ponencia, reuniones trimestrales, juntas generales o extraordinarias entre otras actividades.

Figura 33 Medio de representación en el plano de diseño de interiores



Nota: Este plano de representación de diseño de interiores fue elaborado por la Arquitecta Pérez

5.5. Insumos, su costo y disponibilidad

“El insumo es toda aquella cosa susceptible de dar servicio y paliar necesidades del ser humano”, (Pedrosa, 2017), es decir, nos referimos a todas las materias primas que son utilizadas para producir nuevos elementos.

Cuando ya conocemos el concepto general de lo que significa un insumo para una empresa, podemos darnos cuenta de que en el sector de creación de productos al igual que en la oferta de servicios se utilizan insumos que nos ayudan a cumplir objetivos propuestos con la oferta a la necesidad que queremos satisfacer.

Podemos mencionar como insumos para la oferta de asesorías y consultorías contables-financieras agrícolas:

- Casa claro triple: Este servicio está compuesto por 3 servicio imprescindibles en el funcionamiento del negocio y con beneficios tales como; internet residencial de 80 Mbps de velocidad, telefonía fija con 200 minutos a teléfonos claro, cable de TV el cual incluye 88 canales en calidad HD, 49 canales SD, claro video y Paramount+ por un costo de \$39.99. (<https://www.claro.com.ni/personas/servicios/servicios-hogar/claro-hogar-triple/>)

- Telefonía Celular: Se contratará servicios con la empresa claro por plan pospago es el que presenta la mejor tarifa en relación costo- beneficio para celulares, este servicio se contratará solo para 3 números de celular de los siguientes cargos:

⇒ Contador 1.

⇒ Contador 2.

⇒ Contador 3.

Este tendrá un costo de 19.99 dólares por los cuales se obtienen los siguientes beneficios: redes sociales ilimitadas, 4 GB de YouTube y TikToK, aplicaciones de música gratis, 60 minutos multiusos, 20 GB de internet sin límites, 1500 mensajes. (

<https://www.claro.com.ni/personas/servicios/servicios-moviles/pospago/#!>)

- Software: Como proveedor del software se eligió Auto Tech ya que es el distribuidor autorizado de Mónica, el Software más utilizado en el control de los negocios y especialmente para las Pymes con un costo de 400 dólares anual y 33.33 mensual que contara con beneficios de: instalación, capacitación y soporte técnico.

(<https://www.yelu.com.ni/company/41062/AUTOTECH#map>)

- Licencia Microsoft: Con respecto a la licencia necesaria para la utilización de los equipos de cómputo y sus programas, se decidió por el proveedor etech ya que ofrece las licencias 365 a 25 dólares cada una y por ser un buen referente en el mercado en el ofrecimiento y soporte de productos tecnológicos. (<https://www.etech.com.ni/catalogo-de-productos/>)
- Papelería y útiles de oficina: Gonper Librerías será el proveedor designado para los requerimientos necesarios del trabajo en oficinas por poseer un amplio catálogo de útiles en diferentes marcas y precios más accesibles respecto a la competencia. Se estima un costo promedio mensual de 60 dólares mensuales y de 720 dólares anuales.

(<https://www.gonperlibrerias.com/>)

5.6. Personal, su costo y disponibilidad.

El personal requerido para la oferta de nuestros servicios o bien llamada mano de obra directa (MOD) también es una parte fundamental para llevar a cabo el proyecto por lo cual debemos conocer que es la mano de obra directa y cuál será el personal que requeriremos para este mismo.

“Mano de obra directamente relacionada con la transformación de la materia prima en la fabricación de un producto o la prestación de un servicio”. (Grudemi, 2021), Por lo tanto, podemos decir, que la mano de obra se define como el esfuerzo de carácter físico y mental que un trabajador realiza a cambio de dinero. Es el personal que posee toda organización para llevar a cabo sus actividades empresariales.

En el caso de asesorías y consultorías contables-financieras agrícolas se determinó, que cada trabajador involucrado en el proceso de oferta de servicios trabajara un total de 8 horas laborales 6 días a la semana con derecho a una hora de almuerzo en horario de 8:00 am a 5:00 pm (lunes a viernes) y el día sábado (8:00 a 12:00 md) para un total de horas trabajadas al mes de 176 horas.

Cada trabajador de Mano de obra directa (MOD) dispondrá de 2,112 horas disponibles anual 264 días laborales (exceptuando domingos, días feriados, vacaciones y 32 horas anual de capacitación y reuniones del personal).

Se contará con un personal que se desglosa de la siguiente manera:

Tabla 20 Mano de obra directa

<i>Mano de Obra Directa (MOD)</i>	<i>Año 1 / Mes</i>	
	<i>Cantidad</i>	<i>Salario</i>
Contador 1	1	U\$ 380.00
Contador 2	1	U\$ 380.00
Contador 3	1	U\$ 380.00
Asistente Administrativa	1	U\$ 195.00
Total	5	U\$ 1,335.00
<i>TOTAL, por año</i>		U\$ 16,020.00

Todos contarán con un contrato por tiempo indefinido incluida la asistente administrativa a excepción de la asistente de limpieza quien solo trabajara 3 días a la semana y trabajara solo el tiempo que le lleve cumplir con sus responsabilidades.

Los salarios están nivelados para los socios ya que al formar parte de la mano de obra se acordó que estos sean de forma equitativa, se tomó también en referencia de salarios a otras empresas que ofrecen servicios similares, estos salarios están por encima del salario mínimo en el sector de servicios que actualmente es de: el 7% para el sector de Establecimientos Financieros que en córdobas ascendería a un monto de C\$ 10,571.78 y en dólares USD 297.07 vigente a partir del 1 de marzo 2022. (Montes-Dona, 2022),

También se cumplirá con nuestro deber como empleadores de asegurar a los empleados y pagar las prestaciones según ley.

Tabla 21 Costo del personal

<i>Costo del personal</i>	<i>Año 1</i>
Empleados	4
Salario Bruto	U\$ 16,020.00
Prestaciones	1,140.00
Seguridad Social	1,630.00
<i>Total, Costo del Personal</i>	<i>U\$ 18,790.00</i>

“CML & Asociados, RL” consultores y asesores contables financieros en su mano de obra directa cuenta con 3 contadores los cuales se encargarán de ofrecer los servicios o paquetes disponibles, donde el cliente elegirá el paquete más adecuado de acuerdo a las necesidades del negocio, posterior a esto los contadores serán quienes se encarguen de todos los registros contables y seguimiento de las operaciones según la cartera de clientes que cada colaborador tenga bajo su responsabilidad operativa.

5.7. Costos Indirectos

La mano de Obra Indirecta es aquella que no interviene directamente en el proceso de producción del producto, sin embargo, las actividades indirectas que realizan forman parte de la comercialización y funcionamiento de la empresa como tal. A continuación, se presenta la proyección de mano de obra indirecta.

Para el proyecto a desarrollar la mano de obra indirecta estaría reflejada de la siguiente manera:

Tabla 22 *Mano de obra indirecta*

Mano de OBRA INDIRECTA	Año 1 / Mes	
	Cantidad	Salario
Personal de Admiración	1 C\$	7,000.00
Asistente de Limpieza	1	3,500.00
Total	2 C\$	10,500.00
Total, Anual	C\$	126,000.00

En la mano de obra indirecta se refleja el personal necesario adicional en proceso de la oferta de un servicio en el caso de “CML & Asociados, RL”, este personal está compuesto por 2 personas que desempeñaran cargos tales como:

- ✓ Personal de apoyo o asistencia: la persona designada a este cargo se encargará de llevar un orden claro de las citas de cada uno de los contadores dentro y fuera del local, con clientes o proveedores al igual que se encargará de contestar las dudas de nuestros clientes para concretar una cita o por cualquier consulta necesaria.
- ✓ Asistente de limpieza: Esta persona se encargará de mantener en orden y la limpieza de la empresa.

Al igual que los insumos materiales de uso indirecto tales como:

Tabla 23 *Útiles de oficina requeridos anual*

Nombre	Engrapadora			
Proveedor	Gonper Librerías			
Dirección	Sucursal central, costado oeste rotonda centro comercial Managua			
Web	www.gonperlibrerias.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
	5	ENGRAPADORA POINTER TIRA COMPLETA 25HJ 26/6 90MM ST-1914	C\$121.00	C\$ 605.00
Nombre	Perforadora			

Proveedor	Gonper Librerías			
Dirección	Sucursal central, costado oeste rotonda centro comercial Managua			
Web	www.gonperlibrerias.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio unitario	Precio Total
		PERFORADOR A BARRILITO 2 HUECOS 15H 820 PEQ	C\$ 81.00	C\$ 324.00
Nombre Proveedor	Calculadora Gonper Librerías			
Dirección	Sucursal central, costado oeste rotonda centro comercial Managua			
Web	www.gonperlibrerias.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio unitario	Precio Total
		CALCULADORA DELTA ESCRITORIO 12 DIG 7806CDE PEQ	C\$ 182.00	C\$ 605.00
Nombre Proveedor	Rema de Papeles Gonper Librerías			
Dirección	Sucursal central, costado oeste rotonda centro comercial Managua			
Web	www.gonperlibrerias.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
	5	PAPEL BOND 40 TC DISCOVERY 8.5X11 75GR 97% BLANC	C\$ 300.00	C\$ 1,500.00
Nombre Proveedor	Caja de Folders Gonper Librerías			
Dirección	Sucursal central, costado oeste rotonda centro comercial Managua			

Web	www.gonperlibrerias.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
	6	FOLDER AMPO MANILA T/CARTA CAJA 100UDS	C\$ 307.00	C\$ 1,842.00

Nombre Proveedor	Caja de Lapiceros Gonper Librerías			
Dirección	Sucursal central, costado oeste rotonda centro comercial Managua			
Web	www.gonperlibrerias.com			

Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
	3	LAPICERO SMARTY TRI-X PUNTA MEDIA 1.0MM AZUL TRI-XA	C\$ 47.00	C\$ 141.00

Nombre Proveedor	Sellos Sellos de hule Servanic			
Dirección	Semáforos Linda Vista 3 1/2c. arriba, Managua, Nicaragua.			
Web	www.sellosservanic.@yahoo.com			

Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
	5	Sellos Shiny printer S-842	C\$ 350.00	C\$ 1.750.00

Nombre Proveedor	Archivadores Gonper Librerías			
Dirección	Sucursal central, costado oeste rotonda centro comercial Managua			
Web	www.gonperlibrerias.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total

	15	ARCHIVADOR AMPO T-817 CON RADOS	C\$ 84.00	C\$1,260.00
Nombre Proveedor Dirección	Clips Gonper Librerías Sucursal central, costado oeste rotonda centro comercial Managua			
Web	www.gonperlibrerias.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
	5	Clips n°1 ACME 33 mm 100 und	C\$ 14.00	C\$ 70.00
Nombre Proveedor Dirección	FASTENER Gonper Librerías Sucursal central, costado oeste rotonda centro comercial Managua			
Web	www.gonperlibrerias.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
	4	FASTENER marca acmé 80 mm 50 und	C\$ 51.00	C\$ 204.00
Nombre Proveedor Dirección	Grapas Gonper Librerías Sucursal central, costado oeste rotonda centro comercial Managua			
Web	www.gonperlibrerias.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
	6	Grapas acmé estándar 26/10 5000 PZ	C\$ 37.00	C\$ 222.00

Nombre Proveedor Dirección	Saca Grapas Gonper Librerías Sucursal central, costado oeste rotonda centro comercial Managua			
Web	www.gonperlibrerias.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
	4	Saca grapa marca KW 508-b	C\$ 19.00	C\$ 76.00
Nombre Proveedor Dirección	Tablero Gonper Librerías Sucursal central, costado oeste rotonda centro comercial Managua			
Web	www.gonperlibrerias.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
	3	Tablero ACRIMET c/ CLAMP Tamaño carta	C\$ 59.00	C\$ 177.00
Nombre Proveedor Dirección	Corrector Gonper Librerías Sucursal central, costado oeste rotonda centro comercial Managua			
Web	www.gonperlibrerias.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
	5	Corrector liquido	C\$15.00	C\$75.00

Nombre Proveedor Dirección	<p>Marcador Acrílico Gonper Librerías Sucursal central, costado oeste rotonda centro comercial Managua</p>			
Web	www.gonperlibrerias.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
	3	Set de marcadores acrílicos 6 und, Marca peli kan, Colores azul, negro, rojo verde	C\$ 81.00	C\$ 243.00
Nombre Proveedor Dirección	<p>Pizarra Acrílica Mercado Municipal Pali 6 cuadras al sur, Jinotepe, Carazo</p>			
Web				
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio unitario	Precio Total
	1	Pizarra acrílica modelo EDGE. Marco fino de aluminio. Dimensiones: 72WX 48H	C\$120.00	C\$120.00
Nombre Proveedor Dirección	<p>Tinta Gonper Librerías Sucursal central, costado oeste rotonda centro comercial Managua</p>			
Web	www.gonperlibrerias.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio unitario	Precio Total
	2	TINTA POINTER P/SELLO AZUL 30ML INK-30-BU	C\$400.00	C\$800.00
Nombre Proveedor Dirección	<p>Cartucho de tinta para Impresora. Librería Jardín Centro Comercial, Galerías Santo Domingo, 2do piso.</p>			

Web		PRODUCTOS A - Z – Librería Jardín (libreriajardin.com)																			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total																	
	2	Cartucho HP #27 negro para DJ C\$1,226.00	C\$1,226.17	C\$2,452.34																	
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Nombre Proveedor Dirección</th> <td colspan="3">Bandeja Gonper Librerías Sucursal central, costado oeste rotonda centro comercial Managua</td> </tr> <tr> <th>Web</th> <td colspan="3">www.gonperlibrerias.com</td> </tr> </thead> <tbody> <tr> <th>Útiles</th> <th>Cantidad</th> <th>Descripción</th> <th>Precio Unitario</th> <th>Precio Total</th> </tr> <tr> <td rowspan="2">  </td> <td>4</td> <td>Bandeja ACRIMET plástica 2 niveles</td> <td>C\$311.00</td> <td>C\$1.244.00</td> </tr> </tbody> </table>				Nombre Proveedor Dirección	Bandeja Gonper Librerías Sucursal central, costado oeste rotonda centro comercial Managua			Web	www.gonperlibrerias.com			Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total		4	Bandeja ACRIMET plástica 2 niveles	C\$311.00
Nombre Proveedor Dirección	Bandeja Gonper Librerías Sucursal central, costado oeste rotonda centro comercial Managua																				
Web	www.gonperlibrerias.com																				
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total																	
	4	Bandeja ACRIMET plástica 2 niveles	C\$311.00	C\$1.244.00																	

Tabla 24 Suministro de limpieza

Nombre Proveedor Dirección Web	Azistín Desinfectante Pricemart Carretera a Masaya Km 11.5, Managua www.pricemart.com							
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total				
	2	Marfil Limpiador Desinfectante Multiusos 3 unidades/ 1 galón	C\$ 329.95	C\$ 659.90				
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Nombre</th> <td colspan="4">Papel Higiénico</td> </tr> </thead> </table>				Nombre	Papel Higiénico		
Nombre	Papel Higiénico							

Proveedor	Walmart			
Dirección	Km 10 Carretera a Masaya, Managua			
Web	www.walmart.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio unitario	Precio Total
	4	Papel Higiénico Nevax Hoja Sencilla Extremas - 8 Rollos	C\$ 160.00	C\$ 640.00

Nombre	Detergente			
Proveedor	Walmart			
Dirección	Km 10 Carretera a Masaya, Managua			
Web	www.walmart.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio unitario	Precio Total
	5	Detergente Suli Aroma Natural 500G	C\$ 23.75	C\$ 118.75

Nombre	Escoba			
Proveedor	Walmart			
Dirección	Km 10 Carretera a Masaya, Managua			
Web	www.walmart.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
	3	Escocesa Repuesto P Escoba Balarina 1Un	C\$ 93.00	C\$ 279.00

Nombre	Lampazo			
Proveedor	Walmart			
Dirección	Km 10 Carretera a Masaya, Managua			
Web	www.walmart.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total

	3	Lampazo Dona Nany De Madera Cabeza Amarilla	C\$ 100.00	C\$ 300.00
---	---	---	------------	------------

Nombre	Mecha de lampazo			
Proveedor	Walmart			
Dirección	Km 10 Carretera a Masaya, Managua			
Web	www.walmart.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total

	4	Mecha Doña Mecha Para Lampazo N16- Unidad	C\$ 68.00	C\$ 204.00
---	---	--	-----------	------------

Nombre	Pala			
Proveedor	Walmart			
Dirección	Km 10 Carretera a Masaya, Managua			
Web	www.walmart.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total

	2	Recogedor Súper Max con Bastón Scrob	C\$ 57	C\$ 114.00
---	---	--	--------	------------

Nombre	Cepillo para inodoro			
Proveedor	Walmart			
Dirección	Km 10 Carretera a Masaya, Managua			
Web	www.walmart.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total

	3	Cepillo Suli Para Inodoro	C\$27.00	C\$ 81.00
---	---	------------------------------	----------	-----------

Nombre Proveedor	Basurera			
Dirección	Walmart			
Web	Km 10 Carretera a Masaya, Managua www.walmart.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
	5	Basurero Mainstays Surtido	C\$105.00	C\$515.00
Nombre Proveedor	Bolsa de Basuras			
Dirección	Walmart			
Web	Km 10 Carretera a Masaya, Managua www.walmart.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
	3	Spermx bolsa Bas 50U	C\$ 62.00	C\$186.00
Nombre Proveedor	Alcohol Clínico			
Dirección	Walmart			
Web	Km 10 Carretera a Masaya, Managua www.walmart.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
	4	Alcohol clínico (70%) Santi. 1000ml	C\$ 85.00	C\$ 340.00
Nombre Proveedor	Jabón Liquido			
Dirección	Walmart			
Web	Km 10 Carretera a Masaya, Managua www.walmart.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total

	3	Jabón Líquido Olimpo Cry 460ml	C\$ 49.50	C\$ 148.50
Nombre	Paño Microfibra			
Proveedor	Walmart			
Dirección	Km 10 Carretera a Masaya, Managua			
Web	www.walmart.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
	1	Paño Microfibra Scotch-Brite 3 Unid.	C\$ 110.00	C\$ 110.00

Tabla 25 Suministros varios

Nombre	Azúcar Monte Rosa			
Proveedor	Walmart			
Dirección	Km 10 Carretera a Masaya, Managua			
Web	www.walmart.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
	2	Azúcar Monte Rosa Sulfitada- 2000Gr	C\$ 60.00	C\$ 120.00
Nombre	Café			
Proveedor	Walmart			
Dirección	Km 10 Carretera a Masaya, Managua			
Web	www.walmart.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio unitario	Precio total

	2	Café Selecto molido- 400gr	C\$ 122.00	C\$ 244.00
---	---	-------------------------------	------------	------------

Nombre Proveedor Dirección Web	Cuchara Desechable Walmart Km 10 Carretera a Masaya, Managua www.walmart.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio unitario	Precio Total

	2	Cuchara desechable pequeña tornado blanca 25 unidad.	C\$ 17.25	C\$ 34.50
---	---	--	-----------	-----------

Nombre Proveedor Dirección Web	Vaso Desechable Walmart Km 10 Carretera a Masaya, Managua www.walmart.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio unitario	Precio Total

	3	Vaso desechable POLY CUPS, No.6 blanca 25 unidad.	C\$ 17.25	C\$ 51.75
---	---	---	-----------	-----------

Nombre Proveedor Dirección Web	Bombillo Walmart Km 10 Carretera a Masaya, Managua www.walmart.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio unitario	Precio Total



5

Bombillo Sylvania
Led 7 watts, Luiz
Cálida.

C\$ 55.00

C\$ 275.00

Todos estos materiales descritos en la tabla desde la 22 hasta la 24, son parte del proceso de la oferta del servicio y que no están directamente ligados con el servicio como tal. Estas cotizaciones se realizaron por vía internet y pagina web del proveedor que en este caso sería Gonper librerías y librería Jardín.

Al igual, se incluye la depreciación de los activos que están involucrados en el proceso del servicio tales como el mobiliario, equipo de Cómputo y equipo de oficina.

6. Plan de organización y gestión

6.1. Marco legal (forma jurídica)

C M L & ASOCIADOS, estará inscrito como sociedad anónima, es una persona jurídica formada por la unión de un fondo común, suministrado por tres accionistas y conocida por la designación del objeto de la empresa.

Requisitos para constituirse en el registro público mercantil:

- Dirección General de Impuestos (DGI).
- Poder de administración a representante legal
- Alcaldía de municipal de Jinotepe.
- Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS)

A continuación, se detallan los requisitos y tarifas de las diferentes organizaciones que nuestra empresa se debe de inscribir tales como:

Tabla 26 Requisitos y tarifas organizacionales

Organismo.	Requisitos	Tarifas
REGISTRO PÚBLICO DE LA PROPIEDAD.	<ul style="list-style-type: none"> • Escritura de Constitución de Sociedad, en original. • Solicitud de Inscripción como Comerciante original en papel sellado, firmada por el presidente. (Si la solicitud es firmada por un apoderado especial, se debe relacionar el poder que lo acredita y adjuntar original). • Fotocopia de la cedula de identidad o pasaporte de la persona que firma la solicitud de comerciante. • Libros contables de la empresa: <ul style="list-style-type: none"> • S.A. (Diario, Mayor, Actas y Acciones) • Cía. Ltda. (Diario, Mayor y Actas) • Poder General de Administración, en papel sellado con de timbres fiscales. • Poder Especial o general judicial, en papel sellado con timbres fiscales correspondiente (si lo requiere el usuario). • Pago de aranceles correspondientes. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ C\$1000.00 ▪ C\$ 116.00 ▪ C\$ 81.00
DGI	<ul style="list-style-type: none"> • Fotocopia certificada de acta constitutiva y estatus debidamente inscritos en el Registro mercantil. • Documentos de identificación del Representante Legal de la persona jurídica que se inscribe, considerando lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> a. Nacionales: Cédula de Identidad Ciudadana, de acuerdo a lo establecido en el literal f) del artículo 4, de la Ley N.º 152 Ley de Identificación Ciudadana. • Documento que hace constar el domicilio fiscal del Representante Legal y de la Empresa que se inscribe pudiendo ser al menos una de las siguientes facturas de servicios básicos: agua, luz, teléfono o bien el contrato de arriendo del inmueble. 	
<p>En caso de que las facturas mencionadas no estén a nombre del solicitante, debe presentar "Declaración</p>		

Notarial", indicando las generales de ley (nombre, estado civil, oficio, dirección domiciliar, dirección del negocio o empresa y la dirección para oír notificaciones). Sobre manera

- Fotocopia de Cedula de Identidad de los Miembros de la Junta Directiva (si éstos fueran extranjeros presentar fotocopia de pasaporte y Cedula de Residencia categoría 1 emitida por Migración y Extranjería).
- Cuando la inscripción es en el resto de Dptos. Pagar un arancel de:
 - C\$500.00
 - C\$500.00
 - a) C\$500.00 córdobas cuando el monto del capital social sea menor a los cincuenta mil córdobas C\$50,000.00
 - b) El 1% sobre el capital social mayor a los cincuenta mil córdobas netos.
 - c) 0. Si la inscripción la realiza una tercera persona, deberá presentar original y copia de Poder Especial y fotocopia de Cedula de Identidad.

**ALCALDIA
MUNICIPAL
JINOTEPE**

- Copia de Cédula RUC y/o Cédula de Identidad del Contribuyente.
 - C\$500.00
 - C\$10.00
 - Formato de Solicitud de matricula
 - Solvencia municipal del local donde funcionara el negocio
 - Si el local es alquilado presentar fotocopia del contrato
 - Copia de las primeras páginas de los Libros Contables.
 - Timbre Fiscal
 - C\$.55.00
-

En este punto se detallan cada uno de los requisitos que debemos de cumplir con el tiempo de realización para la constitución de la empresa los cuales son:

Tabla 27 Requisitos y tiempo de realización

REQUISITOS	TIEMPO DE REALIZACION.
Registros legales de la empresa (acta constitutiva y legalización del despacho con notario público)	15 días
Inscripción en registro mercantil	1 día
Inscripción en Dirección General de Ingresos (DGI)	1 día
Inscripción en CGR	1 día
Inscripción INSS	1 día
Matricula de la Alcaldía	1 día
Papelería Inicial: compra de libro contables, corporativos, facturas y recibos membretados	3 días
Acondicionamiento del Local	30 días
Compra de Activos	15 días
Instalación de Activos	10 días
Necesidad de personal	1 mes
Marketing	15 días
Suministro de oficina y Limpieza	2 días

La sociedad anónima cuenta con ventajas tales como responsabilidad limitada ante terceros, las deudas de la empresa son solventadas con dinero de la misma y sin tomar capital personal de los socios, además en caso que uno de los socios desee retirarse la sociedad no se disolvería.

Previo a la organización de esta sociedad se tomarán en cuenta las respectivas medidas administrativas y tributarias conforme lo establece la Ley.

Ventajas de constituirse como Sociedad Anónima:

- El capital social se divide en acciones que pueden transmitirse libremente, de manera que se motiva la inclusión de nuevos socios y el mantenimiento económico de la empresa.
- La facultad de administración puede recaer sobre una persona o un grupo, sin que
- se requiera la cualidad de accionistas.
- La responsabilidad de los socios inversores está limitada al capital aportado.

Desventajas de constituirse como Sociedad Anónima:

- Las Sociedades Anónimas son más rígidas, complejas y estrictas a la hora de gestionar su funcionamiento.
- Cada vez que haya un cambio en la organización, es obligatorio modificar los estatutos.

A continuación, se detallan los organismos que se deben de regir nuestra empresa ante las instituciones tales como:

Tabla 28 Organismos que rigen “CML & ASOCIADOS, RL”

Organismo.	Finalidad
MITRAB	El ministerio del trabajo es un órgano con competencias en todo el país. Es por ello que se pueden conseguir sedes de la institución en todos los departamentos de la nación. Como es de esperar, la sede principal de la organización se encuentra en la ciudad de Managua, la capital del país. De la misma manera, en las ciudades más grandes de los países puede conseguir una sede del ministerio del trabajo con mucha facilidad.
DGI	La Dirección General Impositiva (DGI) es el principal organismo recaudador de los recursos públicos que necesita el Estado para cumplir con sus fines. A través del cobro de los impuestos, la DGI aporta más del 80% de estos recursos. La DGI es un organismo que pertenece a la Administración Central y depende del Ministerio de Economía y Finanzas. Cuenta con oficinas en todo el país. Su misión es: Asegurar la recaudación de los recursos del Estado, mediante la eficaz aplicación de las normas relativas a los tributos internos de su competencia, promoviendo el cumplimiento voluntario de los contribuyentes, en un marco de respeto a sus derechos, actuando con integridad, eficiencia y profesionalismo.

COLEGIO DE CONTADORES PÚBLICOS DE NICARAGUA	Institución nacional rectora de la profesión contable, que ofrezca seguridad a las instituciones públicas y privadas, en lo referente a la actuación contable, proporcionando a sus asociados la información más actualizada sobre normas contables y auditorias, así como los factores tecnológicos de la profesión, mediante un nivel organizativo apropiado, con personal motivado, practicando valores de honestidad, integridad y excelencia, que permitan garantizar el más alto nivel de desarrollo del Contador y asegurar que el país y la sociedad reciban un servicio ético y con alto estándares de calidad
INSS	El propósito de establecer mecanismos para proteger a los trabajadores nicaragüenses de las contingencias provenientes de la vida y del trabajo. Desde el inicio se crean dos "ramas" del seguro: las prestaciones por Invalidez, Vejez y Muerte (IVM) y las prestaciones por Salud y Maternidad (Régimen Integral).
ALCADIA MUNICIPAL	La Alcaldía forma parte de lo que se conoce como organización del poder ciudadano viendo esto a ser uno de los Organismos de Gobierno y administración de esta rama del poder público.
CGR	La Contraloría General de la República es la máxima autoridad del Sistema Nacional de Control. Supervisa, vigila y verifica la correcta aplicación de las políticas públicas y el uso de los recursos y bienes del Estado. Para realizar con eficiencia sus funciones, cuenta con autonomía administrativa, funcional, económica y financiera.

Fuente: Elaborado por el equipo investigador

Leyes y normas

Tabla 29 Leyes y Normas que rigen "CML & ASOCIADOS, RL" dirigida al sector agrícola

LEY	ARTICULO	
Código de trabajo.	El código laboral funciona como guía para establecer salarios, sanciones por el incumplimiento, obligaciones y deberes de los empleados, así como del empleador en los diferentes periodos del año.	
Prestaciones:		
-13vo mes o Aguinaldo		Arto. 93-95 CT
-Vacaciones.		Arto. 76 CT
-Indemnización.		

Ley de higiene y seguridad ocupacional y de los riesgos profesional.

(Ley MIPYME).

Ley de promoción, fomento y desarrollo de la Pequeña, micro y mediana empresa

Ley creadora del registro único del contribuyente.

Ley de concertación tributaria.

Ley para el ejercicio de Contador público Ley 6

**Título V
Arto.
100-129**

**Ley 645 y
reglamento**

**Publicada en la
Gaceta, Diario
Oficial No.
246 del 30
de octubre de
1981.**

**Ley 822 y
Reglamento**

Ley Número 6

Esta ley beneficia tanto a los colaboradores como a la empresa, ya que se puede evitar riesgos de pérdida en lo material en el área laboral, ayuda a establecer normas, parámetros para asegurar y proteger la vida y salud de todos los colaboradores.

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.

Dicha inscripción es de carácter obligatorio para todas las empresas que quieran comenzar sus operaciones. El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales que realicen alguna actividad económica en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

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.

Artículo 6.- Las Sociedades o Asociaciones de Contadores Públicos podrán ofrecer sus servicios en forma colectiva, pero ninguna de sus intervenciones tendrá valor legal si no lleva la firma individual de un profesional debidamente autorizado, el cual será responsable personalmente de los documentos que suscriba.

LEY DE MUNICIPIOS	LEY 40, CAPITULO 2 DE LOS INGRESOS MUNICIPALES, ART 47.	La Autonomía es el derecho y la capacidad efectiva de las Municipalidades para regular y administrar, bajo su propia responsabilidad y en provecho de sus pobladores, los asuntos públicos que la Constitución y las leyes le señalen. Los ingresos tributarios se crearán y regularán en la legislación tributaria municipal, la que establecerá para cada uno de ellos su incidencia, los rangos de tipos impositivos máximos y mínimos, así como las garantías a los contribuyentes.
LEY DE SOLVENCIA MUNICIPAL.	LEY 452	Los ingresos tributarios se crearán y regularán en la legislación tributaria municipal, la que establecerá para cada uno de ellos su incidencia, los rangos de tipos impositivos máximos y mínimos, así como las garantías a los contribuyentes.
Código del comercio	Norma Jurídico	Arto. 133.- Antes de empezar sus operaciones la compañía colectiva pondrá en conocimiento del público, por medio de circulares, su constitución, la razón social bajo la cual ha de girar, el objeto de la compañía y la firma de los socios administradores.

Fuente: Elaborado por el equipo investigador

6.2. Estructura de la organización

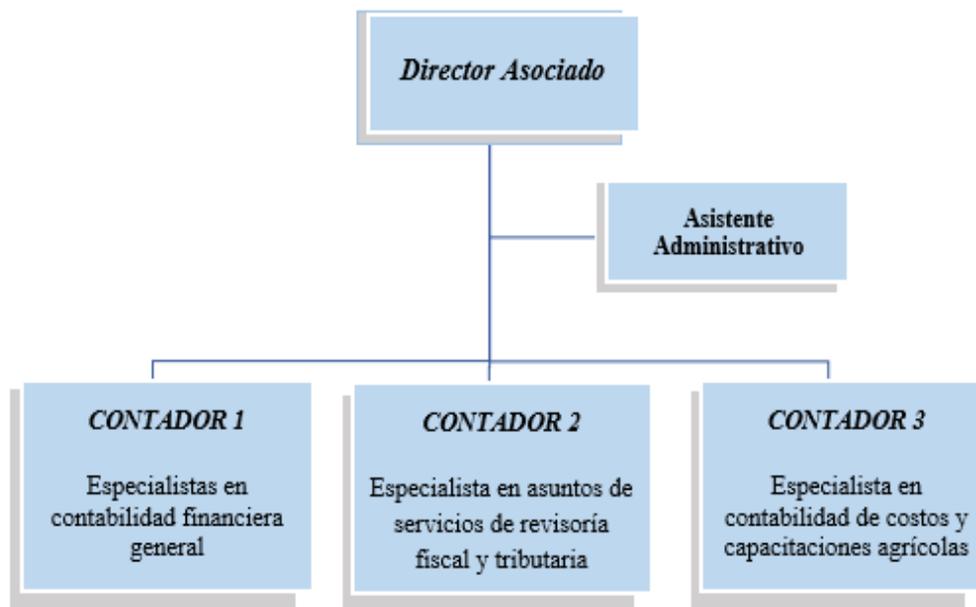
“C M L & ASOCIADOS, RL”, operará con una estructura organizativa que permita alcanzar los objetivos y metas propuestas. Además, contará con una estructura formal que se irá implementando gradualmente a medida que las necesidades de la empresa lo demanden.

Se diseñaron 2 organigramas de los cuales se detallan: uno a corto plazo de manera horizontal, del cual se utilizará para la creación de la empresa donde la máxima autoridad será la junta directiva de socios, y respectivamente 3 áreas de trabajadores con cargos.

El otro organigrama a largo plazo está proyectado con un diseño de estructura jerárquica para el eficiente funcionamiento de la empresa, ante las visiones futuras propuestas de crecimiento y fortalecimiento de la empresa, con una más sólida estructura y áreas de trabajo con asignaciones, tareas y mando inmediato superior.

Gráfico de estructura organizativa a corto y a largo plazo

Figura 34 Estructura organizativa a corto plazo



Fuente: Elaborado por el equipo investigador

De igual manera, contamos con un organigrama a largo plazo, con un diseño de estructura jerárquica, ante las visiones de impulso de crecimiento y fortalecimiento de la empresa, tomando en cuenta las proyecciones a futuras de “CML & ASOCIADOS, RL”

Necesidad de personal.

Según (Ponce, 1978) Define que la “productividad de la empresa depende fundamentalmente del desempeño de sus trabajadores, es importante determinar con precisión el tipo de personal que se requiere de acuerdo con el giro de la empresa y su cultura”.

“CML & ASOCIADOS RL”, buscará el recurso humano altamente calificado y con vastos conocimientos para poder brindar un servicio de calidad a nuestros clientes para cumplir con las

exigencias y las necesidades de ellos, es importante resaltar que los miembros contratados deben de poseer habilidades y destrezas profesionales.

Reclutamiento y selección de personal.

A continuación, se presenta el siguiente flujo de procesos para la contratación del personal calificado y adecuado para que pueda formar parte de la empresa asesora “C M L & ASOCIADOS”.

Figura 35 Reclutamiento y selección de personal



6.3. Fichas de cargo

Las fichas de cargos, según (Chiavenato, Administración de Recursos Humanos, 1999), “Es el análisis de puestos que consiste en describir tareas, deberes y responsabilidades con el fin de evaluar el desempeño laboral para los cargos en una organización” (pág. 35)

Como lo establece Chiavenato, la ficha de cargo nos ayuda a identificar: cualidades, habilidades y destrezas que debe de tener el recurso humano para poder asumir el cargo o rol dentro de la organización.

A continuación, se detallan las fichas de cargos ocupacionales que se utilizarán en la empresa “CML & Asociados, RL”:

	FICHA DE CARGO	Asesorías y Consultorías Contables- Financieras "CML & Asociados, RL"
Director Asociado (General)		
<p>Objetivo del cargo:</p> <p>Gestionar, liderar y planificar la administración de las actividades de la organización con el fin de diseñar estrategias de la empresa para alcanzar los objetivos establecidos por sus estatutos de manera eficiente y efectiva que permite que las operaciones funcionen debidamente.</p>		
<p>Funciones del cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Desarrollar estrategias generales para alcanzar los, metas propuestas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo. ✚ Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir control de los presupuestos. ✚ Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción. ✚ Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional liderada por su gerente. ✚ Definir necesidades de personal consistentes con los objetivos y planes de la empresa. 		
FORMACION DEL PERSONAL		
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Estudios universitarios en Administración de empresas, Contaduría Pública y Finanzas o carrera a fin 		
REQUISITOS		
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Manejo completo de sistemas contables ✚ Excel Avanzado, tablas dinámicas, y otros requerimientos ✚ Preparar, revisar y analizar los informes realizados por los servicios, manejar la correcta administración y dirección de la firma contable. ✚ Dominio del idioma ingles 		

HABILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Visión y habilidades gerenciales de planeamiento estratégico a mediano y largo plazo ✚ Conocimiento en materia de planificación, presupuestos y procesos empresariales. ✚ Capacidad de liderazgo enfocadas a plantear metas y cumplir objetivos ✚ Pensamiento crítico en la toma de decisiones ✚ Comunicación efectiva predominando la colaboración y la motivación con el equipo de trabajo

	FICHA DE CARGO	Asesorías y Consultorías Contables-Financieras "CML & Asociados, RL"
Asistente Administrativo		
<p>Objetivo del cargo:</p> <p>Efectuar y apoyar la gestión administrativa de la organización a través de objetivos estratégicos y financieros manteniendo una operación continua, con un enfoque de calidad en los servicios para el logro de los planes estratégicos de acción.</p>		
<p>Funciones del cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Garantizar la atención integral a los usuarios internos y externos de la entidad. ✚ Realizar y atender las llamadas telefónicas dirigidas a las gerencias de la empresa ✚ Asistir al director asociado en las actividades de la administración del personal. ✚ Coordinar las compras y registros de abastecimientos a los diferentes departamentos de la entidad u otros según lo requerido. ✚ Planificar y organizar reuniones de gerencias de la empresa. 		

<ul style="list-style-type: none"> ✚ Preparar los informes de gastos y de las labores realizadas. ✚ Realizar otras tareas afines y complementarias conforme a los asignados por su superior inmediato y las demás gerencias.
FORMACION DEL PERSONAL
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Estudios universitarios en Administración de empresas, Contaduría Pública y Finanzas o carrera a fin
REQUISITOS
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Experiencia de 1 año en labores relacionadas con el cargo. ✚ Manejo de Excel Avanzado, tablas dinámicas, y otros requerimientos ✚ Conocimiento sobre los procedimientos de gestión de oficinas. ✚ Capacidades organizativas con habilidades de cumplir tareas asignadas de manera eficiente. ✚ Dominio del idioma ingles
HABILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Conocimiento en materia de planificación y organizativa empresarial. ✚ Capacidad de cumplir metas y objetivos ✚ Comunicación efectiva predominando la colaboración y trabajo en equipo. ✚ Dinámico, proactivo y organizado en sus funciones administrativas ✚ Habilidades comunicativas orales y escritas

	FICHA DE CARGO	Asesorías y Consultorías Contables- Financieras "CML & Asociados, RL"
Denominación del puesto: Contador 1		
Objetivo del cargo: <p>Analizar y registrar en el sistema todos los movimientos y transacciones contables que se realicen en la empresa, así como preparar reportes y estados financieros acordes a los Principios de contabilidad generalmente aceptados (PCGA), de igual manera, especialistas en contabilidad general para las pymes agrícolas.</p>		
Funciones del cargo: <ul style="list-style-type: none"> ✚ Tiene como cargo principal de ser director asociado de llevar la administración de la firma contable- Financiera agrícola. ✚ Experiencia de cargos de gestión administrativos, para implementación de coordinación de la firma contable-financiera agrícola en los diferentes servicios. ✚ Planificar y coordinar procedimientos de información contable, así como idear modos de optimizar procesos de planeación y ejecución de los diferentes tipos de capacitaciones para conocer su situación financiera de la empresa. ✚ Controlar costes y gastos a través de la contabilidad de costos para ayudar en la preparación de presupuestos ✚ Coordinar en relación a las capacitaciones las áreas y Sistemas las revisiones contables que sean necesarias en relación a la contabilidad de cotos. 		
FORMACION DEL PERSONAL		
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Estudios universitarios en Contaduría Pública y Finanzas o carrera a fin 		
REQUISITOS		
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Manejo completo de sistemas contables ✚ Excel Avanzado, tablas dinámicas, y otros requerimientos ✚ Preparar, revisar y analizar los informes realizados por los servicios, manejar la correcta administración y dirección de la firma contable. 		

HABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Habilidades de liderazgo, organización, estrategias, tomas de decisiones, enfoque a resultados. ✚ Razonamiento lógico, habilidad numérica, comunicación asertiva y trabajo en equipo. ✚ Excelentes habilidades organizativas para realizar varias tareas a la vez, a través de un servicio con una contabilidad agrícola actualizada. 	

	FICHA DE CARGO	Asesorías y Consultorías Contables- Financieras "CML & Asociados, RL"
Denominación del puesto: Contador 2		
<p>Objetivo del cargo:</p> <p>Colaborar y proponer métodos y procedimientos para realizar asuntos tributarios y fiscales acordes en especialidad en asuntos de servicios de revisoría fiscal y tributaria para las pymes agrícolas.</p>		
<p>Funciones del cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Asegurarse que los clientes cumplan con las leyes fiscales y tributarias brindándoles asesoramiento acerca de cómo declarar sus impuestos y las diferentes dificultades que los clientes podrían tener. ✚ Conocer los aspectos tributarios que se aplican en la agricultura. ✚ Informar sobre el desarrollo de asientos para transacciones que incurren en la actividad agrícola. ✚ Conocimiento de normativa contable y tributaria en presentación de estados financieros y la información en relevar en la actividad agrícola. 		
FORMACION DEL PERSONAL		

<ul style="list-style-type: none"> ✚ Estudios universitarios en Contaduría Pública y Finanzas o carrera a fin
REQUISITOS
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Estudio técnico o profesión de sistemas contables ✚ Excel Avanzado, tablas dinámicas, y otros requerimientos
HABILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Encargado de liderar, planificar y dar solución a los problemas o servicios que los clientes contraten. ✚ Especialidad en función de distribuir el trabajo a realizar en los servicios a realizar con trabajo en equipo. ✚ Atender asuntos de: DGI, INSS y Alcaldía Municipal en relación al régimen tributario.

 <p style="margin: 0;">CML & ASOCIADOS</p> <p style="margin: 0; font-size: small;">ASESORIAS CONTABLES AGRICOLAS</p> <p style="margin: 0; font-size: x-small;">Donde nuestra ayuda es la tranquilidad a su negocio</p>	FICHA DE CARGO	Asesorías y Consultorías Contables- Financieras "CML & Asociados, RL"
Denominación del puesto: Contador 3		
<p>Objetivo del cargo:</p> <p>Planificación, evaluación y control estratégicos de la gestión de costos agrícolas en especialidad en contabilidad de costos agrícolas y capacitaciones para las pymes agrícolas.</p>		
<p>Funciones del cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Conocimiento de la administración y control de costos de producción y gestión estratégicas de costos ✚ Evaluación de registros Contable y levantamiento físico de inventario. 		

<ul style="list-style-type: none"> ✚ Coordinar los asesoramientos de finanzas operativas y control de costos para el crecimiento económico de la empresa ✚ Realización de análisis financieros para el análisis económico para presupuesto y gestión de producción agrícola
FORMACION DEL PERSONAL
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Estudios universitarios en Contaduría Pública y Finanzas o carrera a fin
REQUISITOS
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Estudio técnico o profesión de sistemas contables ✚ Excel Avanzado, tablas dinámicas, y otros requerimientos
HABILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Trabajo en equipo para coordinar áreas de la empresa, mediante la capacitación al personal y soporte del uso de los sistemas. ✚ Conocimiento de capacitación e implementación de sistemas contables agrícolas a empresas clientes.

6.4. Actividades y gastos preliminares

Para iniciar operaciones se deben cumplir una serie de requisitos legales fundamentales para la constitución de Asesorías y Consultorías Contables-Financieras “CML & Asociados, RL” como empresa, por esta razón se presenta en la siguiente tabla los gastos y tarifas para constituir la empresa:

Tabla 30 Gastos preliminares

GASTOS PRELIMINARES DE CONSTITUCIÓN	COSTOS
Aspectos Generales	
Comprar libros contables y corporativos	C\$ 750.00
Gastos por Imprenta y Sellos	900.00
Instalación de Activos	4,200.00
Búsqueda de Personal	600.00
Movilización de Gestiones	500.00
Total, Gastos Generales	C\$ 6,950.00
Aspectos Jurídicos	
Servicio de Abogado y Escritura Pública de constitución	C\$ 15,500.00
Total, Gastos Jurídicos	C\$ 15,500.00
Aspectos Laborales	

Afiliación al INSS -----

Aspectos Impositivos y Permisos para operar

Matricula de la Alcaldía	C\$	500.00
Inscripción en Dirección General de Ingresos (DGI)		760.00
Inscripción en registro mercantil		600.00
Total, Gastos impositivos y permiso para operar	C\$	1,870.00
TOTAL, GASTOS PRELIMINARES	C\$	24,310.00

Fuente: Elaborado por el equipo investigador

6.5. Equipo de oficina

“El mobiliario es el conjunto de bienes muebles con los que cuenta una organización y que facilitan el desarrollo físico de su actividad económica. Se localiza predominantemente en oficinas, despachos o instalaciones”. (Galán, 2020)

Entre el mobiliario requerido para el funcionamiento del proyecto se pueden enumerar los siguientes:

Tabla 31 Mobiliario y equipo de oficina

Nombre	Escritorio metálico			
Proveedor	Librería Office Solutions			
Dirección	Pista el Dorado D32, Managua, Nicaragua			
Web	www.officesolutions.online.com.ni			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
	4	Escritorio metálico desarmable. Modelo Eco-012. Cat-2015 Medidas: 1.50 x 0.75 x 75 cm	C\$3,726.00	C\$14,904.00
Nombre	Silla Ejecutiva			
Proveedor	Librería Office Solutions			
Dirección	Pista el Dorado D32, Managua, Nicaragua			
Web	www.officesolutions.online.com.ni			

Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
	4	silla semi ejecutivas con brazos sistema hidráulico para regulación y respaldo medio, asiento y respaldo esponja moldeable de alta densidad.	C\$2,500.00	C\$10,000.00

Nombre Proveedor	Silla Metálica			
Dirección	Pricemart Carretera a Masaya Km 11.5, Managua			
Web	www.pricemart.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total

	3	Silla Metálica: Silla de espera sin brazos, estructura de acero y pintada en color crema	C\$ 800.00	C\$ 2,400.00
--	---	--	------------	--------------

Nombre Proveedor	Mesa de Juntas			
Dirección	Shop Mueblería Pista Juan Pablo II, puente el paraisito 20vrs abajo, Managua			
Web	www.shopmuebleria.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total

	1	Mesa de conferencia para 8 personas estructura modular metálica patas euro pintada en esmalte torneable color negro.	C\$ 6,120.00	C\$ 6,120.00
---	---	--	--------------	--------------

Nombre Proveedor	Gabinete Archivador			
	Tech Solutions Nicaragua			

Dirección	Colonia Centroamérica, de los semáforos de Loselsa, 25mts abajo, frente donde fue el hospital central, Managua			
Web	www.techsolutionsnicaragua.com			

Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
--------	----------	-------------	-----------------	--------------



3	Gabinete Archivador: Producto dirigido a archivar distintos documentos de trabajo.	C\$ 5,760.00	C\$ 17,280.00
---	--	-----------------	------------------

Nombre	Computador de escritorio Dell			
Proveedor	Pricemart			
Dirección	Carretera a Masaya Km 11.5, Managua			
Web	www.pricemart.com			

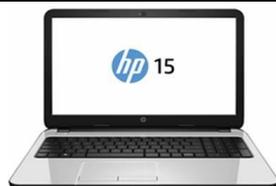
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
--------	----------	-------------	-----------------	--------------



1	Memoria RAM con capacidad suficiente para el buen desarrollo de estas con todas las prestaciones útiles para un buen funcionamiento.	C\$ 25,000.00	C\$ 25,000.00
---	---	------------------	------------------

Nombre	HP LAPTOP			
Proveedor	Pricemart			
Dirección	Carretera a Masaya Km 11.5, Managua			
Web	www.pricemart.com			

Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
--------	----------	-------------	-----------------	--------------



3	RAM, Propiedades garantes de su buen desempeño como disco duro, pantalla táctil etc.	C\$ 17,600.00	C\$ 52,800.00
---	--	------------------	------------------

Nombre	Impresora LEXMARK			
Proveedor	Pricesmart			
Dirección	Carretera a Masaya Km 11.5, Managua			
Web	www.pricesmart.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total



2	Impresora LEXMARK x5070, 4 en 1 impresora, escáner, fotocopiadora y fax	C\$ 1,700.00	C\$ 3,400.00
---	---	--------------	--------------

Nombre	Proyector Casio			
Proveedor	Pricesmart			
Dirección	Carretera a Masaya Km 11.5, Managua			
Web	www.pricesmart.com			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total



1	Tzumi Go Theater Proyector con Wi-Fi	C\$ 3,799.95	C\$ 3,799.95
---	--------------------------------------	--------------	--------------

Nombre	Teléfono Inalámbrico			
Proveedor	Claro			
Dirección	Costado norte parque central, contigua alcaldía municipal, Jinotepe.			
Web	www.claro.com.ni			
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total



3	Teléfono Inalámbrico Telgua Modelo CINQ 8013 con diseño sencillo e identificador de llamadas. Hasta 10 tipos de tonos y puede guardar 10 números en la memoria	C\$ 756.00	C\$2,268.00
---	--	------------	-------------

Nombre Proveedor Dirección Web		Cafetera Almacenes Trópicas Del Parque Los Chocoyos 2c arriba, Jinotepe- Carazo Almacenestropigas.com		
Útiles	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
	1	Black and Decker Cafetera, 12 tazas	C\$1,080.00	C\$1,080.00

6.6. Gastos operativos

Los gastos operativos son los salarios, el alquiler de locales, la compra de suministros y otros. Los gastos de operación también son conocidos como gastos indirectos, ya que suponen aquellos gastos relacionados con el funcionamiento del negocio, pero no son inversiones (como la compra de una máquina). (Julián Pérez Porto y Ana Gardey, 2021)

En otras palabras, los gastos operativos son aquellos que permiten el funcionamiento y desarrollo de las actividades diarias dentro de un negocio y no están relacionados de manera directa con la producción o en este caso, la prestación del servicio.

Es importante considerar que los gastos operativos están clasificados en dos categorías las cuales son:

- **Gastos Administrativos:** Los gastos administrativos son aquellos que se originan en el ejercicio de la dirección, organización y administración, evitando ser catalogados en la actividad ordinaria de la empresa. (Llamas, 2020), Es decir que los gastos administrativos son de vital para el funcionamiento óptimo de toda empresa y sus gestiones al igual que para los sectores productivos y operativos.
- **Gastos de Venta:** Los gastos de venta son aquellos necesarios para que el bien que vendes pueda llegar hasta tu cliente. En estos egresos están contemplados los gastos relacionados

con la difusión, distribución y comercialización del producto o servicio que vas a vender. (López, 2022)

Debemos recalcar, que los gastos de venta siempre serán un egreso que se presentara debido a la operación de realizar una venta que en este caso sería la prestación de un servicio.

- **Gastos Financieros:** Los gastos financieros son todos aquellos que derivan de la obtención de financiación o titularidad de cualquier pasivo financiero. Afectan tanto a las empresas como a los individuos. (Arias A. S., 2017)

En la siguiente tabla se muestra los gastos operativos de la empresa durante el primer mes de operación, así mismo también se muestra los gastos de servicios básicos, gastos de oficina, mantenimiento y suministros, es importante conocer todos los gastos involucrados en el proceso de realización del proyecto, por lo cual se pude observar la siguiente información:

Tabla 32 Gastos administrativos

CML & Asociados, RL		
Gastos Administrativos		
Descripción		Ene
Servicios básicos	C\$	3,870.00
Salarios		7,200.00
Vacaciones		600.00
Treceavo mes		600.00
Indemnización		600.00
Inss Patronal		1,548.00
Papelería y útiles de oficina		2,311.25
Placas para escritorio		1,100.00
Impuesto de Basura		30.00
Material de aseo y limpieza		3,696.15
Sumistro varios		725.25
Mantenimiento de mobiliario cada 6 meses		1,000.00
Depreciaciones		776.76
Amortizaciones		735.00
Total	C\$	24,792.41

Tabla 33 Gastos de ventas

CML & Asociados, RL		
Gastos de Ventas		
Descripción		Ene
Publicidad y propaganda	C\$	4,100.00
Papelería y útiles de oficina		770.42
Matrícula Municipal		500.00
Impuesto Municipal		1,209.60
Tarjeta de presentación		1,000.00
Impuesto de Rótulo		200.00
Total	C\$	7,780.02

Tabla 34 Gastos operativos

Gastos Operativos (1er mes)		
Descripción		Precio
1 Gastos Preliminares	C\$	24,310.00
2 Gastos de Administración		24,792.41
3 Gastos de Venta		7,780.02
4 Gastos del Servicio		43,440.00
Total	C\$	56,925.87

7. Plan Financiero

El plan de finanzas o financiero según (Martinez, 2020), “Es la forma de plasmar la estrategia para alcanzar objetivos a corto y largo plazo. Esta planificación permite analizar todas las directrices para que una idea sea rentable”. Sin embargo, a pesar de ser un paso clave a la hora de estructurar un negocio, la creación de un plan financiero es una de las tareas que más asusta a los emprendedores. Esto se debe principalmente a la excesiva burocracia. Por eso, antes de diseñar un plan, es necesario comprender qué pasos debemos seguir para que esté bien organizado.

Un plan financiero describe y analiza todas las variantes que conforman un negocio. Básicamente, este plan define los objetivos financieros y explora la forma como se pueden alcanzar.

Tener un plan financiero estructurado nos ayuda a lidiar con los problemas antes de que resulten perjudiciales para el negocio. Pero para que sea realmente eficaz, es necesario evaluar el estado actual de la empresa, definir objetivos globales, crear un plan de acción y prever escenarios alternativos.

7.1. Inversión y fuente de financiamientos

(Lopez, 2018) expresa que en economía los recursos suelen identificarse como los costes asociados. “Los principales recursos son tierra, tiempo, trabajo y capital. Con lo cual, todo lo que sea hacer uso de alguno de estos cuatro recursos con el objetivo de obtener un beneficio es una inversión.”

Una inversión inicial es una actividad que consiste en dedicar recursos con el objetivo de obtener un beneficio de cualquier tipo así también, como una cantidad total de dinero que necesita el dueño o creador para empezar operaciones en una empresa, la cual se utiliza para cubrir las necesidades presentes y futuras de la empresa.

Cabe recalcar que C M L & ASOCIADOS RL contará con una inversión de fuente propia que será una contribución económica de los 3 socios, con el fin de poner en pie el funcionamiento del negocio y hacer frente a necesidades de inversión. Para disponer de dinero para invertir es necesario haber tenido ingresos y ahorrado previamente parte de estos ingresos.

Sin embargo, para hacer uso de estos indicadores, primeramente, se determinará los diferente ingresos y egresos monetarios del proyecto.

7.1.1. *Inversión fija*

De acuerdo con (Sevilla, 2016) la inversión fija de una empresa “está formado por los activos de la sociedad que no se hacen efectivos en un periodo superior. Es una parte del activo, dentro del balance de situación de una empresa”.

Los tipos de activos varían según el tamaño de la empresa representan la propiedad de la empresa respecto a activos que no se planean vender a corto plazo, ya que estos serán útiles para las operaciones de la empresa contribuyendo en el servicio y la promoción de la misma, por lo tanto, los activos fijos depreciables de C M L & ASOCIADOS RL son los siguientes:

Tabla 35 Detalle de inversión fija.

No.	Descripción del activo	Cantidad	Costo de adquisición	Total	Valor residual	Valor depreciable	Años de vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
Mobiliario y equipo de oficina									
				C\$		C\$			
1	Escritorio meta	4	C\$ 3,726.00	14,904.00	C\$ 1,490.40	13,413.60	5	C\$ 2,682.72	C\$ 223.56
2	Silla ejecutiva	4	2,500.00	10,000.00	1,000.00	9,000.00	5	1,800.00	150.00
3	Silla metálica	3	800.00	2,400.00	240.00	2,160.00	5	432.00	36.00
4	Mesa de Conferencias	1	6,120.00	6,120.00	612.00	5,508.00	5	1,101.60	91.80
5	Cafetera	1	1,080.00	1,080.00	108.00	972.00	3	324.00	27.00
6	Gabinete archivador	3	5,760.00	17,280.00	1,728.00	15,552.00	5	3,110.40	259.20
Equipo de computo									
				C\$		C\$			
8	Computador de escritorio Dell	3	C\$ 25,000.00	75,000.00	C\$ 7,500.00	67,500.00	2	C\$ 33,750.00	C\$ 2,812.50
9	Lenovo 14"	2	17,600.00	35,200.00	3,520.00	31,680.00	2	15,840.00	1,320.00
10	Impresora HP Deskjet Ink Advantage	2	1,700.00	3,400.00	340.00	3,060.00	2	1,530.00	127.50
11	Proyector Casio Proyector Tzmi Go	1	3,800.00	3,800.00	380.00	3,420.00	2	1,710.00	142.50
			117,400.00		-				
Total, de inversión fija					C\$ 16,918.40	C\$152,265.60		C\$ 62,280.72	C\$ 5,190.06

Nota: 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.

7.1.2. *Inversión diferida*

Según (Sevilla, Andres, 2015) La inversión diferida “no tiene forma física, no es algo material como el registro de marca, registro en las diferentes instituciones del estado y publicidad en el inicio de las operaciones”.

En relación con el autor la inversión diferida son recursos que pertenecen a la empresa y que pueden generar una gran ventaja competitiva si son correctamente gestionados.

Tabla 36 Detalle de inversión diferida.

No.	Descripción del gasto	Importe	Años de amortización	Amortización anual	Amortización mensual
1	Investigación y desarrollo	C\$ 650.00	3	C\$ 216.67	C\$ 18.06
2	Gastos de Organización	24,310.00	3	8,103.33	675.28
4	Publicidad	1,500.00	3	500.00	41.67
Total				C\$ 26,460.00	

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

7.1.3. Capital de trabajo

El capital de trabajo es el recurso económico adicional, diferente de la inversión inicial, que se requiere para poner en marcha la empresa. El capital de trabajo sirve para financiar la primera producción de la empresa antes de recibir sus primeros ingresos por ventas.

La autora (Milagro, 2017) define que el “El capital de trabajo servirá para financiar la materia prima, pagar mano de obra directa, otorgar créditos en las primeras ventas y contar con ciertos gastos que implica el negocio”. (pág. 30)

Esta inversión está formada por los recursos monetarios necesarios para el funcionamiento normal de la empresa, durante su ciclo o fase operativa. El capital de trabajo es el dinero circulante que facilitará la operatividad normal de la infraestructura productiva del proyecto.

A continuación, se muestra el capital de trabajo de “C M L & ASOCIADOS RL”, el cual es el dinero necesario para poner en funcionamiento el negocio durante el primer ciclo productivo, que es el tiempo transcurrido desde que se inician las operaciones del negocio:

Tabla 37: Detalle de cálculo del capital de trabajo.

Salarios y Seguro Social						
No.	Puesto	Salario mensual	Aporte patronal	Total	Proyección a 3 meses	
Administración						
1	Gessell Cortez	C\$ 7,200.00	C\$ 1,548.00	C\$ 8,748.00	C\$	26,244.00
2	Personal de apoyo	7,000.00	1,505.00	8,505.00		25,515.00
Ventas						
1			-	-		-
Servicio						
1	Gessell Cortez	C\$ 7,200.00	C\$ 1,548.00	C\$ 8,748.00	C\$	26,244.00
2	Cristofer Mendoza	13,680.00	2,941.20	16,621.20		49,863.60
3	Daniela Linares	13,680.00	2,941.20	16,621.20		49,863.60
Total		C\$ 48,760.00	C\$ 10,483.40	C\$ 59,243.40	C\$	177,730.20

7.1.4. *Inversión total*

Tabla 38 Plan de inversión

C M L & Asociados RL		
Plan de Inversión		
Descripción		Total
Inversión Fija		
Mobiliario y Equipo de Oficina		51,784.00
Equipo de Cómputo		117,400.00
Sub total Inversión Fija	C\$	169,184.00
Inversión Diferida		
Gastos Organización e instalación		24,310.00
Investigación y Desarrollo		650.00
Publicidad y Propaganda		1,500.00
Sub total Inversión Diferida	C\$	26,460.00
Capital de Trabajo		
Sueldos y Salarios (3 meses)		177,730.20
Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses)		10,483.40
Sub total Capital de Trabajo		C\$ 188,213.60
Inversión Total	C\$	383,857.60

7.1.5. Estructura del Financiamiento

El autor (Areas, 2020) Expresa que la estructura financiera de una empresa es la composición de las fuentes de financiación o pasivo formadas por los recursos ajenos, representados por las deudas a corto y largo plazo, y los recursos propios o también llamados patrimonio neto

La estructura se representa en el pasivo del balance de una empresa y sería el que representa la financiación. Como contrapartida, el activo se relaciona con la inversión.

Las aportaciones que se aplicaran los socios de la empresa C M L & ASOCIADOS RL será por partes iguales, implica que cada uno de los mismos, aportará un 33.33% del total de la inversión, que indica que será de C\$ 186,687.10 por cada socio.

Tabla 39 Estructura de financiamiento.

"C M L & ASOCIADOS RL"
Estructura de Financiamiento

Fuente de Financiamiento	Importe	%
Fuentes Externas		
Financiamientos externos		
Total, de financiamiento externo	C\$ -	
Fuentes Internas		
Capital	C\$ 373,374.20	100%
Total, de financiamiento interno		
Inversión Total	C\$ 373,374.20	100%

7.1.6. Estado de Situación Financiera inicial

Aquí se presenta el estado de situación financiera, antes del inicio de las operaciones del proyecto, en el cual están contenidos los elementos que conforman el plan de inversión y se refleja la situación del patrimonio de la empresa.

Tabla 40 Balance de apertura

“C M L & Asociados RL”		
Balance de Apertura		
Al 31 de diciembre del 2022		
Expresado en córdobas		
Activos		
Corriente		
Efectivo en Caja y Banco	C\$ 188,213.60	
Sub total Activo Corriente		C\$ 188,213.60
No Corriente		
Mobiliario y Equipo de Oficina	51,784.00	
Equipo de cómputo	117,400.00	
Sub total No Corriente		C\$ 169,184.00
Otros Activos		
Gastos Organización	C\$ 24,310.00	
Investigación y Desarrollo	650.00	
Publicidad y Propaganda	1,500.00	
Sub total Otros Activos		C\$ 26,460.00
Total, Activos		C\$ 383,857.60
Pasivo		
Corriente		
Proveedores		
Total, Pasivos		C\$ -
Patrimonio		
Capital Contable	C\$ 383,857.60	
Total, Patrimonio		C\$ 383,857.60
Total, Pasivo más capital		C\$ 383,857.60

7.2. Presupuestos de Ingresos, egresos y costos

En este apartado la empresa C M L & ASOCIADOS RL, describirá lo correspondiente al punto de equilibrio, las proyecciones de ingresos por la prestación de servicios, el costo de su realización y presupuestos operativos correspondientes. Cada uno de ellos cuenta con una breve explicación.

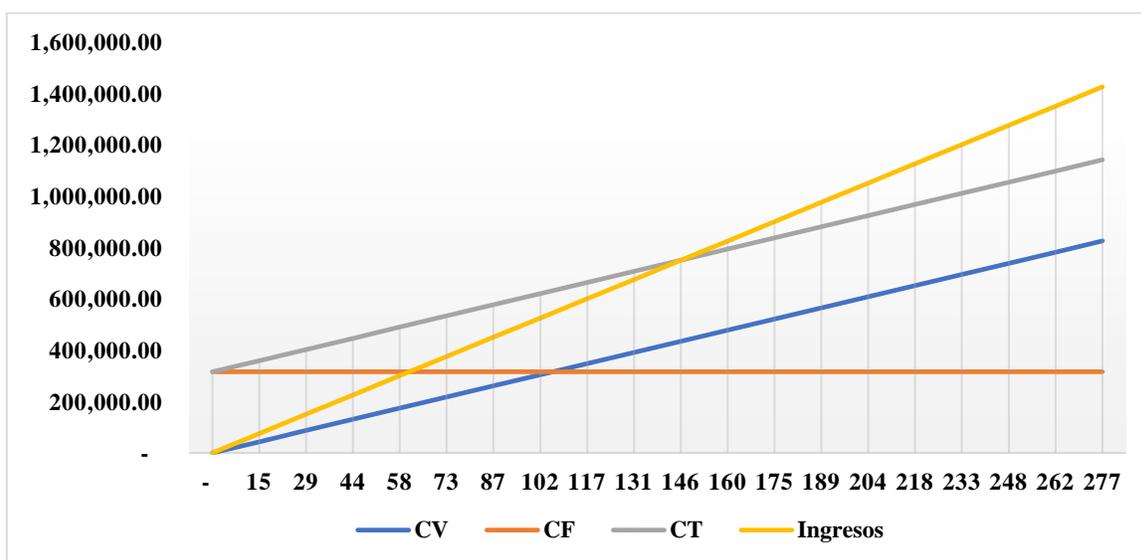
7.2.1. Punto de equilibrio

Con respecto a este inciso, se describe que el punto de equilibrio es un método de planeación financiera donde los ingresos son iguales a los costos y gastos, cuando los ingresos y egresos están al mismo nivel, dando a conocer el punto en el cual la empresa no tiene pérdidas ni obtiene utilidad.

El punto de equilibrio que se aplicó para nuestro servicio, fue el múltiple por que nos permitió como empresa, conocer cuánto es el mínimo de ventas del servicio que necesita para cubrir los gastos de operación y para generar ganancias, de modo que se cumpla lo antes mencionado.

C M L & ASOCIADOS RL, ofrece cuatros servicios de asesorías y consultorías contables financieras en sector agrícolas para poder, por lo tanto, el punto de equilibrio en unidades de servicio se presenta de la siguiente manera:

Figura 36 Punto de equilibrio.



7.2.2. Presupuesto de ingresos

El presupuesto es la principal herramienta que nos permite como empresa saber cuáles son nuestros ingresos y gastos en un tiempo determinado, y conocer cuánto puede destinar al ahorro o a la inversión del negocio. El objetivo de este presupuesto es prevenir y corregir errores los financieros.

En el siguiente apartado se presenta el presupuesto en cantidades de servicio para la empresa proyectadas a venderse.

Tabla 41 Presupuesto en cantidades de servicios

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Contabilidad general	144	158	168	470
Costos agrícolas	93	102	109	304
Fiscal – Tributario	42	46	49	137
Capacitaciones	12	14	14	40
Total	291	320	340	951

Presupuesto en unidades monetarias de servicio

A continuación, se muestran los ingresos en unidades monetarias que tendrá la empresa, siendo esta por la venta de los cuatros servicios a ofertar. Este integra lo que son los diferentes impuestos contemplados por ley los cuales son: IVA a pagar, IR acreditable o anticipo IR, y se concluye con el neto a recibir.

Tabla 42 Presupuesto en unidades monetarias de servicio.

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Contabilidad general	C\$ 777,600.00	C\$ 853,200.00	C\$ 907,200.00	C\$2,538,000.00
Costos agrícolas	535,680.00	587,520.00	627,840.00	1,751,040.00
Fiscal – Tributario	151,200.00	165,600.00	176,400.00	493,200.00
Capacitaciones	43,200.00	40,320.00	40,320.00	123,840.00
Total	C\$1,507,680.00	C\$1,646,640.00	C\$1,751,760.00	C\$4,906,080.00
IVA por Pagar	226,152.00	246,996.00	262,764.00	735,912.00
Impuesto municipal	15,076.80	16,466.40	17,517.60	49,060.80
Anticipo de IR	15,076.80	16,466.40	17,517.60	49,060.80
Ingresos Percibidos	1,718,755.20	1,876,572.00	1,996,380.00	5,591,707.20

7.2.3. Presupuestos de egreso

El presupuesto de egresos es una herramienta que nos ayuda como empresa a determinar de qué forma cuantitativa y financiera para calcular la cantidad de materiales o productos que se necesita para el manejo y funcionalidad de la empresa.

Para poder realizar este presupuesto se recopiló información en las diferentes librerías del país siendo seleccionada Gonper Librería por que brinda un servicio de manera eficiente y eficaz.

Para determinar y formular el presupuesto de “C M L & ASOCIADOS RL”, se tomó en cuenta la cantidad de servicios y los volúmenes indicados para la preparación de los servicios y conocer los inventarios finales para hacer la reposición de los mismo y proyectando para los siguientes años.

Tabla 43 Presupuesto de Compra de Materiales e Insumos del Servicio (Unidades Físicas)

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Rema de Hojas	60	65	70	195
Carpetas personalizadas	66	70	72	208
Lapiceros	15	15	15	45
Fastener metálico	20	25	30	75
Engrapadoras	5	5	5	15
Calculadora	4	4	4	12
Perforadora	4	4	4	12
Sellos	5	-	-	5
Tinta	8	8	8	24
Cartuchos de tinta	10	12	14	36
AMPO	15	20	25	60
Bandeja	4	4	4	12
Clips	25	25	25	75
Grapas	30	30	30	90
Saca Grapas	4	4	4	12
Tablero	3	3	3	9
Corrector	5	15	15	35
Marcadores	15	20	25	60
Pizarra Acrílica	1	-	-	1
Totales	299	329	353	981

Tabla 44 Presupuesto de compras de materia prima directa en unidades monetarias

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Rema de Hojas	C\$15,652.20	C\$17,629.95	C\$19,740.00	C\$53,022.15
Carpetas personalizadas	19,221.12	19,429.20	20,777.76	59,428.08
Lapiceros Personalizados	613.05	637.35	662.70	1,913.10
Faster Metálico	887.00	1,152.75	1,438.20	3,477.95
Engrapadoras	526.10	547.00	568.70	1,641.80

Calculadoras	633.04	658.16	684.28	1,975.48
Perforadora	281.72	292.92	304.56	879.20
Sellos	1,521.75	0.00	0.00	1,521.75
Tinta para sellos	2,782.64	2,893.12	3,008.00	8,683.76
Cartuchos de tinta	10,662.30	13,302.72	16,135.98	40,101.00
Archivadores	1,095.60	1,518.80	1,973.75	4,588.15
Bandeja	1,081.72	1,124.68	1,169.32	3,375.72
Clips	304.25	316.25	328.75	949.25
Grapas	965.10	1,003.50	1,043.40	3,012.00
Saca grapas	66.08	68.72	71.44	206.24
Tablero	153.90	160.02	166.38	480.30
Corrector	65.20	203.40	211.50	480.10
Marcadores	1,056.45	1,464.60	1,903.50	4,424.55
Pizarra	120.00	0.00	0.00	120.00
Totales	C\$ 57,689.22	C\$ 62,403.14	C\$ 70,188.22	C\$ 190,280.58
IVA Acreditable	8,653.38	9,360.47	10,528.23	28,542.09
IR 2%	1,153.78	1,248.06	1,403.76	3,805.61
Neto a pagar	C\$ 65,188.82	C\$ 70,515.55	C\$ 79,312.69	C\$ 215,017.06

Presupuesto de Costo del Servicio

Tabla 45 Presupuesto de costo del servicio.

C M L & ASOCIADOS RL				
Estructura de Costos Anual				
SERVICIOS				
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Costo Total
Costo del Personal				
		C\$	C\$	C\$
Contador 1	C\$ 86,400.00	92,448.00	98,919.36	277,767.36
Contador 2	164,160.00	175,651.20	187,946.78	527,757.98
Contador 3	164,160.00	175,651.20	187,946.78	527,757.98
Sub Total Costo del Personal	414,720.00	443,750.40	474,812.93	1,333,283.33
Costos Directos				0.00
Materiales e Insumos	46,151.38	49,922.51	56,150.58	152,224.46
Alquiler del Local	32,400.00	32,400.00	32,400.00	0.00
Sub total Costos Directos	78,551.38	82,322.51	88,550.58	249,424.46
Costos Indirectos				
Transportación	146,700.00	146,700.00	146,700.00	440,100.00
Internet	8,640.00	8,983.01	9,339.63	26,962.64

Luz	3,600.00	3,742.92	3,891.51	11,234.43
Agua	1,800.00	1,800.00	1,800.00	5,400.00
Prestaciones sociales	103,680.00	110,937.60	118,703.23	333,320.83
Aporte patronal	89,164.80	95,406.34	102,084.78	286,655.92
Depreciación equipo de cómputo IV	21,132.00	21,132.00	0.00	42,264.00
Sub total Costos Indirectos	194,644.80	208,143.94	222,588.01	625,376.75
Total, Costos Anual	C\$ 687,916.18	C\$ 734,216.85	C\$ 785,951.52	C\$ 2,208,084.54

Tabla 46 Presupuesto de Gastos de Venta

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Publicidad y propaganda	C\$ 49,200.00	C\$ 51,153.24	C\$ 53,184.02
Papelería y útiles de oficina	2,884.46	6,240.31	7,018.82
Matricula Municipal	500.00	2,692.80	2,744.40
Impuesto Municipal	15,076.80	16,466.40	17,517.60
Tarjeta de presentación	2,000.00	2,079.40	2,161.95
Impuesto de Rotulo	2,400.00	2,400.00	2,400.00
Total	72,061.26	81,032.15	85,026.80
IVA	7,680.00	7,984.90	8,301.90
RET IR 2%	1,024.00	1,064.65	1,106.92
Gastos causados	63,640.46	71,486.00	74,704.17
Gastos pagados	C\$ 78,717.26	C\$ 87,952.40	C\$ 92,221.77

Tabla 47 Presupuesto de Gastos de Administración

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Servicios básicos	C\$ 46,440.00	C\$ 48,283.67	C\$ 50,200.53
Salarios	86,400.00	92,448.00	98,919.36
Vacaciones	7,200.00	7,704.00	8,243.28
Treceavo mes	7,200.00	7,704.00	8,243.28
Indemnización	7,200.00	7,704.00	8,243.28
INSS Patronal	18,576.00	19,876.32	21,267.66
Papelería y útiles de oficina	8,653.38	6,240.31	7,018.82
Placas para escritorio	1,100.00	0.00	0.00
Impuesto de Basura	360.00	360.00	360.00
Material de aseo y limpieza	5,134.65	5,338.50	5,550.43
Sumistro varios	2,976.50	3,094.67	3,217.53
Mantenimiento de mobiliario	2,000.00	2,000.00	2,000.00
Depreciaciones	9,321.12	9,321.12	9,321.12
Amortizaciones	8,820.00	8,820.00	8,820.00
Total	C\$ 243,781.65	C\$ 251,294.58	C\$ 263,805.29
IVA	6,241.67	6,124.97	6,175.19
RET IR 2%	812.69	794.77	799.01
Gastos causados	234,950.49	223,937.55	235,148.88

Gastos pagados	C\$ 229,521.51	C\$ 218,607.35	C\$ 229,772.70
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

7.2.4. Estructura de Costos

Esta estructura de costos de C M L & ASOCIADOS RL, incluye todos los costos en los que incurre la empresa para funcionar: salarios, alquiler, materias primas, servicios, pago de impuestos, entre otros. Existen dos formas en las que una organización toma sus decisiones: por **costo** o por valor

Para poder determinar los costos de cada uno de los servicios se tomó una distribución de la participación de los ingresos quedando de la siguiente manera:

Contabilidad general 49.48%, Costos agrícolas 31.96%, Fiscal – Tributario 14.43%, Capacitaciones 4.12% para llegar al 100%.

Tabla 48 Estructura de Costos

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Gastos Personales	C\$ 414,720.00	C\$ 443,750.40	C\$ 474,812.93	C\$1,333,283.33
Costos Directos	78,551.38	82,322.51	88,550.58	249,424.46
Costos Indirectos	194,644.80	208,143.94	222,588.01	625,376.75
Total	C\$ 687,916.18	C\$ 734,216.85	C\$ 785,951.52	C\$ 2208,084.54

Tabla 49 Margen de ganancia de los servicios.

Descripción	Servicio 1	Servicio 2	Servicio 3	Servicio 4
Costo Total Anual	C\$ 377,386.16	C\$ 301,908.93	C\$ 125,795.39	C\$ 62,897.69
Cantidad de servicios	144	93	42	42
Costo unitario	2,620.74	3,246.33	2,995.13	2,361.47
Margen de utilidad	3,841.26	2,513.67	604.87	518.53
Precio del Servicio	C\$ 5,400.00	C\$ 5,760.00	C\$ 3,600.00	C\$2,880.00

7.3. Presupuesto financiero

7.3.1. Flujo de Caja

Tabla 50 Flujo de caja.

CML & ASOCIADOS RL			
Flujo de Caja Proyectado			
Concepto	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Saldo Inicial	C\$ 177,730.20	C\$ 608,820.23	C\$ 1038,330.68
Ingresos			

Ventas	C\$ 1507,680.00	C\$ 1646,640.00	C\$ 1751,760.00
IVA por pagar	C\$ 226,152.00	C\$ 246,996.00	C\$ 262,764.00
IR acreditable	-C\$ 15,552.00	-C\$ 17,064.00	-C\$ 18,144.00
Disponibilidad	C\$ 1896,010.20	C\$ 2485,392.23	C\$ 3034,710.68
Egresos			
Compra de Suministro	65,188.82	70,515.55	79,312.69
Costo del Personales	385,689.60	412,687.87	441,576.02
Costos directos	32,400.00	32,400.00	32,400.00
Costos Indirectos	160,740.00	161,225.93	161,731.15
Gastos de Ventas	75,832.80	81,712.08	85,202.95
Gastos de Administración	151,285.89	153,487.66	157,106.98
Décimo Tercer mes	41,760.00	44,179.40	46,767.94
Aporte a la Seguridad Social	142,819.20	152,817.23	163,514.37
IVA (Saldo a pagar)	203,576.94	223,525.66	237,758.68
Retenciones de IR	27,896.72	32,907.50	38,345.67
IR del periodo anterior		81,602.67	102,797.55
Total, Egresos	1287,189.97	1447,061.55	1546,514.00
Disponibilidad Neta Final	C\$ 608,820.23	C\$ 1,038,330.68	C\$ 1,488,196.68

7.3.2. Estado de Resultados Proyectado

Tabla 51 Estados de resultados proyectados.

CML & ASOCIADOS RL

Estado de Resultados Proyectados

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Ventas	1,507,680.00	1,646,640.00	1,751,760.00
Costos de Venta	876,988.18	914,774.78	945,882.66
Utilidad Bruta	639,691.82	731,865.22	805,877.34
<u>Gastos de Operación</u>			
Gastos de Venta	72,061.26	81,032.15	85,026.80
Gastos de Administración	243,781.65	251,249.58	263,805.29
Total, gastos operativos	315,842.91	332,326.74	348,832.09
Utilidad del ejercicio	323,848.91	399,538.49	457,045.25
IR anual	97,154.67	119,861.55	137,113.57
Utilidad Neta del Ejercicio	226,694.24	279,676.94	319,931.67

7.3.3. Estado de Situación Financiera Proyectado

El estado de situación financiera proyectado o mejor conocido como balance general, representa una información relativa o un resumen a una fecha determinada que muestra todos los activos, pasivos y patrimonio que contiene la empresa, permitiéndole a CML & Asociados hacer un análisis o interpretación de la información obtenida antes mencionada para una posterior toma de decisiones que beneficie a la microempresa.

Tabla 52 Balance general proyectado

CML & ASOCIADOS			
Balance General Proyectado			
Al 31 de diciembre del 2023			
Expresado en córdobas			
	Año 1	Año 2	Año 3
<u>Activos</u>			
Corriente			
Efectivo en Caja y Banco	C\$608,820.23	C\$1,038,330.68	C\$1,488,196.68
Total, Activos Corrientes	608,820.23	1038,330.68	1488,196.68
No Corriente			
Propiedad, Planta y Equipo	C\$169,184.00	C\$169,184.00	C\$169,184.00
Depreciación Acumulada de PPE	(30,453.12)	(60,906.24)	(70,227.36)
Otros activos	26,460.00	26,460.00	26,460.00
Amortizaciones	(8,820.00)	(17,640.00)	(26,460.00)
Total, Activos No Corrientes	156,370.88	117,097.76	98,956.64
Total, Activos	C\$765,191.11	C\$1,155,428.44	C\$1,587,153.32
<u>Pasivo</u>			
Corriente			
Gastos acumulados por pagar	C\$ 83,520.00	C\$ 172,885.52	C\$ 268,506.70
Impuestos por pagar	81,602.67	102,797.55	118,969.57
Total, Pasivos	C\$165,122.67	C\$275,683.06	C\$387,476.27
<u>Patrimonio</u>			
Capital Social	C\$373,374.20	C\$373,374.20	C\$373,374.20
Resultados acumulados		226,694.24	506,371.18
Resultado del Ejercicio	226,694.24	279,676.94	319,931.67
Total, Patrimonio	C\$600,068.44	C\$879,745.38	C\$1,199,677.05
Total, Pasivo más capital	C\$765,191.11	C\$1,155,428.44	C\$1,587,153.32

7.4. Evaluación financiera

Para este punto, se identifica, valora y comparan entre sí los costos y los beneficios del proyecto. Describir de forma general los indicadores que se utilizan para la evaluación financiera del proyecto de emprendimiento.

7.4.1. Flujo de fondos

Tabla 53 Flujo de fondos.

CML & ASOCIADOS RL				
Flujo de Fondos				
Descripción	Años			
	Año 2023	Año 2024	Año 2025	
Ingresos por servicios	C\$1,507,680.00	C\$1,646,640.00	C\$1,751,760.00	
Costos del Servicio	C\$ 867,988.18	C\$ 914,774.78	C\$ 945,882.66	
Utilidad bruta	C\$ 639,691.82	C\$ 731,865.22	C\$ 805,877.34	
Gastos Administrativos	C\$ 243,781.65	C\$ 251,294.58	C\$ 263,805.29	
Gastos de Venta	C\$ 72,061.26	C\$ 81,032.15	C\$ 85,026.80	
Utilidad antes de Impuesto	C\$ 323,848.91	C\$ 399,538.49	C\$ 457,045.25	
Depreciación	C\$ 30,453.12	C\$ 30,453.12	C\$ 30,453.12	
Amortización	C\$ 8,820.00	C\$ 9,321.12	C\$ 9,321.12	
Inversión Fija	-C\$ 169,184.00			
Inversión Diferida	-C\$ 26,460.00			
Capital de Trabajo	-C\$ 177,730.20			
Flujo Neto de Efectivo	-C\$373,374.20	C\$ 323,848.91	C\$ 399,538.49	C\$ 457,045.25

7.4.2. Valor Actual Neto (VAN)

7.4.3. 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.

Una vez ya realizados los cálculos, se obtuvo una TIR del 82.28% lo que indica que el retorno de la inversión es alto, por lo tanto, esta indica que CML & Asociados es un proyecto rentable y atractivo para su realización.

Tasa de descuento al 18%	
VAN	C\$ 438,450.95
TIR	82.28%

7.4.4. 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.

Periodo de Recuperación de Inversión			
Años	Flujo	Flujo Acumulado	
0	-C\$ 373,374.20	-C\$49,525.29	
1	C\$ 323,848.91	(C\$274,323.62)	0.69
2	C\$ 399,538.49	C\$673,862.11	8.239214896
3	C\$ 457,045.25		7.176446882

7.4.5. 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 (Briceño, 2020) aseguran que el “Valor Presente Neto (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 54 Relación beneficio - costo

Relación Beneficio Costo					
Para el cálculo del B/C, se necesitó retomar las cifras del flujo de fondos y actualizar cada uno de estos elementos a la misma tasa de descuento					
Tasa de descuento	18%				VPN
		C\$1,507,680.0	C\$1,646,640.0	C\$1,751,760.0	C\$3,526,461.3
Beneficios		0	0	0	4
		C\$1,144,557.9	C\$1,207,327.2	C\$1,254,940.5	C\$2,974,217.7
Costos	C\$ -373,374.20	7	7	1	7
RBC					1.19

La tabla anterior muestra que la relación beneficio-costo de la micro empresa CML & Asociados es positiva ya que los beneficios de invertir en la prestación de servicios contables-financieros es más beneficiosos que costosos con una relación B/C: 1,19.

Los criterios para la lectura del B/C son:

- B/C Mayor que 1: El proyecto debe considerarse porque los beneficios superar a los costos.
- B/C igual a 1: El proyecto no tiene ganancias
- B/C menor que 1: El proyecto no debe considerarse, porque los costos son mayores a los beneficios.

8. REFERENCIAS

(2018). En V. Loor, *Estudio de factibilidad para la implementación proyecto* (págs. 78-84).

Areas, E. R. (5 de Junio de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/proyeccion-de-ventas.html>

Arias, A. S. (29 de Enero de 2016). *Economipedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/precio.html>

Arias, A. S. (08 de Abril de 2017). *Economipedia.com*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/gastos-financieros.html#:~:text=Los%20gastos%20financieros%20son%20todos,inter%C3%A9s%20pagado%20por%20las%20deudas.>

Balaguer. (2017). En C. d. oferta, *Calculo de la oferta* (pág. 15). Mexico: Sant Linons.

BCN. (13 de Diciembre de 2021). <https://www.bcn.gob.ni/>. Obtenido de

<https://www.bcn.gob.ni/>: <https://www.bcn.gob.ni/divulgacion-prensa/presidente-del-bcn-expone-pib-al-iii-trimestre-2021-y-perspectivas#:~:text=Asimismo%2C%20se%20revis%C3%B3%20la%20estimaci%C3%B3n,6.0%20y%207.0%20por%20ciento.>

BCN. (18 de Marzo de 2022). <https://www.bcn.gob.ni>. Obtenido de

<https://www.bcn.gob.ni>:
https://www.bcn.gob.ni/sites/default/files/documentos/Informe_PIBIVtrimestre21.pdf

Briceño, P. L. (07 de Febrero de 2020). *Indicadores de rentabilidad en proyecto de inversión*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/indicadores-de-rentabilidad-en-proyectos-de-inversion-cuales-son>

Briseño, C. (2018). *Tecnología, Información e Innovación*.

Calderon, C. (2021). Mercado potencial de un producto.

- Cauthino, V. (01 de Diciembre de 2017). *Rockcontent.com*. Obtenido de promocion :
<https://rockcontent.com/es/blog/promocion-en-el-marketing/>
- Chiavenato, I. (1999). *Administración de Recursos Humanos*. MC . Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2000). *Organizacion y Sistema*. Lima: Santa Fe.
- Crespo. (Enero de 2007). *Virtual URBE*. Obtenido de
<http://virtual.urbe.edu/tesispub/0093361/cap02.pdf>
- Etecè, E. (15 de Julio de 2021). <https://concepto.de/conocimiento-tecnico>. Obtenido de
<https://concepto.de/conocimiento-tecnico/#:~:text=El%20conocimiento%20t%C3%A9cnico%20tiene%20como,principales%20aliados%20de%20la%20ciencia>.
- Fisher, L. (2013). La Mercadotecnia . En L. Fisher, *La Mercadotecnia* (pág. 57). Mexico: Adventure Works.
- FUNIDES. (24 de Junio de 2020). <https://funides.com/>. Obtenido de https://funides.com/notas-informativas/impactos-del-covid-19-y-recomendaciones-a-corto-plazo-para-el-sector-agropecuario/#_ftn2
- Galan, J. S. (30 de Septiembre de 2015). *Economipedia.com*. Obtenido de Estrategias de Precio: <https://economipedia.com/definiciones/estrategias-de-precio.html>
- Galán, J. S. (04 de Marzo de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de Mobiliario: <https://economipedia.com/definiciones/mobiliario.html>
- Galiana, P. (14 de Mayo de 2021). *iebschool.com*. Obtenido de El significado de los colores en marketing : <https://www.iebschool.com/blog/significado-colores-inbound-marketing/#:~:text=El%20azul%20se%20usa%20para,m%C3%A1s%20asociado%20con%20la%20comunicaci%C3%B3n>.
- Gary Armstrong y Philip Kotler. (2008). *Fundamentos de marketing*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN. Recuperado el 17 de agosto de 2022
- Giraldo, V. (23 de Agosto de 2019). *rockcontent.com*. Obtenido de Publicidad :
<https://rockcontent.com/es/blog/publicidad/>

- Grudemi, E. (2021). *Enciclopediaeconomica.com*. Obtenido de Recuperado:
<https://enciclopediaeconomica.com/mano-de-obra-directa/>
- James Kaufman. (02 de Mayo de 2011). <https://www.redalyc.org>. Obtenido de
<https://www.redalyc.org>: <https://www.redalyc.org/pdf/167/16720051033.pdf>
- James, W. (2016). Sonria.com fundacion para el desarrollo del potencial. *Filosofia de la transformacion*.
- Julián Pérez Porto y Ana Gardey. (2021). *Definicion de*. Obtenido de Definición de gastos de operación: <https://definicion.de/gastos-de-operacion/>
- Kotler. (2002). Mercadeo de Servicios . En Kotler, *Mercadeo de Servicios* (pág. 25). Bogota : Santillana.
- Llamas, J. (20 de Abril de 2020). *Economipedia.com* . Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/gastos-administrativos.html>
- Loor, V. (2018). Estudio de factibilidad para la implementación del proyecto. *Library*, 78.
- López, A. (27 de octubre de 2022). *Tiendanube.com*. Obtenido de tienda nube:
<https://www.tiendanube.com/blog/mx/gastos-de-venta/#:~:text=Los%20gastos%20de%20venta%20son,servicio%20que%20vas%20a%20vender.>
- Lopez, J. F. (13 de julio de 2018). *Economipedia*. Obtenido de
<https://economipedia.com/definiciones/inversion.html>
- Martinez, S. (26 de Febrero de 2020). *jasminsoftware.es*. Obtenido de jasminsoftware.es:
<https://www.jasminsoftware.es/blog/plan-financiero/>
- Milagro, U. E. (2017). Importancia de la administración eficiente del capital de trabajo en las Pymes. En U. E. Milagro, *Importancia de la administración eficiente del capital de trabajo en las Pymes* (pág. 30). Ecuador: Revista Ciencia Unemi.
- Montes-Dona, R. J. (10 de Febrero de 2022). *Denton Muñoz* . Obtenido de Nicaragua
 aumenta salario minimo.:

<https://www.dentonsmunoz.com/es/insights/alerts/2022/february/10/nicaragua-minimun-wage-increases>

Muther, R. (2000). *Espacio*.

Nicaragua, A. N. (28 de Febrero de 2019). <http://legislacion.asamblea.gob.ni/>. Obtenido de <http://legislacion.asamblea.gob.ni/>:
[legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/\(\\$All\)/CC88B8A39B27B4B7062583B3007ACB85](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/($All)/CC88B8A39B27B4B7062583B3007ACB85)

Palacios, D. (24 de septiembre de 2020). *blog.hubspot.es*. Obtenido de Estrategia de Precios de penetracion: <https://blog.hubspot.es/sales/estrategia-precios-de-penetracion#:~:text=El%20precio%20de%20penetraci%C3%B3n%20es,un%20precio%20mucho%20m%C3%A1s%20bajo>.

Pascua, A. (2006). El Mercado Competitivo. En A. Pascua, *El Mercado Competitivo* (pág. 62). Lima.

Pedrosa, S. J. (15 de marzo de 2017). *Economipedia.com*. Obtenido de Insumo: <https://economipedia.com/definiciones/insumo.html>

Pedroza, S. (09 de Octubre de 2015). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>

Peiró, R. (15 de Junio de 2017). *Economipedia.com*. Obtenido de logotipo : <https://economipedia.com/definiciones/logotipo.html#:~:text=El%20logotipo%20es%20un%20s%C3%ADmbolo,%20s%C3%ADmbolos%20y%20Fo%20letras>.

Perez, O. (2018). *Talento Humano*.

Ponce. (1978). *Administracion de Empresas Teoria y Practica*. En Ponce. Peru: Santa Fe.

Registro Publico. (11 de junio de 2020). Obtenido de https://www.google.com/search?rlz=1C1NDCM_esNI851NI851&sxsrf=ALeKk02i5Uj1YBKWIOklsvSRKvHxeQ3GzA%3A1591909413269&ei=JZziXtLwD5ibwbkPvbOUiA8&q=REQUISITOS+PARA+inscribirse+en+el+registro+publico+mercantil+nicaragua&oq=REQUISITOS+PARA+inscribirse+en+el+regist

- Sandhusen, R. L. (2019). Plan de negocios . En R. L. Sandhusen, *Plan de negocios* (pág. 45). Colombia: Santander.
- Sevilla, A. (11 de Mayo de 2016). *Economipedia.com*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/activo-fijo.html>
- Sevilla, Andres. (17 de septiembre de 2015). *Economipedia.com*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/activo-intangible.html>
- SIMAS. (02 de Febrero de 2012). <https://www.simas.org.ni/>. Obtenido de <https://www.simas.org.ni/noticias/1319/el-sector-agropecuario-de-nicaragua/>
- Spiegato. (2022). *Spiegato.com*. Obtenido de <https://spiegato.com/es/que-es-requerimiento-de-capital>
- Terreros, D. (24 de Marzo de 2021). <https://blog.hubspot.es/>. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/>: <https://blog.hubspot.es/marketing/mercado-potencial>
- ThePowerMBA. (04 de Marzo de 2019). *The power bussines school* . Obtenido de <https://www.thepowermba.com/es/blog/las-5-fuerzas-de-porter>
- Valencia*. (2011).
- Zamora, J. L. (2018). Hablemos de Bolsa. *En la Bolsa Mexicana de Valores (BMV)*, Antoni Lelo de Larrea Venture Partners (ALLVP).

Metodología utilizada para la investigación de mercado

Entrevista



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA, MANAGUA

UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA, Carazo.

FAREM-CARAZO

Somos estudiante del V año de la carrera de Contaduría Pública y Finanzas de la modalidad Regular de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN, MANAGUA), Facultad Regional Multidisciplinaria, Carazo (FAREM-CARAZO,)

Esta entrevista tiene como objetivo conocer los ámbitos de importancia que debemos de tener en cuenta al momento de realizar nuestro proyecto de graduación.

1. ¿Cuál cree usted que debería de ser el sector al que nos deberíamos de dirigir con el proyecto el sector agrícola, el sector pecuario o ambos?
2. ¿De las regiones agropecuarias o departamentos de Nicaragua a cuál cree usted deberíamos de dirigirnos?
3. ¿A qué institutos o cooperativas podemos dirigirnos en busca de información de nuestros posibles clientes?
4. ¿conoce usted a alguien que se dedique a dar consultorías o asesoramiento contable?
5. ¿Cuáles son los sectores Productivos a los que nos podemos dirigir?
6. ¿Cuáles son las necesidades de mayor relevancia que tienen los productores en el ámbito contable?
7. ¿Considera usted que esta idea de proyecto ósea una oficina contable de consultorías y asesorías en el sector agropecuario sería un negocio rentable y estable?
8. ¿Qué nos aconsejaría usted a tomar en cuenta en la realización de este proyecto?

Encuesta

UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Asesorías y
Consultorías
Contable-
Financieras
Agrícolas
C M L &
ASOCIADOS, RL

ENCUESTA No. _____

Estimado Agricultor (a), somos estudiantes de quinto año de la carrera de contaduría pública y finanzas, estamos realizando la presente encuesta para determinar la aceptación de “Asesorías y Consultorías contables – financieras agrícolas”. Es una encuesta sencilla y rápida, solicitamos cordialmente tu valiosa cooperación, ya que su opinión es muy importante para nosotros. **Instrucciones:** Favor encierre en un círculo sus respuestas de manera honesta, íntegra y objetiva las siguientes interrogantes, pues de ello depende la validez de los resultados de esta investigación.

OBJETIVO: Conocer la aceptación que tendría el proyecto de emprendimiento “C M L & Asociados, RL, Asesorías y Consultorías contables - financieras agrícolas” por parte de las pymes sector agrícolas en Carazo.

I. Aspectos generales.

Por favor, indique en cuál de las ciudades de Carazo está ubicada su empresa:

- 1) San Marcos. 2) Diriamba. 3) Jinotepe 4) Santa Teresa. 5) La Conquista
6) La Paz 7) El Rosario 8) Dolores

1. Nivel educativo:

- 1) Primaria 3) Técnico
2) Secundaria 4) Profesional.

2. Indique el segmento en el que está constituida su empresa:

- 1) Persona natural 2) Persona jurídica.

4. ¿Usted como empresa ha solicitado algún tipo de servicios y asesorías contable?

1) Sí

2) No

Indique porque:

5. ¿Si su respuesta es positiva, señale que tipo de asesoría le han prestado en su negocio?

1. Contable 3) Financiero 5) Administrativo

2. Tributario 4) Auditorias 6) Otros.

6. Indique el nivel de satisfacción de parte de la empresa que le brindó el servicio, en una escala del 1 al 10, siendo 1 el más bajo y 10 el más alto

1. 0 - 2 3) 6 - 8

2. 3 - 5 4) 9 - 10

7. ¿Por qué eligió el servicio de esa firma de consultores contables?

1. Servicio 4) Responsabilidad

2. Precio 5) Ética profesional

3. Atención. 6) Otro.

8. ¿Cada cuánto solicita el servicio de asesoramiento contable?

1. Semanal 4. Cuatrimestral 7. Nunca

2. Mensual 5. Semestral

3. Trimestral 6. Anual.

9. ¿Cuál considera usted, que es una de las razones por las que desiste de contratar?

- 1) Cuenta con una estructura muy organizada.
- 2) los costos de los servicios son altos.
- 3) No requiere de servicios de asesoría.
- 4) Incumplimiento del contrato por los consultores.
- 5) Falta de ética por los consultores.
- 6) Falta de conocimientos por los consultores.
- 7) Inconformidad en los servicios
- 8) Otras razones

14.4 Servicios De levantamientos de inventarios.

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| 1) U\$150.00 - U\$240.00 | 3) U\$290.00 - U\$350.00 |
| 2) U\$260.00 - U\$280.00 | 4) U\$350.00 A más. |

Si no seleccionó ninguna, Indique de cuanto es el alcance que podría pagar: \$ _____

14.5 Servicio de Asesorías, consultorías y capacitaciones contables agrícola.

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| 1) U\$80.00 - U\$120.00 | 3) U\$180.00 - U\$220.00 |
| 2) U\$130.00 - U\$170.00 | 4) U\$230.00 A más. |

Si no seleccionó ninguna, Indique de cuanto es el alcance que podría pagar: \$ _____

15 ¿Qué le indicaría mayor seguridad en la contratación de los servicios de asesorías y consultorías agrícolas para su empresa?

- | | |
|---|--------------------------------|
| 1) Página web con información útil y | 3) Servicio inmediato completa |
| 2) Entrega de perfil de los consultores | 4) Asesoría Actualizada. |

16 ¿Qué piensa que se necesita para ser un buen despacho contable?

- 1) Experiencias y conocimientos 2) Ubicación 3) Eficiencia y eficacia 4) Bajos precios

17 ¿Qué beneficios le gustaría obtener al contratar los servicios de consultoría y asesorías agrícolas (Puede encerrar más de una)?

- 1) Información y control de los costos agrícolas.
- 2) Mantener al día los tributos.
- 3) Obtener buenos Resultados económicos
- 4) Crear un buen sistema contable
- 5) Cumplimiento de todas las obligaciones de la empresa.
- 6) Tener un control de todas las ventas del día para conocer los ingresos totales.

18 ¿Cuál de los siguientes Servicios estaría dispuesto a contratar (Puede encerrar más de una)?

- 1) Servicios Contables y Financieros agrícolas.
- 2) Servicios Contabilidad de Costos agrícolas
- 3) Servicios Revisoría Fiscal y tributario
- 4) Servicio de Asesorías, consultorías y capacitaciones contables agrícola
- 5) Servicios de Asesoría y Otros

VI. Aspectos Relacionados A La Publicidad

1. ¿A través de que medio o medios te gustaría recibir información sobre nuestros Servicios?

- | | | |
|--------------------|--------------|----------|
| 1) Redes sociales. | 3) Brochurs | 5) Manta |
| 2) Radios locales. | 4) Perifoneo | |

¡Muchas Gracias por su colaboración y su tiempo brindado

Memoria de cálculo del Plan Financiero

Cédula N° 1 Proyecciones en cantidad de Servicio

CML & Asociados RL														
Cédula N° 1 Proyecciones en cantidad de Servicio														
Año 2023														
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	2023	
Contabilidad general	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	144
Costos agrícolas	6	6	6	6	6	9	9	9	9	9	9	9	9	93
Fiscal - Tributario	6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6	42
Capacitaciones			3			3			3				3	12
Total	24	21	24	21	21	27	24	24	27	24	24	24	30	291

Cédula N° 2 Proyecciones de Ventas del Servicio en Unidades Monetarias

CML & Asociados RL															
Cédula N° 2 Proyecciones de Ventas del Servicio en Unidades Monetarias															
Descripción	P. de Vta. Por Servicio	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	2023	
Contabilidad general	CS 5,400.00	CS 64,800.00	777,600.00												
Costos agrícolas	CS 5,760.00	CS 34,560.00	CS 51,840.00	535,680.00											
Fiscal - Tributario	CS 3,600.00	CS 21,600.00	CS 10,800.00	CS 21,600.00	151,200.00										
Capacitaciones	CS 2,880.00	CS -	CS -	CS 10,800.00	CS -	CS -	CS 10,800.00	CS -	CS -	CS 10,800.00	CS -	CS -	CS 10,800.00	CS -	43,200.00
Total	CS 120,960.00	CS 110,160.00	CS 120,960.00	CS 110,160.00	CS 110,160.00	CS 110,160.00	CS 138,240.00	CS 127,440.00	CS 127,440.00	CS 138,240.00	CS 127,440.00	CS 127,440.00	CS 149,040.00	CS 1,507,680.00	
IVA por Pagar		18,144.00	16,524.00	18,144.00	16,524.00	16,524.00	20,736.00	19,116.00	19,116.00	20,736.00	19,116.00	19,116.00	22,356.00	226,152.00	
Impuesto municipal		1,209.60	1,101.60	1,209.60	1,101.60	1,101.60	1,382.40	1,274.40	1,274.40	1,382.40	1,274.40	1,274.40	1,490.40	15,076.80	
Anticipo de IR		1,209.60	1,101.60	1,209.60	1,101.60	1,101.60	1,382.40	1,274.40	1,274.40	1,382.40	1,274.40	1,274.40	1,490.40	15,076.80	
Ingresos Percibidos	CS 137,808.00	CS 125,388.00	CS 137,808.00	CS 125,388.00	CS 125,388.00	CS 125,388.00	CS 157,680.00	CS 145,260.00	CS 145,260.00	CS 157,680.00	CS 145,260.00	CS 145,260.00	CS 170,100.00	CS 1,718,755.20	

Cédula N° 3 Proyecciones de Compra de Materiales e Insumos del Servicio (Unidades Físicas)

CML & Asociados RL														
Cédula N° 3 Proyecciones de Compra de Materiales e Insumos del Servicio (Unidades Físicas)														
Descripción	U/M	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	2023
Rema de Hojas	Remas	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Carpetas personalizadas	UND	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	66
Lapiceros	Caja	3	-	3	-	-	3	-	-	3	-	-	3	15
Fastener metalico	Caja	4	-	4	-	-	4	-	-	4	-	-	4	20
Engrapadoras	unidad	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5
Calculadora	unidad	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4
Perforadora	Caja	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4
Sellos	unidad	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5
Tinta	Caja	2	-	-	-	-	2	-	-	2	-	-	2	8
Cartuchos de tinta	unidad	2	-	2	-	-	2	-	-	2	-	-	2	10
AMPO	unidad	15	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15
Bandeja	unidad	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4
Clips	Caja	5	-	5	-	-	5	-	-	5	-	-	5	25
Grapas	Caja	6	-	6	-	-	6	-	-	6	-	-	6	30
Saca Grapas	unidad	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4
Tablero	unidad	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3
Corrector	Unidad	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5
Marcadores	Caja	3	-	3	-	-	3	-	-	3	-	-	3	15
Pizarra Agrlica	Unidad	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Total		86	11	34	11	11	36	11	11	36	11	11	36	299

Cédula N° 4 Proyecciones de Compra de Materiales e Insumos del Servicio (Unidades Monetarias)

C M L & Asociados RL																
Cédula N° 4 Proyecciones de Compra de Materiales e Insumos del Servicio (Unidades Monetarias)																
Descripción	C/U	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	2023		
Rema de Hojas	C\$ 260.87	C\$ 1,304.35	C\$ 15,652.20													
Carpetas personalizadas	266.96	1,601.76	1,601.76	1,601.76	1,601.76	1,601.76	1,601.76	1,601.76	1,601.76	1,601.76	1,601.76	1,601.76	1,601.76	1,601.76	19,221.12	
Lapiceros Personalizados	40.87	122.61	-	122.61	-	-	122.61	-	-	122.61	-	-	122.61	-	613.05	
Faster Metalico	44.35	177.40	-	177.40	-	-	177.40	-	-	177.40	-	-	177.40	-	887.00	
Engrapadoras	105.22	526.10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	526.10	
Calculadoras	158.26	633.04	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	633.04	
Perforadora	70.43	281.72	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	281.72	
Sellos	304.35	1,521.75	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,521.75	
Tinta para sellos	347.83	695.66	-	-	-	695.66	-	-	695.66	-	-	-	695.66	-	2,782.64	
Cartuchos de tinta	1,066.23	2,132.46	-	2,132.46	-	2,132.46	-	-	2,132.46	-	-	-	2,132.46	-	10,662.30	
Archivadores	73.04	1,095.60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,095.60	
Bandeja	270.43	1,081.72	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,081.72	
Clips	12.17	60.85	-	60.85	-	60.85	-	-	60.85	-	-	-	60.85	-	304.25	
Grapas	32.17	193.02	-	193.02	-	193.02	-	-	193.02	-	-	-	193.02	-	965.10	
Saca grapas	16.52	66.08	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66.08	
Tablero	51.30	153.90	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	153.90	
Corrector	13.04	65.20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	65.20	
Marcadores	70.43	211.29	-	211.29	-	211.29	-	-	211.29	-	-	-	211.29	-	1,056.45	
Pizarra	120.00	120.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	120.00	
Total	C\$ 12,044.51	C\$ 2,906.11	C\$ 5,803.74	C\$ 2,906.11	C\$ 2,906.11	C\$ 2,906.11	C\$ 6,499.40	C\$ 2,906.11	C\$ 2,906.11	C\$ 6,499.40	C\$ 2,906.11	C\$ 2,906.11	C\$ 6,499.40	C\$ 2,906.11	C\$ 57,689.22	
IVA Acreditable	C\$ 1,806.68	C\$ 435.92	C\$ 870.56	C\$ 435.92	C\$ 435.92	C\$ 435.92	C\$ 974.91	C\$ 435.92	C\$ 435.92	C\$ 974.91	C\$ 435.92	C\$ 435.92	C\$ 974.91	C\$ 435.92	C\$ 8,653.38	
IR 2%	C\$ 240.89	C\$ 58.12	C\$ 116.07	C\$ 58.12	C\$ 58.12	C\$ 58.12	C\$ 129.99	C\$ 58.12	C\$ 58.12	C\$ 129.99	C\$ 58.12	C\$ 58.12	C\$ 129.99	C\$ 58.12	C\$ 1,153.78	
Neto a pagar	C\$ 13,610.30	C\$ 3,283.90	C\$ 6,558.23	C\$ 3,283.90	C\$ 3,283.90	C\$ 3,283.90	C\$ 7,344.32	C\$ 3,283.90	C\$ 3,283.90	C\$ 7,344.32	C\$ 3,283.90	C\$ 3,283.90	C\$ 7,344.32	C\$ 3,283.90	C\$ 65,188.82	

Cédula N° 5 Proyecciones de Costos del Servicio

CML & Asociados RL														
Cédula N° 5 Proyecciones de Costos del Servicio														
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	2023	
Costo del Personal														
Contador 1	C\$ 7,200.00	C\$ 86,400.00												
Contador 2	13,680.00	C\$ 13,680.00	C\$ 13,680.00	C\$ 13,680.00	C\$ 13,680.00	C\$ 13,680.00	C\$ 13,680.00	C\$ 13,680.00	C\$ 13,680.00	C\$ 13,680.00	C\$ 13,680.00	C\$ 13,680.00	C\$ 13,680.00	164,160.00
Contador 3	13,680.00	C\$ 13,680.00	C\$ 13,680.00	C\$ 13,680.00	C\$ 13,680.00	C\$ 13,680.00	C\$ 13,680.00	C\$ 13,680.00	C\$ 13,680.00	C\$ 13,680.00	C\$ 13,680.00	C\$ 13,680.00	C\$ 13,680.00	164,160.00
Sub Total Gasto del Personal	C\$ 34,560.00	C\$ 414,720.00												
Costos Directos														
Materiales e Insumos	9,635.61	2,324.89	4,642.99	2,324.89	2,324.89	5,199.52	2,324.89	2,324.89	5,199.52	2,324.89	2,324.89	5,199.52	2,324.89	46,151.38
Alquiler del local	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	32,400.00
Sub total Costos Directos	C\$ 12,335.61	C\$ 5,024.89	C\$ 7,342.99	C\$ 5,024.89	C\$ 5,024.89	C\$ 7,899.52	C\$ 5,024.89	C\$ 5,024.89	C\$ 7,899.52	C\$ 5,024.89	C\$ 5,024.89	C\$ 7,899.52	C\$ 5,024.89	C\$ 78,551.38
Costos Indirectos														
Transportación	13,500.00	11,700.00	12,600.00	11,700.00	11,700.00	12,600.00	11,700.00	11,700.00	12,600.00	11,700.00	11,700.00	13,500.00	13,500.00	146,700.00
Internet	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	8,640.00
Luz	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00
Agua	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	1,800.00
Prestaciones sociales	8,640.00	8,640.00	8,640.00	8,640.00	8,640.00	8,640.00	8,640.00	8,640.00	8,640.00	8,640.00	8,640.00	8,640.00	8,640.00	103,680.00
Aporte patronal	7,430.40	7,430.40	7,430.40	7,430.40	7,430.40	7,430.40	7,430.40	7,430.40	7,430.40	7,430.40	7,430.40	7,430.40	7,430.40	89,164.80
Depreciación equipo de	1,761.00	1,761.00	1,761.00	1,761.00	1,761.00	1,761.00	1,761.00	1,761.00	1,761.00	1,761.00	1,761.00	1,761.00	1,761.00	21,132.00
Sub total Costos Indirectos	C\$ 32,501.40	C\$ 30,701.40	C\$ 31,601.40	C\$ 30,701.40	C\$ 30,701.40	C\$ 31,601.40	C\$ 30,701.40	C\$ 30,701.40	C\$ 31,601.40	C\$ 30,701.40	C\$ 30,701.40	C\$ 30,701.40	C\$ 32,501.40	C\$ 374,716.80
Total Costos	C\$ 79,397.01	C\$ 70,286.29	C\$ 73,504.39	C\$ 70,286.29	C\$ 70,286.29	C\$ 74,060.92	C\$ 70,286.29	C\$ 70,286.29	C\$ 74,060.92	C\$ 70,286.29	C\$ 70,286.29	C\$ 74,960.92	C\$ 74,960.92	C\$ 867,988.18

Cédula N° 6 Proyecciones de Costos del Servicio Mensual

CML & Asociados RL														
Cédula N° 6 Proyecciones de Costos del Servicio Mensual														
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	2023	
Gastos del Personal	C\$ 34,560.00	C\$ 414,720.00												
Costos Directos	C\$ 12,335.61	C\$ 5,024.89	C\$ 7,342.99	C\$ 5,024.89	C\$ 5,024.89	C\$ 7,899.52	C\$ 5,024.89	C\$ 5,024.89	C\$ 7,899.52	C\$ 5,024.89	C\$ 5,024.89	C\$ 7,899.52	C\$ 5,024.89	C\$ 78,551.38
Costos Indirectos	C\$ 32,501.40	C\$ 30,701.40	C\$ 31,601.40	C\$ 30,701.40	C\$ 30,701.40	C\$ 31,601.40	C\$ 30,701.40	C\$ 30,701.40	C\$ 31,601.40	C\$ 30,701.40	C\$ 30,701.40	C\$ 30,701.40	C\$ 32,501.40	C\$ 374,716.80
Total	C\$ 79,397.01	C\$ 70,286.29	C\$ 73,504.39	C\$ 70,286.29	C\$ 70,286.29	C\$ 74,060.92	C\$ 70,286.29	C\$ 70,286.29	C\$ 74,060.92	C\$ 70,286.29	C\$ 70,286.29	C\$ 74,960.92	C\$ 74,960.92	C\$ 867,988.18

Cédula N° 7 Proyecciones de Gastos de Ventas

Cédula N° 7 Proyecciones de Gastos de Ventas														
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	2023	
Publicidad y Papelería y útiles de	C\$ 4,100.00	C\$ 49,200.00												
Matricula Municipal	C\$ 602.23	C\$ 145.31	C\$ 290.19	C\$ 145.31	C\$ 145.31	C\$ 324.97	C\$ 145.31	C\$ 145.31	C\$ 324.97	C\$ 145.31	C\$ 145.31	C\$ 324.97	C\$ 2,884.46	
Impuesto Municipal	C\$ 500.00	C\$ -	C\$ 500.00											
Tarjeta de Impuesto de Rotulo	C\$ 1,209.60	C\$ 1,101.60	C\$ 1,209.60	C\$ 1,101.60	C\$ 1,101.60	C\$ 1,382.40	C\$ 1,274.40	C\$ 1,274.40	C\$ 1,382.40	C\$ 1,274.40	C\$ 1,274.40	C\$ 1,490.40	C\$ 15,076.80	
Total	C\$ 7,611.83	C\$ 5,546.91	C\$ 5,799.79	C\$ 5,546.91	C\$ 5,546.91	C\$ 7,007.37	C\$ 5,719.71	C\$ 5,719.71	C\$ 6,007.37	C\$ 5,719.71	C\$ 5,719.71	C\$ 6,115.37	C\$ 72,061.26	
IVA	765	615	615	615	615	765	615	615	615	615	615	615	7,680.00	
RET IR 2%	C\$ 102.00	C\$ 82.00	C\$ 82.00	C\$ 82.00	C\$ 82.00	C\$ 102.00	C\$ 82.00	C\$ 1,024.00						
Gastos causados	C\$ 7,062.23	C\$ 4,978.51	C\$ 5,125.19	C\$ 4,978.51	C\$ 4,978.51	C\$ 6,287.97	C\$ 4,978.51	C\$ 4,978.51	C\$ 5,157.97	C\$ 4,978.51	C\$ 4,978.51	C\$ 5,157.97	C\$ 65,640.46	
Gastos pagados	C\$ 6,402.23	C\$ 4,445.31	C\$ 4,590.19	C\$ 4,445.31	C\$ 4,445.31	C\$ 5,624.97	C\$ 4,445.31	C\$ 4,445.31	C\$ 4,624.97	C\$ 4,445.31	C\$ 4,445.31	C\$ 4,624.97	C\$ 76,717.20	

Cédula N° 8 Proyecciones de Gastos de Administración

CML & Asociados RL													
Cédula N° 8 Proyecciones de Gastos de Administración													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	2023
Servicios básicos	3,870.00	3,870.00	3,870.00	3,870.00	3,870.00	3,870.00	3,870.00	3,870.00	3,870.00	3,870.00	3,870.00	3,870.00	46,440.00
Salarios	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	86,400.00
Vacaciones	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	7,200.00
Treceavo mes	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	7,200.00
Indemnización	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	7,200.00
Inss Patronal	1,548.00	1,548.00	1,548.00	1,548.00	1,548.00	1,548.00	1,548.00	1,548.00	1,548.00	1,548.00	1,548.00	1,548.00	18,576.00
Alquiler	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	32,400.00
Papelería y útiles de oficina	1,806.68	435.92	870.56	435.92	435.92	974.91	435.92	435.92	974.91	435.92	435.92	974.91	8,653.38
Placas para escritorio	1,100.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,100.00
Impuesto de Basura	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	360.00
Material de aseo y limpieza	3,696.15	-	-	-	-	1,438.50	-	-	-	-	-	-	5,134.65
Sumistro varios	725.25	-	450.25	-	450.25	-	450.25	-	450.25	-	450.25	-	2,976.50
Mantenimiento de mobiliario cada 6 meses	1,000.00	-	-	-	-	1,000.00	-	-	-	-	-	-	2,000.00
Depreciaciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Amortizaciones	735.00	735.00	735.00	735.00	735.00	735.00	735.00	735.00	735.00	735.00	735.00	735.00	8,820.00
Total	C\$ 26,211.08	C\$ 18,318.92	C\$ 19,203.81	C\$ 18,318.92	C\$ 18,769.17	C\$ 21,296.41	C\$ 18,769.17	C\$ 18,318.92	C\$ 19,308.16	C\$ 18,318.92	C\$ 18,769.17	C\$ 18,857.91	234,460.53
IVA	1,233.21	405.00	472.54	405.00	472.54	620.78	472.54	405.00	472.54	405.00	472.54	405.00	6,241.67
RET IR 2%	169.92	54.00	54.00	54.00	54.00	102.77	54.00	54.00	54.00	54.00	54.00	54.00	812.69
Gastos causados	C\$ 27,274.36	C\$ 18,669.92	C\$ 19,622.35	C\$ 18,669.92	C\$ 19,187.70	C\$ 21,814.42	C\$ 19,187.70	C\$ 18,669.92	C\$ 19,726.70	C\$ 18,669.92	C\$ 19,187.70	C\$ 19,208.91	229,521.51
Gastos pagados	23,191.36	14,586.92	15,539.35	14,586.92	15,104.70	17,731.42	15,104.70	14,586.92	15,643.70	14,586.92	15,104.70	15,125.91	C\$ 190,893.51

Estado de Resultado Proyectado Mensual

Estado de Resultado Proyectado Mensual													
Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2023													
Expresado en Córdoba													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	2023
Ventas	C\$ 120,960.00	C\$ 110,160.00	C\$120,960.00	C\$ 110,160.00	C\$ 110,160.00	C\$ 138,240.00	C\$127,440.00	C\$ 127,440.00	C\$138,240.00	C\$ 127,440.00	C\$ 127,440.00	C\$ 149,040.00	C\$ 1,507,680.00
Costo del Servicio	79,397.01	70,286.29	73,504.39	70,286.29	70,286.29	74,060.92	70,286.29	70,286.29	74,060.92	70,286.29	70,286.29	74,960.92	C\$ 867,988.18
Utilidad Bruta	C\$ 41,562.99	C\$ 39,873.71	C\$ 47,455.61	C\$ 39,873.71	C\$ 39,873.71	C\$ 64,179.08	C\$ 57,153.71	C\$ 57,153.71	C\$ 64,179.08	C\$ 57,153.71	C\$ 57,153.71	C\$ 74,079.08	C\$ 639,691.82
<i>Gastos Operativos</i>													
Gastos de Venta	C\$ 7,611.83	C\$ 5,546.91	C\$ 5,799.79	C\$ 5,546.91	C\$ 5,546.91	C\$ 7,007.37	C\$ 5,719.71	C\$ 5,719.71	C\$ 6,007.37	C\$ 5,719.71	C\$ 5,719.71	C\$ 6,115.37	C\$ 72,061.26
Gastos de Administración	26,211.08	18,318.92	19,203.81	18,318.92	18,769.17	21,296.41	18,769.17	18,318.92	19,308.16	18,318.92	18,769.17	18,857.91	C\$ 234,460.53
Total gastos operativos	C\$ 33,822.90	C\$ 23,865.82	C\$ 25,003.60	C\$ 23,865.82	C\$ 24,316.07	C\$ 28,303.78	C\$ 24,488.87	C\$ 24,038.62	C\$ 25,315.53	C\$ 24,038.62	C\$ 24,488.87	C\$ 24,973.28	C\$ 306,521.79
Utilidad de Operación	C\$ 7,740.09	C\$ 16,007.89	C\$ 22,452.01	C\$ 16,007.89	C\$ 15,557.64	C\$ 35,875.30	C\$ 32,664.84	C\$ 33,115.09	C\$ 38,863.55	C\$ 33,115.09	C\$ 32,664.84	C\$ 49,105.80	C\$ 333,170.03
Utilidad neta del ejercicio	C\$ 7,740.09	C\$ 16,007.89	C\$ 22,452.01	C\$ 16,007.89	C\$ 15,557.64	C\$ 35,875.30	C\$ 32,664.84	C\$ 33,115.09	C\$ 38,863.55	C\$ 33,115.09	C\$ 32,664.84	C\$ 49,105.80	C\$ 333,170.03
IR anual	C\$ 2,322.03	C\$ 4,802.37	C\$ 6,735.60	C\$ 4,802.37	C\$ 4,667.29	C\$ 10,762.59	C\$ 9,799.45	C\$ 9,934.53	C\$ 11,659.07	C\$ 9,934.53	C\$ 9,799.45	C\$ 14,731.74	99,951.01
UNE	C\$ 5,418.06	C\$ 11,205.52	C\$ 15,716.41	C\$ 11,205.52	C\$ 10,890.35	C\$ 25,112.71	C\$ 22,865.39	C\$ 23,180.56	C\$ 27,204.49	C\$ 23,180.56	C\$ 22,865.39	C\$ 34,374.06	C\$ 233,219.02

Otra información relevante del proyecto

CML & ASOCADOS, RL, posee con un organigrama operacional a largo plazo, antes mencionado en el acápite de plan de organización y gestión

Estructura Organizativa proyectada a largo plazo.

