



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

FAREM – Carazo

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

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

Proyecto de emprendimiento para la creación de “Desayunos de mi Pueblo”, dedicado a la elaboración de desayunos tradicionales nicaragüenses, ubicado en la ciudad de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el año 2022.

Contaduría Pública y Finanzas

Autores:

Br. Espinoza Sandigo Axell Horacio
Br. Galán López Nayeli Xaviera
Br. Narváez Espinoza Wendhy Carolina

Carné

18 – 90462 – 9
18 – 90464 – 0
18 – 90466 – 2

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. Espinoza Sandigo Axell Horacio | 18 - 90462 - 9 |
| 2. | Br. Galán López Nayeli Xaviera | 18 - 90464 - 0 |
| 3. | Br. Narváez Espinoza Wendy Carolina | 18 - 90466 - 2 |

Siendo el subtema: Proyecto de emprendimiento para la creación de "Desayunos de mi Pueblo", dedicado a la elaboración de desayunos tradicionales nicaragüenses, ubicado en la ciudad 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

Dedico este Proyecto de Graduación primeramente A **Dios padre**, por darme fortaleza para sobrellevar cada situación que se hizo presente durante el transcurso de esta etapa profesional, y a nuestra **Virgen Santísima** por cubrirme siempre con su manto celestial y guiarme siempre para poder cumplir cada uno de mis pasos y proyectos de vida.

A mi padre **Dak Kenny Galán** porque ha sido una pieza fundamental en mi vida, y nunca rendirse ante las adversidades difíciles que hemos pasado porque ha sabido ser padre y madre en mi vida. También por la oportunidad y confianza plena que ha depositado en mí para realizar mis estudios, por cada esfuerzo y sacrificio que ha realizado para ayudar en mi formación como un profesional, por brindarme siempre sus sabios consejos y palabras de motivación.

A mis familiares por darme siempre palabras motivadoras y de perseverancia para persistir en mis estudios, en especial a mi tía **Carolina Galán** por ser una madre para mí y siempre estar en cada etapa de mi vida, a mis abuelos, a mis hermanos quienes han confiado siempre en mí y han estado a mi lado cada momento apoyándome y aconsejándome siempre, por cada expresión de orgullo porque han sido muy significativos para continuar firme en mis metas.

Especialmente este gran logro de mi vida se lo dedico a MI ANGEL GUARDIÁN que no está físicamente a mi lado, pero siempre estará y permanecerá en mi corazón a mi bis abuela **Francisca Fuentes**, que donde sea que estés sé que estas muy orgullosa de mí.

A todas las personas que de una u otra forma han depositado en mí su confianza, y han estado a mi lado brindándome su valiosa ayuda para culminar este proyecto de vida, a mis amigos y amigas que siempre estábamos apoyándonos mutuamente para lograr este éxito juntos en nuestras vidas.

Br. Nayeli Xaviera Galán López

Dedicatoria

Dedico este Proyecto de Graduación primeramente a nuestro Dios, padre celestial porque a él le debo todo lo que tengo y todo lo que soy; por darme la sabiduría, inteligencia y la fuerza para poder haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres Roger Narváez y Sonia Espinoza quienes han sido el pilar fundamental en todo este camino recorrido, porque con su esfuerzo, trabajo y dedicación me han logrado sacar adelante; por demostrarme su cariño y apoyo incondicional en cada una de las etapas más significativas de esta carrera y porque han sido mi mayor motivación para llegar a esta fase final.

A mi hermana por su apoyo; por estar presente en cada una de las etapas de mi vida por ser mi amiga y compañera. A mi novio por su dedicación, apoyo incondicional y por sus palabras de motivación.

A mis familiares y amigos por la confianza depositado en mí por; por brindarme su ayuda, conocimientos y consejos para poder llegar hasta este proyecto final.

Br. Wendhy Carolina Narváez Espinoza

Dedicatorias

Quiero dedicar a mis dos grandes amores, a **Dios Padre** en primer lugar por darme el don de la perseverancia, la sabiduría y entendimiento, por haberme brindado fortaleza para salir adelante y no prevalecer en este caminar, que no fue tan fácil, a mi **Madre de los Desamparados** por ser el amparo fiel y guía en cada una de las etapas de mi vida.

A mis **Padres** quienes han sido mis pilares para seguir adelante, es para mí una satisfacción poder dedicarles a ellos, que con mucho esfuerzo, esmero y trabajo creyeron de mi capacidad, el cual estoy muy orgulloso de ellos y de lo que seré, a mi **Hermano** por haber influido en mi vida con el tiempo, experiencias y su confianza, a mis **Padrinos** y todos mis **Familiares**, gracias a ellos por siempre haber confiado, de manera especial a nuestro **Padre Espiritual**.

También a esos amigos que supieron brindarme palabras de ánimo y que no me dejaron caer para que siguiera adelante para cumplir con el objetivo y que sin esperar nada a cambio compartieron sus conocimientos, alegrías y tristezas, a todos aquellos que a lo largo de esta trayectoria estuvieron a mi lado apoyándome y lograron que esta meta se hiciera realidad.

Br. Axell Horacio Espinoza Sándigo.

Agradecimientos

A Dios, por ser nuestro padre celestial que nos da la vida, cuidados, fuerza necesaria para continuar con nuestros estudios y que nos permitió finalizar este proyecto de graduación.

A nuestros padres, por ser el apoyo necesario cada día, por la motivación que nos dan para cumplir con nuestras metas y su esencial ayuda financiera.

A nuestros tutores Lic. Guillermo Acevedo y Lic. Modesta Rojas, por brindarnos los conocimientos necesarios para la elaboración de este proyecto, su dedicación y tiempo dado.

Queremos agradecer a los maestros que nos acompañaron desde el inicio de nuestra carrera, que nos brindaron las herramientas educativas necesarias para formarnos de manera integral y poder competir en el mundo laboral.

A la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-MANAGUA) por habernos brindado formación profesional y de calidad. Nuestro equipo de trabajo que, en medio de tantas diligencias y responsabilidades, no evadieron trabajo alguno. A todas y todos aquellos que de forma directa o indirecta han colaborado para la realización de este proyecto.

¡Muchas Gracias!

Br. Wendhy Carolina Narváez Espinoza

Br. Nayeli Xaviera Galán López

Br. Axell Horacio Espinoza Sándigo

Resumen ejecutivo

El siguiente documento consiste en un proyecto de emprendimiento para una nueva propuesta gastronómica nicaragüense en la ciudad de Jinotepe, Carazo, “Desayunos de mi Pueblo”, que son desayunos tradicionales nicaragüense con una temática estilo campestre, que ofrecerá desayunos tradicionales como Gallopinto, cuajada, crema, tortilla, huevos fritos, maduro y frijoles fritos todos los desayunos incluyen café, una nueva opción innovadora de en la ciudad, que brindará una nueva propuesta de servicio a las familias Jinotepinas. El plan maestro que se aborda son las generalidades en la cual se utilizan la técnica del modelo del diseño del pensamiento creativo, o su nombre en inglés DESING THINKING y el modelo CANVAS lo cual permitió demostrar la pertinencia del proyecto en desarrollo.

Posteriormente se realizó un plan de mercadotecnia en donde se demuestra que existe un atractivo de mercado, se identifica la demanda real y la demanda insatisfecha y se propone la estrategia de desarrollo de producto para lo cual se le diseña una mezcla de marketing. Luego se diseña un plan de producción, en el cual se establecen la capacidad productiva mensual las cuales es de 906 platillos y los costos de producción es de C\$ 44,095.75. En el plan de organización se establece una estructura organizacional, las funciones y los requisitos para que funcione un restaurante de acuerdo a la ley general de Nicaragua, lo cual implican gastos administrativos. Finalmente, el plan financiero, en el cual se presenta que la inversión necesaria para este proyecto, la cual es de C\$ 252,027.28 lo cual genera una utilidad en el primer año de C\$ 5,906.67 y se demostrará con una tasa de descuento del 18 %.

ÍNDICE

| | | |
|--------|---|----|
| 1. | Introducción | 1 |
| 2. | Objetivos | 2 |
| 2.1. | Objetivo general | 2 |
| 2.2. | Objetivos específicos..... | 2 |
| 3. | Generalidades del proyecto..... | 3 |
| 3.1. | Solución..... | 3 |
| 3.1.1. | Método del embudo o funnel de la Innovación | 4 |
| 3.1.2. | Método Design Thinking | 9 |
| 3.2. | Diseño del Producto | 17 |
| 3.3. | Oportunidad del mercado | 18 |
| 3.3.1. | Ambiente externo..... | 19 |
| 3.3.2. | Ambiente Interno | 22 |
| 3.4 | Propuesta modelo CANVAS..... | 24 |
| 3.5 | Ciclo del Proyecto..... | 29 |
| 3.5.1 | Idea y Perfil del Proyecto..... | 30 |
| 3.5.2 | Etapas | 31 |
| 3.6 | Visibilidad del proyecto | 33 |
| 3.6.1 | Herramientas | 33 |
| 3.6.2 | Mensaje | 40 |
| 3.6.3 | Momentos claves de la comunicación | 40 |
| 3.7 | Resultados Esperados | 42 |
| 4. | Estudio de Mercado | 43 |
| 4.1. | Investigación de mercado..... | 43 |
| 4.2 | Análisis de la demanda..... | 43 |

| | | |
|-------|--|----|
| 4.2.1 | Cálculo de la demanda Potencial | 44 |
| 4.3 | Análisis de la oferta..... | 48 |
| 4.3.1 | Cálculo de oferta..... | 49 |
| 4.3.2 | Cálculo de la demanda insatisfecha | 50 |
| 4.4 | Análisis de precios | 50 |
| 4.4.1 | Comparación de precios con el mercado | 50 |
| 4.4.2 | Estructura de precios..... | 53 |
| 4.4.3 | Precio unitario..... | 54 |
| 4.5 | Estrategia Competitiva de mercado (4PS) | 55 |
| 4.5.1 | Estrategia de Producto | 55 |
| 4.5.2 | Estrategia de Precio..... | 58 |
| 4.5.3 | Estrategia de Promoción y Publicidad | 62 |
| 4.5.4 | Estrategia de Acción de Distribución | 64 |
| 4.6 | Proyección de ventas..... | 68 |
| 5. | Plan de producción..... | 70 |
| 5.2 | El proceso de producción | 70 |
| 5.2.1 | Descripción del proceso | 72 |
| 5.2.2 | Diagrama de flujos..... | 74 |
| 5.3 | Proveedores y condiciones de compra de los equipos | 76 |
| 5.4 | Capital fijo y vida útil..... | 83 |
| 5.5 | Capacidad planificada | 85 |
| 5.5.1 | Capacidad instalada | 85 |
| 5.5.2 | Capacidad efectiva..... | 86 |
| 5.5.3 | Capacidad real..... | 86 |
| 5.5.4 | Utilización y eficiencia | 87 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 5.6 | Ubicación y distribución física..... | 88 |
| 5.6.1 | Macro localización..... | 89 |
| 5.6.2 | Micro localización | 89 |
| 5.6 | Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad | 90 |
| 5.7 | Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad | 90 |
| 5.8 | Mano de obra, su costo y disponibilidad..... | 92 |
| 5.9 | Gastos generales de producción | 93 |
| 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..... | 104 |
| 6.4 | Actividades y Gastos Preliminares | 110 |
| 6.5 | Equipo de Oficina | 110 |
| 6.6 | Gastos operativos | 117 |
| 7. | Plan financiero | 120 |
| 7.2 | Inversión y fuente de financiamiento | 120 |
| 7.2.1 | Inversión fija | 120 |
| 7.2.2 | Inversión diferida | 121 |
| 7.2.3 | Capital de trabajo | 123 |
| 7.2.4 | Inversión total | 126 |
| 7.2.5 | Estructura del Financiamiento | 127 |
| 7.2.6 | Estado de Situación Financiera inicial | 127 |
| 7.3 | Presupuestos de Ingresos, egresos y costos..... | 128 |
| 7.3.1 | Punto de equilibrio..... | 128 |
| 7.3.2 | Presupuesto de ingresos | 130 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 7.3.3 | Presupuestos de egreso | 131 |
| 7.3.4 | Estructura de Costos | 137 |
| 7.4 | Presupuesto financiero | 138 |
| 7.4.1 | Flujo de Caja..... | 138 |
| 7.4.2 | Estado de Resultados Proyectado | 139 |
| 7.4.3 | Estado de Situación Financiera Proyectado | 140 |
| 7.4 | Evaluación financiera..... | 141 |
| 7.4.1 | Flujo de fondos | 141 |
| 7.4.2 | Valor Actual Neto (VAN)..... | 141 |
| 7.4.3 | Tasa Interna de Retorno (TIR)..... | 142 |
| 7.4.4 | Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)..... | 143 |
| 7.4.5 | Relación Beneficio-Costo (B/C)..... | 143 |
| 8. | Bibliografía | 145 |
| 9. | Anexos | 151 |

Índice de ilustraciones

| | |
|---|----|
| Ilustración 1 Método del embudo | 8 |
| Ilustración 2 Método del Design Thinking | 9 |
| Ilustración 3 Oferta a los consumidores..... | 11 |
| Ilustración 4 Fachada de Desayuno de mi pueblo | 13 |
| Ilustración 5 Diseño de mesas Desayuno de mi pueblo..... | 14 |
| Ilustración 6 Diseño de la cocina Desayunos de mi pueblo..... | 14 |
| Ilustración 7 Diseño de comales para la elaboración de tortillas..... | 15 |
| Ilustración 8 Diseño de la entrada del local | 15 |
| Ilustración 9 Diseño de platos y vasos..... | 16 |
| Ilustración 10 Diseño de la decoración del local | 16 |
| Ilustración 11 Gráfica de preferencia del establecimiento..... | 17 |
| Ilustración 12 Menú de Desayunos de mi Pueblo..... | 18 |
| Ilustración 13 Modelo Canvas | 28 |
| Ilustración 14 Ciclo del proyecto..... | 30 |
| Ilustración 15 Etapas del proyecto..... | 32 |
| Ilustración 16 Logotipo de Desayunos de mi pueblo..... | 34 |
| Ilustración 17 Banner de Desayunos de mi pueblo..... | 36 |
| Ilustración 18 Poster de Desayunos de mi pueblo | 37 |
| Ilustración 19 Brochure de Desayunos de mi pueblo | 38 |
| Ilustración 20 Fórmula para calcular la población..... | 43 |
| Ilustración 21 Calculo de la población total del municipio de Jinotepe | 44 |
| Ilustración 22 Gráfica de frecuencia de consumo..... | 46 |
| Ilustración 23 Gráfica de aceptación de un establecimiento de Desayunos Típicos | 47 |
| Ilustración 24 Gráfica de preferencias de establecimientos..... | 49 |
| Ilustración 25 Competencia Indirecta | 52 |
| Ilustración 26 Gráfica de Cuanto pagaría por el servicio individual | 53 |
| Ilustración 27 Cadena de Valor..... | 58 |
| Ilustración 28 Estrategias de precio por temporadas | 61 |
| Ilustración 29 Modelo de Distribución | 65 |

| | |
|--|-----|
| Ilustración 30 Diagrama de flujo de procesos de preparación de pedido | 74 |
| Ilustración 31 Diagrama de Flujo de Proceso de Atención al Cliente | 74 |
| Ilustración 32 Referencia de la micro localización de Desayunos de mi Pueblo | 90 |
| Ilustración 33 Instituciones para registrar tu negocio | 95 |
| Ilustración 34 Organigrama de Desayunos de mi Pueblo | 103 |
| Ilustración 35 Punto de equilibrio Desayunos de mi Pueblo | 129 |

Índice de tablas

| | |
|--|--------------------------------------|
| Tabla 1 Descripción de las variables | 7 |
| Tabla 2 Criterios de Segmentación | 45 |
| Tabla 3 Calculo de la Demanda Insatisfecha | 50 |
| Tabla 4 Competencia Indirecta | 51 |
| Tabla 5 Fijación de precio estimado de ventas | 55 |
| Tabla 6 Plan de Acción de Marketing y Publicidad | 64 |
| Tabla 7 Proyección de ventas de Desayunos de mi Pueblo | 69 |
| Tabla 8 Normas ANSI | 70 |
| Tabla 9 Proceso de Producción de Desayunos de mi Pueblo | 71 |
| Tabla 10 Maquinaria de Desayunos de mi pueblo | 76 |
| Tabla 11 Ficha de Cocina Industrial | 77 |
| Tabla 12 Ficha de Mesa de acero inoxidable | 78 |
| Tabla 13 Ficha de refrigeradora | 79 |
| Tabla 14 Ficha de cafetera | 80 |
| Tabla 15 Ficha de licuadora | ¡Error! Marcador no definido. |
| Tabla 16 Tabla de herramientas e insumo | 82 |
| Tabla 17 Costos finales de Maquinaria y Herramientas | 82 |
| Tabla 18 Vida útil de los bienes según la Ley 822 | 83 |
| Tabla 19 Capacidad de producción | 88 |
| Tabla 20 Disponibilidad de la Materia Prima al mes en Desayunos de mi Pueblo | 91 |
| Tabla 21 Disponibilidad de la Materia Indirecta | 92 |
| Tabla 22 Costo de Mano de Obra Directa de Desayunos de mi Pueblo | 93 |
| Tabla 23 Proyecciones de los costos de producción mensual | 93 |
| Tabla 24 División de cargos | 104 |
| Tabla 25 Ficha de Cargo de Gerente General | 104 |
| Tabla 26 Ficha de cargo de Cocinero | 105 |
| Tabla 27 Ficha de cargo de Cajero | 106 |
| Tabla 28 Ficha de cargo Ayudante de cocina | 107 |
| Tabla 29 Ficha de cargo de Mesero | 108 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 30 Actividades y Gastos Preliminares | 110 |
| Tabla 31 Equipo de oficina..... | 110 |
| Tabla 32 Ficha técnica de silla secretarial y escritorio | 112 |
| Tabla 33 Ficha técnica del Archivador | 113 |
| Tabla 34 Ficha técnica de mueble para caja | 114 |
| Tabla 35 Ficha técnica de computadora de escritorio..... | 115 |
| Tabla 36 Ficha técnica del celular | 116 |
| Tabla 37 Gastos operativos de Desayunos de mi Pueblo | 118 |
| Tabla 38 Nómina del Primer mes Desayunos de mi Pueblo..... | 119 |
| Tabla 39 Detalle de inversión fija..... | 121 |
| Tabla 40: Detalle de inversión diferida..... | 122 |
| Tabla 41: Detalle de cálculo del capital de trabajo..... | 123 |
| Tabla 42 Plan de inversión Desayunos de mi Pueblo..... | 126 |
| Tabla 43 Estructura de Financiamiento Desayunos de mi Pueblo..... | 127 |
| Tabla 44 Estado de Situación Financiera inicial de Desayunos de mi Pueblo | 128 |
| Tabla 45 Punto de equilibrio De Desayunos de mi Pueblo..... | 128 |
| Tabla 46 Presupuesto de ventas en unidades físicas..... | 130 |
| Tabla 47 Presupuesto de ventas en unidades monetarias..... | 131 |
| Tabla 48 Presupuesto de compras de materia prima directa en unidades físicas..... | 131 |
| Tabla 49 Presupuesto de compras de materia prima directa en unidades monetarias | 132 |
| Tabla 50 Presupuesto de compras de materia prima indirecta en unidades físicas | 132 |
| Tabla 51 Presupuesto de compras de materia prima indirecta en unidades monetarias | 133 |
| Tabla 52 Presupuesto de materia prima directa enviada a producción en unidades físicas..... | 133 |
| Tabla 53 Presupuesto de materia prima directa enviada a producción en unidades monetarias . | 134 |
| Tabla 54 Presupuesto de materia prima indirecta enviada a producción en unidades físicas..... | 134 |
| Tabla 55 Presupuesto de materia prima indirecta enviada a producción en unidades monetaria | 135 |
| Tabla 56 Presupuesto de Mano de Obra Directa | 135 |
| Tabla 57 Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación..... | 135 |
| Tabla 58 Resumen del Costo de Producción | 136 |
| Tabla 59 Presupuesto de Gastos de Venta | 136 |
| Tabla 60 Presupuesto de Gastos de Administración..... | 137 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 61 Estructura de Costos | 138 |
| Tabla 62 Flujo de caja Desayunos de mi Pueblo | 138 |
| Tabla 63 Estado de Resultados Proyectados a 3 años Desayunos de mi Pueblo..... | 139 |
| Tabla 64 Estado de situación financiera Proyectado Desayunos de mi Pueblo..... | 140 |
| Tabla 65 Flujo de Fondos Desayunos de mi Pueblo..... | 141 |
| Tabla 65 Cálculo VAN Desayunos de mi Pueblo..... | 142 |
| Tabla 66 Cálculo de la TIR Desayunos de mi Pueblo | 143 |
| Tabla 67 Cálculo del periodo de recuperación de la inversión Desayunos de mi Pueblo | 143 |
| Tabla 68 Cálculo del Beneficio-Costo Desayunos de mi Pueblo | 144 |

1. Introducción

El presente proyecto con enfoque de emprendimiento se realizó con el fin de rescatar y aprovechar las oportunidades que brinda el país en el sector gastronómico, observando la necesidad que los nicaragüenses tienen al salir de sus hogares hacia su centro laboral y sin tener tiempo para una adecuada alimentación, es por ello que se está creando el servicio para darle solución a esta necesidad. Nicaragua se destaca por ser un país de alta producción, el sector agrícola representa el 20% del producto interno bruto y emplea casi el 40% de la población activa; los pequeños agricultores producen el 90% de la canasta básica de alimentos, el 65% de los productos pecuarios y el 56% de las exportaciones agrícolas que incluye café, carne, maní, azúcar, sésamo, frijoles y productos lácteos. Según Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA, 2016).

La gastronomía nicaragüense ha ido evolucionando a lo largo del tiempo desde sus inicios en la época precolombina pasando por época de conquista española hasta nuestros días, ofreciendo una gran variedad para el gusto de todos. Se estima que a nivel Nacional existen 1600 platos, bebida, postres y panes, muchos de ellos con denominación de origen. En la zona del pacífico se come arroz y frijoles, carne de res, pollo y cerdo, pescados y mariscos en menor cantidad. Así mismos productos lácteos como queso, crema y quesillo.

El equipo proyectista llevo a cabo una investigación de los locales, que ofrecen servicios de la elaboración de desayunos Típicos Nicaragüenses, obteniendo información de parte del instituto nicaragüense de turismo (INTUR) en donde mencionaron que existen alrededor de 55 locales que ofrecen estos servicios en el municipio de Jinotepe, recalando que hay poca demanda de este tipo de servicio en el mercado.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

1. Diseñar un proyecto de emprendimiento para la creación de “Desayunos de mi Pueblo”, dedicado a la elaboración de desayunos tradicionales nicaragüenses, ubicado en la ciudad de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el año 2022.

2.2. Objetivos específicos

1. Realizar un estudio de mercado para la identificar y conocer el mercado objetivo del proyecto dedicado a la venta de desayunos el municipio de Jinotepe-Carazo.
2. Diseñar un plan de producción para revelar el proceso y costo que tendrá nuestra idea de negocio Desayunos de mi Pueblo.
3. Demostrar a través de un plan de organización y gestión los requisitos legales y componentes organizacionales para el funcionamiento, operación y personal de la empresa.
4. Crear un plan financiero para la determinación de los puntos de inversión y presupuestos que se llevaran a cabo en la empresa Desayunos de mi Pueblo.

3. Generalidades del proyecto

3.1. Solución

La alimentación es una satisfacción y la gastronomía permite sublimar esta función y convierte el acto de comer en un placer, en Nicaragua el turismo y la gastronomía van de la mano, es un conjunto de actividades que en la actualidad desenvuelven el emprendedurismo nicaragüense estos están dirigidos a la satisfacción de los consumidores nicaragüenses y extranjeros.

A nivel general, el emprendimiento continúa siendo una tendencia que permite dinamizar los sistemas financieros y crear una alternativa para enfrentar la tasa de desempleo. Según el instituto global del emprendimiento y desarrollo, Nicaragua en tema de emprendimiento se encuentra posicionada en el puesto número 122. Dicho estudio hace un análisis de las capacidades de los ecosistemas emprendedores, las oportunidades que cada país posee para desarrollar emprendimientos y proyectos innovadores. En Nicaragua, la Ley 645 “Ley de Formación, Fomento y Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa”, tiene como objetivo fomentar y desarrollar de manera integral a la (MIPYMES), propiciando la creación de un entorno competitivo para el buen funcionamiento de este sector económico de alta importancia para este país; las Micro, Pequeña y Mediana Empresa MIPYMES o emprendedores en el país continúan siendo la mayor fuente de empleo y contribuyen de manera satisfactoria al producto interno bruto, no obstante para ser consideradas empresas formalmente deberán de cumplir con las obligaciones de manera mercantil, tributaria, laboral y de la seguridad social, y de esa manera se constituye de una fuente formal de trabajos e ingresos.

Según el Índice Mensual de Actividad Económica (IMAE) Nicaragua mostro un crecimiento del 13,2% con relación de noviembre de 2021 las actividades con mayor crecimiento fueron la explotación de minas y canteras con un 65,2%, construcción 33,2%, energía y agua 23,4%, pesca y acuicultura 26,6%, industria y manufacturera 19,6%, hoteles y restaurantes 19,1% y comercio 18,5%, el IMAE es un indicador que mide los 17 principales sectores económicos de un país es utilizado para la toma de decisiones de inversión. Para el 2022 la autoridad monetaria estima un crecimiento económico entre el 3,5% y un 4,5%.

La economía nicaragüense se ha contraído los últimos 3 años en un promedio de -3,3% anual. El PIB decreció en un 2% en 2020 por el producto a la pandemia COVID-2019 y los daños causados por los huracanes ETA e IOTA en noviembre del 2020 según el BCN, en 2019 cayó un 3,7% y 3,4%, en 2018 como producto de la crisis sociopolítica que afecta al país desde hace meses según la autoridad monetaria EFE. (2022)

Actualmente existe una gran demanda en el área gastronómica sobre todo por parte del mercado nacional y regional, por esta razón se pretende aprovechar la oportunidad gastronómica de consumo de alimentos tradicionales y elaborarlos a base de productos 100% nicaragüenses, gracias a que en el país hay una alta producción agrícolas entre ellos los granos básicos y productos lácteos, los cuales nos aportan a nuestro organismo una gran variedad de nutrientes libres de preservantes y químicos.

3.1.1. Método del embudo o funnel de la Innovación

3.1.1.1. Oportunidades

Philip Kotler (2006) define a la oportunidad de mercado como “una zona de necesidad e interés del comprador en la cual hay una alta probabilidad de que una empresa pueda actuar rentablemente satisfaciendo esa necesidad”.

El proyecto de emprendimiento pretende aprovechar la oportunidad de la alta demanda de productos gastronómicos en el país, el buen nicaragüense es altamente consumidor de lo nuestro se quiere sacarle provecho a esta oportunidad y enfocar el proyecto a la producción de alimentos elaborados a base de productos producidos por productores nacionales de esta manera también se apoya al trabajo del productor.

Con el proyecto se quiere ayudar a la economía de los nicaragüenses, ya que se pretende que los productos no tengan un alto costo y sean accesibles al bolsillo del consumidor. Por otro lado,

también se piensa en innovar en tipo de local, el espacio y decoración del lugar estarán dedicados a la tranquilidad y relajación de los clientes, que les permita salir de su zona de confort.

3.1.1.2. Evaluación de ideas

Se elaboró una lluvia de ideas en la cual se trató de aprovechar la oportunidad que existía en el mercado al dedicarnos a ofrecer servicios alimenticios entre están:

Ideas de negocio:

- Desayunos tradicionales
- Cafetería dulce tamalito
- Restaurante de mariscos
- Asados de pollo, res, cerdo
- Desayunos de Mi Pueblo

Es una opción de negocio en un ambiente familiar y campestre en el que se ofrecerán desayunos típicos con un margen de precios estandarizados. Nuestro menú estará conformado por ingredientes criollos para crear platillos como el típico gallo pinto, los productos lácteos entre estos: queso, cuajada, crema y leche agria además de esto huevos en sus diferentes maneras de degustación acompañados de tortillas recién salidas del comal.

❖ Cafetería y postres

Cafetería dulce tamalito será un negocio que se dedicara a ofrecer café y panes 100% artesanales, teniendo como producto innovador la venta de ricos tamales típicos nicaragüenses en su gran variedad de sabores como son: tamales simples, con queso, relleno con azúcar y queso, dulce con queso, frijoles molidos y de pujagua, y en temporadas altas de cosecha del maíz ofreceremos ricos yoltamales, todo nuestro menú puede ser acompañados de productos extras que también serán ofrecidos al gusto del cliente como: quesos, crema y frijoles licuados.

❖ Restaurante de mariscos

Mariscos Marisqueros; se dedicará en preparar platillos succulentos todo en mariscos, dando el toque de cada región y sus preparaciones según los diferentes departamentos del país, en donde se brindará un servicio acogedor y familiar, ofrecerá su plato estrella que será la sopa marisquera que llevara pescado, pulpo, cangrejo, camarones, punche, conchas, entre otros ingredientes secretos que le darán lo especial a la sopa.

❖ Asados de res, pollo y cerdo

Una oportunidad de negocio que se dedicará a la elaboración de asados de res, cerdo y pollo acompañados de tajadas o maduros, gallopinto, ensalada y su respectivo pico de gallo donde el cliente tendrá la oportunidad de agregar extras como queso o chorizo parrillero, acogiéndolos en un ambiente a lo ranchero.

Descripción de las variables

Nivel de Innovación: Según Asociación Colombiana de Facultades de Ingeniería (2012) “Innovar es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad y la competitividad. Un elemento esencial de la innovación, es su aplicación exitosa de forma comercial”.

Mercado potencial: El mercado está formado por todos los consumidores o compradores potenciales de un producto según Benavidez (2021)

El mercado potencial es el público que no consume tu producto, pero tienen y pueden llegar a tener la necesidad de consumirlo en algún momento. Son clientes fundamentales para el crecimiento de la empresa, que quizás en algún momento ha adquirido el producto de otra línea o están pronto a comprar el nuevo lanzamiento.

Conocimiento técnico: según El quipo Editorial Etecé (2018) define “como conocimientos técnicos al tipo de saberes aplicados que comúnmente aplican las destrezas manuales e intelectuales, así como el uso de herramientas y de otros conocimientos secundarios”. Su nombre proviene del griego techné que significa oficio.

Bajo requerimiento de capital: Es el total de recursos físicos y financieros que poseen una actividad económica obtenida mediante aportaciones de los socios o accionistas para generar beneficios o ganancias.

Tabla 1 Descripción de las variables

| Soluciones/ crisis | Desayunos tradicionales | Cafetería y postres | Restaurante de marisco de mariscos | Asados de res, cerdo y pollo |
|--------------------------------------|--------------------------------|----------------------------|---|-------------------------------------|
| Nivel de innovación | 3 | 4 | 2 | 2 |
| Mercado potencial | 5 | 3 | 3 | 4 |
| Conocimiento técnico | 5 | 4 | 2 | 3 |
| Bajo requerimiento de capital | 4 | 3 | 2 | 3 |
| Mejor opción | 17 | 14 | 9 | 12 |

Fuente: Elaboración propia del equipo investigador

Descripción de las variables

En la tabla que se presenta anteriormente es posible filtrar la idea más adecuada para el proyecto y así aprovechar la oportunidad de penetración en el mercado teniendo un 17 como puntaje para la idea más efectiva a realizar siendo esta la **Desayunos Tradicionales**.

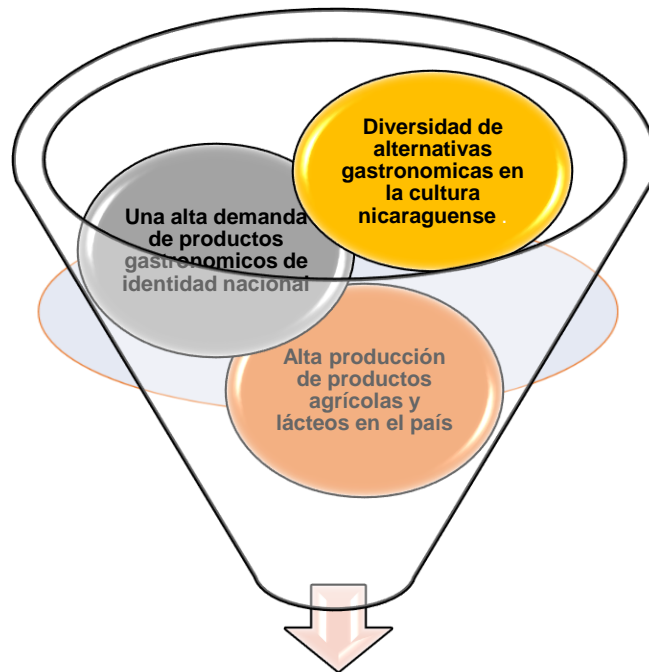
En esta tabla la evaluación se basó en la calificación de 1 a 5 puntos, las cuales se categorizaron de la siguiente manera:

- 5: Excelente
- 4: Bueno
- 3: Regular
- 2: Bajo
- 1: Deficiente

3.1.1.3. Priorización

En el proyecto se prioriza la idea de desayunos tradicionales, el que tiene la mayor oportunidad de penetración en el mercado ya que se espera que tenga un alto mercado potencial por su calidad en el producto y con una atención a la cliente especializada.

Ilustración 1 Método del embudo



Aprovechar los altos consumos gastronómicos de identidad nacional.

Fuente: Elaboración propia del equipo investigador

3.1.1.4 Descripción del Proyecto

El proyecto de emprendimiento se dedicará a la producción de alimentos, específicamente desayunos tradicionales elaborados a base de productos nacionales entre estos lácteos como leche agria, cuajada, crema, queso y granos básicos. Se establecerá en un ambiente campestre que llame la atención del público por su diseño y estructura rústica al aire libre además de esto se ofrecerá una atención personalizada a los clientes que lo visiten.

3.1.2. Método Design Thinking

El método Design Thinking, consiste en un proceso de búsqueda de alternativas innovadoras para la resolución de problemas enfocado en cómo los consumidores piensan, sienten y se comportan.

Ilustración 2 Método del Design Thinking



Empatizar

Nicaragua se identifica por su variada, colorida y rica gastronomía, la cual satisface los diferentes gustos y preferencias de los consumidores, hoy en día encontramos una gran cantidad de establecimientos, comiderías, restaurantes y cafeterías que brindan el servicio de la alimentación, estos lugares han venido perdiendo el sazón tradicional, enfocándose en la elaboración de platillos extranjeros, debido a esto presentamos nuestro proyecto, enfocado en la elaboración de alimentos 100% tradicional y típicos elaborados a base de productos nacionales.

Consideramos la oportunidad de innovar en la gastronomía típica nicaragüense, ya que se considera como una de las que mayor demanda tiene en el mercado nacional, debido a que posee una amplia variedad de productos y sabores, tomando en cuenta que Nicaragua es un país ampliamente productor agrícola y lácteo, aprovechando así esta oportunidad. Por otro lado, se goza de la oportunidad de que los nicaragüenses son personas que gustan comer fuera de sus hogares, experimentando, conociendo y disfrutando de distintos sabores

3.1.2.1. Definir

En el departamento de Carazo, existe una gran demanda de servicios gastronómicos, y un gran número de población, enfocándonos en la cabecera departamental Jinotepe y la gran cantidad de personas que laboran (profesores, taxistas, abogados, comerciantes, trabajadores de los bancos e incluyendo a los estudiantes universitarios) personas que necesitan espacios donde puedan comer en un ambiente agradable, con una excelente higiene presentación y disfrutar así platillos de muy excelente calidad a un precio accesible a sus bolsillos abogándonos de la poca oferta de productos gastronómicos tradicionales existentes en el municipio, planteamos nuestra idea de proyecto

El negocio se dedicará a la elaboración de desayunos tradicionales, este pretende suplir dos necesidades esenciales y llamativas a los clientes, una de ellas es brindarles a las personas una comodidad en un ambiente campestre en donde puedan disfrutar de la naturaleza al aire libre y salir de la rutina así también a aquellas personas que desean disfrutar de una rica y buena comida típica nicaragüense.

Se busca influenciar de manera positiva la mente de los clientes, deleitándolos por el gusto y el ambiente agradable, si se consigue que el cliente se retire con una buena impresión y satisfacción, se tendrá la certeza de que este regresara al negocio y se convertirá en un potencial cliente activo. Cabe mencionar que para lograr este propósito se tomaran en cuenta puntos como la capacitación y contratación del personal de atención al cliente (meseros y cajeros) calidad y presentación en el producto y la higiene adecuada.

3.1.2.2. Idear

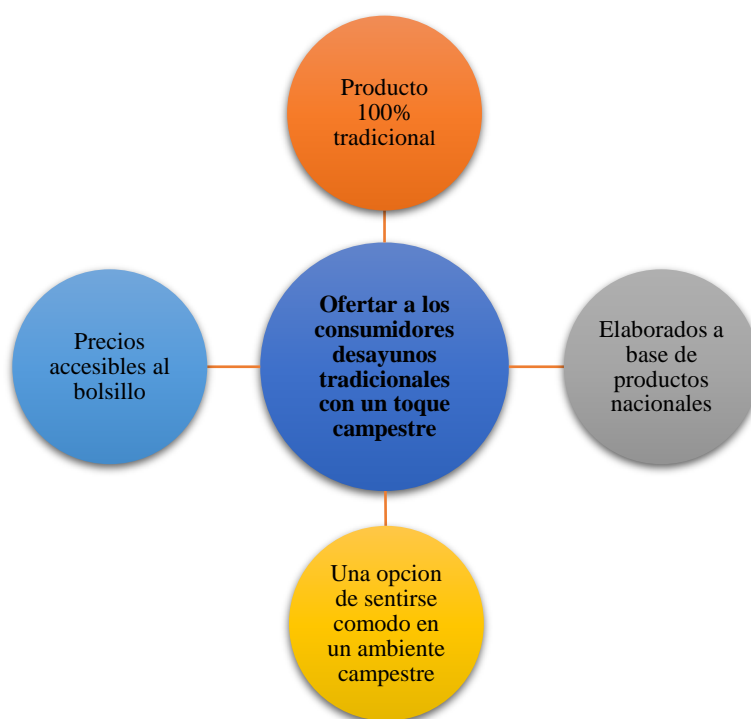
En este punto se describen todas las ideas, acerca de cómo estará compuesto el negocio estructuralmente, atención al cliente y otros.

El comedor se realizará a lo campestre, esto significa que habrá un rancho totalmente abierto, al aire libre acompañado de mesas y sillas rusticas. Tendrá una decoración al estilo Masaya con artesanías realizadas por manos de los mismos artesanos, lleno de plantas florales en donde los clientes puedan tomarse fotos.

Se realizarán también tortillas de maíz en un fogón para que los clientes se deleiten y puedan comerlas recién hechas, el concepto de la cocina será semi abierto, acompañada de una barra para que los clientes se sienten y puedan observar la preparación de los alimentos.

Además de esto se contará con personal altamente capacitado dedicado a la atención de los clientes, se tomarán medidas higiénicas de prevención respecto al COVID como la desinsectación de las diferentes áreas del local y habrá una lava manos, para que los clientes que ingresen puedan lavarse sus manos con agua y jabón, cabe destacar que los colaboradores portaran siempre sus mascarillas para la seguridad de los clientes.

Ilustración 3 Oferta a los consumidores



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador

3.1.2.3. Prototipo

Es una representación aparente pero concreta de parte o totalidad de una idea de negocio o sobre un producto o servicio. Según Rúaless (2017):

Un prototipo es una fachada; es decir que incorpora los elementos básicos para que sea funcional, que se pueda probar y que se responda a una serie de preguntas sobre la viabilidad empresarial de la idea y sobre su modo de implementación.

El prototipo se realiza con el fin de conocer a nuestros clientes, sus gustos, necesidades y cualidades, para crear así un producto de calidad que satisface las necesidades de nuestros clientes potenciales.

Los nicaragüenses nos caracterizamos por nuestra cultura gastronómica y variedad en donde conceptualizamos el desayuno como el plato más fuerte del día, es por ello que **“Desayuno de mi Pueblo”** se destacara al brindar este servicio, caracterizado por su ambiente campestre, ambientando el espacio de acuerdo a la temática tradicional nicaragüense.

Describiendo nuestro local desde la entrada y todo en general tendremos maceteros realizadas en cemento por artesanos nicas originarios del municipio de Catarina en el que estarán sembradas palmeras muy a lo tropical del clima de nuestro país y del departamento de Carazo, habrá engramado y otras plantas decorativas para darle ambiente el local tanto por la parte de la entrada al local como dentro de él, nuestras mesas y sillas serán de un estilo rustico decoradas con centros de mesa alusivos a las danzas tradicionales del departamento de Carazo “guegüense”, servilletero, salero y su chilero. La cocina será con un concepto semi abierto esto para que los clientes vean que todo lo que se prepara es al instante y con productos frescos, saliendo los olores y atrayendo a más cliente, los baños tendrán incluido aparte del jabón, alcohol de igual manera que al ingreso al establecimiento para garantizar un ambiente de salud y de protocolo, en el interior del local habrá cuadros con pinturas de acontecimientos de la cultura nicaragüense, sus danzas y tradiciones.

En esta etapa se pretende presentar un fragmento, o una versión de manera reducida y de poco costo del servicio y producto que pretende el proyecto. Siguiendo con la propuesta se realiza el concepto: campestre; para mostrar las diferentes áreas que desarrollara para las ideas del local (comedor) procurando que sea siempre con el concepto campestre y tradicional.

Fachada del local: comedor ambiente campestre familiar. En el terreno o local en donde se establecerá cuenta con medidas en diámetro de (medidas del terreno).

Ilustración 4 Fachada de Desayuno de mi pueblo



Fuente: Google Imágenes



Fuente: Google Imágenes



Fuente: Google Imágenes

Diseño de Mesas:

Siguiendo bajo el concepto campestre las mesas a colocar dentro del local serán alrededor de seis mesas, cada una con sus sillas presentadas en la ilustración, siendo de estilo rustico color natural procurando prevalecer con el concepto campestre.

Ilustración 5 Diseño de mesas Desayuno de mi pueblo



Fuente: Google Imágenes



Fuente: Google Imágenes

Diseño de Cocina:

La cocina siguiendo el concepto típico estará diseñada de una manera que recrea los fogones de nuestras abuelitas con sus cocinas a leña, pero de una manera innovadora haciéndola industrial para darle un toque a la actualidad, pero siempre teniendo en cuenta rescatar lo tradicional de Nicaragua.

Ilustración 6 Diseño de la cocina Desayunos de mi pueblo



Fuente: Google Imágenes



Fuente: Google Imágenes

Diseño de comales para las tortillas:

Como nuestros productos serán 100% nicaragüense y típicos que más típico que echar tortillas en comales de barro, es por eso que se refleja el estilo de comal para cocinar las tortillas.

Ilustración 7 Diseño de comales para la elaboración de tortillas



Fuente: Google Imágenes

Diseño de la Fachada de la Entrada:

Siendo atractivo a la vista de nuestro mercado potencial es estratégica el diseño de la entrada al local, para atraer a los mismos y seguir bajo el mismo concepto. Siendo atractivo a la vista de nuestro mercado potencial es estratégica el diseño de la entrada al local, para atraer a los mismos y seguir bajo el mismo concepto.

Ilustración 8 Diseño de la entrada del local



Fuente: Google Imágenes

Diseño de platos y vasos:

Se presentan los diseños de platos y vasos a usar en el comedor, hechos de madera por artesanos del municipio de Nandasmo departamento de Masaya, siendo una idea para darle el toque precolombino y campestre a lo típico nicaragüense.

Ilustración 9 Diseño de platos y vasos



Fuente: Google Imágenes



Fuente: Google Imágenes

Diseño Decoración del Local:

Resaltando lo tradicional nicaragüense en especial la del departamento de Carazo, se decorará con pinturas y artesanías propias de nuestra cultura

Ilustración 10 Diseño de la decoración del local



Fuente: Google Imágenes

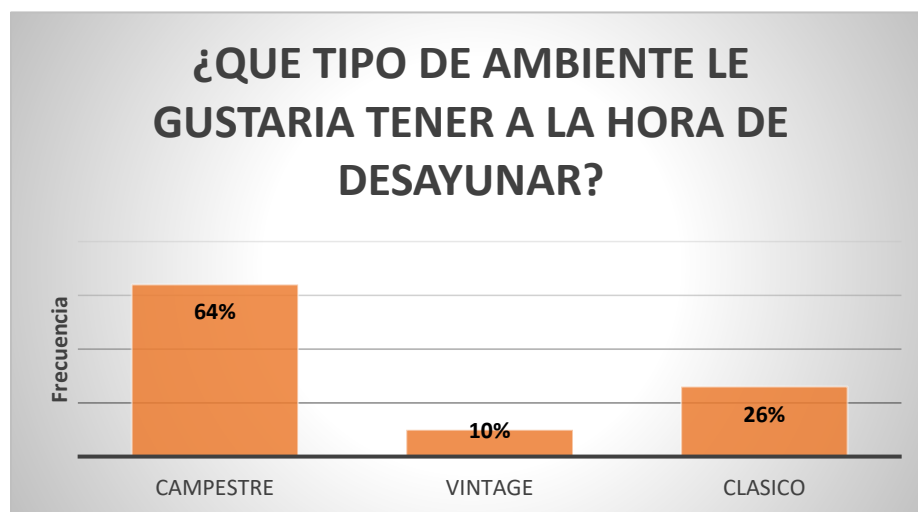


Fuente: Google Imágenes

3.1.2.4. Testear

El testeo se realizó aplicando 50 encuestas a los clientes potenciales del negocio en esta encuesta se conocieron los gustos y preferencias en cuestión del ambiente del local. En donde se demostró que la mayoría de los encuestados prefieren un lugar al estilo campestre, el cual se identifica por sus instalaciones al aire libre, con mesas y sillas a base de madera rustica.

Ilustración 11 Grafica de preferencia del establecimiento



Fuente: Estudio de mercado

3.2. Diseño del Producto

“Desayunos de Mi Pueblo” ofrecerá un menú en el que se presentaran distintos platos típicos al desayuno cotidiano que algunos acostumbramos, entre los que tenemos:

- Gallopinto con crema, cuajada, tortilla y café
- Gallopinto con huevos fritos, maduro y café
- Frijoles fritos con huevos, tortilla y café

Todo esto con el toque especial a los de la competencia quedando encantados nuestros clientes y nuestro cliente potencial que verán las publicaciones en nuestras redes como lo serán la paginas en Facebook, Instagram y WhatsApp.

Ilustración 12 Menú de Desayunos de mi Pueblo



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador.

3.3. Oportunidad del mercado

Una oportunidad de mercado puede definirse como aquella necesidad o interés que tiene un cliente y que una **empresa** puede aprovechar para satisfacerla de una manera rentable. Según Aguirre y Martínez (2016):

El entorno son todas aquellas fuerzas que pueden cambiar o modificar el desempeño de una organización. Básicamente existen dos tipos de entorno el interno y el externo. Ambos entornos a su vez se subdividen en áreas más específicas que ayudan a comprender mejor la forma en que esas fuerzas inciden sobre la empresa

3.3.1. Ambiente externo.

El ambiente externo hace referencia a las fuerzas e instituciones fuera de la organización que hasta cierto punto pueden modificar o influir en el desempeño y crecimiento de la empresa. Se puede definir también como “los factores que se encuentran a nivel macro y pueden afectar a la empresa en su desarrollo y funcionamiento hasta un punto muy complejo, estos factores pueden crear ventajas y amenazas para la misma organización” (Aguirre & Martínez Navarrete , 2016).

En conclusión, el ambiente externo es parte primordial de la empresa o negocio, esta debe de estar completamente informada sobre su entorno, para valorar las posibles soluciones y amenazas que la empresa puede contar respecto a este.

3.3.1.1. Demografía

Quiroa (2020) define al entorno demográfico como “el estudio estadístico de la población humana y la manera de cómo se encuentra distribuida, este estudio incluye variables como edad, la estructura familiar, la distribución geográfica, las tasas de crecimiento poblacional, los niveles educativos y la diversidad poblacional”.

Datos macro (2021) expresa lo siguiente:” Nicaragua, con una población de 6.702.379 personas, se encuentra en la posición 110 de la tabla de población, compuesta por 196 países y presenta una moderada densidad de población, 51 habitantes por Km² (Datos verificados al año 2021)”.

El proyecto estará enfocado exactamente en el departamento de Carazo, municipio de Jinotepe y se pretende que el mercado objetivo este compuesto por la población económicamente activa del municipio antes mencionado el cual se encuentra compuesto por hombres y mujeres entre las edades de 18 a más años.

3.3.1.2. Tecnologías

La tecnología empresarial se define como toda aquella tecnología que puede ser aplicada en el sector empresarial con el fin de hacer más competitiva y eficiente la actividad de la empresa. En este sentido, la tecnología empresarial se puede dividir en dos grandes sectores: hardware y software. Donde el hardware representaría los dispositivos tecnológicos físicos y tangibles, y el software toda la programación que hacen posible el uso de los dispositivos físicos mencionados.

Castro (2021) menciona:

La tecnología en las empresas es un recurso fundamental para aquellas pymes que se encuentran en el proceso de crecimiento, es una herramienta con la que puede lograrse la optimización y mejora de los procesos de producción, organización, despacho, ventas y cobranza, capacitación, etc. Que les permitirá establecer ventajas competitivas con las cuales podrán posicionarse en el mercado, conseguir mayores clientes y por supuesto, alcanzar mayores niveles de productividad e incluso de expansión.

El proyecto de emprendimiento contara con herramientas tecnológicas para la promoción y distribución de los productos se emplearán plataformas como facebook, instagram y whatsApp para realizar la publicidad y se hará el uso de excel para llevar un control contable del negocio se pretende con esto lograr un crecimiento acelerado para el negocio.

3.3.1.3. Cultura

El país de Nicaragua se caracteriza por ser un país rico en cultura; se destaca por sus distintos bailes, platillos, bebidas, y por el carácter alegre y pintoresco de sus habitantes, se dice que en cada departamento o municipio podemos encontrar una cultura diferente. Siendo esto uno de los motivos más atractivos para ser visitadas por los distintos turistas. Flores Portugal (2017) Describe a la cultura como: “todo aquello, material o inmaterial (creencias, valores, comportamientos y objetos

concretos), que identifica a un determinado grupo de personas, y surgen de sus vivencias en una determinada realidad”.

La revista de INTUR (2019) menciona lo siguiente:

Históricamente, Nicaragua es un país lleno en literatura, cultura y tradición desde tiempos prehispanicos existen cantos y relatos de los primeros pobladores. También representaciones como El Güegüense; mezcla de teatro, danza y música. Nombrado en el año 2005 obra maestra del patrimonio oral e intangible de la humanidad. Este país vio nacer al padre del modernismo y príncipe de las letras castellanas, Rubén Darío.

En síntesis, se puede destacar que Nicaragua es un país multicultural sobre todo en su gastronomía en la cual se puede destacar una gran variedad de platillos exquisitos realizados a base de productos producidos en este país. Es por esto que el proyecto está enfocado en la realización y producción de alimentos 100% tradicionales.

3.3.1.4. Economía

El Banco Mundial (2022), respecto a Nicaragua y su economía nacional y local expresa lo siguiente:

En términos de las perspectivas económicas, tomando en cuenta el entorno externo mixto para nuestra economía y la evolución positiva de la actividad económica doméstica en los primeros meses de 2022, el BCN estima que la economía nicaragüense crecerá en 2022 en un rango de entre 4.0 – 5.0 por ciento. En cuanto a la inflación, se proyecta que para 2022 esta se ubicará en un rango de entre 6.0 – 7.0 por ciento, como resultado, sobre todo, del traspaso de los precios internacionales a los precios domésticos.

A pesar de todos estos inconvenientes socio políticos y la pandemia que afecto a muchos países varios emprendimientos han surgido logrando subsistir y teniendo un gran éxito, el proyecto pretende ser uno de estos negocios de gran factibilidad, empeñados en la calidad, higiene y prestigio que lo definirá como único en su estilo.

3.3.1.5. Legislación

Las pequeñas y medianas empresas en Nicaragua se rigen por la ley n° 645 la cual tiene como objeto:

Establecer las disposiciones para la aplicación de la ley No 645, ley de promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (MYPYME), publicada en la Gaceta, diario oficial No 28 del 08 de febrero del año 2008. (Ley 645 Ley de promoción y fomento de las MYPYME, 2013)

3.3.2. Ambiente Interno

El ambiente interno de una empresa se basa en los empleados actuales, sobre todo la cultura corporativa que determina el comportamiento de los empleados, en el cual alguno de los factores afecta a la empresa o negocio en su conjunto, mientras otro solo al líder o gerente.

Para "Desayunos de Mi Pueblo", su ambiente interno estará conformado por el órgano directivo que incluye la cultura y otros factores intangibles como la comunicación entre los trabajadores, la coordinación, la eficiencia y eficacia de los mismos, como los costos y gastos que genere el mismo.

Teniendo en cuenta alguno de los elementos del análisis interno está las cadenas de valor que miden la capacidad de producción, el proceso de fabricación, control de calidad, el suministro de materiales y de productos terminados, la investigación, desarrollo e innovación que miden el estado de la tecnología a utilizar, la capacidad de innovación, los presupuestos y plazos a cumplir, el marketing y ventas que dará publicidad a la imagen de la empresa como también lo que esta misma estará ofertando a sus clientes potenciales, la atención al cliente.

3.3.2.1. Competencia.

Gil (2020) menciona sobre la competencia: "en el ámbito económico hace referencia a las situaciones que se dan dentro de un mercado en el que hay varios ofertantes y demandantes de un

bien o servicio". Siendo comprensible a que hay una diversidad de ofertantes que brindan el mismo servicio o atención".

Destacando que para el proyecto de emprendimiento "Desayunos de Mi Pueblo", cuenta con una competencia directa este transmitirá la diferencia entre los mismos, dando a conocer lo confortable y agradable que será el ambiente en que este se desarrollará, rescatando la cultura y tradición nicaragüense. Siendo para la competencia un agente capaz de atraer a esos clientes potencia les que este tiene.

Los competidores son café Alicia, café Xilotepelt y restaurante solomillo, los cuales ofertan un mismo servicio de desayunos, pero no cuentan con la temática campestre a la que se va a crear.

3.3.2.2. Consumidores.

"El consumidor es además aquella persona que posee un dinero que es susceptible de ser gastado en bienes o en servicios. Es aquí donde entran en juego las estrategias que emplean las empresas productoras de bienes o prestadoras de servicios" así lo define (Economía, 2013), el cual es todo aquel que desea gastar su dinero en las atracciones estratégicas que las empresas recrear para lograr el objetivo de atraer a sus clientes.

Nicaragua en la actualidad atraviesa una gran demanda de consumidores con diversidad de gustos en sentido del ambiente que los negocios están creando e ideando para crecer en el mercado de los consumidores y crecer en su economía generando trabajo, dinero y placer al adquirir lo ofertado.

3.3.2.3. Proveedores.

Para poder iniciar en el ámbito del emprendimiento, que en nuestro debemos contar con un número o listado de proveedores que de ellos brindan los insumos necesarios o la materia prima para echar andar el mismo, en donde después se modificaran los productos adquiridos para crear los productos terminados y puedan estar a la venta del público.

Sin los proveedores, a menos que cada emprendedor o propietario genere sus propios insumos, no se puede generar actividad para crear los productos, siendo consiente de este punto, todo pequeño o gran negocio necesita de los mismos ya que más de algún producto siempre es faltante para la ejecución de la transformación de los productos terminados.

3.4 Propuesta modelo CANVAS

La propuesta de valor es todo aquello que una empresa tiene para ofrecer. Ochoa (2020) afirma que: “Su objetivo es presentar con eficacia lo que una marca, servicio o producto va a aportar a las personas y al mercado”. A través de la propuesta de valor se puede diferenciar de la competencia y promover que los potenciales clientes tengan una idea concreta y clara de cómo tu oferta supera a otras.

De forma resumida, la propuesta de valor se puede definir como aquel paquete de productos y/o servicios que crean valor para un segmento de clientes determinado.

Según Martín (2021):

La propuesta de valor debe ayudar al cliente a abordar un problema o necesidad que es fundamental para él (es decir, realizar alguno de sus trabajos), eliminar dolores o crear ganancias para él. Por lo que se podría resumir en todo aquello que atrae clientes hacia un proyecto.

Pendino Sebastián (2019) define que “es una herramienta para determinar cómo nuestro producto o servicio creará valor para nuestros clientes”. No se trata solo del producto/servicio, sino de todos los elementos que lo rodean y que agregan valor al cliente.

Vilas Rodríguez Marcos (2021) redacta que “el modelo canvas o también conocido como bussines model canvas o lienzo del modelo de negocio es una herramienta que nos permite observar en un solo documento las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor.” Y que para trabajar con él nos servirá para:

- Definir cómo hacer llegar tus productos y servicios a los clientes, fomentando el pensamiento creativo y permitiéndote identificar tus ventajas competitivas, con lo que potenciaras la innovación de tus productos.
- Obtener una visión clara de tu modelo de negocio, que podrás modificar fácilmente gracias a su simplicidad. Hablamos de una herramienta que servirá a todo el equipo, así como los inversores y socios que necesitaran para conocer tu proyecto de forma intuitiva y visual.
- Se enfoca las necesidades a nivel global y no solo en el producto en sí. Se plantea como venderlo, que recursos necesitas y los diferentes segmentos de clientes a los que se dirige, pensando en el mercado, pero también en su distribución y logística.
- Reduce las posibilidades de fracaso al contar con un procedimiento sencillo y multidisciplinar que reúne los pasos de ejecución para llevar tus ideas al mercado.
- Trabaja con una metodología aprobada y utiliza tanto por startups como por grandes empresas.

En el Canvas podemos ver la visión global del modelo de negocio basado en los siguientes 9 ítems y cómo están interrelacionados entre ellos:

1. Segmentos de mercado

En este primer bloque se detalla toda la información que se tenga sobre el segmento del cliente al que se va dirigir. ¿Quién será nuestro cliente? ¿a quién se dirige?, además si existiera un segmento también se debería de detallar, como los medios de comunicación: por un lado, tendríamos lectores y por otro, empresas interesadas en insertar publicidad.

2. Propuesta de Valor

En este punto se explica las necesidades que cubrimos en nuestro segmento de mercado, detallando que productos y/o servicios que se ofrecerán y como se va diferenciar de la competencia. Esa diferencia que vayamos a tener es la que dará una ventaja competitiva que puede ser de diferentes tipos como: coste, de producto o transacción (según sea el acceso de los clientes a la compra de los productos que se vayan a ofrecer).

3. Canales

Ya que sabemos a quién nos dirigimos y con que, necesitamos saber el por dónde. Aquí indicamos los medios por los cuales hacemos llegar nuestras propuestas de valor a nuestros segmentos. Podemos tener el mismo canal para cada segmento o uno para cada uno y sobre todo si nuestro modelo de negocio nos comprometemos a trabajar en plazos cortos.

4. Relaciones con clientes

Se define qué tipo de relación vamos a tener con nuestros clientes, puede ser personal o automatizada, esta puede estar basadas en:

- Captación de clientes
- Fidelización de clientes
- Estimulación de las ventas
- Fuentes de ingresos

En este ítem se tiene que tener en cuenta que la relación hacia los clientes debe ser siempre acorde con el mensaje de la marca. Nos debemos de preguntar ¿cómo creemos que podríamos captar nuevos clientes y cuál es la mejor manera de relacionarse con ellos?

5. Fuentes de ingresos

En este se define como generar recursos con lo que se tiene que ofrecer al mundo. No solamente se tiene que pensar a qué precio se venderán los productos, sino establecer cuanto crees que estén dispuestos a pagar los clientes por lo el producto que le ofreces. Por lo tanto, se debe tratar de que la empresa sea rentable sin olvidar que debes de ponerte en el lugar del consumidor.

6. Actividades claves

Pondremos cuales son las actividades que realizamos, a que nos dedicamos, las que son necesarias para crear una propuesta de valor que ofrecerles a nuestros segmentos. Analizaremos bien cuáles son las que crean la propuesta de valor, porque las que no lo hagan suelen ser actividades

imprescindibles. Aquí se debe de hablar de la producción, la solución y la plataforma que necesitaras utilizar.

7. Recursos claves

Para que funcione el modelo de negocio hacen falta una serie de recursos físicos y materiales, como patentes o derechos de autor, además de humanos y financieros. En este apartado se debe de detallar que necesitas para desarrollar tu propuesta, relación con el cliente y canal.







8. Socios clave

En este ítem se debe de analizar cuáles serán las alianzas estratégicas para desarrollar tu modelo de negocio. Tus socios y proveedores deben de estar presentes en este punto, es algo esencial para que el proyecto sea viable y que valore su potencial de crecimiento.

9. Estructura de costes

Define los costes más importantes de las actividades y recursos claves. Es importante que tengan en mente opciones como bajar el precio al producto y automatizar la producción o trabajar en la creación de valor para el consumidor cuando sea necesario ajustar los cotes.

Ilustración 13 Modelo Canvas

| | | | | |
|--|---|--|---|---|
| <p>Asociaciones Claves</p> <ul style="list-style-type: none"> -Proveedores. -INTUR -Alcaldía. -MINSA. -Policía Nacional. -Bomberos.  | <p>Actividades Claves</p> <ul style="list-style-type: none"> -Preparación de menú diario. -Compra de insumos. -Mantenimiento del local. -Publicidad. <p>Recursos claves</p> <ul style="list-style-type: none"> -Local -Mobiliario y Equipo (artículos de cocina, mesas, sillas, vajilla). -Personal. | <p>Propuesta de valor</p> <ul style="list-style-type: none"> -Variedad de comida de desayunos con el sabor de casa y a un precio justo. -Calidad de servicio y atención.  | <p>Relaciones con los clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de contacto directo a través de las plataformas sociales. -Amabilidad, Respeto y Calidez. <p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> -Establecimiento. -Facebook. -Instagram. -WhatsApp.  | <p>Segmento del cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> -Personas de 18 años en adelante que estén económicamente activos. -Ejecutivos, Estudiantes y comerciantes. -Zona:  |
| <p>Estructura de costes</p> <ul style="list-style-type: none"> -Constitución del negocio. / Licencias de funcionamientos. -Decoración de Interiores. / Mobiliario, Equipo y Accesorios. -Pagos de Servicios. / Sueldo al Personal. / Insumos. -Alquiler del Local.  | | <p>Fuentes de ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Venta de desayunos -Venta de las bebidas.  | | |

Fuente: Elaboración del equipo investigador.

3.5 Ciclo del Proyecto.

Según Pérez (2022) las etapas de un proyecto son cinco. “independientemente de su alcance, objetivo y particularidades, el ciclo de vida de todo proyecto se estructura en torno a cinco fases: inicio, planificación, ejecución, seguimiento y cierre”.

El proyecto de emprendimiento se desarrolla en varias etapas conocidas como ciclo del proyecto, y este ciclo depende de la evaluación y descripción de la factibilidad del proyecto, la cual se convierte en una descripción periódica que justifica la realidad y la existencia del entorno de acuerdo a un objetivo específico.

Inicio: La fase de inicio es crucial en el ciclo de vida del proyecto, ya que es el momento de definir el alcance y proceder a la selección del equipo. Sólo con un ámbito claramente definido y un equipo especializado, se puede garantizar el éxito.

Planificación: Ésta es a menudo la fase más difícil para un director de proyecto, ya que tiene que hacer un importante esfuerzo de abstracción para calcular las necesidades de personal, recursos y equipo que habrán de preverse para lograr la consecución a tiempo y dentro de los parámetros previstos.

Ejecución: En base a la planificación, habrá que completar las actividades programadas, con sus tareas, y proceder a la entrega de los productos intermedios.

Seguimiento y control: esta fase comprende los procesos necesarios para realizar el seguimiento, revisión y monitorización del progreso del proyecto. Se concibe como el medio de detectar desviaciones con la máxima premura posible, para poder identificar las áreas en las que puede ser requerido un cambio en la planificación. La etapa de seguimiento y control se encuentra naturalmente asociada a la de ejecución, de la que no puede concebirse de forma separada, aunque por su importancia y valor crítico.

Cierre: Esta fase comprende todos procesos orientados a completar formalmente el proyecto y las obligaciones contractuales inherentes. Una vez terminado este estadio, se establece formalmente que el proyecto ha concluido.

Ilustración 14 Ciclo del proyecto



Fuente: elaboración propia del equipo investigador.

3.5.1 Idea y Perfil del Proyecto.

Retomando el concepto de antemano descrito, podemos dar por determinado la idea en general del proyecto que será "empresa de desayunos típicos 100% tradicionales en un ambiente campestre", esta es la idea la que motivara la búsqueda de ideas de negocio específicas para determinar cómo se abordara el proyecto y cuando se implementará y cuando se completara.

Este proyecto tendrá por perfil, en satisfacer las necesidades alimenticias de los consumidores, de igual manera en generar empleo con la perspectiva principal de generar ganancias.

3.5.2 Etapas

3.5.2.1 Pre Inversión

Con esta primera etapa adquirimos todo el conocimiento del proceso requerido, basados en las ideas iniciales que como proyectista planteamos en idear la innovación del proyecto, como la creatividad del mismo.

Para dar seguimiento a esta fase cada integrante presento sus ideas y dentro de todas las propuestas se escogió la más viable para tener una oportunidad dentro del mercado, analizando y definiendo las dificultades para crear las estrategias que den solución, para concretizar la idea seleccionada.

El principal objetivo de esta etapa es crear la planeación del proyecto dando respuesta a las oportunidades que generan las necesidades, detectando el alcance con un estudio más profundo y penetrante, conociendo los riesgos a los que se enfrentaría el proyecto, como las destrezas y fortalezas que el mismo presentaría.

Llamada esta etapa como Pre Inversión, porque se indaga a fondo el estudio de mercado, tecnológico y ambiental, dando por sintetizada la idea de mayor razonabilidad y eficacia para el cumplimiento a futuro del proyecto.

3.5.2.2 Operación

En la etapa de operación, es la etapa en que se llevan a cabo los objetivos propuestos en el plan de creación del proyecto, con el sentido del proyecto marche bien y con cabalidad para su éxito, requiriendo de un exhausto esfuerzo realizado por los proyectistas para determinar la oferta del servicio a vender.

Esta fase se asegura de controlar y monitorear el proceso en tiempo y forma del proyecto, para que los criterios de aceptación cumplan con el alcance y las estrategias planteadas, entablando una conexión con los clientes afirmando los puntos no contemplados durante las fases anteriores.

3.5.2.3 Inversión.

Siendo esta la última etapa que comprende el ciclo del proyecto, la sintetizamos en la evaluación del plan de acción en el desempeño del seguimiento a las mejoras futuras, en la obtención de los resultados que se cumplan en las asignaciones.

Haciendo uso del tiempo con esta fase registrando y evaluando toda la información que el negocio conlleve, haciendo énfasis en las acciones para la medición de la rentabilidad del proyecto.

Ilustración 15 Etapas del proyecto



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador.

El proyecto Desayunos de Mi Pueblo se encuentra en la etapa de la planeación, en la que se está evaluando la rentabilidad y la viabilidad de que si realmente es factible.

3.6 Visibilidad del proyecto

3.6.1 Herramientas

Las herramientas de marketing son soluciones que las empresas buscan para generar más oportunidades de negocio, reducir el costo de adquisición de un cliente e implementar estrategias básicas o avanzadas para abordar un gran volumen de información, acelerar los procesos y mejorar los resultados. Maradiaga (2021)

Estas herramientas son fundamentales ya que se encargan de obtener información de los usuarios o clientes para mejorar estrategias y comunicar de manera más efectiva, por lo tanto, estas herramientas ayudaran al proyecto que se realizara.

Las herramientas de marketing que se utilizaron para llevar a cabo este proyecto de emprendimiento “Desayunos de mi Pueblo” fueron las encuestas con la población activa del municipio de Jinotepe estas se realizaron para recolectar información a profundidad acerca de la aceptación de este nuevo proyecto.

3.6.1.1 Identidad gráfica del proyecto

Según Tempone (2020) “La identidad gráfica es un conjunto de parámetros que define el aspecto visual de una marca, es decir, todo lo que se ve.” Decimos que una empresa o un proyecto tienen identidad gráfica propia cuando podemos identificar fácilmente su presencia y relacionarla a un logotipo, unos colores y una tipografía.

Logotipo

Porto y Merino (2018) definen al logotipo de la siguiente manera, es un símbolo que permite la identificación de una marca, una empresa, una organización o un producto. Conocido como logo en el lenguaje coloquial, se trata de una representación gráfica. Los logotipos son elementos que sirven para comunicar. Se espera que estos signos resulten legibles, distinguibles y

fáciles de memorizar: el objetivo es que una persona, al ver el logotipo, entienda al instante su mensaje, reconociendo a la entidad a la que hace alusión.

En conclusión, el logotipo es una representación gráfica que permite que la marca y el nombre de la empresa sobresalgan gracias a su símbolo y lleguen a ser fácilmente identificadas y reconocidas, a continuación, se presenta el logo de Desayunos de mi Pueblo.

Ilustración 16 Logotipo de Desayunos de mi pueblo



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador.

Descripción del logotipo

Nombre (desayunos de mi pueblo):

Nuestra imagen o marca está representada de una manera creativa en la que decimos retomar colores y elementos de los que nos representan como nicaragüenses, enfatizando la gastronomía tradicional; y el nombre desayunos de mi pueblo, nos da el impulsa a dar brevedad e identidad al servicio a ofrecer.

Lema (100% tradicional):

Nos da la imagen que será tan cómodo, como si estuviéramos en nuestros hogares brindando tranquilidad en el ambiente, al igual que impulsar lo tradicional que como nicaragüenses nos destacan.

La mazorca, el molenillo y la cazuela:

Estos tres elementos identifican que Nicaragua es un país conocido como la tierra de maíz, además que la dieta o gastronomía nicaragüense está basada en diversos platillos derivados de este, el molenillo muy tradicional para váter los refrescos o atoles al tiempo de nuestro abuelos y antepasados, la cazuela que en aquellos entonces eran de comales oh de jícaras; quisimos fusionarlas para adecuarlo a nuestro proyecto que va a promover esa gastronomía.

El color naranja:

Significa energía, emoción, prosperidad, calidez, alegría y cambio, este color combina emociones vigorizantes y es ideal para nuestro proyecto por que buscamos provocar la atracción y expresar la amabilidad de lo que será el servicio a dar, además que en nuestra identidad cultural son colores de la época precolombina, está incluido este color en nuestra identidad porque nos da el toque campestre que se quiere lograr para el rescate de la costumbre gastronómica.

El color verde:

Significa naturaleza, salud, tranquilidad, armonía y fertilidad, como marca buscamos representar una oportunidad de un nuevo comienzo y es por ello que adherimos este color, además que es un color reconfortante, que también es captar ese deseo en nuestros clientes.

Para la publicidad de nuestro proyecto de emprendimiento Desayunos de mi Pueblo se van a crear páginas Web de las cuales nos servirán de mucho para que eleve el prestigio de nuestro local, a la vez que permite que los clientes aumenten su nivel de confianza en el producto o servicio que ofreceremos. Además de eso nos ayudara a incrementar las ventas, la productividad y el valor en el mercado de nuestro proyecto.

3.6.1.2 Materiales Publicitarios

La publicidad visual es el medio masivo de comunicación diseñado para llamar la atención del público a través de leyendas o elementos visuales de tipo permanente o temporal, fijo o móvil que tengan dibujos, fotografías, letreros o cualquier otra forma de imagen que se haga visible; cuyo fin sea comercial. La publicidad visual es la mayor fuente de atracción al público en ella damos a conocer la imagen de nuestro negocio. Entre los medios visuales que presentamos en el proyecto tenemos: banner, poster y brochure.

Banner: Los banners son a la publicidad digital lo que es un formato básico y omnipresente, que tanto puede saturar como conseguir grandes resultados. Según Tomas David (2019):

Un banner es una pieza de publicidad digital que combina imágenes, texto y en ocasiones sonido y elementos interactivos, que se introduce en páginas web para dar visibilidad a una marca, empresa o campaña. Normalmente, el objetivo de un banner es que el haga clic en él para dirigirlo a una página promocional.

Ilustración 17 Banner de Desayunos de mi pueblo



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador.

Poster: (Olalde Ramos, 2018) define al cartel o poster como composición grafica que tiene como objetivo principal transmitir algún mensaje, dar alguna información o vender un producto; tiene como principal función comunicar y decorar. Este es el reflejo de lenguaje de una población y por lo tanto debe de ser transparente y fácil de descifrar.

Ilustración 18 Poster de Desayunos de mi pueblo



**¡Si puedes
soñar... lo
puedes
DESAYUNAR!**



Nos puedes contactar:

 Desayunos de mi pueblo  7612-9113



QUIÉNES SOMOS

Somos un pequeño emprendimiento dedicado hacer desayunos deliciosos y 100% tradicionales para quienes quieren degustar de la rica cultura y gastronomía de nuestro bello país Nicaragua



NUESTROS PLATOS

Decidimos apegarnos a lo que nos gusta: ¡la comida tradicional! Nuestro menú incluye favoritos como gallopinto, tortillas, huevitos, queso, leche agria y su respectiva taza de café. Visita nuestra página para consultar nuestro menú completo y actualizado.



HORARIOS

Nuestro servicio lo estaremos ofreciendo de Lunes a Sábado de las 7:00 am a 1:00 pm. Estamos ubicados en el municipio de Jinotepe del parque central 2 C al sur, calle central.

Fuente: Elaboración propia del equipo investigador.

Brochure: El Brochure es una herramienta de marketing que hace referencia a la documentación impresa o digital que tiene como objetivo representar a una determinada compañía para informar sobre su organización, productos o servicios. El brochure es la carta de presentación de la empresa a sus clientes, promueve de manera atractiva el producto o servicio que la marca pretende ofrecer.

Ilustración 19 Brochure de Desayunos de mi pueblo



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador.

3.6.1.3 Redes Sociales

Las redes sociales son estructuras formadas en internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.

Las redes sociales, en el mundo virtual, son sitios y aplicaciones que operan en niveles diversos como el profesional, de relación, entre otros, pero siempre permitiendo el intercambio de información entre personas y/o empresas.

Las redes sociales son un medio gratuito para promocionar tu marca. Creando un buen perfil y siendo constante puedes hacer que la gente conozca tu establecimiento y también los valores de tu empresa, eso es lo que queremos lograr con nuestro proyecto de Desayunos de mi Pueblo.

Ya que, al estar presente en las redes sociales, también lo estaremos en la mente de los usuarios. De esta manera podemos aumentar opciones para así conseguir nuevos clientes y de fidelizar los que ya tendremos. Todas las redes sociales nos permiten hablar directamente con nuestros clientes, por lo que es una gran manera de mantener una atención al cliente rápida y efectiva.

La empresa Desayunos de mi Pueblo contará con páginas en redes sociales para así dar publicidad al local y tener la atención de nuestros clientes, estas páginas estarán en Facebook, Instagram y daremos atención por medio de WhatsApp donde en cada red social se contará con el menú que ofrecerá nuestro local.

Ilustración 20 Visibilidad de las páginas de Facebook e Instagram



3.6.2 Mensaje

Nuestro proyecto está enfocado a las familias del municipio de Jinotepe, el cual se dedicará a la venta de desayunos elaborados a base de productos 100% tradicionales.

Este proyecto estará destinado a rescatar la gastronomía nicaragüense y brindarle al mercado la degustación de consumir lo Nica. Siendo esto estandarizado a los precios al alcance del bolsillo del consumidor.

3.6.3 Momentos claves de la comunicación

3.6.3.1 Inicio del proyecto:

“Desayunos de Mi pueblo” 100% Tradicionales, dirigida al sector gastronómico, donde aspiramos ser un comedor de desayunos tradicionales nicaragüenses, caracterizados por el ambiente campestre, la atención y la accesibilidad de sus precios, siendo capaces de satisfacer la necesidad de los clientes contribuyendo solidez al negocio. En conjunto con la expectativa tenemos como propósito dar inicio a nuestra operación en noviembre del presente año, iniciando por la publicidad en las diferentes plataformas sociales, mostrando a nuestros seguidores toda la información de lo que será “Desayunos de Mi Pueblo”.

3.6.3.2 Lanzamiento:

“Desayunos de Mi Pueblo”, siendo está dirigida al sector gastronómico del municipio de Jinotepe, a la población económicamente activa, que, junto a la estrategia de segmentación, pondremos a disposición del público el servicio de desayunos tradicionales, cumpliendo con las expectativas de los clientes y propias como emprendedores, reforzando la capacidad de las diversas estrategias aplicadas para la creación del negocio enfrentando los desafíos y las oportunidades del mercado.

El día de nuestro lanzamiento será el día 2 de enero del año 2023; en un ambiente agradable, alegre y acogedor, desde el momento que entren nuestros clientes, habrá una persona encargada de

dar la bienvenida y de ubicar en las mesas distribuidas en el negocio, así como también darle la atención merecida, siendo este día de gran emoción en ver el cumplimiento y la realización del proyecto.

3.6.3.3 Durante la Operación

Siendo una empresa, "Desayunos de Mi Pueblo", teniendo misión, visión y comunicación directa con los clientes, durante el tiempo que este negocio opere, tenemos el propósito de cumplir, en la realización de nuestros productos al igual que en el manejo de los mismos tanto en el sentido económico y financiero, lo cual esperamos la comprensión de los clientes a nuestro servicio y nosotros como emprendedores las expectativas de los mismos, las cuales son adaptables para un mejor ambiente de operación

3.7 Resultados Esperados

Para el proyecto “Desayunos de Mi Pueblo” los resultados se obtuvieron mediante a la información requerida de la planeación, además de la investigación e información se pudo realizar el análisis de la viabilidad, factibilidad y rentabilidad del proyecto. Conforme a esté análisis las posibilidades de desempeñar de manera exitosa este proyecto son buenas en el municipio de Jinotepe-Carazo. Es muy probable que esta sea una propuesta innovadora que incluya una sola solución significativa a la oportunidad de mercado que se presenta.

Existe una competencia fuerte en el mercado, pero desayunos de mi pueblo se caracterizará por su sabor, ambiente, precio y calidad en el producto dándole el toque casero, pretendiendo conseguir, que el servicio se fortalezca y genere un valor agregado que aporte beneficios a la economía del consumidor, además de eso que este servicio es parte del consumo diario de la población.

Aprovechando de mejor manera los recursos agrícolas y lácteos que produce el país y en conjunto con el primer lanzamiento de nuestro servicio, que en este caso es distinguido a los demás, se pretende sea competente ante la competencia. Debido a esta situación nos vemos obligados a hacer una propuesta fuerte de incursión en el mercado consiguiendo proveedores de alta calidad, proyectando nuestras ventas y gastos a largo plazo optimizando los costos.

4. Estudio de Mercado

4.1. Investigación de mercado

La investigación de mercado Meza (2010) la define “Como una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que desee conocer para posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos”.

La investigación de mercados es una técnica que sirve para recopilar datos de cualquier aspecto que se deseen conocer para después poder interpretarlos y al final hacer uso de ellos para una correcta toma de decisiones.

Para realizar la correcta investigación de mercado del proyecto desayunos de mi pueblo, se aplicaron 50 encuestas a los habitantes del casco urbano del municipio de Jinotepe, las cuales forman parte de la población económicamente activa ocupada.

Ilustración 21 Fórmula para calcular la población

| $\frac{NZ^2pq}{(N-1)e^2 + Z^2pq}$ | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|-----|-----|-------|-------|-----------|-------------|--------|-----------|--|
| Z | p | q | Error | N | Num | Denominador | n | RENDONDEO | |
| 1.96 | 0.5 | 0.5 | 0.05 | 18065 | 17349.626 | 46.1204 | 376.18 | 376 | |

Fuente: Elaboración proporcionada por Dr. Raúl Alberto Medrano Chávez

El universo de la investigación está compuesto por la población económicamente activa del casco urbano del municipio de Jinotepe que consta de 18,065 habitantes, al aplicar la formula en excel para conocer cuál sería la muestra a la que el proyecto debe aplicar las encuestas; presento como resultado un total de 376, por indicaciones de los tutores, solo se aplicaron un total de 50 encuestas.

4.2 Análisis de la demanda

Al realizar cuantificación de la demanda de desayunos típicos nicaragüense, se recurrió a dos fuentes de información; a las encuestas y a los sitios web de internet, se obtuvo información relevante de un documento fuente del Instituto Nacional de Desarrollo, INIDE (2008) el cual presenta datos generales sobre el universo y la segmentación de mercado, además se tomó como opción más factible la aplicación de encuestas como fuente de información primaria para determinar la demanda, de una manera más detallada y precisa.

Ilustración 22 Cálculo de la población total del municipio de Jinotepe

| MÍNIMO CUADRADO | | Diseño de : Dr. Raúl Medrano Chávez | | | | | |
|-----------------|---------------------------|-------------------------------------|-------|-------|----|---------------|--------|
| FORMULA: | $P_p = P_o (1 + TAC)^n$ | | | | | | |
| | Ejemplo | | | | | | |
| P_p | Población proyectada | 15,273 | | | | | |
| P_o | Población actual | 18,065 | | | | | |
| Variable | 1 | 1 | | | | | |
| TAC | Tasa anual de crecimiento | 1.30% | | | | | |
| n | Años a proyectar | 13 | | | | | |
| | | en decimal | | | | | |
| | P_o | 1 | TAC | 1+TAC | n | $(1 + TAC)^n$ | P_p |
| | 15,273 | 1 | 1.30% | 1.013 | 13 | 1.18 | 18,065 |

Fuente: Elaboración Dr. Raúl Alberto Medrano Chávez

Con la información adquirida por el Instituto Nacional de Desarrollo (INIDE) se logró proyectar el total de habitantes económicamente activos al año 2022. Esta población se calculó en base al crecimiento anual que proporciono los mismos datos estadísticos de Jinotepe en cifras, el cual corresponde al 1.13%. Se determinó que el universo de un total de 18,065 habitantes, esta cifra sería la cantidad de personas objetivas del proyecto.

4.2.1 Cálculo de la demanda Potencial

Demandar significa estar dispuesto a comprar, mientras que comprar es efectuar realmente la adquisición. La demanda tiene que ver con lo que los consumidores desean adquirir.

La demanda Andradé (2015) la define como “la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con

cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca”.

Para calcular la demanda del proyecto “Desayunos de mi Pueblo” se procedió a realizar la segmentación de mercado la cual se define de la siguiente manera: Anónimo (2022) argumenta que “La segmentación de mercado es el proceso de identificar y dividir un gran mercado homogéneo que poseen similares necesidades o características. Su objetivo es diseñar una mezcla de marketing adaptable a las expectativas de los clientes en el segmento objetivo”

La segmentación de mercado es una herramienta clave dentro del proyecto que por medio de esta se determinará cual es el segmento donde se tiene que posicionar el establecimiento. Se definirá con los diferentes tipos de variables que van de acuerdo a las características que desee tomar del mercado como: geográficas, demográficas y conductuales de esta manera se definirá el perfil del cliente potencial. Para segmentar el mercado de desayunos de mi pueblo se realizaron los siguientes criterios.

Tabla 2 Criterios de Segmentación

| GEOGRÁFICAS | | DEMOGRÁFICAS | | CONDUCTUALES | |
|------------------------|-----------|----------------------|------------------------------|---------------------------|--------------------------------|
| País | Nicaragua | Edad | 16-50 años | Tipo de Usuario | Regular, potencial |
| Departamento | Carazo | Género | Femenino y masculino | Frecuencia de uso | Diario, mensual, ocasional |
| Ciudad | Jinotepe | Ocupación | Trabaja, estudia y otros | Tasa de uso | Pequeño, mediano |
| Zona | Urbana | Tipo de ingresos | Mensual, quincenal, semanal | Actitud hacia el producto | Entusiasta, positiva, negativa |
| Población Total | 18,065 | Promedio de ingresos | De 1,000.00 a 8,000.00 y más | Situación de lealtad | Ninguna, media, fuerte |

Fuente: Elaboración Propia del equipo investigador

Mercado Potencial

Referente al mercado potencial Terrenos (2021) lo define “al conjunto de individuos que pertenecen al segmento que se ha definido para la comercialización de un producto o servicio. Son aquellas personas que necesitan o podrían necesitar el producto o servicio general que deseas ofrecer”.

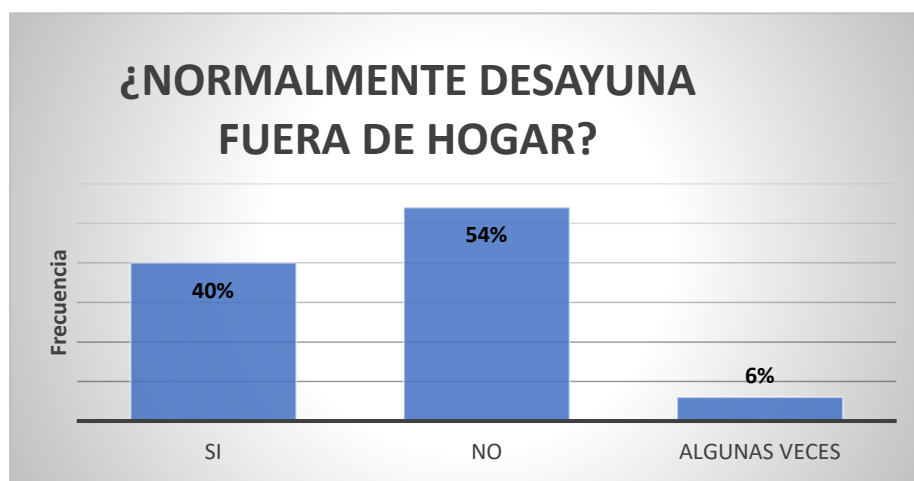
El mercado potencial de desayunos de mi pueblo son todas las personas económicamente activas del casco urbano del municipio de Jinotepe, según el análisis de resultados se pudo realizar una discriminación con los futuros clientes potenciales los cuales se encuentran en un rango de 16 años a 50 años de edad.

Mercado Disponible o real

Define Basto (2020) que el mercado real “Es aquel que esté compuesto por un grupo de personas que tienen necesidad de un producto o servicio y que poseen los medios financieros para cubrirlos y están interesados en adquirirlos”.

Para determinar el mercado disponible o real, se han utilizados los resultados de las encuestas, en el cual se incluyó una pregunta específica para determinar que, si los clientes consumen desayunos fuera de sus hogares, dicha pregunta aplicada dice: ¿Normalmente desayuna fuera de su hogar?

Ilustración 23 Gráfica de frecuencia de consumo



Fuente: Estudio de Mercado del equipo investigador

Para calcular el mercado disponible se utilizó el resultado de la respuesta con mayor porcentaje, que en este caso sería la respuesta: **SI** con un porcentaje del 40%. Para el cálculo de la demanda real se tomó en cuenta la cantidad de personas que normalmente acostumbran desayunar fuera de su hogar, esto se cuantificó en base al mercado potencial que consta de las mujeres y hombres económicamente activas del área rural de Jinotepe que es un total de 18,065 personas multiplicando por el 40% teniendo como resultado 7,226 personas en mercado disponible.

Mercado efectivo

El mercado efectivo lo determina Plan Negocios (2020) como “Una parte del mercado disponible y está formado por el conjunto de consumidores que tienen la necesidad de **comprar** un producto o servicio aún más específico que el correspondiente al mercado disponible”. Este mercado se definió a través de la siguiente pregunta: ¿Les gustaría probar desayunos típicos nicaragüenses en el municipio de Jinotepe?

Ilustración 24 Gráfica de aceptación de un establecimiento de Desayunos Típicos



Fuente: Estudio de Mercado del equipo investigador

Para calcular el mercado efectivo se trabajó con la respuesta **SI**, porque es la que indica cual es la cantidad de personas interesadas o con quienes existe una alta probabilidad que consumirían el producto de este nuevo comedor. Tomando en cuenta la respuesta de mercado

efectivo que es un total de 7,226 y el porcentaje de nuestra respuesta objetiva un 96%, se elaboró el cálculo que nos indica que 6,792 personas, convirtiéndolo en nuestro mercado efectivo.

Cabe destacar que 6,792 personas, no se considera como un valor absoluto, pero si un valor estimado de la cantidad de personas que con cierta seguridad compraría nuestro producto o servicio. Por ello se estratifica esta cantidad con un % podría ser desde un 10% a más, procurando con ello ser más realista. Esto quiere decir que, si bien el 94% responde que, si compraría nuestro producto cuando el negocio esté funcionando, es muy probable que una cantidad menor es la que realmente compre nuestros productos.

4.3 Análisis de la oferta

El análisis de la oferta es definido por López (2020) a “la cantidad de bienes y servicios que las empresas quieren y pueden vender en el mercado en un precio determinado”. Por motivo de definición de competencia directa e indirecta, importante mencionar que ofrecemos un comedor típico nicaragüense (Desayunos de mi pueblo) en la que forman parte de nuestros competidores todos aquellos puestos o negocios que ofrecen un producto y servicio similar al nuestro.

En cuanto al análisis de la oferta por ser un proyecto de elaboración de un comedor de comida típica nicaragüense y por ser catalogado como un emprendimiento de gastronomía se puede decir que tiene un mercado de libre comercio en nuestro país, en la que cualquiera puede ejercerse en el campo de la gastronomía.

En otros aspectos para poder determinar los establecimientos que son competencia directa e indirecta del proyecto, utilizamos el método de la observación para determinar la distancia en que se localizan estos establecimientos, al lugar de donde se pretende ubicar el nuestro, siendo una herramienta importante las entrevistas en que recopilamos todos los datos necesarios para luego definir los establecimientos competencia.

Comparado a los establecimientos más cercanos al mismo servicio que se pretende ofrecer, será diferente por el atributo en sus platillos, es decir, vender platillos de calidad en sabor, presentación, precio e higiene, también ofrecer un buen servicio al cliente donde se sientan cómodos

y en familia con los lugareños, además de la oferta local, es decir, la infraestructura y el diseño no será algo nuevo, sino innovador en la ciudad, donde llame la atención de los clientes y se sientan atraído por el lugar.

4.3.1 Cálculo de oferta

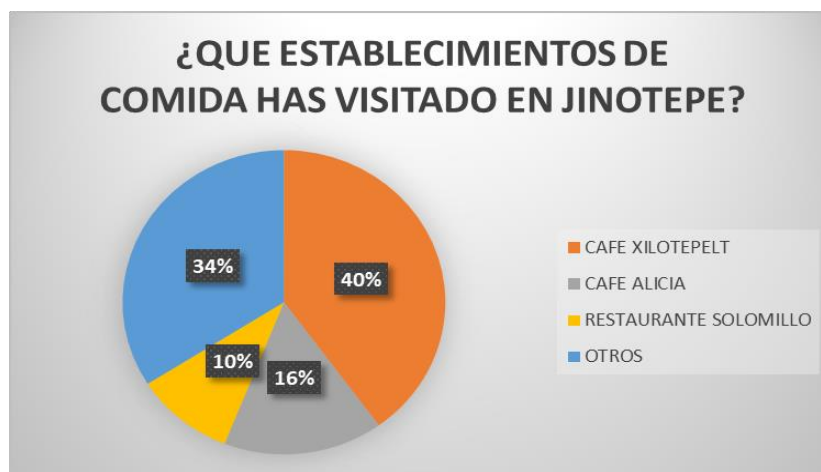
Thompson (2006) define que:

La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes, además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.

En cuanto al cálculo de la oferta indirecta del proyecto de desayunos típico nicaragüense, podemos decir que se diferencia en estructura por crear un concepto de comedor rústico, típico y campestre, pues con el método de observación se pudo percibir que con la idea de negocio de infraestructura se puede innovar en cuanto a servicios y ambiente; en el cual los otros locales no cuentan en comparación de la idea de negocio del proyecto que pretende cubrir lo mejor posible la necesidad.

Habiendo mencionado lo anterior, el porcentaje del cálculo de la competencia indirecta es proporcionada por las respuestas de las encuestas aplicadas, con la siguiente pregunta: ¿Qué establecimientos de comida has visitado en Jinotepe?

Ilustración 25 Gráfica de preferencias de establecimientos



Fuente: Estudio de Mercado del equipo investigador

Para calcular la oferta indirecta se seleccionará el porcentaje mayor presentado en la tabla en el que podemos definir nuestra competencia para el proyecto, esto se realiza de la siguiente manera: la demanda real ya establecida: 7,226 que a esa cantidad se le resta la oferta indirecta, que serían el 40% dando como resultado: 2,890

4.3.2 Cálculo de la demanda insatisfecha

Demanda insatisfecha: es llamada así a las necesidades que aún no han sido satisfechas por el mercado y que el proyecto puede satisfacer parcialmente; en otras palabras, la demanda no se satisface cuando la demanda es mayor que la oferta.

Para dar determinación a la demanda insatisfecha es realizado el cálculo que se tomaran todos los datos de la demanda real y de la demanda directa o indirecta, con lo que se obtendrá el resultado de la demanda insatisfecha, quien nos orienta a saber el nicho de mercado atractivo para nuestro proyecto.

Tabla 3 Calculo de la Demanda Insatisfecha

| Demanda Real | Demanda Indirecta | Demanda Insatisfecha |
|---------------------|--------------------------|-----------------------------|
| 7,226 | 2,890 | 4,336 |

Fuente: Elaboración propia del equipo investigador

Referente al cálculo, la demanda real se restó con la demanda indirecta calculada, ya que es con la que el negocio cuenta y no con la demanda directa, por ser un producto y servicio diferente para nuestro mercado objetivo.

4.4 Análisis de precios

4.4.1 Comparación de precios con el mercado

Competencia indirecta

En la competencia indirecta cabe señalar que son lugares que ofrecen un producto similar al que se pretende ofrecer y que tienen el mismo cliente objetivo que nuestro servicio, ya sean cafeterías, restaurante o comedores que al comparar los precios son casi relativos en que unos ofrecen precios más altos o más bajos, esto se debe a la calidad del producto o al servicio que brindan, sin embargo todos estos negocios son parecidos con respecto a la comida en porciones, calidad, el gusto, sabor y presentación.

Estos son los negocios considerados competencia indirecta ya que ofrecen un servicio igual o parecido al proyecto a realizar.

Tabla 4 Competencia Indirecta

| Puesto | Tipo de comida | Platillos | Precios |
|-----------------|-----------------------|--|----------------|
| | | Desayuno ranchero | C\$ 110.00 |
| | | Desayuno nica | C\$ 90.00 |
| Café Alicia | Desayunos gourmet | Desayuno Alicia | C\$ 100.00 |
| | | Omelette de champiñones | C\$ 150.00 |
| | | Omelette especial | C\$ 120.00 |
| | | Desayuno super nica | C\$ 165.00 |
| | | Huevos a la ranchera | C\$ 70.00 |
| | | Huevos con jamón | C\$ 70.00 |
| | | Desayuno tipo americano | C\$ 120.00 |
| Café Xilotepelt | Desayunos típicos | Nacatamales | C\$ 60.00 |
| | | Gallopinto con cuajada, tortilla, pan o maduro frito | C\$ 60.00 |
| | | Gallopinto con crema dulce, tortilla, pan o maduro frito | C\$ 60.00 |
| | | Gallopinto con leche agria, tortilla, pan o maduro frito | C\$ 60.00 |

| | | | |
|--------------------------|-------------------|--------------------------|------------|
| Solomillo Resto & Art | Platillos gourmet | Tajadas/maduro con pollo | C\$ 160.00 |
| | | Tajadas/maduro con res | C\$ 180.00 |
| | | Tajadas/maduro con cerdo | C\$ 180.00 |
| | | Comalito millo | C\$ 190.00 |

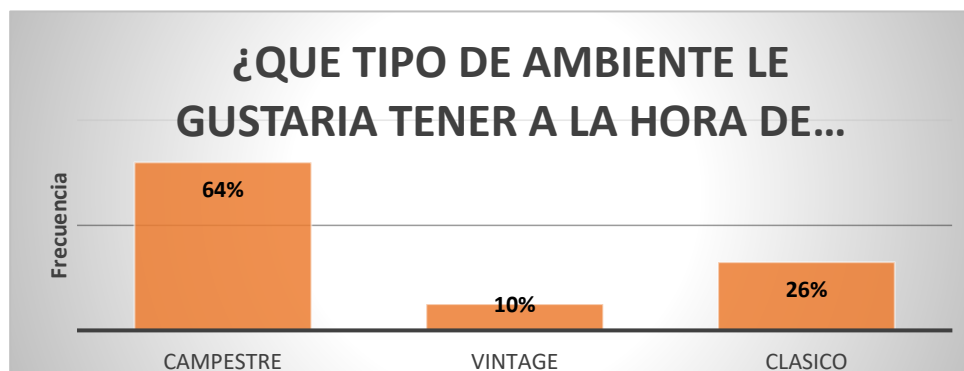
Fuente: Elaboración propia del equipo investigador.

Los platillos con mayor demanda en el mercado son el menor precio los cuales según refleja la tabla anterior que van desde los C\$ 60 córdobas a más.

El análisis de precio en comparación a la competencia se realizó por medio de la observación, el consumo en estos lugares y entrevistas a personas que acuden a estos establecimientos y de esta manera se obtuvieron los precios. Aunque el sector de restaurantes en la zona está muy competido, creemos en nuestro producto y en nuestra diferenciación la cual consiste en una excelente presentación, precios moderados y una gran calidad en los alimentos. También se va a contar con un buen espacio donde va ser un estilo campestre para que los consumidores se sientan tranquilos, en casa y puedan disfrutar de su hora de desayuno. Por último, se va a tener una decoración típica reflejando la gran variedad de cultura que tiene nuestro país y estará ambientada donde los clientes estén a gusto.

En cuanto con la investigación de mercado se preguntó a las personas que, si les gustaría un establecimiento con esta perspectiva llamada “Desayunos típicos en un ambiente campestre” y el 64% afirmo que, si les gusta la idea, es decir que hay una aceptación positiva hacia este proyecto.

Ilustración 26 Competencia Indirecta



Fuente: Estudio de Mercado del equipo investigador

4.4.2 Estructura de precios

En esta estructura se muestran los 3 platillos que se ofrecerán los cuales son: Gallo pinto, con cuajada, crema tortilla y café; frijoles fritos con huevo, tortilla y café; gallopinto con maduro, huevo y café aquí se refleja el costo unitario de cada plato. Los costos se dividen entre varios platos para calcular los costos variables y los costos fijos, el margen de ganancia de cada plato será del 100%, algunos platos son relativamente más accesibles que otros.

Ilustración 27 Gráfica de Cuanto pagaría por el servicio individual



Fuente: Estudio de Mercado del equipo investigador

Costos variables por plato.

Mano de obra y CIF.

En la siguiente estructura están detallados los costos de mano de obra y de los costos indirectos de fabricación, donde cada costo se divide entre los 3 platillos que se ofrecerán en el menú.

4.4.3 Precio unitario

El método de fijación de precios está basado en la demanda, este tipo de método toma como punto de partida el precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar por un bien o servicio, y a la vez se toma en cuenta un margen de ganancia conveniente para el negocio, es por eso que con el estudio de mercado se dio a conocer los posibles clientes potenciales, debido al tipo de empleo, los salarios esto se vio reflejado en la aplicación de encuesta.

La idea es poder dejar a un lado la sofisticación y la etiqueta, ya que estamos frente a un mercado de personas que se ajustan a cualquier tipo de situación, Aunque el precio de nuestros platos va a ser muy accesible, somos conscientes que habrá restaurantes o comedores en el sector que cuenten con precios más bajos, pero al mismo tiempo con menor calidad.

Como le estamos apuntando a los estratos más altos, estamos seguros que los precios van a ser muy llamativos para todos los ejecutivos de la zona ya que están acostumbrados a pagar precios más altos por servicios y desayunos más malos que el nuestro. De todas formas, estamos convencidos que nuestro producto y nuestro servicio va a crear una gran expectativa en la zona pues esperamos entrar con un concepto que supla todas las necesidades de los clientes.

Por tal motivo la estrategia de precio es de alineamiento puesto que está orientado a que el bien o servicio que entra en el mercado lo hace con un precio similar al de sus competidores y dentro del valor que los clientes también le dan al producto. Dicho esto, es importante mencionar que, durante la encuesta realizada para conocer la demanda, los precios de intervalo la mayoría fueron elegidos los costos más bajos siendo esto de gran ayuda para conocer cuánto está dispuesto a dar el cliente por un producto.

Tabla 5 Fijación de precio estimado de ventas

| Producto | Costo total del producto | Margen de ganancia | de Utilidad | Precio de Venta |
|---|--------------------------|--------------------|-------------|-----------------|
| Gallo pinto, con cuajada, crema tortilla y café | C\$ 40.09 | 62% | C\$ 24.91 | C\$ 65.00 |
| Frijoles fritos con huevos, tortilla y café | C\$ 40.09 | 62% | C\$ 24.91 | C\$ 65.00 |
| Gallo pinto, con huevos fritos y maduro | C\$ 40.09 | 62% | C\$ 24.91 | C\$ 65.00 |

Fuente: Elaboración Propia del equipo investigador

4.5 Estrategia Competitiva de mercado (4PS)

Las 4ps de marketing en referencia a Ranís Franquet (2017) las define “como la fórmula base y esencial para programar una buena estrategia de marketing”. Se puede decir que estos cuatro elementos son el núcleo de esta técnica, y estaría formada por los siguientes términos: Producto, Precio, plaza y promoción.

4.5.1 Estrategia de Producto

En la definición de la estrategia de producto Botey (2022) dice que esta estrategia “es un concepto muy amplio, puesto que abarca todo aquello que se coloca en un mercado para su adquisición y que, de alguna forma, puede llegar a satisfacer una necesidad o un deseo del consumidor”.

La comida típica nicaragüense en este caso Desayunos de mi Pueblo posee características propias que lo diferencian de otras e identifican como único e innovador en el municipio de Jinotepe entre las que tenemos:

- Nombre del producto

El nombre del establecimiento se escogió, mediante una lluvia de ideas en donde los integrantes del equipo, propusieron varias ideas de nombres que los identificara ante el mercado potencial y la competencia quedando como opción principal y establecida “Desayunos de mi Pueblo” este es un nombre corto y fácil de recordar.

Para Desayunos de mi Pueblo se estableció la estrategia de servicio, esta consiste en resaltar las ventajas competitivas que el negocio posee, entre las que se mencionan:

- Precios competitivos en el mercado e incluso, menor costo.
- Alta tendencia hacia la comida típica nicaragüense (desayunos)
- Ambiente campestre, único y agradable que te permitirá salir de la rutina.

Característica de la tendencia hacia la comida típica:

Teniendo en cuenta los distintos tipos de desayunos que ofrecen algunos establecimientos en el país, se ofrecerá un tipo de menú que cumpla con las necesidades objetivas de nuestros clientes, este menú se diseñó de acuerdo al estudio de mercado, que determino una específica variedad con respecto a los gustos de los clientes, se divulgará entonces una campaña de tal manera que ofrezca para los desayunos tradicionales una excelente opción por medio de redes sociales, brochure etc.

Características del ambiente Campestre:

El ambiente campestre propone volver a la naturaleza y dejar de un lado lo urbano y rutinario y poder disfrutar al aire libre, con instalaciones únicas y artesanales con materiales de madera y mimbres características de la identidad tradicional nicaragüense además de esto se contará con utensilios entre ellos platos y tasas hechos a base de madera y vasos de jícara.

Marca

Nuño (2017) afirma que:

La marca es un signo distintivo, cuya principal función es la de diferenciar y hacer únicos a los productos y/o servicios de una empresa frente al resto de competidores. La marca es, por así decir, lo que da identidad y significado a un producto o servicio concretos.

Cada vez que los productos se parecen más entre sí y es más difícil para los consumidores distinguir sus características. La marca es además del principal identificador del producto, un aval que lo garantiza situándolo en un plano superior, al construir una verdadera identidad y relación emocional de los consumidores.

Especificaciones de Calidad

El negocio se orienta a satisfacer los gustos, preferencias y necesidades de todos los clientes que gustan de la buena comida típica nicaragüense, además de esto que puedan de disfrutar de un ambiente natural al aire libre en compañía de su familia o amigos.

La oferta alimenticia que se presenta cumple con las normas de higienes y estándares de calidad, valorando los parámetros que los clientes potenciales buscan:

- Calidad en el producto.
- Ambiente agradable y atractivo
- Presentación del producto.
- Instalaciones llamativas y de calidad.
- Atención altamente calificada

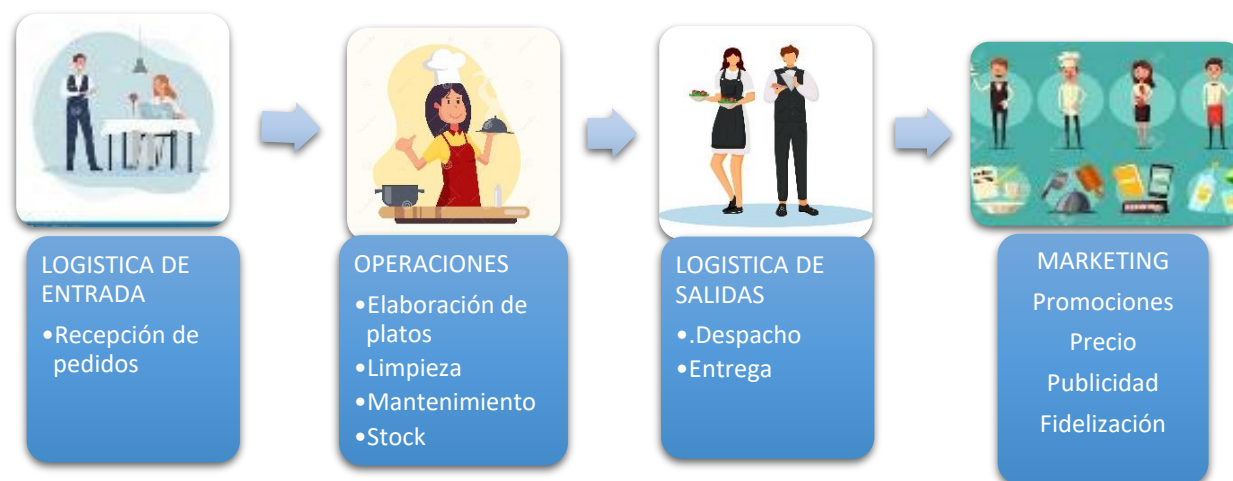
Orientaciones del negocio

Inicialmente se desea penetrar en el negocio con la idea de generar dos innovaciones en términos de nueva oferta; la primera es vender un servicio especializado hecho para el cliente, para sus gustos, sus necesidades y generarle una experiencia única que no haya tenido por los productos de la competencia. La otra es brindar otro tipo de ambiente que les permita salir de lo rutinario y los

lleve a un ambiente acogedor donde se pueda disfrutar de la naturaleza y se sientan identificados con la identidad nacional y cultural.

Se busca dejar en el cliente, no solo la satisfacción de haber comido exquisitamente, si no influenciar su mente positivamente; puesto que el ser humano se rige por este sentido, si se consigue que el cliente se retire a gusto del establecimiento se consigue también que el cliente quiera regresar y se convertirá en un cliente potencial.

Ilustración 28 Cadena de Valor



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador.

4.5.2 Estrategia de Precio

Una estrategia de precio conforme a Lamb, Hair y McDaniel (2007), menciona que “es un marco de fijación de precios básico a largo plazo que establece el precio inicial para un producto y la dirección propuesta para los movimientos de precios a lo largo del ciclo de vida del producto”. La estrategia a implementar para nuestro negocio Desayunos de mi Pueblo es el precio de penetración.

Esta estrategia de precios es conocida por efectos contextuales tales como frecuencia de cambios previos del precio, orden en que la información de precios se presenta a los compradores, la publicidad sobre precios, intensidad de los precios de promoción, etc.

Conforme a Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz (2010) , consiste:

En fijar un precio inicial bajo para conseguir una penetración de mercado rápida y eficaz, es decir, para atraer rápidamente a un gran número de consumidores y conseguir una gran cuota de mercado. El elevado volumen de ventas reduce los costes de producción, lo que permite a la empresa bajar aún más sus precios

A la hora de crear las promociones más efectivas, es necesario pensarlas muy bien. Para que rindan los resultados esperados, es preciso cuantificarlas y buscar los caminos para medir los resultados. Las promociones representan una inversión para lograr un objetivo; y como toda inversión, debe ser rentable. Si no aportan nada al restaurante, no sirven y deben descartarse. A la hora de crear las promociones más efectivas, es necesario pensarlas muy bien. Para que rindan los resultados esperados, es preciso cuantificarlas y buscar los caminos para medir los resultados. Las promociones representan una inversión para lograr un objetivo; y como toda inversión, debe ser rentable. Si no aportan nada a nuestra empresa de desayunos de mi pueblo, deben descartarse o cambiarse.

Estrategia de promoción que influencia al precio

Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz (2010) Menciona: el precio es "la segunda herramienta del marketing-mix, incluye las distintas actividades que desarrollan las empresas para comunicar los méritos de sus productos y persuadir a su público objetivo para que compren". Con respecto a lo anterior, se tomó en cuenta aplicar las siguientes estrategias. En otros aspectos nuestros precios también se clasificarán por las estrategias de promoción por lanzamiento, estrategias de promoción por temporada y la estrategia de promoción por regalía.

Estrategia de promoción por lanzamiento

Referente ah Desnudando el marketing (2017):

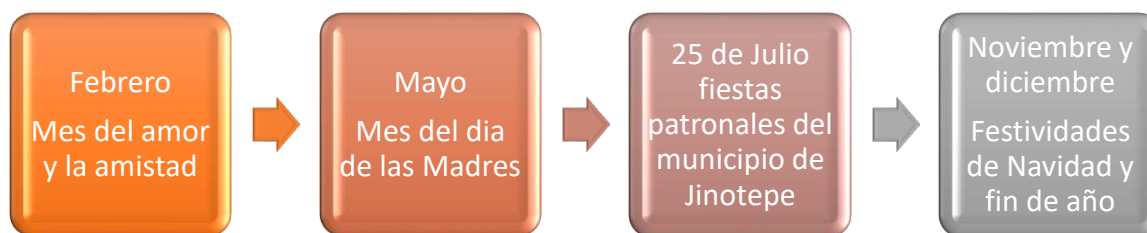
La promoción de precio por lanzamiento es cuando se anuncia un precio especial por el lanzamiento de un producto. Esto no quiere decir que el precio es más bajo que lo que será normalmente, simplemente anuncia que será un precio especial.

En nuestro negocio se estará realizando el día de la inauguración de nuestros servicios ya que será en un ambiente campestre y relajado para nuestros futuros consumidores, es por eso que esta estrategia sería una de las que nos puede ayudar a meternos más al mercado, ya que daremos a conocer la calidad y sabor de nuestros platillos y que mejor manera de hacerlo que consistiendo a nuestros consumidores desde el momento uno de entrar al mercado.

Estrategia de promoción por temporadas

La estrategia a implementar serán las promociones por temporadas, donde existe mayor demanda para el restaurante las cuales serán en las fiestas patronales del municipio de Jinotepe que tienen como día principal el 25 de Julio también se consideran meses altos febrero, abril, mayo, septiembre, noviembre y las fiestas navideñas que serán el mes de diciembre. En los meses de febrero y mayo se aplicará la promoción 2X1 en uno de nuestros platillos, en la cual nos ayudarán a incrementar las ventas, y poder influenciar en las mentes de nuestros clientes, con ayuda de tal promoción queremos dar un incentivo clave tanto para el negocio, como para los clientes y poder fidelizar aún más a los consumidores. También cuando algunos de nuestros productos hechos a base de maíz este en la temporada se harán descuentos a un bajo precio, aprovechando así el costo bajo de la materia prima

Ilustración 29 Estrategias de precio por temporadas



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador.

Estrategias de promoción por regalías

Según esta estrategia de promoción incluye siete acciones para la promoción de un producto, que se caracterizan por hacer un regalo al consumidor, son Regalo de producto gratuito, de producto diferente pero relacionado, auto pagable, como valor añadido, Regalo de producto gratuito, partnership, regalo de premio diferido y por último juegos y concursos.

Regalo de producto gratuito

A este tipo de promoción también se la conoce por el nombre de “promoción jirafa”, en la que el mismo producto trae un % de producto gratis.

Esto se puede aplicar al brindarle a nuestros consumidores un poco más de % en los desayunos por ejemplo sin el plato lleva un huevo frito, sería darle de regalía otro, o darle un % más de leche agria a la hora de que vaya acompañado del desayuno

Las ventajas de este tipo de promoción son que crean volumen, no tocan el precio (por lo que se descarta una guerra de precios o pérdida de margen), es fácil de entender, puede aumentar el consumo y también la fidelidad.

Partnership

Esta promoción es muy similar al multi pack 2×1 que se mira comúnmente en promociones de precio, con la diferencia que acá se pagan los 2 productos, y se suele hacer con productos complementarios. Pueden ser, por ejemplo, tortillas con crema, o gallopinto con huevo frito y su

respectivo vaso de café. En ambos casos, paga un precio determinado por 2 productos (en teoría, uno de los dos es un regalo, por eso la incluyo en esta clasificación de Promociones de regalos).

Muestras gratis

Las muestras gratis son geniales ya que las muestras gratis son una demostración de eso. **Dar para recibir**, y no sólo eso, sino que también inspiran más humanidad o predisposición de la marca o servicio. Es muy común ver en los supermercados stands de jugos con promotoras que nos ofrecen una muestra gratis del último lanzamiento en un vaso de plástico para que tomemos mientras hacemos las compras.

En nuestro negocio podemos dar como entrada un riquísimo vaso con café recién bajado del fuego y así disgustar a nuestros consumidores

4.5.3 Estrategia de Promoción y Publicidad

El proyecto a desarrollar como es directo su canal de distribución está en un primer nivel. “Con distribución estamos haciendo referencia al conjunto de actividades que se realizan desde que un producto es elaborado, hasta que es comprado por el cliente final “. (Coll, 2021).

Estrategia de Promoción de Push y Pull

Desayunos de Mi Pueblo desde su perspectiva planea una estrategia de promoción de Push y Pull, es decir variada por lo que en los primeros años funcionando se utilizara la estrategia de empuje con el fin de que se dé a conocer para crecer como tal, y así “empujar la venta”, ya que las acciones en marcha tienen el propósito de lograr que nuestros consumidores adquieran el producto.

En cuanto a la estrategia de Pull se utilizará al cumplir un buen tiempo de margen de inicio para que, al tercer año de operaciones del proyecto, porque en sus principios tendrá mayor afluencia de clientela, por lo que ya no se tendrá que dar “presión” al consumidor para que el producto sea adquirido.

El método que utilizaremos para la publicidad que llevara a cabo las estrategias es de publicidad persuasiva, con el objetivo de que el comedor “captive” a los clientes para hacerlos parte de la marca del comedor que ofrecerá.

Estrategia de Promoción de Medios Masivos

Los medios principales que el comedor impulsara para dar a conocerse al público y a sus futuros clientes potenciales, serán los medios visuales, estos porque la mayoría de la publicidad será en digital.

El medio masivo (internet) nos permitirá crear páginas como: Facebook e Instagram. En el que se encontrara toda la información necesaria y básica del negocio, esto para poder revisar el menú ofrecido y tener contacto de una forma más rápida y efectiva, es por ello que también se contara con un número de empresa WhatsApp, brindando una comunicación exclusiva con los clientes, aclarando dudas presentadas por ellos como en nuestros productos y precios.

Estrategia de Promoción de Medios Complementarios

Entendamos como medios complementarios aquellos que se encuentran al aire libre o al exterior. En nuestro caso Desayunos de Mi Pueblo, utilizara brochures, en la cual nuestro cliente lo pueda llevar y hacer consultas para la búsqueda de algún dato que quiera saber tanto como las redes sociales o el número telefónico, incluso el menú que se ofrece como comedor, estando presente en la mente de nuestros consumidores. Esta estrategia será distribuida en las afueras del local y en algunas de las calles y puntos principales del municipio de Jinotepe.

Vista de las Redes Sociales

Mensaje Publicitario

Conforme a (Peiro, 2020) “El mensaje publicitario tiene como principal cometido captar la atención del público al que va dirigido. El objetivo es que la audiencia conozca esos servicios, o

productos, y acabe por consumirlos generando las esperadas ventas que pretende conseguir la empresa”. Trata en conseguir que los destinatarios capten la información a transmitir del producto.

Estrategia de Mensaje Publicitario

Continuando con lo ya mencionado, el fin del mensaje es que la información sea transmitida sobre el producto en sí, las estrategias serian realizar publicaciones en las redes sociales con las que se contaran, se harán publicaciones mostrando los tipos de platillos ofrecidos, con un ángulo que genere el deseo de consumirlo, con la distinción de nuestra marca (logotipo) en cada publicación y harán de una a dos publicaciones al día de los productos, dando una visualización atractiva que dé el antojo de comerlo.

Tabla 6 Plan de Acción de Marketing y Publicidad

| Acciones | Actividades | Duración |
|------------------------------|--|-----------------|
| Publicidad en redes sociales | Crear páginas en: facebook, whatsapp, Instagram | Indefinida |
| Publicidad Escrita | Diseñar y distribuir brochures en los distintos puntos de distribución del municipio de Jinotepe | Una vez al año |

Fuente: Elaboración propia del equipo investigador.

4.5.4 Estrategia de Acción de Distribución

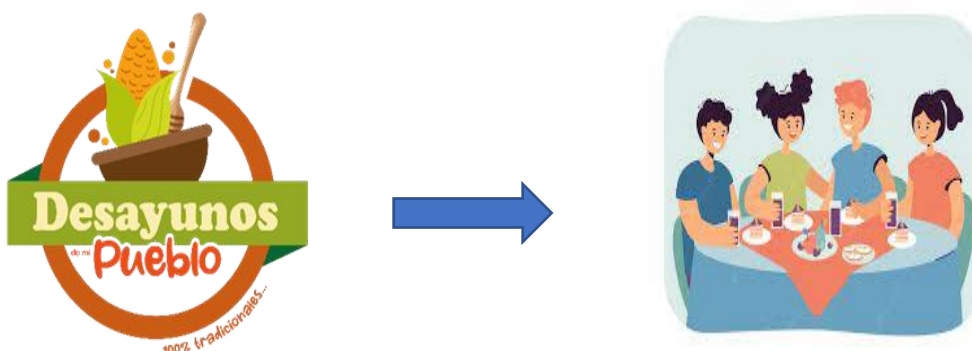
La estrategia de distribución es definida por Ekon (2020) en la que “hacen referencia a la forma en que se lleva a cabo la distribución de un determinado producto. Dicho de otro modo, es la manera en la que uno o varios productos llegan desde el fabricante hasta el consumidor final”.

Desayunos de mi pueblo se adapta al canal de distribución directa, este es el que se encarga de que el fabricante venda su producto directamente al consumidor final, sin necesidad de algún tipo de intermediario.

Para nuestro proyecto de emprendimiento Desayunos de mi Pueblo elegimos como estrategia de acción de Distribución la de Desarrollo de Producto. El desarrollo de producto INFINITE (2021) concuerda que es "un término que engloba todas las acciones y métodos que se utilizan cuando se introducen en el mercado nuevos productos o se modifican los existentes, con el objetivo de mejorar las actuales y tener obtener mayor rentabilidad y mejorar los beneficios"

El desarrollo de productos trata de un conjunto de estrategias, planes y acciones que se aplican en diferentes etapas del ciclo de vida del desarrollo de un producto para introducirlo en el mercado, mantener su crecimiento y asegurar su competitividad es por eso que nuestro Desayunos de mi Pueblo lo utilizara como una estrategia de desarrollo de los productos que vamos a ofrecer a nuestros clientes, ya que esta estrategia requiere enfoques fundamentalmente mejorados para organizar el proceso de desarrollo, reducir los residuos y proporcionar productos que satisfagan las necesidades de los clientes y así responder las demandas del mercado.

Ilustración 30 Modelo de Distribución



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador.

Estrategia a implementar en el comedor

En cuanto al local se implantarán las medidas sanitarias necesarias que orienta según la Organización Mundial de la Salud, (O.M.S) con sus iniciales en español.

- **Lavarse las manos frecuentemente:** se instalará un lavamanos en la entrada principal del comedor para que así los clientes puedan elaborar la acción antes de entrar al local.

- **Mantener el distanciamiento social:** la idea de local es crear un restaurante patio rustico, es decir, será en ambiente abierto, no será en un espacio cerrado, dicho eso, se aceptará unas limitantes de clientes en local, como por ejemplos: se dispersarán alrededor de 10 mesas, que estarán a la disposición de los clientes, las cuales cumplirán con las normas de distancia que nos recomienda según la **O.M.S**

Protocolo a cumplir:

- **Protocolo para la higiene de manos y la higiene respiratoria.**

Exigir a los empleados que se laven las manos con frecuencia (p. ej., antes, durante y después de preparar la comida; después de tocar la basura) con agua y jabón por al menos 20 segundos y aumente el monitoreo para garantizar que se cumplan los protocolos.

Alentar a los empleados a cubrirse la nariz y la boca con un pañuelo desechable al toser y estornudar. Los pañuelos desechables usados se deben botar en la basura, y deben lavarse las manos de inmediato con agua y jabón por al menos 20 segundos.

- **Uso de mascarillas.**

Exigir el uso de mascarillas entre el personal, si es posible. Ya que las mascarillas son aún más esenciales en esos momentos cuando es difícil mantener el distanciamiento social. Se debe proporcionar información a los empleados sobre el uso adecuado, la remoción y el lavado de las mascarillas.

- **Suministros adecuados.**

Garantizar la disponibilidad de suministros para promover buenos hábitos de higiene. Los suministros incluyen jabón, desinfectante de manos que contenga al menos un 60 % de alcohol (en cada mesa) y cestos de basura que no requieran contacto con las manos.

- **Carteles y mensajes**

Colocar carteles en lugares visibles (entradas, baños) que promuevan las medidas de prevención cotidianas y describan como detener la propagación de gérmenes, como por ejemplo: al lavarse las manos correctamente y usar de manera adecuada la mascarilla.

Estrategias del Personal

- **Motivación Laboral**

La motivación se define como el conjunto de factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo. Dentro del ámbito laboral, conviene identificar y tener presente algunos consejos para lograr la motivación, que es tan importante para las personas como para la buena marcha del negocio.

Si un empleado está satisfecho con su trabajo rendirá más, e incluso puede ayudar a mejorar los procesos de producción del negocio. Es por esto que desayunos de mi pueblo implementara las siguientes estrategias para motivar al personal:

- **Crear un buen ambiente:**

Trabajar en un comedor donde impera el buen ambiente es básico. Cuanto mejor se sientan los empleados mejor será su rendimiento, puesto que estarán tranquilos y felices. En desayunos de mi pueblo el personal trabajara en un local con óptimas condiciones, todos serán tratados de la misma manera sin importar puesto o cargo que desempeñen, se implementaran los valores como el respeto, cooperación y amabilidad y sobre todo se fomentara el compañerismo.

- **Adecuación el personal a su puesto de trabajo:**

Un trabajador que no está donde debería o ejerciendo unas tareas para las que no está preparada, supone una desmotivación peligrosa tanto como para el como para su entorno. En cambio, si la persona cuenta con los conocimientos habilidades y experiencias suficientes para desarrollar con garantías el puesto de trabajo, además estará motivada e interesado en el mismo.

En el comedor desayunos de mi pueblo se contará con el personal adecuado, un cocinero al que le encante el cocinar y además lo haga con amor y dedicación, un ayudante de cocina que esté dispuesto a ayudar, un mesero y cajero a los que les guste interactuar con las personas, que muestren una sonrisa y que traten de la manera amable y delicada al cliente.

Reconocimiento: Fundamentalmente el reconocimiento consiste en evaluar los resultados de la conducta laboral y proporcionar la información obtenida al trabajador; algo que se supone un importante factor motivador; además de esto se le otorgaran premios al mejor trabajador del mes en forma de reconocimiento.

Otras de las estrategias de motivación a implementar con el personal de desayunos de mi pueblo serán:

- Mantener una comunicación fluida entre empleados y jefes.
- Mostrar interés por el trabajo de los empleados
- Establecer metas realistas.
- Promover el trabajo grupal.
- Facilitar los recursos necesarios.

4.6 Proyección de ventas

Para el cálculo de la proyección de ventas se tomó en cuenta el segmento que está conformado por la población económicamente activa del casco urbano del municipio de Jinotepe (18,065 personas) y se calculó el nivel de aceptación que es del 94% dando como resultado un total de 16,981 personas, aceptando el producto.

También se tomó en cuenta la valoración de la demanda realizada de nuestra potencial que sería de 6,792 personas, para la determinación de las unidades físicas, de la demanda actual, considerando a las personas que desayunan fuera de sus hogares tomando en cuenta un consumo de dos veces por semana cuyo promedio es de 52% (con respecto a la encuesta realizada) nuestra demanda actual sería de 13,584 desayunos semanalmente, pero respecto a la capacidad real de producción de desayunos de mi pueblo solo se pueden producir 1,525 desayunos al mes; es por eso

que se ha llegado a la conclusión de proyectar una venta de 45 desayunos por día con un total de 15,120 platillos al año. Contando con una producción con un crecimiento del 20% anualmente que se presentara en la proyección de ventas con un plazo de 5 años.

Proyección de ventas de Desayunos de mi Pueblo con un plazo de 5 años

Tabla 7 Proyección de ventas de Desayunos de mi Pueblo

| 1 año | 2 año | 3 año | 4 año | 5 año |
|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 15,120.00 | 18,144.00 | 21,168.00 | 24,192.00 | 27,216.00 |

Fuente: Elaboración propia del equipo investigador.

5. Plan de producción




5.2 El proceso de producción

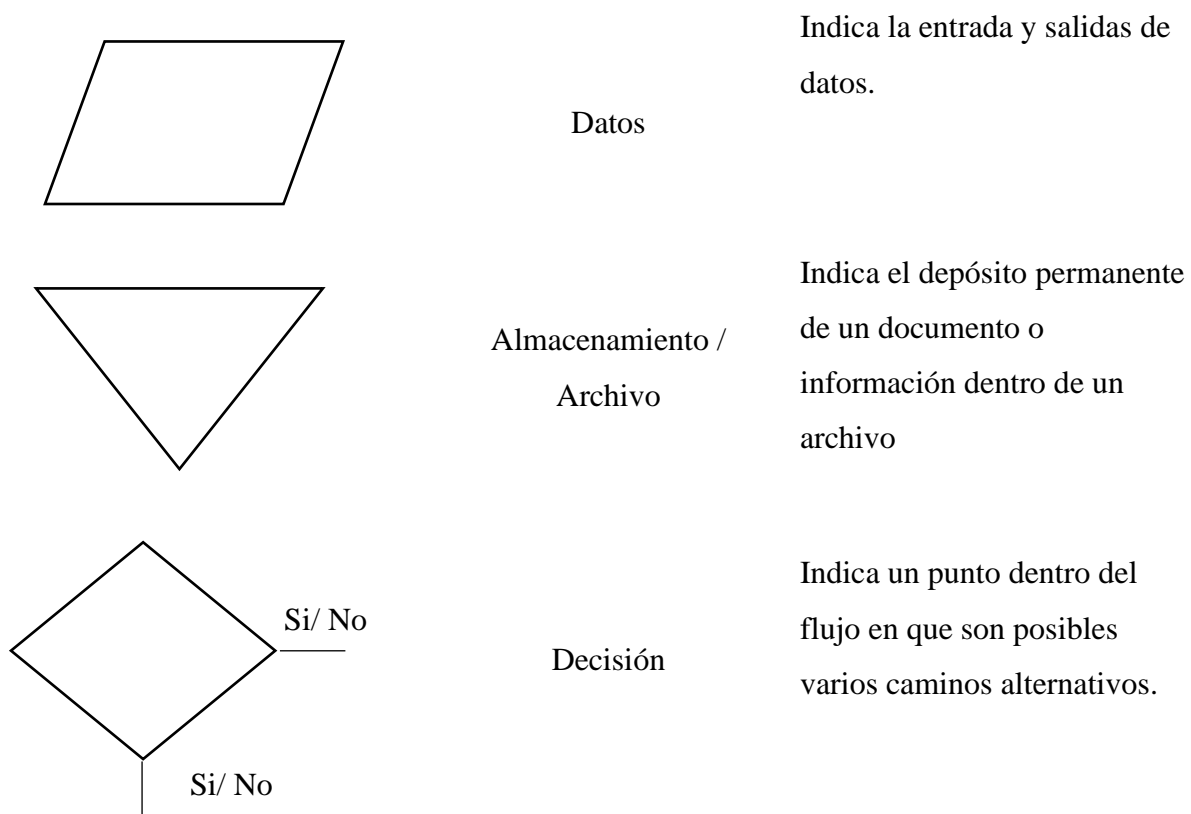
Según López (2022) define el proceso de producción como:

El conjunto de operaciones que una empresa debe realizar con el fin de ofrecer un bien, un servicio o un producto. Abarca la totalidad de los procedimientos que permiten transformar un recurso, una idea o una materia prima en el resultado final que una empresa ofrece al mercado.

Es decir, este punto tiene como objetivo hacer constar todos los aspectos técnicos y organizativos que conciernen propio para la elaboración de los productos o a la prestación de servicios recogidos en el Plan de Empresa.

Tabla 8 Normas ANSI

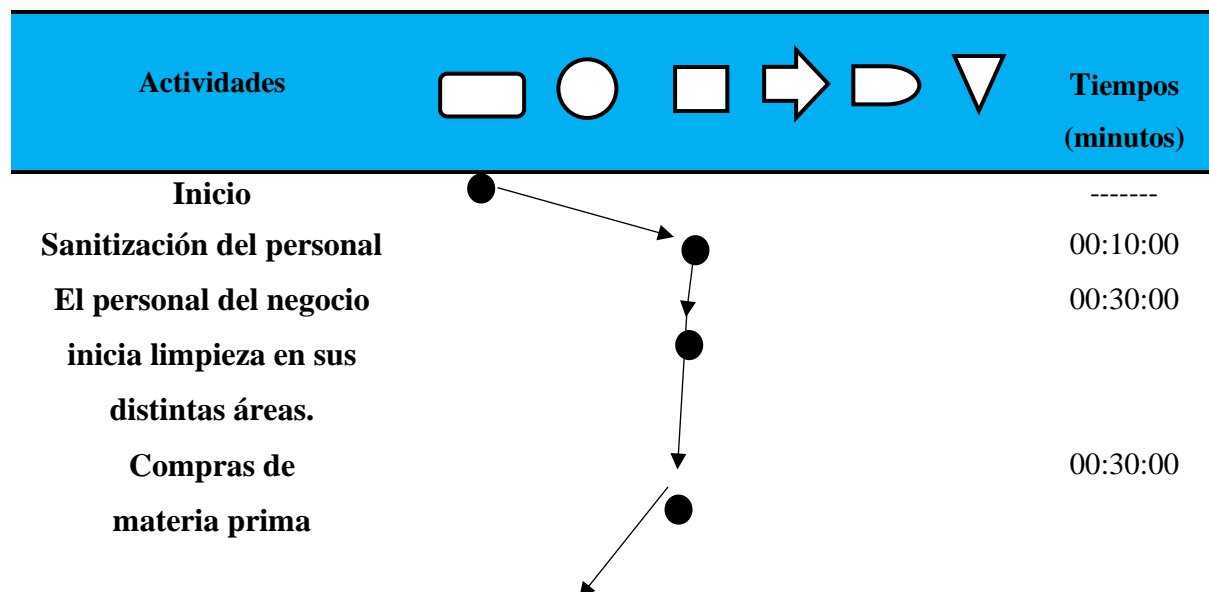
| Símbolo | Significado | ¿Para qué se utiliza? |
|---|-----------------------|--|
|  | Inicio / Fin | Indica el inicio y el final del diagrama de flujo |
|  | Operación / Actividad | Símbolo de proceso, representa la realización de una operación o actividad relativas a un procedimiento. |
|  | Documento | Representa cualquier tipo de documento que entra, se utilice, se genere, o salga del procedimiento. |

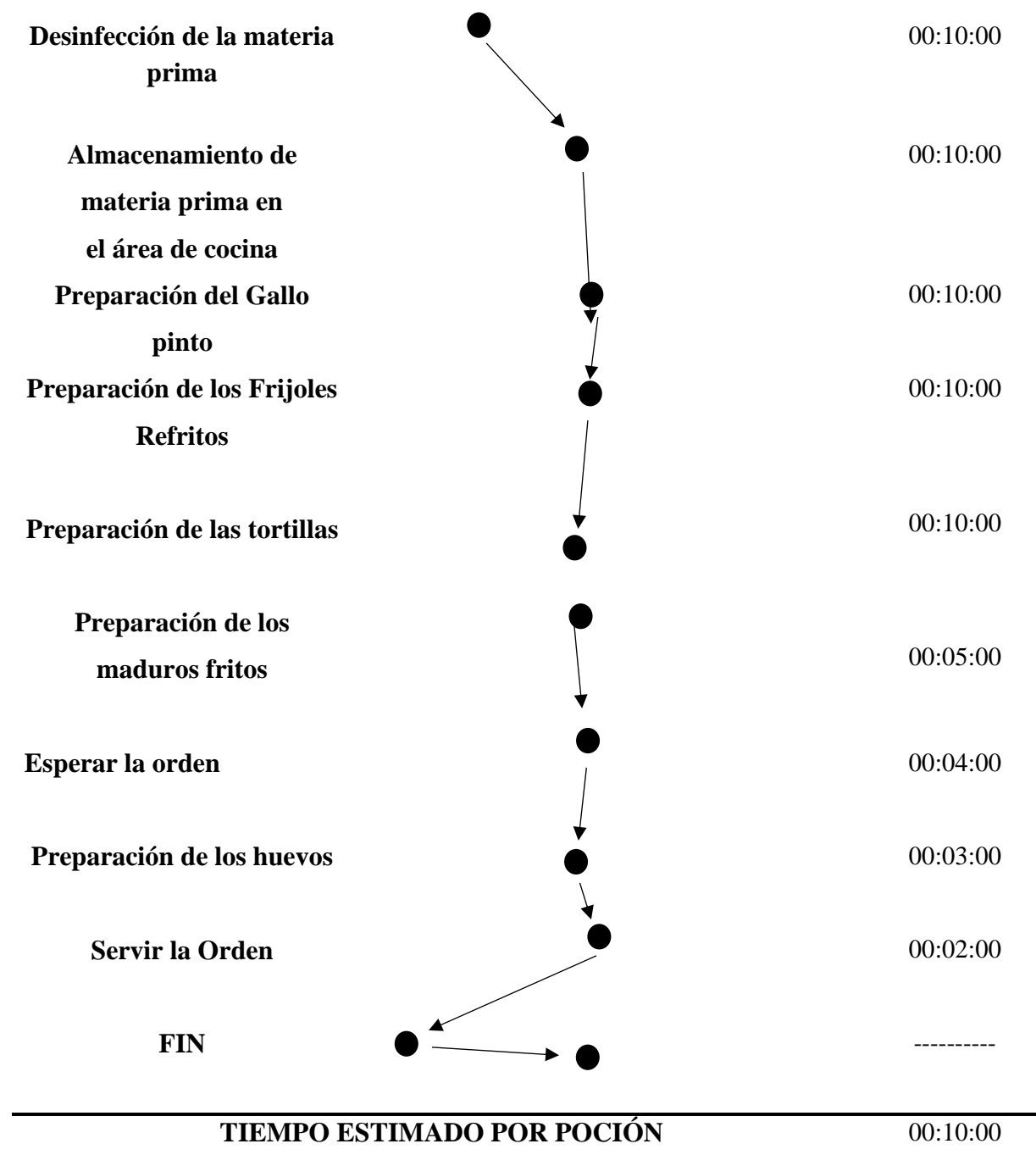


Fuente: Elaboración propia del equipo investigador.

El Proceso de producción

Tabla 9 Proceso de Producción de Desayunos de mi Pueblo





Fuente: Elaboración propia del equipo investigador.

5.2.1 Descripción del proceso

- Sanitización del personal: en el momento que el personal ingrese al local deberá lavarse las manos con abundante agua y jabón, siguiendo el protocolo de seguridad de hacer uso de la mascarilla.
- El personal del negocio inicia limpieza en sus distintas áreas; el personal de cocina se encarga de limpiar sus equipos y utensilios de cocinas y el personal de atención al cliente (meseros) se encarga de limpiar el piso y baño y proceder a la desinfectación de las mesas y sillas del local.
- Desinfectación de la materia prima: En este punto se proceden a desinfectar las compras de la materia prima que se utilizarán para la elaboración de los platillos que se producirán al día. Las compras se realizarán un día antes a los distintos proveedores del negocio.
- Almacenamiento de materia prima: teniendo desinfectado los insumos se procederá a almacenarlos en sus lugares y tenerlos listos para la preparación de los distintos platillos.
- Preparación del Gallo pinto El arroz y los frijoles se dejarán preparados el día anterior, para ser procesados la mañana siguiente y brindarle al cliente un producto recién hecho.
- Preparación de los Frijoles Refritos: Se dejan preparados los frijoles el día anterior y a la mañana siguiente se procede a freírlos.
- Preparación de las tortillas: Se dejará nesquizado y lavado el maíz, a la mañana siguiente se procederá a molerlo para tener lista la masa y proceder a la elaboración de las tortillas al fogón.
- Preparación de los maduros fritos: Se procede a freír los plátanos maduros que se utilizaran en el transcurso de los pedidos.
- Esperar la orden: Aquí el equipo de cocina estará listo para preparar la orden que tendrá una duración de 2 minutos por cada orden a preparar.
- Preparación de los huevos: los huevos fritos se elaborarán al gusto del cliente sean: revueltos, enteros o término medio esto en el momento que el cliente ordene, tendrá una duración de 3 minutos de cocción.
- Servir la Orden: Se procede a servir la orden del cliente que tendrá una duración de 2 minutos para ser llevado a la mesa.

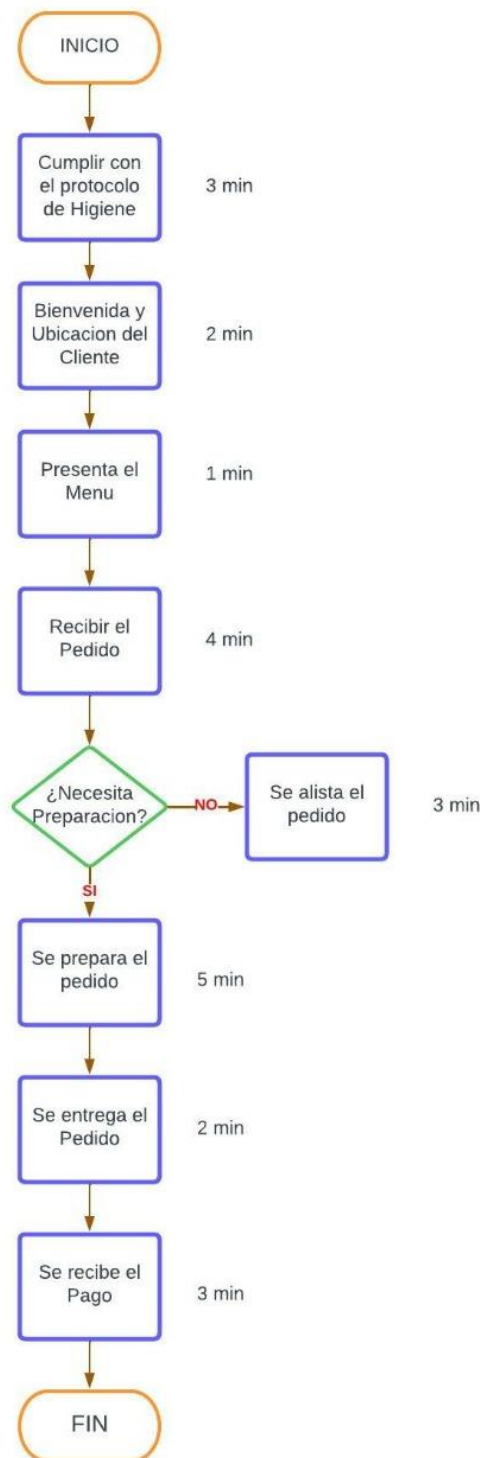
5.2.2 Diagrama de flujos

Ilustración 32 Diagrama de Flujo de Proceso de Atención al Cliente



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador.

Ilustración 31 Diagrama de flujo de procesos de preparación de pedido



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador

En el flujo grama de Atención al Cliente se describe cada uno de los procesos que se realizan desde que el cliente entra al establecimiento hasta que se le lleva a la mesa el pedido solicitado, sea para consumirlo en el local o ya sea para llevar, entre los procesos del flujo grama se describen los siguientes:

- Cumplir con el protocolo de Higiene.
- Decisión de la compra del cliente.
- Orden del Producto.
- Emisión del pedido en cocina.
- Entrega del pedido al cliente.
- Pago del pedido.

Si el flujo de nuestros clientes al negocio llega a ser bajo, el tiempo estimado varía entre los 9-15 minutos para que el cliente decida su pedido conforme al menú, una vez realizado el pedido decide si lo quiere para llevar o para consumir en el establecimiento, espera su pedido, efectúa su pago y para finalizar el proceso recibe satisfactoriamente el servicio solicitado. En el caso que el flujo de los clientes sea alto y se forme una fila de espera de al menos unos 6 clientes, el proceso se llevara a cabo en un lapso variado 12-20 minutos.

Para "Desayunos de Mi Pueblo" el tiempo estimado o pretendido a realizar conforme al flujo grama de proceso está dentro de los 20 minutos para su cumplimiento. Describiendo el proceso de preparación del pedido en el siguiente flujo grama de proceso.

Diagrama de flujo de procesos de preparación de pedido

En este flujo grama se hace la descripción del proceso para la preparación del pedido de nuestro cliente, si uno de estos procesos ya está previamente hecho se procede a servir y si no se realizan los siguientes:

- Análisis del pedido
- Selección de ingredientes
- Si necesita preparación se cocina o se fríe
- Si es para llevar se empaqueta, y si no se sirve para ingerir en el establecimiento.
- Se entrega el pedido.

Estos procesos están calculados a cumplirse en conjunto al flujo grama de proceso de atención al cliente en el que estima un tiempo de 20 minutos.

5.3 Proveedores y condiciones de compra de los equipos

El correcto funcionamiento de un restaurante depende en gran medida de la eficiencia a la hora de elegir los proveedores. Proveedores que sean puntuales, confiables, organizados y que cumplan con las normas de salubridad vigente, pues, no solo está en juego la calidad del servicio, si no la buena reputación y la supervivencia del comedor.

Por tales motivos se han elegido como proveedores de maquinaria del comedor a empresas que mantengan un equilibrio entre el buen servicio y los costos. En las siguientes fichas se detallan el total de maquinarias a utilizar en el restaurante, su precio, características y sus respectivos proveedores.

Tabla 10 Maquinaria de Desayunos de mi pueblo

| No. | Descripción del activo | Cantidad | Costo adquisición | de Total |
|--------------|--------------------------------|----------|----------------------|----------------------|
| 1 | Cocina industrial refaccionada | 1 | 2,800.00 | 2,800.00 |
| 2 | Mesa de acero inoxidable | 1 | 3,000.00 | 3,000.00 |
| 3 | Refrigeradora | 1 | 7,500.00 | 7,500.00 |
| 4 | Cafetera | 1 | 800.00 | 800.00 |
| 5 | Licuada | 1 | 1,100.00 | 1,100.00 |
| TOTAL | | | C\$ 18,200.00 | C\$ 18,200.00 |


Fuente: Elaboración propia del equipo investigador.

Tabla 11 Ficha de Cocina Industrial

| MAQUINARIA | DESCRIPCION | CANTIDAD | PROVEEDOR (Dirección) | COSTO UNITARIO | TOTAL |
|---|---|----------|---|-------------------|--------------|
|  | Características de la cocina industrial refaccionada: <ul style="list-style-type: none"> • Plancha industrial de 3 llaves • Forrada de acero inoxidable • Sistema de gas Modelo: GREENHECK | 1 | Nombre del proveedor: Cortez Comercial No. Telefónico: 25564738 Dirección de la empresa: Residencial el dorado de la farmacia Salazar ½ C Arriba. Managua- Nicaragua. | C\$ 2,800.00 | C\$ 2,800.00 |


Fuente: Elaboración propia del equipo investigador

Tabla 12 Ficha de Mesa de acero inoxidable

| MAQUINARIA | DESCRIPCION | CANTIDAD | PROVEEDOR (Dirección) | COSTO UNITARIO | TOTAL |
|---|--|----------|--|-------------------|--------------|
|  | <p>Características de la mesa de acero inoxidable:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tamaño 2 mt X 80 cm • Acero inoxidable • Repisa inferior de lámina galvanizada calibre 24 con patas de tubo redondo de 1 ½ galvanizada. <p>Modelo: Elaboradas en la comercial donde se compró, ya que son 100% acero inoxidable</p> | 1 | <p>Nombre del proveedor: Cortez Comercial</p> <p>No. Telefónico: 25564738</p> <p>Dirección de la empresa: Residencial el dorado de la farmacia Salazar ½ C Arriba. Managua- Nicaragua.</p> | C\$ 3,000.00 | C\$ 3,000.00 |


Fuente: Elaboración propia del equipo investigador.

Tabla 13 Ficha de refrigeradora

| MAQUINARIA | DESCRIPCION | CANTIDAD | PROVEEDOR (Dirección) | COSTO UNITARIO | TOTAL |
|---|--|----------|--|-------------------|--------------|
|  | Características de la refrigeradora: <ul style="list-style-type: none"> • 12 pies • Con dispensador • Ahorrativa en energía • Color gris Modelo: Samsung invertir | 1 | Distribuidora RODRIGUEZ Residencial el dorado de la farmacia Salazar ½ C Arriba. Managua- Nicaragua Telf. 76576754 | C\$ 7,500.00 | C\$ 7,500.00 |


Fuente: Elaboración propia del equipo investigador

Tabla 14 Ficha de cafetera

| MAQUINARIA | DESCRIPCION | CANTIDAD | PROVEEDOR (Dirección) | COSTO UNITARIO | TOTAL |
|--|--|--|----------------------------|-------------------|------------|
|  | Características de la cafetera: <ul style="list-style-type: none"> • Modelo digital • Para 12 tazas • Con su función de pausa y servir • Color negro • Con jarra de vidrio Duralife | 1 | Distribuidora RODRIGUEZ | | |
| | Marca: OSTER Modelo: DCM1100W | Residencial el dorado de la farmacia Salazar ½ C Arriba. Managua- Nicaragua Telf. 76576754 | | | C\$ 800.00 |

Fuente: Elaboración propia del equipo investigador

Tabla 15 Ficha de licuadora

| MAQUINARIA | DESCRIPCION | CANTIDAD | PROVEEDOR (Dirección) | COSTO UNITARIO | TOTAL |
|--|---|----------|--|-------------------|--------------|
|  | Características de la licuadora: | 1 | Distribuidora | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Durapro colors 10 • 10 velocidades • 4 cuchillas de acero inoxidable • Jarra ergonómica de 1.5 Lt de plástico y tapa de doble abertura | | RODRIGUEZ | | |
| | Marca: SANKEY | | Residencial el dorado de la farmacia Salazar | | |
| | Modelo: Black+Decker | | Managua- Nicaragua | C\$ 1,100.00 | C\$ 1,100.00 |
| | | | Telf. 76576754 | | |

Fuente: Elaboración propia del equipo investigador

Herramientas e insumos

Tabla 16 Tabla de herramientas e insumo

| Utensilios de cocina | | | | |
|-----------------------------|------------|-----------------|-----------------------|---------------------|
| Descripción | U/M | Cantidad | Valor unitario | C\$ |
| Ollas de acero inoxidable | Unidad | 2 | C\$ 400.00 | C\$ 800.00 |
| Sartén | Unidad | 3 | 320.00 | 960.00 |
| Cacerola | Unidad | 2 | 400.00 | 800.00 |
| Comal de barro | Unidad | 4 | 100.00 | 400.00 |
| Ollas de aluminio | Unidad | 4 | 650.00 | 2,600.00 |
| Tabla para cortar | Unidad | 2 | 60.00 | 120.00 |
| Servilleteros de madera | Unidad | 10 | 50.00 | 500.00 |
| Delantales de cintura | Unidad | 3 | 30.00 | 90.00 |
| Bandejas para servir | Unidad | 2 | 70.00 | 140.00 |
| Balanza tradicional | Unidad | 1 | 70.00 | 70.00 |
| Panas plásticas | Unidad | 3 | 50.00 | 150.00 |
| Cuchillos | Unidad | 4 | 50.00 | 200.00 |
| Cucharon (soperos) | Unidad | 2 | 60.00 | 120.00 |
| Chucharas de aluminio | Unidad | 4 | 40.00 | 160.00 |
| TOTAL | | | C\$ 2,350.00 | C\$ 7,110.00 |

Fuente: elaboración propia del equipo investigador

Tabla 17 Costos finales de Maquinaria y Herramientas

| Costo Final de Maquinaria y Herramientas | |
|---|----------------------|
| Maquinarias | C\$ 18,200.00 |
| Herramientas y Utensilios | 6,510.00 |
| TOTAL | C\$ 24,750.00 |

Fuente: elaboración propia del equipo investigador

5.4 Capital fijo y vida útil

Nobrega, (2016) describe al capital fijo de la siguiente manera: “es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de sus actividades y no se destinan a la venta”.

El capital fijo son aquellos bienes y derechos que posee la empresa para ser utilizados en el proceso productivo del negocio, los cuales tienen un tiempo destinado como vida útil.

Para fines de la vida útil del capital fijo de Desayunos de Mi Pueblo, se utilizará el método de depreciación establecido por la Ley de Concertación Tributaria 822; la cual menciona en su artículo 45 lo siguiente: “En la adquisición de activos, se seguirá el método de línea recta aplicado en el número de años de vida útil de dichos activos”. El número de años de vida útil se aplicará de acuerdo a lo estipulado en el Reglamento de la Ley de Concertación Tributaria (2013); la cual cita en su artículo 34 titulado Sistema de amortización y depreciación, lo siguiente:

Para efectos de la aplicación del art. 45 de la LCT, se establece:

En relación con el numeral 1, la vida útil estimada de los bienes será la siguiente:

Tabla 18 Vida útil de los bienes según la Ley 822

| De edificios: | De equipo de transporte: | De maquinaria y equipos: |
|----------------------|---|--|
| Industriales 10 años | Colectivo o de carga, 5 años | Industriales en general Fija en un bien inmóvil 10 años |
| Comerciales 20 años | Vehículos de empresas de alquiler, 3 años | No adherido permanentemente a la planta, 7 años |

| | | |
|--|--|---|
| Residencia del propietario cuando esté ubicado en finca destinada a explotación agropecuaria 10 años | Vehículos de uso particular usados en rentas de actividades económicas, 5 años | Otras maquinarias y equipos, 5 años |
| Instalaciones fijas en explotaciones agropecuarias 10 años | y Otros equipos de transporte, 8 años | Equipo empresas agroindustriales 5 años |
| Para los edificios de alquiler 30 años | | Agrícolas, 5 años Otros, bienes muebles: Mobiliarios y equipo de oficina 5 años Equipos de comunicación 5 años Ascensores, elevadores y unidades centrales de aire acondicionado 10 años Equipos de Computación (CPU, Monitor, teclado, impresora, laptop, tableta, escáner, fotocopiadoras, entre otros) 2 años; Los demás, no comprendidos en los literales anteriores 5 años |

Fuente: elaboración propia del equipo investigador

5.5 Capacidad planificada

5.5.1 Capacidad instalada

Mejía Cañas (2018) describe a la capacidad instalada como:

La disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios, su magnitud es una función directa de la cantidad de producción que puede suministrarse. En todo sistema de producción o de prestación de servicios se requiere de una dotación de recursos físicos, humanos, tecnológicos, bienes raíces, maquinaria y equipos, para poder procesar la materia prima e insumos relacionados hasta transformarla en producto terminado o servicios prestados.

La capacidad instalada es el cálculo de la máxima productividad del negocio y se calcula de la siguiente manera: se descontarán los días feriados, asuetos y días de descanso, esto para obtener los días efectivos laborales. Los que totalizan un total de 302 días multiplicado por 24 horas que tiene el día; totalizando 7,248 horas anuales las que serán las horas disponibles de producción, estas serán divididas por el promedio de horas para producir una unidad. El promedio de horas para producir un platillo de desayunos de mi pueblo es de 20 minutos por mesa, equivalente a 0.33 hora. La fórmula se expresa de la siguiente manera:

Ecuación 1 Cálculo de la Capacidad Instalada

$$\begin{aligned}
 \text{Capacida Instalada} &= \frac{\text{Horas disponibles de Producción}}{\text{Promedio de horas para producir una unidad (Mesas de 4 sillas)}} \\
 &= \frac{7,248}{0.33 \text{ (20 minutos por mesa)}} \\
 &= 21,964 \times 4 \text{ (servicios por mesa)} = 87,856
 \end{aligned}$$

Según el cálculo de la Capacidad Instalada Desayunos de Mi Pueblo tiene la capacidad de Producir 87,586 platillos al año.

5.5.2 Capacidad efectiva

Betancourt (2017) define a la capacidad efectiva como: “la producción que se espera alcanzar en condiciones reales de funcionamiento”.

La fórmula a aplicar para calcular la capacidad efectiva de Desayunos de mi Pueblo es la siguiente:

Ecuación 2 Cálculo de la Capacidad Efectiva

$$\begin{aligned} \text{Capacidad efectiva} &= \frac{\text{Horas disponibles de producción} - \text{Horas inactivas}}{\text{Promedio de Horas para producir una unidad}} \\ &= 19,218.18 \times 4 = 76,873 \end{aligned}$$

De acuerdo a la Capacidad Efectiva el negocio tiene la habilidad de producir 76,873 desayunos al año.

Cabe destacar que las horas inactivas se refieren al tiempo que se pierde por mantenimiento y materiales de proceso y se calcula de la manera siguiente:

$$\begin{aligned} \text{Horas Inactivas} &= \text{Horas inactivas al día} \times \text{Días Efectivos Laborales} \\ &= 3 \times 302 \\ &= 906 \end{aligned}$$

5.5.3 Capacidad real

Betancourt (2017) menciona:

La producción real es la conseguida en un período determinado. El concepto de capacidad real es eficiente al ser utilizado en conjunto con la capacidad instalada y la capacidad efectiva con la finalidad de calcular la utilización de capacidad y la eficiencia de producción. La capacidad real se puede calcular aplicando la fórmula siguiente:

Ecuación 3 Cálculo de la Capacidad Real

$$\begin{aligned}
 \text{Capacidad Real} &= \frac{\text{Horas disponibles} - \text{Horas no Productivas} - \text{Horas inactivas}}{\text{Promedio de Hora para Producir una Unidad}} \\
 &= \frac{7,248 - 4832 - 906}{0.33} \\
 &= \frac{1510}{0.33} \\
 &= 4,575.75 \times 4 = 18,303
 \end{aligned}$$

La capacidad real de producción de Desayunos de mi Pueblo es de 18,303 desayunos al año; 1,525 desayunos producidos al mes y 55 desayunos producidos al día.

5.5.4 Utilización y eficiencia

El nivel de utilización representa en qué porcentaje se está explotando o aprovechando, la capacidad máxima de la empresa y el nivel de eficiencia nos muestra la relación entre la capacidad real que posee la empresa y la efectiva lograda. Para calcular la utilización y eficiencia se aplicarán las fórmulas siguientes:

Ecuación 4 Cálculo del Índice de Utilización

$$\begin{aligned}
 \text{Índice de Utilización} &= \frac{\text{Capacidad Real}}{\text{Capacidad Instalada}} \\
 &= \frac{18,303}{87,856} = 0.21\%
 \end{aligned}$$

El índice de utilización de Desayunos de mi Pueblo es del 21%.

Ecuación 5 Cálculo del Índice de Eficiencia

$$\text{Indice de Eficiencia} = \frac{\text{Capacidad Real}}{\text{Capacidad Efectiva}}$$

$$= \frac{18,303}{76,873} = 0.24\%$$

El índice de Eficiencia de Desayunos de mi Pueblo es del 24%.

Resumen de la capacidad de producción

Tabla 19 Capacidad de producción

| Capacidad de Producción | Capacidad instalada | Capacidad efectiva | Capacidad real |
|-------------------------|---------------------|--------------------|----------------|
| Anual | 87,856 | 78,873 | 18,303 |
| Promedio Mensual | 7,322 | 6,573 | 1525 |
| Promedio diario | 262 | 235 | 55 |

Fuente: Elaboración propia del equipo investigador

5.6 Ubicación y distribución física

Para determinar la ubicación de la empresa Desayunos de mi Pueblo, se realizó un estudio de localización para identificar y analizar las variables necesarias con el fin de poder localizar una buena opción de los dos terrenos cotizados donde es posible ubicar el proyecto, el cual permita establecer un lugar que ofrezca los máximos beneficios y los mejores costos para producir las cantidades deseadas y poder tener las máximas ganancias y el mínimo de costo. De igual manera que cumpla con la principal característica que brindara el comedor que sea en un ambiente campestre, acogedor para la degustación de los desayunos, que este lugar permita una conexión entre la naturaleza y la degustación de los desayunos típicos que ofreceremos.

Existen tres etapas importantes las cuales se toman en cuenta para la elección de la ubicación del proyecto. Estas son:

5.6.1 Macro localización

En esta etapa se determina los diferentes lugares donde es posible ubicar el negocio, tomando en cuenta puntos como: en que sitio del país es conveniente la ubicación del comedor Desayunos de mi Pueblo, determinar lugares donde se obtenga la máxima ganancia, ya sea en un espacio rural o urbano de alguna región. Por tales motivos, el Comedor estará ubicada en el departamento de Carazo. Esta decisión se tomó en base a factores como: la segmentación, condiciones climáticas, céntrico, naturaleza del lugar, gustos gastronómicos, reglamentaciones, transporte, etc.

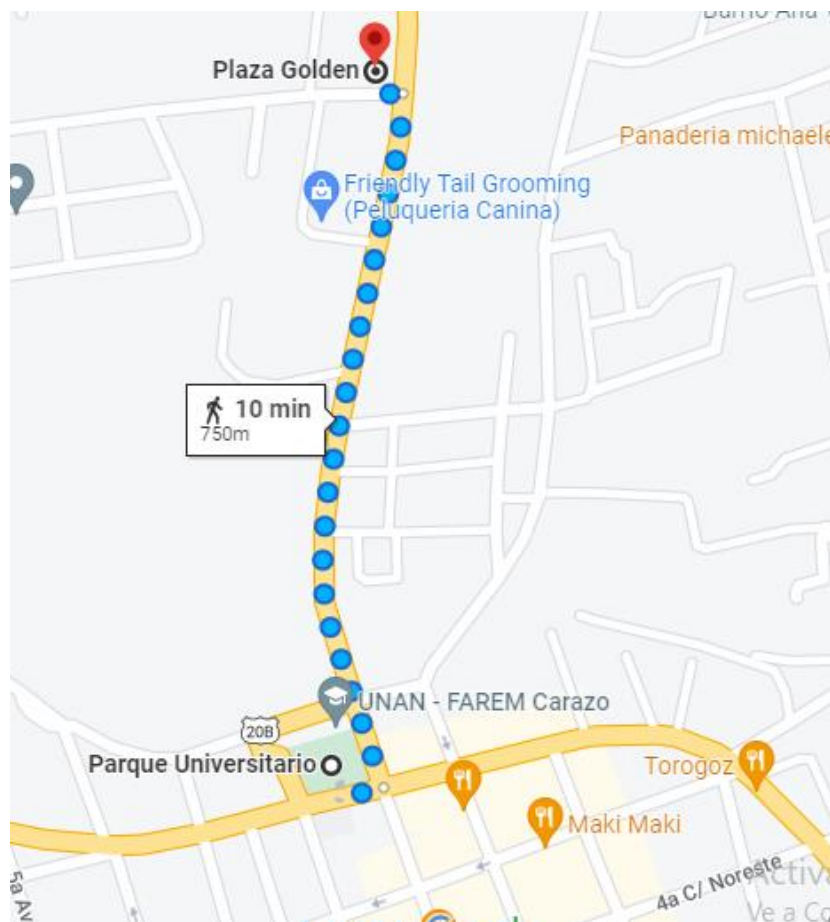
5.6.2 Micro localización

Es la selección de la comunidad y el lugar exacto para elaborar el proyecto, en el cual se va elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente el negocio, que este dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido. La empresa Desayunos de mi Pueblo estará ubicado en el municipio de Jinotepe, esto debido a que existen ciertos factores que facilitaran las operaciones del mismo, tales como la ubicación (que se encuentra en unas las principales vías de la ciudad de Jinotepe), lugar habitable y clientes potenciales.

Su dirección exacta donde estará ubicada Desayunos de mi Pueblo será carretera a San Marcos, de los semáforos del parque universitario 600 mts, al norte, plaza Golden.

La ubicación del local se estableció en la dirección antes mencionada ya que posee todo lo que buscamos para impulsar nuestro proyecto, que es un ambiente campestre donde nuestros clientes se sientan en casa, y puedan disfrutar de sus ricos desayunos 100% nica.

Ilustración 33 Referencia de la micro localización de Desayunos de mi Pueblo



Fuente: elaboración propia del equipo investigador

5.6 Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad

Para estimar los costos de materia prima a utilizar en los platos que se ofrecerán, se realizarán cotizaciones en el Mercado Jorge Matus Téllez de acuerdo a los productos requeridos. Lo cual nos permitirá hacer uso optimizado del efectivo destinado para las compras de materia prima.

5.7 Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad

Para estimar los costos de materia prima a utilizar en los platos que se ofrecerán, se realizarán cotizaciones en el Mercado Jorge Matus Téllez de acuerdo a los productos requeridos. Lo cual nos permitirá hacer uso optimizado del efectivo destinado para las compras de materia prima.

➤ Disponibilidad de Materia Prima

En cuanto a la disponibilidad de la materia prima, analizamos las cantidades existentes en el mercado, periodos de producción, así como el precio de adquisición y la disponibilidad de estos en el momento deseado y en caso contrario indicar a la vez que afecta la disponibilidad de los mismos. Se puede afirmar que la materia prima que se utilizara en nuestros platillos se encuentra disponible en los mercados de Jinotepe.

Tabla 20 Disponibilidad de la Materia Prima al mes en Desayunos de mi Pueblo

| Descripción | Und/Med | Costo unitario | Costo total |
|------------------|---------|-------------------|-------------------|
| Arroz | Lb | C\$ 18.00 | C\$ 1,008.00 |
| Frijoles | Lb | 30.00 | 1,260.00 |
| Cuajada | Lb | 65.00 | 2,730.00 |
| Maíz | Lb | 9.00 | 1,008.00 |
| Cajilla de huevo | Unid | 160.00 | 6,720.00 |
| Crema | Lb | 48.00 | 2,016.00 |
| Aceite | Lts | 75.00 | 3,150.00 |
| Plátano Maduro | Unid | 6.00 | 840.00 |
| Café | Lb | 80.00 | 800.00 |
| Total | | C\$ 486.00 | C\$ 528.00 |

Fuente: Elaboración propia del equipo investigador

Tabla 21 Disponibilidad de la Materia Indirecta

| Descripción | Und/Med | Costo unitario | Costo total |
|---------------|---------|-------------------|---------------------|
| Carga de leña | Unid | C\$ 10.00 | C\$ 420.00 |
| Gas butano | Unid | 480.00 | 480.00 |
| Sal | Unid | 20.00 | 420.00 |
| Cebolla | Lb | 20.00 | 420.00 |
| Chiltoma | Lb | 15.00 | 105.00 |
| Ajo | Unid | 15.00 | 420.00 |
| Servilleta | Unid | 10.00 | 280.00 |
| Cal | Unid | 6.00 | 84.00 |
| Azúcar | Lb | 13.00 | 364.00 |
| TOTAL | | C\$ 589.00 | C\$ 2,993.00 |

Fuente: Elaboración propia del equipo investigador

5.8 Mano de obra, su costo y disponibilidad

Mano de obra, su costo y disponibilidad Si bien sabemos la mano de obra directa son todos los empleados que de manera directa se encargan de transformar la materia prima e insumos para ser comercializados en algún bien oh servicio, oh en un producto como lo es para desayunos de mi pueblo.

En la mano de obra requerida directa se ha identificado la necesidad de contratar personal altamente capacitado y con amplia experiencia en las artes culinarias así como en la atención al cliente, es decir personal capaz de cumplir con las expectativas del restaurante, ya que la excelencia en la elaboración de nuestros platos depende de ellos, en el cual pretendemos aportar calidad, limpieza y rapidez en los platos, así como una atención amable y servicial a los clientes para que queden completamente satisfechos, y con las ganas de volver.

Para obtener el costo de la mano de obra, primero se debe considerar la compensación de los trabajadores en relación con la preparación de los platos que se servirán en el restaurante. La siguiente tabla especifica los puestos de trabajo, así como el salario.

Tabla 22 Costo de Mano de Obra Directa de Desayunos de mi Pueblo

| COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA | | | | |
|--------------------------------------|--------------|-----------------------|-----------------------------|----------------------|
| Descripción | Horas | Valor por hora | Valor día de trabajo | Pago Mensual |
| Chef | 6 horas | C\$ 33.33 | C\$ 200.00 | C\$ 6,000.00 |
| Ayudante de cocina | 6 horas | 27.77 | 166.66 | 5,000.00 |
| TOTAL | | C\$ 61.10 | C\$ 366.66 | C\$ 11,000.00 |

Fuente: elaboración propia del equipo investigador

5.9 Gastos generales de producción

Los costos de producción son los que se generan durante el proceso de transformar la materia prima en un producto final y se subdivide en: materia prima directa, mano de obra directa, y los costos indirectos de fabricación.

Estos costos incurridos en la producción de desayunos de mi pueblo radican de manera importante en los precios y salarios ya que esto depende directamente de ellos, los mismos nos ayudan a reducir costos y lograr buenos márgenes de utilidad a favor del negocio y permitir que con el tiempo incremente sus ganancias, posicionándose más en el mercado. El detalle de los costos se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 23 Proyecciones de los costos de producción mensual

| Desayuno de mi Pueblo | | | |
|------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Descripción | Ene | Feb | Mar |
| Materia Prima Directa | C\$ 19,532.00 | C\$ 19,532.00 | C\$ 19,532.00 |
| Mano de Obra Directa | C\$ 11,000.00 | C\$ 11,000.00 | C\$ 11,000.00 |
| CIF | C\$ 13,563.75 | C\$ 13,563.75 | C\$ 13,563.75 |
| Total | C\$ 44,095.75 | C\$ 44,095.75 | C\$ 44,095.75 |

Fuente: elaboración propia del equipo investigador

6. Plan de organización y gestión

Según Trenza (2021) menciona que “un plan de organización y gestión es el que organiza una empresa, analizando su estructura y trabajando su optimización.” Con este plan se trabaja el organigrama, detallando sus departamentos, funciones y personas. Es decir, en este se definen los procesos operativos del negocio, describe los puestos y en qué forma se va a desempeñar el personal, todo esto contribuye al cumplimiento satisfactorio de objetivos organizacionales.

6.1 Marco Legal (Forma Jurídica)

El marco legal nos proporciona las bases o modalidades legales para que opere un negocio. De acuerdo a la ley 822 Ley de concertación tributaria determina que se va constituir como una persona natural ya que la inscripción se hará como pequeños contribuyentes, por lo que su actividad económica al obtener los ingresos por ventas mensuales iguales o menores a C\$100,000.00 córdobas y disponga de un inventario de mercancías con un costo no mayor a C\$500.00 córdobas.

Desayunos de mi Pueblo será constituido como microempresa (MIPYME) dentro del marco de una persona natural de acuerdo a la ley 822 y demás leyes y regulaciones de la Republica de Nicaragua. La denominación de la empresa será Desayunos de mi Pueblo, el cual será una asociación de tres personas que pondrán en común, trabajo y capital.

El capital social estará dividido e incorporado por los contribuyentes, las cuales tendrán el mismo valor entre ellas y distribuidas en cantidades iguales. La administración de la sociedad será dirigida por una junta de contribuyentes donde los cargos serán distribuidos únicamente entre los socios y quienes por decisión propia tomarán decisiones de manera equitativa y de igual manera recibirán la utilidad de dicho negocio.

Ilustración 34 Instituciones para registrar tu negocio

Fuente: elaboración propia del equipo investigador

➤ **(Dirección General de Ingresos)**

Según la Ley de Concertación Tributaria (Ley 822), también se debe de inscribir en la dirección general de ingresos (DGI) (Dirección General de Ingresos, 2020) en donde se obtendrá un número de registro del contribuyente (RUC) y documento único de registro (DGI). La persona natural o jurídica debe acudir a la administración de rentas más cercana al domicilio donde realizará su actividad económica, presentando y cumpliendo con las siguientes formalidades:

- Llenar el formulario de inscripción proporcionado gratuitamente;
- Tener la edad de 18 años cumplidos;
- Copia de recibos básicos del local
- Documento de identificación ciudadana: 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.

Luego de presentar la documentación antes mencionada se extenderá su Cédula RUC, certificado de inscripción como pequeño contribuyente, usuario y contraseña para ingresar a la VET. Este trámite tarda 1 mes.

➤ **Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR):**

Se solicita inspección al departamento de registro o delegación departamental de INTUR, la solicitud la pueden realizar vía correo electrónico o llamada telefónica, estos datos se encuentran colgado en la página de INTUR y se le facilita los requisitos:

- Formulario de aplicación, este se entrega en INTUR
- Fotocopia razonada de escritura de constitución de la sociedad, (el objeto social deberá estar relacionado a la actividad que solicite), debidamente inscrita en el Registro Mercantil, si es persona jurídica, si es persona natural no aplica.
- Poder del representante legal (persona natural o jurídica, si aplica), fotocopia simple.
- Fotocopia de escritura de propiedad o contrato de arriendo, (si el plazo es mayor a 5 años deberá ser en escritura pública), según el caso.
- Fotocopia de cédula de identidad o de residencia del propietario o representante legal.

- Constancia de trámite de Licencia Sanitaria, emitida por el MINSA.
- Certificación de inspección de bomberos.
- Resolución administrativa emitida por la policía nacional.

➤ **Alcaldía Municipal de Jinotepe:**

Es requisito tener la matrícula extendida por parte de la alcaldía este se renueva anualmente y los requisitos para su apertura son los siguientes:

- Copia y original del Número RUC.
- Copia y original de la cédula de identidad.
- Solvencia municipal o boleta de NO contribuyente.
- Carta poder (si actúa en representación del contribuyente).
- Permiso de la policía nacional, urbanismo y medio ambiente (si aplica).
- Especificar el barrio, teléfono, y dirección exacta del negocio y del dueño de la actividad.
- Formulario de apertura de matrícula de cuota fija debidamente lleno.

➤ **Ministerio de Salud (MINSA)**

El interesado presenta la solicitud ante la autoridad sanitaria del centro de salud correspondiente de acuerdo a su ubicación geográfica, se le facilita los requisitos, se entrega formulario de solicitud de trámite de licencia sanitaria y se programa inspección del local.

Se procede a realizar la inspección sanitaria, el tiempo aproximado desde que realizo la solicitud, hasta la fecha que se realizará la inspección es de 20 días máximo.

Posterior a la inspección el interesado entrega los siguientes requisitos:

- Matrícula de la alcaldía.
- Certificación de inspección de bomberos.
- Constancia de fumigación.
- Certificados de salud (Art 5.2 NTON de la norma de manipulación de alimentos).
- Fotocopia de la cédula, si es persona natural o cédula RUC en caso de ser jurídico.

- Resolución administrativa emitida por la policía nacional. (Los establecimientos que no tengan expendio de bebidas alcohólicas, omitir este requisito).
- Ficha de inspección sanitaria.
- Pago de arancel.

Recepción y revisión de requisitos en el centro de salud correspondiente, Si la documentación está completa y conforme, se le regresa al usuario para que este se dirija al sistema local de atención integral en salud (SILAIS) de su localidad. Esta institución recepciona y revisa los documentos, se entrega constancia de trámite de la licencia sanitaria, la cual debe estar firmada y sellada por las autoridades competentes.

➤ **Policía Nacional**

La policía nacional inspeccionará el local a los fines de determinar si reúne las condiciones de seguridad necesarias y de orden público. El tiempo estimado entre la fecha de solicitud y la inspección es de 15 días.

Concluida la inspección y con la aprobación preliminar, se emitirá resolución a los efectos de realizar trámites ante otras instituciones y completar los siguientes requisitos:

- Solvencia fiscal.
- Matricula de la alcaldía.
- Título licencia emitida por Instituto Nacional de Turismo (INTUR), para los casos de locales controlados por el INTUR.
- Certificación de inspección de bomberos.
- Dos fotos recientes de frente tamaño carné del propietario, en caso de ser persona natural, en caso de ser persona jurídica no aplica.

Quedan exentos de pago de arancel los micros, pequeños y medianos negocios de la industria turística, que se encuentren inscritos en el registro nacional de turismo de INTUR, conforme lo dispuesto en el Art. 28 de la ley 306, “Ley de Incentivos para la Industria Turística, para aplicar a este beneficio los negocios turísticos deberán presentar original y copia del título licencia

actualizada. Si el interesado no tuviese el título licencia del INTUR, deberá pagar el arancel correspondiente.

➤ **Permiso en los Bomberos:**

Presentarse personalmente o por medio del apoderado a la delegación de bomberos de la localidad del negocio.

Procedimientos que se deberán realizar para el permiso en la delegación de bomberos son las siguientes:

- Registrarse en el libro de servicios de la delegación de los bomberos.
- Trasladarse con el inspector al local o negocio para realizar la inspección in situ.

Requisitos son:

- Llenar el formulario de solicitud de inspección y presentar los siguientes documentos:
- Fotocopia de cédula de identidad, si es personal natural o número RUC en caso de ser persona jurídica.
- Original y fotocopia del boucher de pago de arancel de acuerdo a la ley 837 art 92, según el índice de peligrosidad.
- Registrarse en el libro de servicios de la delegación de los bomberos.
- Trasladarse con el inspector al local o negocio para realizar la inspección in situ.

➤ **Código del Trabajo**

Según la Ley no. 185, el código del trabajo es un instrumento jurídico de orden público mediante el cual el gobierno regula las relaciones laborales. Es decir que, el código del trabajo contiene normas especiales que permiten a las empresas generar un ambiente de armonía a través de las estipulaciones que en este se plantean tanto para trabajadores como a la empresa. Este es de gran importancia para la empresa Desayunos de mi Pueblo pues nos permite establecer los derechos y deberes de nuestros colaboradores y a la vez regirnos bajo este marco legal y propiciar el ambiente adecuado para el personal.

➤ **Ley de Higiene y Seguridad Laboral (Ley 618)**

Publicada en la Gaceta tiene por objeto establecer un conjunto de disposiciones mínimas que, en materia de higiene y seguridad del trabajo, el estado, los trabajadores y los empleadores deberán desarrollar en los centros de trabajo, mediante la promoción, intervención, vigilancia y establecimientos de acciones para proteger a los trabajadores en el desempeño de sus labores. Entre las principales obligaciones que debe cumplir el empleador en virtud de las normativas anteriores indicadas, se encuentra la de adoptar medidas preventivas y necesarias y adecuadas para garantizar eficazmente la higiene y seguridad de sus trabajadores en todos los aspectos relacionados con el trabajo. Esta ley es de gran beneficio para Desayunos de mi Pueblo y sus colaboradores pues a través de sus regulaciones nos permiten evitar riesgos y accidentes para con sus colaboradores.

➤ **Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (Ley 539)**

El objeto de la presente ley es establecer el sistema de seguro social en el marco de la Constitución Política de Nicaragua, su principal objetivo es establecer, regular y desarrollar los derechos y deberes del estado y los empleadores con los trabajadores y sus familias frente a las contingencias sociales de la vida y el trabajo. El seguro social es una institución, de recursos, normas y procedimientos con fundamento en la solidaridad y la responsabilidad personal y social. Esta ley brinda beneficios positivos a Desayunos de mi Pueblo, el tener el seguro social los trabajadores de Desayunos de mi Pueblo les ayudara a tener una asistencia médica y que cuenten con una protección mediante cualquier riesgo de trabajo que le llegasen a ocurrir. Es un derecho que tiene cada uno de los nicaragüenses que estén inscritos ante el INSS

➤ **Ley MIPYME (Ley 645)**

La asamblea nacional de la Republica de Nicaragua en el 2008 creo y publico la Ley de promoción, fomento y desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa (ley MIPYME). Ley 645 y su reglamento. Esta ley tiene un impacto positivo en la empresa ya que se puede acceder a diversos

beneficios como incentivos fiscales y a programas de apoyo. La empresa podrá hacer sus trámites ante el MIFIC de manera más rápida, ahorrando de esta forma tiempo y dinero.

6.2 Estructura de la Organización

Brume González define a la Estructura Organizacional (2019) como:

Un sistema utilizado para definir una jerarquía dentro de una organización. Identifica cada puesto, su función y dónde se reporta dentro de la organización. Esta estructura se desarrolla para establecer cómo opera una organización y ayudar a lograr las metas para permitir un crecimiento futuro. La estructura se ilustra utilizando una tabla organizacional.

Dentro de la estructura organizacional de Desayunos de mi Pueblo se destacan la Misión, Visión y Valores del proyecto, se muestra también el organigrama el cual es una representación gráfica de la estructura del negocio.

Misión

Ser una empresa líder dedicada a ofrecer los mejores platos típicos, en la IV región del país, brindando la mejor atención en un ambiente campestre con calidez en nuestro trato y servicio.

Visión

Ser reconocidos a nivel nacional como el mejor comedor, dedicado a la venta de desayunos típicos, tomando como estrategia el mejoramiento continuo de los estándares de higiene, calidad y buen servicio garantizado un ambiente campestre, seguro y agradable.

Valores organizacionales

- **Transparencia:** implica confianza, Desayunos de mi Pueblo se dedicará a satisfacer las necesidades de los clientes para que estos confíen plenamente en su servicio.
- **Puntualidad:** El tiempo es dinero, y la gente cada vez valora más el suyo. No solo es importante tenerlo en cuenta para nuestro equipo y su hora de llegada a su trabajo, sino también en otras situaciones que afectan directamente al cliente potencial.

- **Diferencia:** Desayunos de mi pueblo se destacará por tener un ambiente campestre y una atención especializada a los clientes este concepto los difiere de la competencia.
- **Excelencia.** La calidad llevada al máximo, eso es la excelencia. Si nos exigimos lo mejor, podremos dar lo mejor. Y que un cliente y un empleado vean que les ofrecemos algo excelente les impulsará a quedarse con nosotros.
- **Libertad.** Sobre todo, hacia nuestro equipo. Las personas creativas son cada vez más valiosas para una empresa, pero exigen libertad de pensamiento y de creación de ideas.
- **Escucha.** La escucha es un valor empresarial que implica libertad de expresión. Es muy importante que nuestro equipo y nuestros clientes sientan que los escuchamos y que tenemos en cuenta lo que nos dicen.
- **Profesionalidad:** Desayunos de mi pueblo contara con un personal altamente capacitado comprometidos a cumplir con la misión y visión del negocio

Políticas de la empresa

La política de una empresa son pautas o criterios que se tienen en cuenta para la consecución de objetivos en la misma. La empresa “desayunos de mi pueblo” cuenta con sus propias políticas contables; las cuales se detallan a continuación:

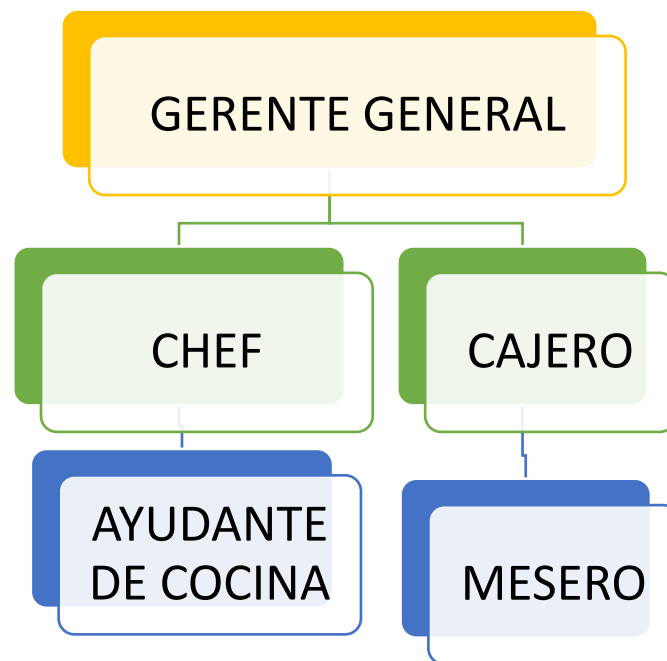
- Ofrecer un servicio seleccionado, preparado, procesado, presentado y servido a un cliente cada vez más específico.
- Definir por escrito, el tiempo máximo de respuesta de todo requerimiento interno o externo, es responsabilidad de cada una de las áreas.
- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos, acatando los procedimientos establecidos.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético e íntegro.
- Mantener en la empresa un sistema de información sobre los trabajos realizados en cumplimiento de sus funciones, proyectos y planes operativos.
- Lograr que los procesos se desarrollen de manera eficaz y segura.

- Mantener un personal calificado y motivado.
- Llevar a cabo un cuidadoso proceso de higiene en todas las áreas del local, muebles, equipos de trabajo y alimentos.
- Alcanzar un servicio rápido y eficiente, siempre cuidando cada paso del proceso, los modales y comportamientos para con el cliente.

Organigrama

Orellano (2020) explica la definición de organigrama de la siguiente manera: “es una herramienta que permite a las empresas entender mejor su estructura y cómo se distribuyen las funciones y responsabilidades en la cadena de mando”. A continuación, se presenta el organigrama de Desayunos de mi Pueblo.

Ilustración 35 Organigrama de Desayunos de mi Pueblo



Fuente: elaboración propia del equipo investigador

Tabla 24 División de cargos


| Nombre del Cargo | No de personas en el cargo | Nombre del colaborador |
|--------------------|----------------------------|------------------------|
| Gerente General | 1 | Nayeli Galán |
| Chef | 1 | Axel Espinoza |
| Cajero | 1 | Wendhy Narvárez |
| Ayudante de Cocina | 1 | Bryan Cerda |
| Mesero | 1 | Santos Amador |
| Total | 5 | |

Fuente: elaboración propia del equipo investigador

6.3 Fichas de Cargo

Desayunos de mi pueblo estará integrado por un personal ampliamente capacitado, es por esto que se proceden a describir sus puestos a través de las fichas de cargo. Cortez (2020) define a las fichas como “las características, tareas y responsabilidades que involucra un puesto de trabajo, así como las aptitudes, cualidades y capacidades que debe tener el profesional que lo ocupe”.

Tabla 25 Ficha de Cargo de Gerente General

| Descripción del Puesto | |
|------------------------------------|---|
| Nombre del puesto: Gerente General |  |

Dependencia jerárquica: Junta Directiva **Personal a supervisar:** Empleados

Objetivo del Puesto: Velar por la correcta eficiencia y administración de los recursos humanos y materiales, así como la coordinación de cada una de las partes que conforman en el comedor.

Requisitos del Puesto

Edad: Entre 22 años a 35 años

Sexo: Masculino o femenino

Estudios: Lic. En Administración de empresas o carrera a fines

Conocimientos: Manejo de programas de computación, manejo intermedio del idioma ingles

Experiencia: Tener como mínimo 3 años en posiciones gerenciales en empresas a fines

Competencias/Cualidades: Analítico, responsable, dinámico, puntual, habilidad para dirigir y delegar, capacidad de trabajar bajo presión.


Habilidades Prácticas: Trabajo en equipo, actitud de servicio, liderazgo, capacidad de negociación.

Funciones

1. Formulación y evaluación de estrategias de ventas
2. Realización y evaluación de proyectos que contribuyen a una mejora del negocio
3. Asegurarse de que los planes generales establecidos estén debidamente preparados en base a los objetivos, así como de la puesta en marcha de los mismos.
4. Revisar los estados financieros del negocio en coordinación con los inversionistas.
5. Aprobar el ingreso o retiro de cualquier empleado del comedor.
6. Revisar y aprobar planillas de pago.
7. Mantener la comunicación con el personal del restaurante.
8. Atender quejas de los clientes que visiten el comedor
9. Capacitar al personal cuando sea necesario
10. Controlar que los empleados realicen bien su trabajo
11. Cuidar la reputación crediticia efectuando los pagos sin demora.

Fuente: elaboración propia del equipo investigador

Tabla 26 Ficha de cargo de Cocinero

| | |
|--|---|
| <p>Descripción del Puesto</p> <p>Nombre del puesto: Chef</p> |  |
|--|---|

Dependencia jerárquica: Gerente General **Personal a supervisar:** Ayudantes de cocina

Objetivo del Puesto: Cocinar de forma higiénica los alimentos para el consumo de los clientes, tomando en cuenta las medidas sanitarias y respetando los estándares de calidad.

Requisitos del Puesto

Edad: Entre 22 años a 35 años

Sexo: Masculino o femenino

Estudios: Técnico en arte culinario

Conocimientos: Manejo de preparación y presentación de alimentos fríos y calientes

Experiencia: Tener como mínimo 2 años en el área de cocina.

Competencias/Cualidades: Profesionalismo, constancia, seriedad, ética, dedicación, orden, limpieza y creatividad.


Habilidades Prácticas: Rapidez, buen sentido de la estética, buen paladar.

Funciones

1. Manejo adecuado de los utensilios de cocina.
2. Determinar las compras necesarias de los comestibles e insumos necesarios.
3. Mantener un control de los insumos utilizados por medio de los inventarios.
4. Mantener ordenada y limpia la cocina y sus utensilios.
5. Preparar los alimentos con tiempo bajo los estándares de calidad e higiene.
6. Garantizar el cumplimiento de todas las normas de salud y seguridad dentro del área de cocina

Fuente: elaboración propia del equipo investigador

Tabla 27 Ficha de cargo de Cajero

| | |
|--|---|
| <p>Descripción del Puesto</p> <p>Nombre del puesto: Cajero</p> |  |
|--|---|

Dependencia jerárquica: Gerente General

Personal a supervisar: Meseros

Objetivo del Puesto: Manejar correctamente los valores y mantener el dinero establecido por norma en caja.

Requisitos del Puesto

Edad: Entre 22 años a 35 años

Sexo: Femenino

Estudios: Lic. en banca y finanzas o carreras a fines

Conocimientos: Básico de contabilidad y computación, manejo de efectivo.

Experiencia: Tener como mínimo 1 año de experiencia en el puesto de cajera.

Competencias/Cualidades: Responsabilidad, buena presentación, dinámico, actitud positiva y dispuesto a trabajar bajo presión.


Habilidades Prácticas: Trabajo en equipo, actitud de servicio, liderazgo.

Funciones

1. Realizar diariamente el arqueo de caja.
2. Controlar los ingresos y salidas de efectivos en caja.
3. Gestionar los cambios y devoluciones de forma rápida y eficaz.
4. Mantener el área de caja limpia y ordenada.
5. Cumplir con los horarios establecidos según el cuadro de turno y registrar su horario en el sistema de control implementado por la empresa
6. Al terminar la jornada verificar el aseo de todas las áreas tanto de equipos, e instalaciones físicas.

Fuente: elaboración propia del equipo investigador

Tabla 28 Ficha de cargo Ayudante de cocina

| Descripción del Puesto | |
|--|---|
| Nombre del puesto: Ayudante de cocina |  |

Dependencia jerárquica: Cocinero

Personal a supervisar: Ninguno

Objetivo del Puesto: Apoyar y obedecer las lecciones del cocinero en la elaboración de alimentos.

Requisitos del Puesto

Edad: Entre 22 años a 35 años

Sexo: Femenino o Masculino

Estudios: Bachillerato, preferiblemente estudiante del arte culinario.

Conocimientos: Elaboración y preparación de alimentos.

Experiencia: Tener como mínimo 1 año de experiencia en el puesto de cajera.

Competencias/Cualidades: Constancia, seriedad, ética, dedicación, limpieza, orden, seriedad.


Habilidades Prácticas: Trabajo en equipo, actitud de servicio, entusiasta.

Funciones

1. Ayudar al cocinero con el proceso de la preparación de los alimentos
2. Manipulación correcta de alimentos.
3. Mantener ordenada y limpia la cocina y sus utensilios.
4. Preparar los alimentos con tiempo bajo los estándares de calidad e higiene.
5. Guardar estricta reserva y confidencialidad de las recetas, materias primas e insumos utilizados por la empresa para la elaboración de sus productos y toda aquella información de asuntos internos.
6. Todas las demás funciones que le asigne y que sean inherentes a la naturaleza del Cargo

Fuente: elaboración propia del equipo investigador

Tabla 29 Ficha de cargo de Mesero

| Descripción del Puesto | |
|---|--|
| Nombre del puesto: Mesero | |
|  | |

Dependencia jerárquica: Cajera

Personal a supervisar: Ninguno

Objetivo del Puesto: Servir al cliente garantizando su total satisfacción.

Requisitos del puesto

Edad: Entre 18 años a 35 años

Sexo: Femenino o Masculino

Estudios: Bachillerato.

Conocimientos: Servicio al cliente, cursos en servicio de comedor y bar.

Experiencia: Tener como mínimo 1 año de experiencia en puestos similares.

Competencias/Cualidades: Constancia, seriedad, ética, dedicación, limpieza, orden, seriedad.

Habilidades Prácticas: Trabajo en equipo, actitud de servicio y compromiso

Funciones

1. Recibir a los clientes
2. Memorizar el menú. Para poder dar recomendaciones y una descripción acertada de los platos.
3. Limpiar y organizar.
4. Solicitar y llevar registros de los pedidos; para transmitirlo tanto a caja como a cocina.
5. Servir los platos y bebidas a los clientes y luego recoger la mesa.
6. Llevar la cuenta del cajero a los clientes y recibir el pago de estos para que se hagan efectivos en caja

Fuente: elaboración propia del equipo investigador

6.4 Actividades y Gastos Preliminares

Los costos que van a incurrir para el pago de permisos o licencias que tenemos que adquirir para que Desayunos de mi Pueblo funcione en el mercado son de: C\$ 2,965.00 (dos mil novecientos sesenta y cinco córdobas netos). Que se desglosan de la manera siguiente:

Tabla 30 Actividades y Gastos Preliminares

| Instituciones a pagar | Actividades | Monto |
|------------------------------|--------------------------------------|--------------------|
| DGI | Cuota fija DGI | C\$300.00 |
| Alcaldía | Formulario de solicitud de matrícula | 10.00 |
| | Tramitación de la Matrícula | 300.00 |
| | Cuota fija Alcaldía | 5.00 |
| MINSA | Licencia Sanitaria | 1,200.00 |
| | Registro Sanitario | 550.00 |
| INTUR | Licencia categoría D | 500.00 |
| INSS | Timbre fiscal | 250,00 |
| Bomberos | Pago de arancel | 100.00 |
| Total | | C\$3,215.00 |

Fuente: elaboración propia del equipo investigador

6.5 Equipo de Oficina

Los equipos de oficina son un conjunto de maquinarias y dispositivos que se utilizan en las empresas, locales o establecimientos para realizar tareas relacionadas con la elaboración, o procesamiento de las empresas.



Es por ello, que el mobiliario de oficina para desayunos de mi pueblo será detallado en sus compras, en nuestro caso serán adquiridos semi-nuevos, esto para reducir costos. Adquiriendo equipos tales como: escritorio con silla secretarial, archivador, computadora de escritorio y un teléfono celular estipulado para la atención al cliente en cuanto a las consultas realizadas. Los costos que incurrirán son de: C\$ 21,000.00 (Veintiún mil córdobas netos).

Tabla 31 Equipo de oficina

| DESAYUNOS DE MI PUEBLO | | | |
|-------------------------------|---|-----------------------------|----------------------|
| No. | Descripción del activo | Costo de adquisición | Total |
| Mobiliario | | | |
| 1 | Escritorio de oficina y silla secretarial | C\$3,600.00 | C\$ 3,600.00 |
| 2 | Archivador | C\$2,000.00 | C\$ 2,000.00 |
| 3 | Mueble para caja | C\$1,800.00 | C\$1,800.00 |
| Equipo de computo | | | |
| 1 | Computadora de Escritorio | C\$ 10,000.00 | C\$10,000.00 |
| 2 | Celular | C\$ 3,600.00 | C\$ 3,600.00 |
| TOTAL | | C\$ 21,000.00 | C\$ 21,000.00 |


Fuente: elaboración propia del equipo investigador

Tabla 32 Ficha técnica de silla secretarial y escritorio

| MOBILIARIO | DESCRIPCION | CANTIDAD | PROVEEDOR (Dirección) | COSTO UNITARIO | TOTAL |
|---|--|----------|---|-------------------|--------------|
|  | <p>Características de la silla de secretarial:</p> <p>Modelo: FDCPM-415</p> <ol style="list-style-type: none"> 120x120cm de ancho; 50 cm de fondo x 75 cm de altura Color blanco Estado refaccionado | 1 | Cortez Comercial Residencial el dorado de la farmacia Salazar ½ C Arriba. Managua- Nicaragua | C\$ 3,600.00 | C\$ 3,600.00 |
| | <p>Características del escritorio:</p> <p>Modelo: TECH 12</p> <ol style="list-style-type: none"> Base de 5 rodos y brazos fijos color negro Respaldo en malla mesa Ajuste de altura Peso sugerido 200 Lb | | | | |
|  <p>Escuadra de dos gavetas 120x120cm 50cm fondo x75cm altura</p> | | | | | |

Fuente: elaboración propia del equipo investigador

Tabla 33 Ficha técnica del Archivador

| MOBILIARIO | DESCRIPCION | CANTIDAD | PROVEEDOR (Dirección) | COSTO UNITARIO | TOTAL |
|--|-------------------------------|----------|---|-------------------|--------------|
|  | Mobiliario: Archivador | | Nombre del proveedor: | | |
| | Modelo: TGH1234W | 1 | Cortez Comercial | C\$ 2,000.00 | C\$ 2,000.00 |
| | Características: | | No. Telefónico: | | |
| | 1. 150cm altura x 50 cm ancho | | 25564738 | | |
| | 2. 4 gavetas color beige | | Dirección de la empresa: | | |
| | 3. Cerradura llave central | | Residencial el dorado de la farmacia Salazar ½ C Arriba. Managua-Nicaragua. | | |
| | 4. Gavetas tamaño oficina | | | | |
| | 5. Estado refaccionado | | | | |

Fuente: elaboración propia del equipo investigador

Tabla 34 Ficha técnica de mueble para caja

| MOBILIARIO | DESCRIPCION | CANTIDAD | PROVEEDOR (Dirección) | COSTO UNITARIO | TOTAL |
|--|--|----------|---|-------------------|--------------|
|  | Mobiliario: Caja Registradora Modelo: JUN25789 | 1 | Nombre del proveedor: | C\$ 1,800.00 | C\$ 1,800.00 |
| | Características: 6. Medidas: 120cm Alto - 100cm ancho - 40cm profundidad 7. Material: madera 8. 1 gabetero 9. Color blanco | | Vitrinas de Nicaragua | | |
| | | | No. Telefónico: 22401669 WhatsApp: 88605366 | | |
| | | | Dirección de la empresa: Barrio Campo Bruce, Bar Los Rostro, 1c Abajo 1/2c Al Lago, Managua, Nicaragua | | |

Fuente: elaboración propia del equipo investigador


Tabla 35 Ficha técnica de computadora de escritorio

| MOBILIARIO | DESCRIPCION | CANTIDAD | PROVEEDOR (Dirección) | COSTO UNITARIO | TOTAL |
|------------|--|----------|---|-------------------|---------------|
| | Mobiliario: Computadora de escritorio | | Nombre del proveedor: COMPUTECH | | |
| | Modelo: HP 15-dy2062 | 1 | No. Telefónico: 22704573 | C\$ 10,000.00 | C\$ 10,000.00 |
| | Características: | | Dirección de la empresa: Altamira, de SINSA ½ C. al sur, oficina No. 439, Managua-Nic. | | |
| | 1. Monitor de 46cm de ancho x 29cm de largo | | | | |
| | 2. C.P. U 32cm de alto x 18cm de ancho x 45cm de fondo | | | | |
| | 3. Teclado de 48cm de ancho x 25cm de largo | | | | |
| | 4. RAM 8 GB | | | | |



Fuente: elaboración propia del equipo investigador

Tabla 36 Ficha técnica del celular

| MOBILIARIO | DESCRIPCION | CANTIDAD | PROVEEDOR (Dirección) | COSTO UNITARIO | TOTAL |
|---|--------------------------|----------|--|-------------------|-------------|
|  | Mobiliario: | | Nombre del | C\$ 3,600.00 | C\$3,600.00 |
| | Modelo: | | proveedor: Activa Cell | | |
| | Características: | 1 | No. Telefónico: | | |
| | 1. Marca j7 prime | | 56453456 / | | |
| | 2. 16 GB de memoria ram | | 76543210 | | |
| | 3. Color azul | | | | |
| | 4. Cámaras de 2 pitzeles | | | | |
| | | | Dirección de la empresa: del parque central de Jinotepe 2c al sur | | |

Fuente: Elaboración propia del equipo investigador

6.6 Gastos operativos

En la siguiente tabla se describen los gastos administrativos que se calcularon mensualmente esto por medio de un aproximado de los costos actuales, el servicio telefónico y de internet se investigó con la empresa telefónica claro los costos de los planes actuales, los servicios públicos se realizaron un aproximado de los gastos y así cuantificar de la manera más precisa dicho gasto.

| Gastos Administrativos | | |
|-------------------------------|-------------------------------|----------------------|
| No | Descripción | Ene |
| 1 | Salarios | C\$ 6,000.00 |
| 2 | Vacaciones | 500.00 |
| 3 | Treceavo mes | 500.00 |
| 4 | Indemnización | 500.00 |
| 5 | Inss Patronal | 1,290.00 |
| 6 | Depreciación | 646.00 |
| 7 | Amortización | 100.14 |
| 8 | Papelería y Útiles de Oficina | 500.00 |
| 9 | Impuestos de basura | 30.00 |
| 10 | Luz | 275.00 |
| 11 | Agua | 300.00 |
| 12 | Internet | 360.00 |
| Total | | C\$ 11,001.14 |

| Gastos de Ventas | | |
|-------------------------|---------------------|----------------------|
| No | Descripción | Ene |
| 1 | Salarios | C\$ 10,000.00 |
| 2 | Vacaciones | 833.33 |
| 3 | Treceavo mes | 833.33 |
| 4 | Indemnización | 833.33 |
| 5 | Inss Patronal | 2,150.00 |
| 6 | Depreciación | 646.00 |
| 7 | Amortización | 100.14 |
| 8 | Matricula Municipal | 375.00 |
| 9 | Cuota Fija Alcaldía | 300.00 |
| 10 | Cuota Fija DGI | 300.00 |
| 11 | Luz | 275.00 |
| 12 | Agua | 300.00 |
| 13 | Internet | 360.00 |
| Total | | C\$ 17,306.14 |

Tabla 37 Gastos operativos de Desayunos de mi Pueblo

| Gastos operativos (1er mes) | |
|-----------------------------|----------------------|
| Descripción | Precio |
| Gastos preliminares | C\$ 7,210.00 |
| Gastos de administración | C\$ 11,001.14 |
| Gastos de venta | C\$ 17,306.14 |
| Total | C\$ 35,517.28 |

Fuente: Elaboración propia del equipo investigador

Tabla 38 Nómina del Primer mes Desayunos de mi Pueblo

| Desayunos de mi Pueblo Nómina Mensual Mes de Enero 2022 | | | | | | | | | | |
|---|---------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|--------------------|---------------------|----------------------|
| N° | Nombres y Apellidos | Cargo | Salario Base | Deducciones | Salario Neto | INSS Patronal | Prestaciones Sociales | | | Firma |
| | | | | INSS Laboral | | | Vacaciones | Treceavo Mes | Indemnización | |
| Administración | | | | | | | | | | |
| 1 | Nayeli Galán | Gerente General | C\$ 6,000.00 | C\$ 420.00 | C\$ 5,580.00 | C\$ 1,290.00 | C\$ 500.00 | C\$ 500.00 | C\$ 500.00 | |
| 2 | | | | - | - | - | - | - | - | |
| 3 | | | | - | - | - | - | - | - | |
| Sub Total Administración | | | C\$ 6,000.00 | C\$ 420.00 | C\$ 5,580.00 | C\$ 1,290.00 | C\$ 500.00 | C\$ 500.00 | C\$ 500.00 | |
| Ventas | | | | | | | | | | |
| 4 | Wendhy Narvaez | Cajero | 5,000.00 | 350.00 | 4,650.00 | 1,075.00 | 416.67 | 416.67 | 416.67 | |
| 5 | Santos Amador | Mesero | 5,000.00 | 350.00 | 4,650.00 | 1,075.00 | 416.67 | 416.67 | 416.67 | |
| Sub Total Ventas | | | C\$10,000.00 | C\$ 700.00 | C\$ 9,300.00 | C\$ 2,150.00 | C\$ 833.33 | C\$ 833.33 | C\$ 833.33 | |
| cocina | | | | | | | | | | |
| 6 | Axell Espinoza | Chef | 6,000.00 | 420.00 | 5,580.00 | 1,290.00 | 500.00 | 500.00 | 500.00 | |
| 7 | Brayan Cerda | Ayudante de cocina | 5,000.00 | 350.00 | 4,650.00 | 1,075.00 | 416.67 | 416.67 | 416.67 | |
| 8 | | | | - | - | - | - | - | - | |
| Sub Total Gastos de Venta | | | C\$11,000.00 | C\$ 770.00 | C\$10,230.00 | C\$ 2,365.00 | C\$ 916.67 | C\$ 916.67 | C\$ 916.67 | C\$ 7,695.00 |
| Total | | | C\$27,000.00 | C\$ 1,890.00 | C\$25,110.00 | C\$ 5,805.00 | C\$ 2,250.00 | C\$2,250.00 | C\$ 2,250.00 | C\$ 23,085.00 |
| | | | | | | C\$ 92,340.00 | C\$ 27,000.00 | | | |

Nota: Recordar en las proyecciones que los salarios minimos cambian cada seis meses, tomar en cuenta el % de aumento según tabla de salarios minimos 2015/2016

Fuente: Elaboración propia del equipo investigador

7. Plan financiero

El plan financiero según (Iruarrizaga, 2022, pág. 39) “Es una herramienta fundamental para el control presupuestario, ayuda a prevenir problemas más habituales en empresas: la falta de liquidez. Es un documento que debe de estar en perfecta sintonía con los apartados que conforman el plan de la empresa”.

En la empresa se realizará un estado financiero el cual conforme a este análisis se permitirá conocer la factibilidad económica de desayunos de mi pueblo, en que se hará uso de algunos indicadores que permitirán evaluar la implementación de la empresa, los valores que se utilizaran son el valor presente neto (VAN), el cual mostrara en el presente el valor de los flujos de dinero.

La tasa interna de retorno (TIR), es otro de los indicadores a utilizar, el cual indicara la rentabilidad porcentual de la empresa considerando los flujos de efectivo por año. Así mismo se hará uso de otros indicadores que nos permitirán conocer los costos y los gastos existentes de la empresa; indicadores que darán pauta a establecer los ingresos y los egresos monetarios de la empresa.

7.2 Inversión y fuente de financiamiento

La inversión inicial que la empresa necesita para ejecutarlo requiere de la consideración de varios costos, activos y gastos, todos necesarios para poner en marcha las operaciones de la empresa y así obtener el funcionamiento esperado. La inversión se clasifico de la siguiente manera: inversión fija, inversión diferida, capital de trabajo y la inversión total respectivamente.

7.2.1 Inversión fija

En la inversión fija comprendemos al conjunto de aquellos activos tangibles o intangibles, que no son convertibles en líquido a corto plazo y que para cualquier empresa o negocio son de gran importancia para el funcionamiento de los mismos en la que no son destinados para su venta. En la siguiente tabla se mostrará el detalle de la inversión fija para la empresa desayunos de mi pueblo,

estableciendo la maquinaria, el mobiliario y el equipo de oficina, y el equipo de cómputo necesario para la ejecución de la misma, presentando el total de la inversión fija necesaria.

Tabla 39 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 |
|---------------------------------|-------------------------|----------|----------------------|----------------------|---------------------|----------------------|-------------------|----------------------|----------------------|
| Equipo de cocina y salón | | | | | | | | | |
| | Cocina industrial | | | | | | | | |
| 1 | refaccionada | 1 | C\$ 2,800.00 | C\$ 2,800.00 | C\$280.00 | 2,520.00 | 5 | 504.00 | 42.00 |
| 2 | Cocina artesanal | 1 | 3,000.00 | 3,000.00 | 300.00 | 2,700.00 | 5 | 540.00 | 45.00 |
| | Mesa de acero | | | | | | | | |
| 3 | inoxidable | 1 | 3,000.00 | 3,000.00 | 300.00 | 2,700.00 | 5 | 540.00 | 45.00 |
| 4 | Refrigeradora | 1 | 7,500.00 | 7,500.00 | 750.00 | 6,750.00 | 5 | 1,350.00 | 112.50 |
| 5 | Cafetera | 1 | 800.00 | 800.00 | 80.00 | 720.00 | 1 | 720.00 | 60.00 |
| 6 | Licuada | 1 | 1,100.00 | 1,100.00 | 110.00 | 990.00 | 2 | 495.00 | 41.25 |
| Mobiliario | | | | | | | | | |
| | Escritorio de oficina y | | | | | | | | |
| 7 | silla secretarias | 1 | 3,600.00 | 3,600.00 | 360.00 | 3,240.00 | 5 | 648.00 | 54.00 |
| 8 | Archivador | 1 | 2,000.00 | 2,000.00 | 200.00 | 1,800.00 | 5 | 360.00 | 30.00 |
| | Comedores rústicos de 4 | | | | | | | | |
| 9 | sillas | 10 | 3,500.00 | 35,000.00 | 3,500.00 | 31,500.00 | 3 | 10,500.00 | 875.00 |
| 10 | Bancos de madera | 4 | 350.00 | 1,400.00 | 140.00 | 1,260.00 | 5 | 252.00 | 21.00 |
| 11 | Muebles para caja | 1 | 1,800.00 | 1,800.00 | 180.00 | 1,620.00 | 5 | 324.00 | 27.00 |
| Equipo de computo | | | | | | | | | |
| | Computadora de | | | | | | | | |
| 11 | escritorio | 1 | 10,000.00 | 10,000.00 | 1,000.00 | 9,000.00 | 5 | 1,800.00 | 150.00 |
| 12 | Celular | 1 | 3,600.00 | 3,600.00 | 360.00 | 3,240.00 | 2 | 1,620.00 | 135.00 |
| Total, de inversión fija | | | | C\$ 75,600.00 | C\$ 7,560.00 | C\$ 68,040.00 | | C\$ 19,653.00 | C\$ 1,637.75 |

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

7.2.2 Inversión diferida

Según Laurent (2015) la define menciona: “la inversión diferida se integra de todas las operaciones para llevar a cabo la realización del proyecto, desde el surgimiento de la idea hasta su ejecución y puesta en marcha”.

Es por ello que en la siguiente tabla se detallan aquellos gastos que van a incurrir en el proceso de efectuarse la creación de la empresa, entre esos gastos están los de investigación y desarrollo, los de organización e instalación, los de licencias y los de publicidad. Obteniendo un total para La inversión diferida de: C\$ 7,210.00 (siete mil doscientos diez córdobas netos)

Tabla 40: Detalle de inversión diferida.

| No. | Descripción del gasto | Importe | Años de amortización | Amort anual | Amort mensual |
|---|--|---------------------|----------------------|-------------|---------------|
| Investigación y desarrollo | | | | | |
| 1 | Impresiones | C\$ 200.00 | 3.00 | 66.66 | 5.55 |
| 2 | Pasaje | 295.00 | 3.00 | 98.33 | 8.19 |
| Gastos de organización e instalación | | | | | |
| 3 | Compra de pintura | C\$ 2,000.00 | 3.00 | 666.66 | 55.55 |
| 4 | Mano de obra de la pintada del local | 800.00 | 3.00 | 266.66 | 22.22 |
| 5 | Limpieza | 200.00 | 3.00 | 66.66 | 5.55 |
| | Pago a las diferentes instituciones correspondientes | 1,515.00 | 3.00 | 505.00 | 42.08 |
| Licencias y patentes | | | | | |
| 6 | Licencia sanitaria | C\$ 1,200.00 | 3.00 | 400.00 | 33.33 |
| 7 | Licencia categoría D (INTUR) | 5.000 | 3.00 | 166.66 | 13.88 |
| Publicidad inicial | | | | | |
| 8 | Publicidad | C\$ 500.00 | 3.00 | 166.67 | 13.89 |
| Total, inversión diferida | | C\$ 7,210.00 | | | |

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

7.2.3 Capital de trabajo

En conjunto a la definición de capital de trabajo que brinda Cotrina (2005) define que “son aquellos recursos que permiten que la empresa pueda iniciar sus actividades, entre lo que tenemos efectivo, insumos, etc.”.

El capital de trabajo para la empresa fue calculado de una manera detallada en la tabla a continuación estableciendo lo que es la materia prima, los salarios y el seguro social, al igual que los gastos operativos y los costos indirectos.

Tabla 41: Detalle de cálculo del capital de trabajo.

| Materia prima | | | | | |
|------------------------------|-------------------------------|-------------|-----------------------|--------------------|-----------------------------|
| N | Descripción del activo | Cant | Costo unitario | Costo Total | Proyección a 3 meses |
| Materiales directos | | | | | |
| | | | | C\$ | C\$ |
| 1 | Arroz | 224 lb | C\$ 18.00 | 4,032.00 | 12,096.00 |
| 2 | Frijoles | 140 lb | 25.00 | 3,500.00 | 10,500.00 |
| 3 | Cuajadas | 84 lb | 65.00 | 5,460.00 | 16,380.00 |
| 4 | Maíz | 280 lb | 10.00 | 2,800.00 | 8,400.00 |
| 5 | Cajilla de huevo | 45 cajillas | 150.00 | 6,750.00 | 20,250.00 |
| 6 | Crema | 168 lb | 35.00 | 5,880.00 | 17,640.00 |
| 7 | Aceite | 140 lt | 85.00 | 11,900.00 | 35,700.00 |
| 8 | Plátano maduro | 450 unid | 7.00 | 3,150.00 | 9,450.00 |
| 9 | Queso | 84 lb | 70.00 | 5,880.00 | 17,640.00 |
| 10 | Leche | 112 lt | 20.00 | 2,240.00 | 6,720.00 |
| Materiales Indirectos | | | | | |
| | | | | C\$ | C\$ |
| 1 | Carga de leña | 100 unid | C\$ 100.00 | 10,000.00 | 30,000.00 |
| 2 | Gas butano | 2 tanques | 480.00 | 960.00 | 2,880.00 |
| 3 | Cebolla | 84 lb | 20.00 | 1,680.00 | 5,040.00 |

| | | | | | |
|--|-----------------------|------------|-------|------------------|-------------------|
| 4 | Cilantro | 10 lb | 10.00 | 100.00 | 300.00 |
| 5 | Ajo | 10 ristras | 15.00 | 150.00 | 450.00 |
| 6 | Servilleta | 35 unid | 15.00 | 525.00 | 1,575.00 |
| 7 | Cal | 50 unid | 10.00 | 500.00 | 1,500.00 |
| 8 | Sal | 56 lb | 6.00 | 336.00 | 1,008.00 |
| 9 | Azúcar | 28 lb | 13.00 | 364.00 | 1,092.00 |
| 10 | Cubiertos desechables | 5 pqt | 20.00 | 100.00 | 300.00 |
| 11 | Bolsas plásticas | 5 pqt | 30.00 | 150.00 | 450.00 |
| 12 | Empaques | 125 unid | 4.50 | 562.50 | 1,687.50 |
| | | | | C\$ | C\$ |
| Total, materiales necesarios para la producción | | | | 66,655.50 | 199,966.50 |

Salarios y Seguro Social

| No | Puesto | Salario mensual | Aporte patronal | Total | Proyección a 3 meses |
|-----------------------|--------------------|----------------------|---------------------|----------------------|----------------------|
| Administración | | | | | |
| 1 | Gerente general | C\$ 6,000.00 | C\$ 1,290.00 | C\$7,290.00 | C\$ 21,870.00 |
| Ventas | | | | | |
| 2 | Cajero | C\$ 5,000.00 | C\$ 1,075.00 | C\$ 6,075.00 | C\$ 18,225.00 |
| 3 | Mesero | C\$ 5,000.00 | C\$ 1,075.00 | C\$ 6,075.00 | C\$ 15,420.00 |
| Cocina | | | | | |
| 4 | Chef | C\$ 6,000.00 | C\$ 1,290.00 | C\$ 7,290.00 | C\$ 18,225.00 |
| 5 | Ayudante de cocina | C\$ 5,000.00 | C\$1,075.00 | C\$ 6,075.00 | C\$ 18,225.00 |
| | Total | C\$ 27,000.00 | C\$ 5,805.00 | C\$ 32,805.00 | C\$ 84,810.00 |

Gastos operativos y Costos indirectos

| No | Concepto | Importe | Total | Proyección a 3 meses |
|-----------------------|-------------------------------|--------------|--------------|----------------------|
| Administración | | | | |
| 1 | Salarios | C\$ 6,000.00 | C\$ 6,000.00 | C\$18,000.00 |
| 2 | Vacaciones | 500.00 | 500.00 | 1,500.00 |
| 3 | Treceavo mes | 500.00 | 500.00 | 1,500.00 |
| 4 | Indemnización | 500.00 | 500.00 | 1,500.00 |
| 5 | INSS patronal | 1,290.00 | 1,290.00 | 3,870.00 |
| 6 | Depreciación | 646.00 | 646.00 | 1,938.00 |
| 7 | Amortización | 100.14 | 100.14 | 300.4166 |
| 8 | Papelería y útiles de oficina | 500.00 | 500.00 | 1,500.00 |

| | | | | |
|----|----------------------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| 9 | Impuesto de basura | 30.00 | 30.00 | 90.00 |
| 10 | Luz | 275.00 | 275.00 | 825.00 |
| 11 | Agua potable | 300.00 | 300.00 | 900.00 |
| 12 | Internet | 360.00 | 360.00 | 1,080.00 |
| | Ventas | | | |
| 13 | Salarios | C\$10,000.00 | C\$10,000.00 | C\$30,000.00 |
| 14 | Vacaciones | 833.33 | 833.33 | 2,499.99 |
| 15 | Treceavo mes | 833.33 | 833.33 | 2,499.99 |
| 16 | Indemnización | 833.33 | 833.33 | 2,499.99 |
| 17 | INSS patronal | 2,150.00 | 2,150.00 | 6,450.00 |
| 18 | Depreciación | 646.00 | 646.00 | 1,938.00 |
| 19 | Amortización | 100.14 | 100.14 | 432.33 |
| 20 | Matricula municipal | 375.00 | 375.00 | 375.00 |
| 21 | Cuota fija alcaldía | 300.00 | 300.00 | 900.00 |
| 22 | Cuota fija DGI | 300.00 | 300.00 | 900.00 |
| 23 | Luz | 275.00 | 275.00 | 825.00 |
| 24 | Agua | 300.00 | 300.00 | 900.00 |
| 25 | Internet | 360.00 | 360.00 | 1,080.00 |
| | Costos Indirectos | | | |
| 28 | Herramientas e insumos | 7,110.00 | 7,110.00 | 7,110.00 |
| | Total | C\$35,417.28 | C\$35,417.28 | C\$106,251.84 |
| | Total, Capital de Trabajo | | | C\$252,027.28 |

7.2.4 Inversión total

Lo anteriormente mencionado se detalla en la siguiente tabla para el cálculo de la inversión total que se necesitara para la empresa Desayunos de mi Pueblo.

Tabla 42 Plan de inversión Desayunos de mi Pueblo

| Descripción | Total |
|---|----------------------|
| Inversión Fija | |
| Mobiliario y equipo de oficina | C\$ 7,400.00 |
| Equipo de cocina y salón | 62,000.00 |
| Equipo de computo | 13,600.00 |
| Sub total Inversión Fija | C\$83,000.00 |
| Inversión Diferida | |
| Gastos Organización | C\$ 1,515.00 |
| Gastos de instalación | 3,000.00 |
| Investigación y desarrollo | 495.00 |
| Gastos en patentes y licencias | 1,700.00 |
| Publicidad al inicio de las operaciones | 500.00 |
| Sub total Inversión Diferida | C\$7,210.00 |
| Capital de Trabajo | |
| Compra de materia prima directa | C\$ 19,532.00 |
| Compra de materia prima indirecta | 2,993.00 |
| Sueldos y Salarios | 81,000.00 |
| Seguro Social | 23,085.00 |
| Gastos administrativos | 11,001.14 |
| Gastos de venta | 17,306.14 |
| Herramientas e insumos | 7,110.00 |
| Sub total Capital de Trabajo | C\$161,847.28 |
| Inversión Total | C\$252,057.28 |

Fuente: elaboración del equipo investigador

7.2.5 Estructura del Financiamiento

Esta estructura de financiamiento está constituida por el aporte de los fondos de los 3 socios, el cual aportarán un porcentaje de 33.33 % cada uno, el cual corresponde al total de la inversión inicial.

Tabla 43 Estructura de Financiamiento Desayunos de mi Pueblo

| Fuente de Financiamiento | Importe | % |
|---|----------------------|-------------|
| Fuentes Externas | | |
| Financiamientos externos | 0.00 | 0% |
| Total, de financiamiento externo | | |
| Fuentes Internas | | |
| Capital | | |
| Nayeli Galán López | C\$ 84,009.0933 | 33.33% |
| Axell Espinoza Sandigo | 84,009.0933 | 33.33% |
| Wendhy Carolina Narvárez Espinoza | 84,009.0933 | 33.33% |
| Total, de financiamiento interno | | |
| | 252,027.28 | 100% |
| Inversión Total | | |
| | C\$252,027.28 | 100% |

7.2.6 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.

Respecto al balance de situación financiera del primer año de Desayunos de mi Pueblo se determinó que el 81% del total de activos está concentrado en los activos corrientes, esto se debe a que el negocio necesita de un alto grado de liquidez para operar; el 18% está concentrado en los bienes necesarios para la operación de la empresa y un 1% se encuentra en otros activos los cuales representan los gastos preliminares para la apertura del negocio. Los pasivos solo representan el 12% del total pasivo más capital y el total patrimonio representa el 88%.

Tabla 44 Estado de Situación Financiera inicial de Desayunos de mi Pueblo

| Desayunos de mi pueblo | |
|----------------------------------|-----------------------|
| Estado de Situación Financiera | |
| Periodo del 31/12/2022 | |
| Expresado en córdobas | |
| <u>Activos</u> | |
| Corriente | |
| Efectivo en Caja y Banco | C\$ 161,817.28 |
| Total, Activo Corriente | |
| No Corriente | |
| Propiedad, Planta y Equipo | 83,000.00 |
| Otros activos | 7,210.00 |
| Total No Corriente | |
| Total de Activos | C\$ 252,027.28 |
| <u>Patrimonio</u> | |
| Capital Contable | 252,027.28 |
| Total Patrimonio | |
| Total, Pasivo más capital | C\$ 252,027.28 |

7.3 Presupuestos de Ingresos, egresos y costos

7.3.1 Punto de equilibrio

Conocido como el punto muerto o umbral de rentabilidad, es el número mínimo de unidades de un producto que una empresa o negocio requiere vender para que el beneficio en ese momento sea cero. Es decir, es el punto en el que los costes totales igualan a los ingresos totales por venta. En la siguiente tabla se puede observar que, según el análisis de sensibilidad, para que Desayunos de mi Pueblo pueda operar sin pérdidas, es necesario que tenga niveles mínimos de ingresos del 53.24%, es decir C\$ 965,799.71, considerando todos los egresos que la empresa debe tener durante su vida útil.

Tabla 45 Punto de equilibrio De Desayunos de mi Pueblo

| Punto de Equilibrio Promedio | |
|-------------------------------------|------------|
| CVU – Promedio | C\$ 42.416 |
| PVU – Promedio | 65.00 |

| | |
|--------------|--------------|
| MGU | 22.584 |
| Costos Fijos | 335,562.333 |
| PEF | 14,858.457 |
| PEM | C\$965799.71 |

CVU: Costo de venta unitario

PVU: Precio de venta unitario

MGU: Margen de ganancia unitario

PEF: Punto de equilibrio en unidades

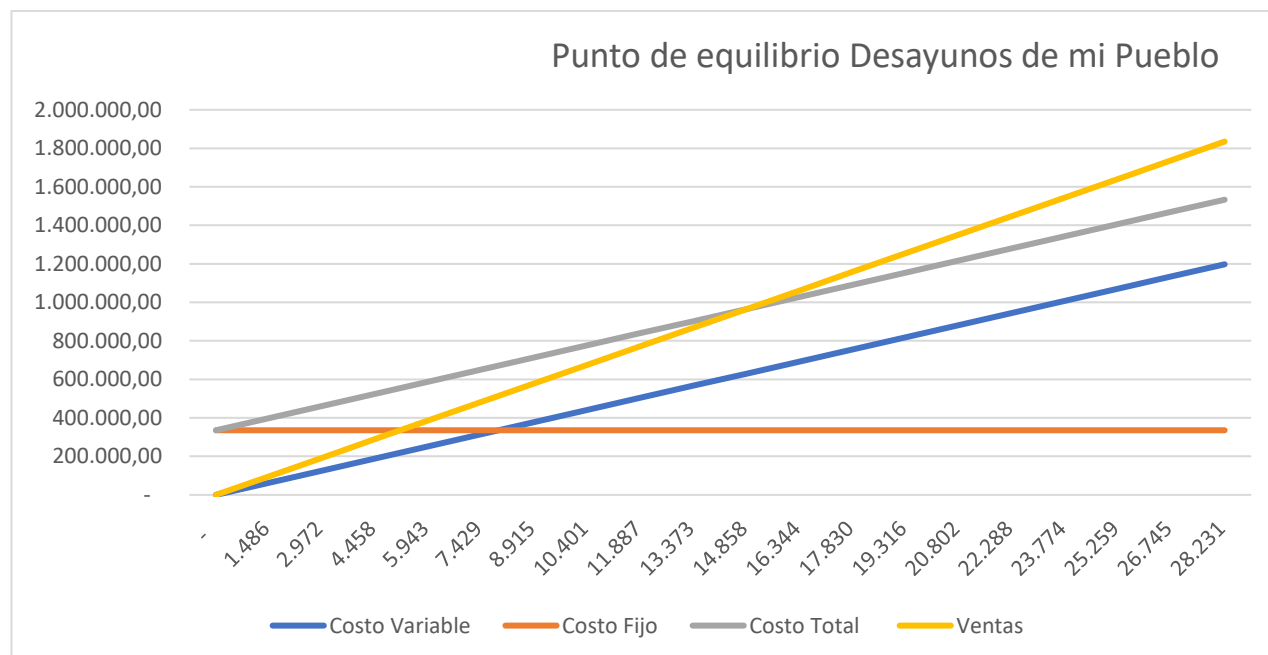
PEM: Punto de equilibrio en unidades monetarias

Fórmula para el punto de equilibrio:

$$\frac{\text{Costos fijos anuales}}{\text{Precio de venta unitario} - \text{Costo variable unitario}} = \frac{\text{Costos fijos anuales}}{\text{Margen de contribución unitario}}$$

$$P.E \text{ Desayunos de mi pueblo} = \frac{335,562.333}{65 - 42.416} = \frac{335,562.333}{22.584} = 14,858.45$$

Ilustración 36 Punto de equilibrio Desayunos de mi Pueblo



El punto de equilibrio para la empresa Desayunos de mi Pueblo, es donde se encuentra la línea de los costos totales; con la línea de ingresos por ventas, lo cual viene siendo 11,354 unidades a vender, esto de acuerdo con la fórmula aplicada

7.3.2 Presupuesto de ingresos

Los ingresos, se forman por los recursos que entran a una empresa, una entidad. Se trata del dinero que llega al poder de alguien a partir, del desarrollo de una actividad laboral, productiva, financiera o comercial. De esta forma, podemos proceder a elaborar la definición de presupuesto de ingresos, el cual se basa en las ventas logradas en el pasado y en las expectativas respecto a próximas actividades comerciales.

Los ingresos que la empresa alcanzará durante las operaciones efectuadas representan las entradas reales de la caja, básicamente estos se obtienen de la venta de los platillos y el servicio brindado. Los ingresos se representan en la siguiente tabla y se encuentran detallados anualmente, así como el precio de venta establecido para cada plato y las unidades que se venderán al año.

Tabla 46 Presupuesto de ventas en unidades físicas

| Descripción | Año 2023 | Año 2024 | Año 2025 | Total |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Gallopinto con cuajada, crema y tortilla | 5,040 | 5,570 | 6,100 | 16,710 |
| Gallopinto con huevos fritos y maduros | 5,040 | 5,570 | 6,100 | 16,710 |
| Frijoles fritos con huevos y tortilla | 5,040 | 5,570 | 6,100 | 16,710 |
| Totales | 15,120 | 16,710 | 18,300 | 50,130 |

Tabla 47 Presupuesto de ventas en unidades monetarias

| Descripción | Año 2023 | Año 2024 | Año 2025 | Total |
|--|-----------------------|------------------------|------------------------|-------------------------|
| Gallopinto con cuajada, crema y tortilla | C\$ 327,600.00 | C\$ 389,900.00 | C\$ 457,500.00 | C\$ 1,175,000.00 |
| Gallopinto con huevos fritos y maduros | 327,600.00 | 389,900.00 | 457,500.00 | 1,175,000.00 |
| Frijoles fritos con huevos y tortilla | 327,600.00 | 389,900.00 | 457,500.00 | 1,175,000.00 |
| Totales | C\$ 982,800.00 | C\$1,169,700.00 | C\$1,372,500.00 | C\$ 3,525,000.00 |

7.3.3 Presupuestos de egreso

Los egresos implican la salida de dinero. El uso más frecuente del término aparece en la contabilidad para nombrar y cuantificar el dinero que sale de las arcas de una entidad, en oposición al dinero que entra (los ingresos). Los egresos que se presentan en desayunos de mi pueblo se representan a través de los siguientes presupuestos presentados a continuación.

Tabla 48 Presupuesto de compras de materia prima directa en unidades físicas

| Descripción | Año 2023 | Año 2024 | Año 2025 | Total |
|------------------|--------------|--------------|---------------|---------------|
| Arroz | 924 lb | 1,021 lb | 1,118 lb | 3,064 lb |
| Frijoles | 735 lb | 812 lb | 890 lb | 2,437 lb |
| Cuajadas | 756 lb | 836 lb | 915 lb | 2,507 lb |
| Maíz | 1,596 lb | 1,764 lb | 1,932 lb | 5,292 lb |
| Cajilla de huevo | 672 und | 743 und | 813 und | 2,228 und |
| Crema | 756 lb | 835.5 lb | 915 lb | 2,507 lb |
| Aceite | 672 lt | 743 lt | 813 lt | 2,228 lt |
| Plátano maduro | 2,461 und | 2,720 und | 2,979 und | 8,160 und |
| Café | 222 lb | 245 lb | 268 lb | 735 lb |
| Totales | 5,049 | 9,719 | 10,644 | 25,411 |

Tabla 49 Presupuesto de compras de materia prima directa en unidades monetarias

| Descripción | Año 2023 | Año 2024 | Año 2025 | Total |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Arroz | C\$ 16,632.00 | C\$ 19,110.73 | C\$ 21,760.05 | C\$ 57,502.77 |
| Frijoles | 22,050.00 | 25,336.19 | 28,848.55 | 76,234.74 |
| Cuajadas | 49,140.00 | 56,463.51 | 64,291.05 | 169,894.56 |
| Maíz | 14,364.00 | 16,504.72 | 18,792.77 | 49,661.49 |
| Cajilla de huevo | 107,520.00 | 123,544.09 | 140,671.02 | 371,735.11 |
| Crema | 35,280.00 | 41,696.3 | 47,476.47 | 124,452.60 |
| Aceite | 56,700.00 | 57,911.29 | 65,939.54 | 180,550.83 |
| Plátano maduro | 14,767.20 | 16,968.01 | 19,320.29 | 51,055.49 |
| Café | 17,444.00 | 20,388.45 | 23,214.91 | 61,347.36 |
| Totales | C\$ 334,197.20 | C\$ 377,923.10 | C\$ 430,314.64 | C\$ 1,142,434.95 |

Tabla 50 Presupuesto de compras de materia prima indirecta en unidades físicas

| Descripción | Año 2023 | Año 2024 | Año 2025 | Total |
|--------------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------|
| Carga de leña | 665 | 735 | 805 | 2,205 |
| Gas butano | 18 | 20 | 22 | 60 |
| Cebolla | 378 | 418 | 458 | 1,253 |
| Chiltoma | 378 | 418 | 458 | 1,253 |
| Ajo | 111 | 123 | 134 | 368 |
| Servilleta | 336 | 371 | 407 | 114 |
| Cal | 336 | 371 | 407 | 114 |
| Sal | 243 | 269 | 494 | 806 |
| Azúcar | 489 | 540 | 591 | 1,620 |
| Totales | 2,954 | 3,264 | 3,575 | 9,763 |

Tabla 51 Presupuesto de compras de materia prima indirecta en unidades monetarias

| Descripción | Año 2023 | Año 2024 | Año 2025 | Total |
|----------------|---------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|
| Carga de leña | C\$ 6,650.00 | C\$ 7,641.07 | C\$ 8,700.36 | C\$ 22,991.42 |
| Gas butano | 8,640.00 | 9,927.65 | 11,303.32 | 29,871.57 |
| Cebolla | 7,560.00 | 8,686.69 | 9,890.93 | 26,137.62 |
| Chiltoma | 7,560.00 | 8,686.69 | 9,890.93 | 26,137.62 |
| Ajo | 1,665.00 | 1,913.14 | 2,178.36 | 5,756.50 |
| Servilleta | 5,040.00 | 5,791.13 | 6,593.95 | 17,425.08 |
| Cal | 3,360.00 | 3,860.75 | 4,395.97 | 11,616.72 |
| Sal | 1,458.00 | 1,675.29 | 1,907.54 | 5,040.83 |
| Azúcar | 1,351.80 | 7,298.43 | 8,310.21 | 21,960.45 |
| Totales | C\$48,284.80 | C\$ 55,480.85 | C\$ 63,172.17 | C\$ 166,937.83 |

Tabla 52 Presupuesto de materia prima directa enviada a producción en unidades físicas

| Descripción | Año 2023 | Año 2024 | Año 2025 | Total |
|------------------|------------------|--------------|---------------|---------------|
| Arroz | 924 lb | 1,021 lb | 1,118 lb | 3,064 lb |
| Frijoles | 735 lb | 812 lb | 890 lb | 2,437 lb |
| Cuajadas | 756 lb | 836 lb | 915 lb | 2,507 lb |
| Maíz | 1,596 lb | 1,764 lb | 1,932 lb | 5,292 lb |
| Cajilla de huevo | 672 und | 743 und | 813 und | 2,228 und |
| Crema | 756 lb | 835.5 lb | 915 lb | 2,507 lb |
| Aceite | 672 lt | 743 lt | 813 lt | 2,228 lt |
| Plátano maduro | 2,461 und | 2,720 und | 2,979 und | 8,160 und |
| Café | 6,111 lb | 245 lb | 268 lb | 7,359 lb |
| Totales | 14,683.20 | 9,719 | 10,644 | 35,782 |

Tabla 53 Presupuesto de materia prima directa enviada a producción en unidades monetarias

| Descripción | Año 2023 | Año 2024 | Año 2025 | Total |
|------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Arroz | C\$ 16,632.00 | C\$ 19,110.73 | C\$ 21,760.05 | C\$ 57,502.77 |
| Frijoles | 18,375.00 | 25,336.19 | 28,848.55 | 72,559.74 |
| Cuajadas | 49,140.00 | 56,463.51 | 64,291.05 | 169,894.56 |
| Maíz | 14,364.00 | 16,504.72 | 18,792.77 | 49,661.49 |
| Cajilla de huevo | 107,520.00 | 123,544.09 | 140,671.02 | 371,735.11 |
| Crema | 35,280.00 | 41,696.3 | 47,476.47 | 124,452.60 |
| Aceite | 56,700.00 | 57,911.29 | 65,939.54 | 180,550.83 |
| Plátano maduro | 14,767.20 | 16,968.01 | 19,320.29 | 51,055.49 |
| Café | 17,444.00 | 20,388.45 | 23,214.91 | 61,347.36 |
| Totales | C\$ 330,522.20 | C\$ 377,923.10 | C\$ 430,314.64 | C\$ 1,138,759.94 |

Tabla 54 Presupuesto de materia prima indirecta enviada a producción en unidades físicas

| Descripción | Año 2023 | Año 2024 | Año 2025 | Total |
|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Carga de leña | 665 | 735 | 805 | 2,205 |
| Gas butano | 18 | 20 | 22 | 60 |
| Cebolla | 378 | 418 | 458 | 1,253 |
| Chiltoma | 378 | 418 | 458 | 1,253 |
| Ajo | 111 | 123 | 134 | 368 |
| Servilleta | 336 | 371 | 407 | 114 |
| Cal | 336 | 371 | 407 | 114 |
| Sal | 243 | 269 | 494 | 806 |
| Azúcar | 489 | 540 | 591 | 1,620 |
| Totales | 2,954 | 3,264 | 3,575 | 9,763 |

Tabla 55 Presupuesto de materia prima indirecta enviada a producción en unidades monetarias

| Descripción | Año 2023 | Año 2024 | Año 2025 | Total |
|----------------|---------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|
| Carga de leña | C\$ 6,650.00 | C\$ 7,641.07 | C\$ 8,700.36 | C\$ 22,991.42 |
| Gas butano | 8,640.00 | 9,927.65 | 11,303.32 | 29,871.57 |
| Cebolla | 7,560.00 | 8,686.69 | 9,890.93 | 26,137.62 |
| Chiltoma | 7,560.00 | 8,686.69 | 9,890.93 | 26,137.62 |
| Ajo | 1,665.00 | 1,913.14 | 2,178.36 | 5,756.50 |
| Servilleta | 5,040.00 | 5,791.13 | 6,593.95 | 17,425.08 |
| Cal | 3,360.00 | 3,860.75 | 4,395.97 | 11,616.72 |
| Sal | 1,458.00 | 1,675.29 | 1,907.54 | 5,040.83 |
| Azúcar | 1,351.80 | 7,298.43 | 8,310.21 | 21,960.45 |
| Totales | C\$48,284.80 | C\$ 55,480.85 | C\$ 63,172.17 | C\$ 166,937.83 |

Tabla 56 Presupuesto de Mano de Obra Directa

| Descripción | Año 2023 | Año 2024 | Año 2025 | Total |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Chef | C\$ 72,000.00 | C\$ 77,040.00 | C\$ 82,432.20 | C\$ 231,472.20 |
| Ayudante de Cocina | 60,000.00 | 64,200.00 | 68,694.00 | 192,894.00 |
| Totales | C\$ 132,000.00 | C\$ 141,240.00 | C\$ 151,126.20 | C\$ 424,366.20 |

Tabla 57 Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación

| Descripción | Año 2023 | Año 2024 | Año 2025 | Total |
|--|--------------|--------------|--------------|---------------|
| CIF fijos | | | | |
| Depreciación de equipo de cocina y salón | C\$ 4,149.00 | C\$ 3,429.00 | C\$ 2,934.00 | C\$ 10,512.00 |
| Renta del local | 38,880.00 | 38,880.00 | 38,880.00 | 116,640.00 |
| CIF Variables | | | | |

| | | | | |
|-------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Materia prima indirecta | C\$ 48,284.80 | 55,480.85 | C\$ 63,172.17 | C\$ 166,937.82 |
| Prestaciones sociales | 33,000.00 | 35,310.00 | 37,781.70 | 106,091.70 |
| Aporte patronal | 28,380.00 | 30,366.60 | 32,492.26 | 91,238.86 |
| Totales | C\$ 141,533.80 | C\$ 151,525.25 | C\$ 162,483.05 | C\$ 491,420.38 |

Tabla 58 Resumen del Costo de Producción

| Descripción | Año 2023 | Año 2024 | Año 2025 | Total |
|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------------|
| Materia Prima | C\$ 334,197.20 | C\$ 377,923.10 | C\$ 430,314.64 | C\$ 1,142,434.94 |
| Mano de Obra Directa | 132,000.00 | 141,240.00 | 151,126.80 | 424,366.80 |
| Costos Indirectos de Fabricación | 175,133.80 | 186,511.482 | 198,934.212 | 560,579.494 |
| Totales | C\$ 641,331.00 | C\$ 705,674.59 | C\$ 780,375.66 | C\$ 2,127,381.234 |

Tabla 59 Presupuesto de Gastos de Venta

| Descripción | Año 2023 | Año 2024 | Año 2025 |
|---------------------|----------------|----------------|----------------|
| Salarios | C\$ 120,000.00 | C\$ 128,400.00 | C\$ 137,388.00 |
| Vacaciones | 10,000.00 | 10,700.00 | 11,449.00 |
| Treceavo mes | 10,000.00 | 10,700.00 | 11,449.00 |
| Indemnización | 10,000.00 | 10,700.00 | 11,449.00 |
| INSS patronal | 25,800.00 | 27,606.00 | 29,538.42 |
| Depreciación | 7,752.00 | 7,752.00 | 6,942.00 |
| Amortización | 1,201.67 | 1,201.67 | 1,201.67 |
| Matricula municipal | 375.00 | 375.00 | 375.00 |
| Cuota fija alcaldía | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 |
| Cuota fija DGI | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 |
| Luz | 3,300.00 | 3,431.01 | 3,567.22 |
| Agua | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 |

| | | | |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Internet | 4,320.00 | 4,991.50 | 4,669.82 |
| Total | C\$ 203,548.67 | C\$ 216,157.18 | C\$ 228,829.12 |

Tabla 60 Presupuesto de Gastos de Administración

| Descripción | Año 2023 | Año 2024 | Año 2025 |
|-------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Salarios | C\$ 72,000.00 | C\$ 77,040.00 | C\$ 82,432.80 |
| Vacaciones | 6,000.00 | 6,420.00 | 6,869.40 |
| Treceavo mes | 6,000.00 | 6,420.00 | 6,869.40 |
| Indemnización | 6,000.00 | 6,420.00 | 6,869.40 |
| INSS patronal | 15,480.00 | 16,563.60 | 17,723.05 |
| Depreciación | 7,752.00 | 7,752.00 | 6,942.00 |
| Amortización | 1,201.67 | 1,201.67 | 1,201.67 |
| Papelería y útiles de oficina | 6,000.00 | 6,238.20 | 6,485.86 |
| Impuesto de basura | 360.00 | 360.00 | 360.00 |
| Luz | 3,300.00 | 3,431.01 | 3,567.22 |
| Agua potable | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 |
| Internet | 4,320.00 | 4,321.10 | 4,322.19 |
| Total | C\$ 149,593.67 | C\$ 139,767.57 | C\$ 147,242.99 |

7.3.4 Estructura de Costos

En la siguiente tabla, se especifican los costos en los que incurrió la empresa para realizar sus operaciones, en donde se detallan los costos de materiales directos, mano de obra y los costos indirectos de fabricación proyectados anualmente.

La estructura de costes se refiere a la proporción que cada factor o servicio productivo representa del coste total o de cada unidad. Desde el punto de vista de la teoría de la producción se estudia la participación de los costes fijos y variables en los costes totales. En la siguiente tabla se

detalla la estructura de costo utilizada para determinar el precio de cada uno de los 4 platillos que se venderán en la empresa.

Tabla 61 Estructura de Costos

| Descripción | Año 2023 | Año 2024 | Año 2025 | Total |
|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Materia Prima | C\$ 102,186.00 | C\$ 117,415.14 | C\$ 133,692.42 | C\$ 353,293.56 |
| Mano de Obra Directa | 132,000.00 | 141,240.00 | 151,126.80 | 353,293.42 |
| Costos Indirectos de Fabricación | 175,133.80 | 186,511.48 | 198,934.21 | 560,579.49 |
| Totales | C\$ 409,319.80 | C\$ 445,166.62 | C\$ 483,753.43 | C\$ 1,338,239.85 |

| | |
|-----------------------------|-----------------|
| Costo Total Anual | C\$ 638,041.00 |
| N° de unidades | 15,120 |
| Costo Total Unitario | C\$42.19847884 |
| Margen de Utilidad | 50% |
| Precio de Venta | C\$ 63.29771825 |

7.4 Presupuesto financiero

7.4.1 Flujo de Caja

El flujo de caja está estructurado con las salidas y entradas de dinero que tiene una empresa o proyecto en un periodo determinado; en la siguiente tabla, se presenta el flujo de caja de la empresa Desayunos de mi Pueblo, este proyectado a tres años.

Tabla 62 Flujo de caja Desayunos de mi Pueblo

Desayunos de mi Pueblo

Flujo de Caja

| Descripción | Año 2023 | Año 2024 | Año 2025 |
|-----------------|----------------|----------------|----------------|
| Saldo inicial | C\$ 161,817.28 | C\$ 243,780.28 | C\$ 430,165.51 |
| Ingresos | | | |
| Ventas | 982,800.00 | 1,169,700.00 | 1,372,500.00 |

| | | | |
|------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Total, efectivo | C\$ 1,144,617.28 | C\$ 1,413,480.28 | C\$ 1,802,665.51 |
| Egresos | | | |
| Compras de materia prima directa | C\$ 334,197.20 | C\$ 377,923.10 | C\$ 430,314.64 |
| Compras de materia prima indirecta | 48,284.80 | 55,480.85 | 63,172.17 |
| Nomina | 301,320.00 | 322,412.40 | 344,981.27 |
| Costos indirectos | 61,320.00 | 61,925.03 | 62,554.08 |
| Gastos de venta | 18,795.00 | 19,097.51 | 19,412.04 |
| Gastos de administración | 17,580.00 | 17,950.31 | 18,335.27 |
| Décimo tercer mes | 22,000.00 | 28,890.00 | 30,912.30 |
| Aporte a la seguridad social | 92,340.00 | 98,803.80 | 105,720.07 |
| Compra de equipo de cocina | | 831.76 | 5,642.92 |
| Total, Egresos | C\$ 900,837.00 | C\$ 983,314.77 | C\$ 1,081,044.76 |
| Disponibilidad Neta | C\$ 243,780.28 | C\$ 430,165.51 | C\$ 721,620.75 |

7.4.2 Estado de Resultados Proyectado

Bustamante (2016) define al estado de resultado como: “un estado financiero básico en el cual se presenta información relativa a los logros alcanzados por la administración de una empresa durante un periodo determinado”. A continuación, se presenta el estado de resultado de la empresa proyectado a 3 años.

Tabla 63 Estado de Resultados Proyectados a 3 años Desayunos de mi Pueblo

Desayunos de mi Pueblo

Estado de Resultados Proyectados

| Descripción | Año 2023 | Año 2024 | Año 2025 |
|-----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Ventas | C\$ 982, 800.00 | C\$ 1,169,700.00 | C\$ 1,372,500.00 |
| Costos de Venta | 641,331.00 | 705,674.59 | 780,375.66 |
| Utilidad Bruta | C\$ 341,469.00 | C\$ 464,025.41 | C\$ 592,124.34 |
| <u>Gastos de Operación</u> | | | |
| Gastos de Venta | C\$ 203,548.67 | C\$ 216,157.18 | C\$ 228,829.12 |

| | | | |
|---------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Gastos de Administración | 132,013.67 | 139,767.57 | 147,242.99 |
| Total, gastos operativos | C\$ 335,562.33 | C\$ 355,924.75 | C\$ 376,072.11 |
| Utilidad del ejercicio | C\$ 5,906.67 | C\$ 108,100.66 | C\$ 216,052.23 |

7.4.3 Estado de Situación Financiera Proyectado

Tabla 64 Estado de situación financiera Proyectado Desayunos de mi Pueblo

| Desayunos de mi Pueblo | | | |
|---|------------------------|------------------------|------------------------|
| Estado de Situación Financiera Proyectado | | | |
| Expresado en Córdobas | | | |
| | Año 2023 | Año 2024 | Año 2025 |
| <u>Activos</u> | | | |
| <u>Corriente</u> | | | |
| Efectivo en Caja y Banco | C\$ 243,780.28 | C\$ 430,165.51 | C\$ 721,620.753 |
| Total, Activo Corriente | C\$ 243,780.28 | C\$ 430,165.51 | C\$ 721,620.753 |
| <u>No Corriente</u> | | | |
| Mobiliario y Equipo de Oficina | C\$ 7,400.00 | C\$ 7,400.00 | C\$ 7,400.00 |
| Equipo de Cocina y Salón | 62,000.00 | 62,831.76 | 6,710.00 |
| Equipo de computo | 13,600.00 | 13,600.00 | 13,600.00 |
| Depreciación Acumulada | (19,653.00) | (38,586.00) | (55,404.00) |
| Otros Activos | 7,210.00 | 7,210.00 | 6,710.00 |
| Amortización Acumulada | (2,403.33) | (4,806.67) | (6,710.00) |
| Total, Activos no Corrientes | C\$ 68,153.67 | C\$ 47,649.09 | C\$ 34,070.68 |
| Total, Activos | C\$ 311,933.944 | C\$ 477,814.604 | C\$ 755,691.433 |
| <u>Pasivo</u> | | | |
| <u>Corriente</u> | | | |
| Gastos acumulados por pagar | C\$ 54,000.00 | C\$ 111,780.00 | C\$ 173,604.60 |
| Total, Pasivos | C\$ 54,000.00 | C\$ 111,780.00 | C\$ 173,604.60 |
| <u>Patrimonio</u> | | | |
| Capital Contable | C\$ 252,027.278 | C\$ 252,027.278 | C\$ 252,027.278 |

| | | | |
|----------------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Resultados acumulados | - | 5,906.667 | 114,007.326 |
| Resultado del Ejercicio | 5,906.667 | 108,100.66 | 216,052.229 |
| Total, Patrimonio | C\$ 257,933.944 | C\$ 477,814.604 | C\$ 582,086.833 |
| Total, Pasivo más capital | C\$ 311,933.944 | C\$ 615.397.60 | C\$ 755,691.433 |

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 65 Flujo de Fondos Desayunos de mi Pueblo

| Descripción | Años | | | |
|------------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 0 | Año 2023 | Año 2024 | Año 2025 |
| Ingresos por Ventas | | C\$ 982,800.00 | C\$ 1,169,700.00 | C\$1,372,500.00 |
| Costos de Producción | | 641,331.00 | 705,674.59 | 780,375.66 |
| Utilidad bruta | | 341,469.00 | 464,025.41 | 592,124.34 |
| Gastos Administrativos | | 132,013.67 | 139,767.57 | 147,242.99 |
| Gastos de Venta | | 203,548.67 | 216,157.18 | 228,829.12 |
| Utilidad | | C\$ 5,906.67 | C\$ 108,100.66 | C\$ 216,052.23 |
| Depreciación | | 15,504.00 | 15,540.00 | 15,504.00 |
| Amortización | | 2,403.33 | 2,403.33 | 2,403.33 |
| Inversión Fija | -C\$ 83,000.00 | | | |
| Inversión Diferida | -7,210.00 | | | |
| Capital de Trabajo | -161,817.28 | | | |
| Flujos Netos | C\$ 252,027.28 | C\$ 23,814.00 | C\$ 126,007.99 | C\$ 233,959.56 |

7.4.2 Valor Actual Neto (VAN)

Morales (2014) define a la VAN de la siguiente manera:

El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder en esa inversión. También se conoce como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN).

El valor actual neto sirve para determinar en una valoración de proyecto, cual es el más rentable.

- **VAN > 0:** El valor actualizado de los cobros y pagos futuros de la inversión, a la tasa de descuento elegida generará beneficios.
- **VAN = 0:** El proyecto de inversión no generará ni beneficios ni pérdidas, siendo su realización, en principio, indiferente.
- **VAN < 0:** El proyecto de inversión generará pérdidas, por lo que deberá ser rechazado.

Al aplicar la fórmula de la VAN para conocer la rentabilidad del negocio, obtuvimos que la VAN es mayor que cero lo que significa que este generara beneficios. Se aplicó una tasa de descuento comparable del 18%, esta se aplica debido a la inflación anual acumulada que el país reporta en los últimos años y los cambios en los costos de los productos.

Tabla 66 Cálculo VAN Desayunos de mi Pueblo

| Cálculo de VAN | |
|---------------------------------|---------------------|
| Tasa de Descuento al 18% | |
| VAN | C\$ 1,046.07 |

7.4.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

En base a la definición que Sevilla (2014) brinda de la tasa de interés de retorno define que “es la rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto”.

Es una medida utilizada en la evaluación de proyectos de inversión para comprobar la viabilidad de una inversión. Permite comparar inversiones entre ellas. Cuanto mayor sea la TIR

mejor será la inversión. Está muy relacionada con el valor actualizado neto (VAN). De hecho, la TIR también se define como el valor de la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, para un proyecto de inversión dado.

La tasa interna de retorno para la empresa Desayunos de mi pueblo muestra un resultado de 63.09%, esto indica que es tasa de retorno aceptable, porque supera la tasa de rentabilidad o descuento mínimo que la empresa espera obtener que es de 18%.

Tabla 67 Cálculo de la TIR Desayunos de mi Pueblo

| Cálculo de la TIR | |
|--------------------------|---------------|
| TIR | 18.20% |

7.4.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión Lledó (2007) menciona que “la inversión en un proyecto deberá ser recuperada al cabo de T periodos (años, meses, días). El valor que se fije para T es arbitrario y depende exclusivamente de las características de cada proyecto y de cada inversor en particular”.

Es para el caso de nuestra empresa desayunos de mi pueblo que este margen de inversión tendría un periodo de recuperación aproximado en 1 año, 6 meses y 6 días, reflejado en la siguiente tabla.

Tabla 68 Cálculo del periodo de recuperación de la inversión Desayunos de mi Pueblo

| Cálculo del Periodo de Recuperación de la Inversión | |
|--|----------------------------|
| PRI | 1año,6 meses,6 días |

7.4.5 Relación Beneficio-Costo (B/C)

Jácome & Carvache en la Revista Contribuciones a la Economía (2017, págs. 2-14) refiere a que el Beneficio- Costo “consiste en crear un marco para valorar si en un momento específico en

el tiempo, el costo de una medida específica es mayor en relación a los beneficios procedentes de la misma”; es decir que nos permite tomar las mejores decisiones para la empresa.

En esta parte tomamos en cuenta la comparación de la relación de beneficio-costos, en el que si indica que el resultado sea mayor a 1 indica que los beneficios, superen a los costos, por lo que la empresa debe ser considerada.

Para la empresa desayunos de mi pueblo, la relación beneficio-costos arroja un resultado de 1.252, esto significa que se espera el 1.38 córdobas por cada córdoba en los costos reflejado en la siguiente tabla.

Tabla 69 Cálculo del Beneficio-Costo Desayunos de mi Pueblo

| | |
|-----------------|--------------|
| Relación | 1.252 |
| B/C | |

8. Bibliografía

- Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz. (2010). *promonegocios*. promonegocios:
<https://www.promonegocios.net/precio/estrategias-precios.html>
- Pendino Sebastián. (2019). *sebastiàpendino*. sebastianpendino:
<https://sebastianpendino.com/canvas-lienzo-propuesta-de-valor/#definicion-de-canvas-de-la-propuesta-de-valor>
- Aguirre, F., & Martínez Navarrete , D. (2016). *El ambiente externo de las organizaciones*. MIA.
- Ana, T. (26 de Febrero de 2021). *at Ana Trenza mis finanzas*. at Ana Trenza mis finanzas:
<https://anatrenza.com/plan-de-organizacion-que-es/>
- ARICMETRICS. (2022). ARICMETRICS: <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/segmentacion-de-mercado>
- Banco Mundial. (11 de mayo de 2022). Banco Mundial:
<https://www.bancomundial.org/es/country/nicaragua/overview>
- Basto, F. (2020). *BusinessCol.com*. BusinessCol.com: <https:bussinescol.com/que-es-mercado-real-definicion-de-mercado-real>
- Benavidez Alfredo. (2021). *mott glosario*. mott glosario:
<https:glosario.mott.pe/marketing/palabras/mercado-potencial>
- Betancourt. (22 de Abril de 2017). *IngenioEmpresa*. IngenioEmpresa:
<https://www.ingenioempresa.com/capacidad-produccion-empresa/>
- Botey, P. (23 de Febrero de 2022). *INBOUNDCYCLE*. INBOUNDCYCLE:
<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debes-conocer>
- Brume Gonzales, M. J. (2019). *Estructura Organizacional*. Barranquilla: Institución Universitaria Itsa.

- Bustamante, S. (Junio de 2016). *Blog Corponet*.
https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Contabilidad_Financiera1_Unidad_3.pdf
- Cañas, C. A. (13 de Julio de 2018). *planning*. Plannig:
https://planning.com.co/bd/valor_agregado/Julio2013.pdf
- Castro, J. (2 de Septiembre de 2021). *blogcorponet*. blogcorponet:
https://www.google.com/search?q=significado+de+tecnolog%C3%ADa+y+su+importancia+en+las+empresas&ei=v-UHY6XbNLnLwbkPw4OvwAQ&oq=significado+de+tecnolog%C3%ADa+y+su+importancia+en+las+&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAEYADIFCCEQoAEyBQghEKABMgUIIRCgATIFCCEQoAEyBQghEKABMg
- Coll, M. F. (15 de mayo de 2021). *Economipedia*. Economipedia.com:
<https://economipedia.com/definiciones/distribucion>
- Cortez, R. (13 de Junio de 2020). *Euroinnova*. Euroinnova: <https://www.euroinnova.pe/blog/que-es-un-perfil-de-cargo-y-para-que-sirve?changectry=1>
- Cotrina, S. (2005). *imagenes.mailxmail.com*. imagenes.mailxmail.com:
<http://imagenes.mailxmail.com/cursos/pdf/9/proyectos-inversion-6719-completo.pdf>
- Datosmacro.com*. (2021). *Datosmacro.com*:
<https://datosmacro.expansion.com/paises/nicaragua#:~:text=Nicaragua%2C%20con%20un a%20poblaci%C3%B3n%20de,134%20por%20volumen%20de%20PIB.>
- Desnudando el marketing. (03 de Diciembre de 2017).
<https://desnudandoelmarketing.com/estrategias-de-promocion/>
- Dirección General de Ingresos. (11 de junio de 2020).
https://www.google.com/search?q=dgi+nicaragua&rlz=1C1NDCM_esNI851NI851&oq=dgi&aqs=chrome.1.69i57j0l6j5.5122j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8
- Economía, E. (octubre de 2013). *Economia.org*. <https://economia.org/consumidor.php>
- Ekon*. (5 de noviembre de 2020). Ekon: <https://www.ekon.es/blog/estrategias-distribucion-importantes/#:~:text=Qu%C3%A9%20son%20las%20estrategias%20de%20distribuci%C3>

%B3n&text=Dicho%20de%20otro%20modo%2C%20son,llega%20al%20canal%20de%20distribuci%C3%B3n.

- equipo Editorial Etecé. (2018). *conceptos*. conceptos: <https://concepto.de/conocimiento-tecnico/>
- FIDA. (2016). FIDA: <https://www.ifad.org/es/web/operations/w/pa%C3%ADs/nicaragua>
- Flores, M. P. (Octubre de 2017). *Promonegocios*. Promonegocios: <https://www.youtube.com/watch?v=P46ir0kjLZ0>
- Franquet, A. R. (Marzo de 25 de 2017). *economipedia*. economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/4-ps-del-marketing.html>
- Garcia Gonzalez, Fernando. (Octubre de 2012). *ACOFI*. ACOFI: www.acofi.edu.co
- gebesa*. (14 de mayo de 2019). <https://blog.gebesa.com/mobiliario-y-equipo-de-oficina>
- Gil, S. (06 de Julio de 2020). *Economipedia*. Economipedia: <https://economyipedia.com/competencia/html>
- INAPI. (2019). INAPI: <https://www.inapi.cl/portal/institucional/600/w3-article-839.html>
- INFINITE. (2021). *INFINITE*. INFINITE: <https://www.infinitiaresearch.com/noticias/estrategias-desarrollo-de-producto-ventajas/>
- INIDE. (1 de marzo de 2008). *Instituto Nacional de Información de desarrollo*. Instituto Nacional de Información de desarrollo: www.inide.gob.ni
- INTUR. (13 de AGOSTO de 2019). *VisitaNicaragua*. VisitaNicaragua: <https://www.visitanicaragua.com/cultura/>
- Iruarrizaga, J. H. (2022). Plan financiero para start-ups: Proceso y métricas en la práctica. En J. Iruarrizaga, *Plan financiero para start-ups: Proceso y métricas en la práctica*. (págs. 39-339). Madrid : ESIC Editorial.
- Jácome, I., & Carvache, O. (2017). Análisis del Costo – Beneficio una Herramienta . *Revista Contribuciones a la Economía* , 2-14.
- Jose, L. M. (abril de 2022). *Definición de*. Definición de: <https://definicion.de/proceso-de-produccion/>

- Kotler, P. (2006). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Pearson Prentice Hall. AUTODESK:
<https://www.autodesk.mx/solutions/3d-design-software>
- Lamb, H. y. (Agosto de 2007). *promonegocios*. promonegocios:
<https://www.promonegocios.net/precio/estrategias-precios.html>
- Laurent, L. (Agosto de 2015). *ri.uaemex.mx*. ri.uaemex.mx:
<http://ri.uaemex.mx/oca/bitstream/20.500.11799/31837/1/secme-17068.pdf>
- Lledó, P. (3 de marzo de 2007). *pablolledo.com*. pablolledo.com: Lledó, P. (2007). Comparación entre distintos Criterios de d <https://pablolledo.com/content/articulos/03-03-07-Criterios-decision-Lledo.PDF>.
- Lopez Raul. (22 de Enero de 2022). *swinssinfo.ch*. <https://www.swinssinfo.ch/spa/nicaragua-econom%C3%ADa-la-actividad-econ%B3-al-13-2---en-noviembre-pasado/47284646.Ym>
- Lopez, D. (20 de Febrero de 2020). *Numbeda by fleebe*. Numbeda. com: <https://numdea.com/>
- Maradiaga Luisa. (10 de Febrero de 2021). *ohmyFi*. ohmyFi: <https://ohmyfi.co/herramientas-de-marketing/#:~:text=Las%20herramientas%20de%20marketing%20son,procesos%20y%20mejorar%20los%20resultados>.
- Martin Àngel. (2021). *angel martin*. angel martin: <https://martin.click/marketing-online/canvas-propuesta-de-valor/>
- Meza Lucia. (Abil de 2010). *SECOFI*. SECOFI:
<http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp>
- Morales, V. (15 de 06 de 2014). *Economipedia.com*. Economipedia.com:
<https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- Nacional, A. (2013). *Reglamento de la Ley de Concertación Tributaria*. Managua: La Gaceta Diario Oficial.
- Nobrega, V. (9 de Octubre de 2016). *bdigital*. bdigital:
http://bdigital.ula.ve/storage/pdftesis/pregrado/tde_arquivos/25/TDE-2010-05-18T04:34:11Z-938/Publico/DeNobregaVeronica.pdf

- Nuño, P. (17 de Noviembre de 2017). *EmprendePyme*. EmprendePyme: <https://www.emprendepyme.net/que-es-una-marca.html>
- Ochoa Yesica. (Noviembre de 2020). *tienda nube blog*. tienda nube blog: <https://www.tiendanube.com/blog/que-es-una-propuesta-de-valor/>
- Olalde Ramos, M. (2018). *El Cartel como medio de Comunicación*. Mexico: Creative Commons.
- Orellano Nirian, P. (14 de Abril de 2020). *Economipedia*. Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/organigrama.html>
- Peiro, R. (16 de Febrero de 2020). *Economipedia*. Economipedia.com: <https://economipedia.com/>
- Perez, Ana. (2022). *Business Schol*. Business Schol: <https://www.obsbusiness.school/blog/cuales-son-las-etapas-de-un-proyecto-te-lo-contamos-en-esta-infografia>
- PlandeNegociosPerú*. (2 de febrero de 2020). PlandeNegociosPerú: <https://plandenegociosperu.com/mercado-potencial-disponible-efectivo-y-objetivo/>
- Porto, J. P., & Merino, M. (2018). *Definición.DE*. Definición.DE: <https://definicion.de/logotipo/>
- Quiroa, M. (30 de Septiembre de 2020). *economipedia*. economipedia: [https://economipedia.com/demografia.en.el.ambienteexterno](https://economipedia.com/demografia/en-el-ambienteexterno)
- República, A. G. (2013). *Ley 645 Ley de promoción y fomento de las MYPYME*. Managua: La Gaceta.
- Ruales, A. (2017). *Una mirada Futurista al trabajo del diseñador*. Ecuador. EMPRENDE A CONCIENCIA: <https://www.emprendeaconciencia.com/disenio-prototipo#>
- Sevilla, A. (15 de junio de 2014). *economipedia.com*. economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Simon, A. (2015). *Diccionario de la Economía, Tercera Edición*.
- Tempone Denise. (12 de Diciembre de 2020). *DAMESTIKA*. DAMESTIKA: <https://www.domestika.org/es/blog/6226-que-es-la-identidad-grafica-y-que-tiene-que-saber-un-profesional-del-branding>
- Terrenos, D. (2021). *Hubspot*. Hubspot: <https://blog.hubspot.es/marketing/mercado-potencial>

Thompson, I. (Mayo de 2006). *PromonegocioS.net*. PromonegocioS.net:
<https://www.promonegocios.net/>

Tomas, D. (19 de Noviembre de 2019). *Cyberclick*. Cyberclick: <https://www.cyberclick.es/ques/banner>

Velayos, V. (15 de junio de 2014). *economipedia*. economipedia :
<https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>

Vilas Rodríguez Marcos. (2021). *USC*. USC: <https://www.uscmarketingdigital.com/business-model-canvas/>

Anexo # 2 Encuesta realizada para el estudio de mercado



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO

UNAN-FAREM CARAZO

ENCUESTA DIRIGIDA AL CONSUMIDOR

Somos estudiantes del V Año de la carrera de Contaduría Pública y Finanzas, estamos realizando una investigación para recopilar datos con el fin de impulsar un **Servicio**. Agradeciendo de antemano el tiempo que dedique.

Objetivo: determinar la demanda, gustos y preferencias de las personas con el fin de conocer la aceptación que tendría el proyecto de emprendimiento “Desayunos de mi pueblo” ubicados en el municipio de Jinotepe Carazo

INDICACIONES: Por favor responda de forma objetiva, pues de ello depende la validez de los resultados de esta investigación. Por favor marcar con (X)

I. Aspecto Demográfico

Sexo: F ___ M ___ **Edad:** ___ **Ocupación:** Estudia ___ Trabaja ___ Otros ___

¿Cómo son sus ingresos?

Mensual ___ Quincenal ___ Semanal ___

Cuál es su porcentaje de ingresos

C\$ 1,000 a C\$ 3,000 ___

C\$ 3,000 a C\$ 5,000 ___

C\$ 5,000 A C\$ 8,000 ___

C\$ 8,000 a más ___

II. Aspectos sobre la Demanda

1. **¿Normalmente desayuna fuera de su hogar?**

SI ___ NO ___

2. **En compañía de quien acostumbra a desayunar.**

Familia ___ Amigos ___ Compañeros de trabajo ___ Solo ___

3. **¿Ha visitado lugares que ofrezcan comidas típicas en Jinotepe? Si su respuesta es SI méncionelo**

4. **¿Les gustaría probar Desayunos típicos nicaragüenses en el municipio de Jinotepe?**
Si su respuesta es NO justifíquelo

SI _____ NO _____

5. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en promedio por un desayuno?**

Aspectos sobre la oferta

6. **¿Qué establecimientos de comidas has visitado en Jinotepe?**

Café Xilotepelt _____ La Tostaduría _____ Café Alicia _____ Otros _____

7. **¿Qué es lo que usted considera más importante a la hora de visitar un establecimiento de comida típica?**

Comida _____ Localización _____ Calidad en el servicio _____

Precio _____ Ambientación _____ Higiene _____ Todas las anteriores _____

8. **¿Qué tipo de ambiente le gustaría tener a la hora de desayunar?**

Campestre _____ Vintage _____ Clásico _____

9. **¿Por qué prefiere ese tipo de establecimientos de comida?**

Por sabor _____ Por la posición _____ Por el precio _____ Por el ambiente _____

Todas las anteriores _____

10. **¿Cuáles son las características que piensa usted que debería tener el personal encargado de la atención al cliente?**

Amabilidad _____ Respeto _____ Sonriente _____ Higiene _____ Imagen _____

Todas las anteriores _____

11. **¿Qué productos de la comida típica nicaragüense prefiere?**

Gallo pinto, con cuajada y tortilla _____ Gallo pinto, con huevos fritos y maduro _____

Frijoles fritos con crema y tortilla _____ Güirilas con cuajadas _____

Leche agria con tortillas y frijoles _____ Surtido típico _____

III. Aspectos sobre la Publicidad

12. **¿Qué medios de publicidad recomienda a utilizar?**

Radio _____ Redes Sociales _____ Volantes _____ Internet _____

Otros_____ (especifique)

13. ¿Cuál es la Red social que más utiliza?

Facebook _____ Instagram _____ Whatsapp _____ Telegram _____

¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo #3 Imágenes de la aplicación de encuestas a la población económicamente activa del municipio de Jinotepe



Anexo # 4 formatos de inscripción para trabajadores en el INSS

INSTITUTO NICARAGÜENSE DE SEGURIDAD SOCIAL
FICHA DE INSCRIPCIÓN DEL ASEGURADO

DATOS DEL ASEGURADO/A

1) NSS del Asegurado/a: _____ 2) Tipo de Documento de Identidad: Cédula CSE: Residencia: Pasaporte: 4) Fecha de Nacimiento: _____
 5) No. de Doc. de Identidad: _____
 3) Primer Nombre: _____ Segundo Nombre: _____ Primer Apellido: _____ Segundo Apellido: _____ 6) Sexo: H M

7) País: _____ 8) Departamento: _____ 9) Municipio: _____

10) Dirección de Residencia
 11) Departamento: _____ 12) Distrito/Zona: _____ 13) Comarca: _____
 14) Barrio: _____
 15) Dirección Exacta: _____
 16) Teléfonos: No. Convencional: _____ No. Celular: _____ 17) Correo Electrónico: _____

18) Nombres y Apellidos del Padre: _____ No. de Cédula de Identidad: _____
 19) Nombres y Apellidos de la Madre: _____ No. de Cédula de Identidad: _____
 20) Estado Civil: Soltería: Casado/a: Unión de Hecho Estable:
 21) Nombres y Apellidos de Cónyuge / Compañero de vida: _____ No. de Cédula de Identidad: _____

OBLIGATORIO

22) Registro Patronal: 813678 23) Números: _____ 24) Razón Social: _____
 25) Departamento: _____ 26) Municipio: _____ 27) Distrito/Zona: _____ 28) Comarca: _____
 29) Barrio: _____
 30) Dirección Exacta del Empleador (poner en la Nómina): _____ 31) Teléfonos: No. Convencional: _____ No. Celular: _____

32) Fecha de Ingreso: _____ 33) Total Ingreso del Mes: 2100.00 34) Salario Mensual: _____ 35) Cargo que Ocupa: _____
 Día: _____ Mes: _____ Año: _____ CS: _____ CS: _____

36) Sistema de Pago: Manual Quincenal Cuotrida Semanal 37) Día de Cuenta (para quincenas): _____

38) Meses Atrasados: (máximo 6 meses)

| Meses Atrasados | Total Ingreso del Mes | Salario Mensual | Meses Atrasados | Total Ingreso del Mes | Salario Mensual | Meses Atrasados | Total Ingreso del Mes | Salario Mensual |
|-----------------|-----------------------|-----------------|-----------------|-----------------------|-----------------|-----------------|-----------------------|-----------------|
| Enero | | | Mayo | | | Septiembre | | |
| Febrero | | | Junio | | | Octubre | | |
| Marzo | | | Julio | | | Noviembre | | |
| Abril | | | Agosto | | | Diciembre | | |

FACULTATIVO

39) Modalidad: Integral: IVM: Salud: 40) Ingreso Mensual: _____ 41) Aporte Mensual: _____
 42) Actividad Ocupacional: _____ 43) Mes de Aplicación: _____
 Dirección de Emisión de Factura (Llenar en caso de ser diferente a la dirección de residencia)
 44) Departamento: _____ 45) Municipio: _____ 46) Distrito/Zona: _____ 47) Comarca: _____
 48) Barrio: _____
 49) Dirección Exacta: _____

PARA USO INSS

50) Municipio de Inscripción: _____ 51) Fecha de Inscripción en el INSS: _____ 52) Nómina asignada (Facultativa): _____

53) Fotocopias de Documentos que se adjuntan:

| | | |
|--|---|---|
| Cédula Identidad: <input type="checkbox"/> | Certificado de Matrimonio: <input type="checkbox"/> | Accredita como Negociante: <input type="checkbox"/> |
| Pasaporte: <input type="checkbox"/> | Certificado de Unión de Hecho Estable: <input type="checkbox"/> | |
| | Certificado de Hecho Estable: <input type="checkbox"/> | |
| | | |

54) Observaciones: _____

55) Nombre y apellido del Afiliado/a: _____ 56) Firma del Empleador/Representante Legal/Asegurado: _____ 57) Firma y sello autorizado INSS: _____

Original: Oficina de Afiliación y Cobro Empleado o Asegurado Facultativo.
 Inscripción: Para la inscripción de que formalice, será presentada en el área de Afiliación de la Dirección. Para el período de inscripción de aportes, certificado de inscripción y validación de la inscripción. Para el caso de Seguro Facultativo deberá de cubrir un (1) año de manera continua hasta quedar a cubierto.
 Edificio 1907, Calle Nueva, Managua. Teléfono: 2222-1155/2222-7142. <http://www.inss.gub.ni>

Anexo #5 Formulario para la inscripción de nuevos negocios en la alcaldía municipal



ALCALDIA MUNICIPAL DE JINOTEPE



Dirección: En frente del parque central de Jinotepe

Teléfono: 5222-7952

FORMULARIO DE NUEVOS NEGOCIOS

FECHA ____ / ____ / 20 ____

NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE: _____

CEDULA O RUC: _____

TELEFONO CONVENCIONAL: _____ Tigo Nica: _____ CLARO: _____

TIPO DE NEGOCIO: _____

DIRECCION DEL NEGOCIO: _____

MONTO DE LA INVERSION: C\$ _____ U\$ _____

NUMERO DE TRABAJADORES - PERMANENTE: _____ TEMPORALES: _____

Categoría del Negocio: _____, Matricula C\$ _____ Mensualidad C\$ _____

Por Declaración: _____

Nombre y Apellido - Firma.
Funcionario ALMA.Nombre y Apellido - Firma
Contribuyente.

CRISTIANA, SOCIALISTA Y SOLIDARIA!
ALCALDIA DEL GRUPO CIUDADANO DE NINOTEPÉ

Anexo #6 Cédula N°1 Proyecciones de venta en unidades físicas

| Desayunos de mi Pueblo | | | | | | | | | | | | | |
|---|-----|-----|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| Cédula N° 1 Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas | | | | | | | | | | | | | |
| Año 2022 | | | | | | | | | | | | | |
| Descripción | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Total |
| Gallopinto con cuajada, crema y tortilla (Incluye café) | 302 | 302 | 302 | 370 | 370 | 370 | 470 | 470 | 470 | 538 | 538 | 538 | 5040 |
| Gallopinto con huevo frito y maduro (Incluye café) | 302 | 302 | 302 | 370 | 370 | 370 | 470 | 470 | 470 | 538 | 538 | 538 | 5040 |
| Frijoles fritos con huevo y tortilla (Incluye café) | 302 | 302 | 302 | 370 | 370 | 370 | 470 | 470 | 470 | 538 | 538 | 538 | 5040 |
| | 906 | 906 | 906 | 1110 | 1110 | 1110 | 1410 | 1410 | 1410 | 1614 | 1614 | 1614 | 15120 |

Anexo #7 Cédula N°2 Proyecciones de venta en unidades monetarias

| Desayunos de mi Pueblo | | | | | | | | | | | | | | |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Cédula N° 2 Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias | | | | | | | | | | | | | | |
| Descripción | P. de Vta. | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Total |
| Gallopinto con cuajada, crema y tortilla (Incluye café) | 65.00 | 19,630.00 | 19,630.00 | 19,630.00 | 24,050.00 | 24,050.00 | 24,050.00 | 30,550.00 | 30,550.00 | 30,550.00 | 34,970.00 | 34,970.00 | 34,970.00 | 327,600.00 |
| Gallopinto con huevo frito y maduro (Incluye café) | C\$ 65 | 19,630.00 | 19,630.00 | 19,630.00 | 24,050.00 | 24,050.00 | 24,050.00 | 30,550.00 | 30,550.00 | 30,550.00 | 34,970.00 | 34,970.00 | 34,970.00 | 327,600.00 |
| Frijoles fritos con huevo y tortilla (Incluye café) | C\$ 65 | 19,630.00 | 19,630.00 | 19,630.00 | 24,050.00 | 24,050.00 | 24,050.00 | 30,550.00 | 30,550.00 | 30,550.00 | 34,970.00 | 34,970.00 | 34,970.00 | 327,600.00 |
| | | C\$ 58,890 | C\$ 58,890 | C\$ 58,890 | C\$ 72,150 | C\$ 72,150 | C\$ 72,150 | C\$ 91,650 | C\$ 91,650 | C\$ 91,650 | C\$ 104,910 | C\$ 104,910 | C\$ 104,910 | C\$ 982,800 |

Anexo #8 Cédula N°3 Proyecciones de materia prima directa (Unidades físicas)

| Desayunos de mi Pueblo | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|--|
| Cédula N° 4 Proyecciones de Compra de Materia Prima Directa (Unidades Físicas) | | | | | | | | | | | | | | | |
| Descripción | UNDMED | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Total | |
| Arroz | Lbs | 56 | 56 | 56 | 70 | 70 | 70 | 84 | 84 | 84 | 98 | 98 | 98 | 924 | |
| Frijoles | Lbs | 42 | 42 | 42 | 56 | 56 | 56 | 70 | 70 | 70 | 77 | 77 | 77 | 735 | |
| Cuajada | Lbs | 42 | 42 | 42 | 56 | 56 | 56 | 70 | 70 | 70 | 84 | 84 | 84 | 756 | |
| Maiz | Lbs | 112 | 112 | 112 | 126 | 126 | 126 | 140 | 140 | 140 | 154 | 154 | 154 | 1596 | |
| cajilla de huevo | Und | 42 | 42 | 42 | 49 | 49 | 49 | 63 | 63 | 63 | 70 | 70 | 70 | 672 | |
| Crema | Lbs | 42 | 42 | 42 | 56 | 56 | 56 | 70 | 70 | 70 | 84 | 84 | 84 | 756 | |
| Aceite | Lts | 42 | 42 | 42 | 49 | 49 | 49 | 56 | 56 | 56 | 70 | 70 | 77 | 672 | |
| Platano Maduro | Und | 140 | 140 | 140 | 196 | 196 | 196 | 224 | 224 | 224 | 252 | 252 | 277 | 2461 | |
| Café | Lbs | 10 | 10 | 10 | 14 | 14 | 14 | 21 | 21 | 21 | 28 | 28 | 31 | 222 | |
| Total | | 528 | 528 | 528 | 672 | 672 | 672 | 224 | 224 | 224 | 259 | 259 | 259 | 5049 | |

Anexo #9 Cédula N°4 Proyecciones de compra de materia directa (Unidades Monetarias)

| Desayunos de mi Pueblo | | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|
| Cédula N° 5 Proyecciones de Compra de Materia Prima Directa (Unidades Monetarias) | | | | | | | | | | | | | | |
| Descripción | Costo Unitario | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Total |
| Arroz | 18.00 | 1,008.00 | 1,008.00 | 1,008.00 | 1,260.00 | 1,260.00 | 1,260.00 | 1,512.00 | 1,512.00 | 1,512.00 | 1,764.00 | 1,764.00 | 1,764.00 | 16,632.00 |
| Frijoles | 30.00 | 1,260.00 | 1,260.00 | 1,260.00 | 1,680.00 | 1,680.00 | 1,680.00 | 2,100.00 | 2,100.00 | 2,100.00 | 2,310.00 | 2,310.00 | 2,310.00 | 22,050.00 |
| Cuajada | 65.00 | 2,730.00 | 2,730.00 | 2,730.00 | 3,640.00 | 3,640.00 | 3,640.00 | 4,550.00 | 4,550.00 | 4,550.00 | 5,460.00 | 5,460.00 | 5,460.00 | 49,140.00 |
| Maiz | 9.00 | 1,008.00 | 1,008.00 | 1,008.00 | 1,134.00 | 1,134.00 | 1,134.00 | 1,260.00 | 1,260.00 | 1,260.00 | 1,386.00 | 1,386.00 | 1,386.00 | 14,364.00 |
| Huevo | 160.00 | 6,720.00 | 6,720.00 | 6,720.00 | 7,840.00 | 7,840.00 | 7,840.00 | 10,080.00 | 10,080.00 | 10,080.00 | 11,200.00 | 11,200.00 | 11,200.00 | 107,520.00 |
| Crema | 48.00 | 2,016.00 | 2,016.00 | 2,016.00 | 2,688.00 | 2,688.00 | 2,688.00 | 3,360.00 | 3,360.00 | 3,360.00 | 3,696.00 | 3,696.00 | 3,696.00 | 35,280.00 |
| Aceite | 75.00 | 3,150.00 | 3,150.00 | 3,150.00 | 4,200.00 | 4,200.00 | 4,200.00 | 5,250.00 | 5,250.00 | 5,250.00 | 6,300.00 | 6,300.00 | 6,300.00 | 56,700.00 |
| Platano Maduro | 6.00 | 840.00 | 840.00 | 840.00 | 1,176.00 | 1,176.00 | 1,176.00 | 1,344.00 | 1,344.00 | 1,344.00 | 1,512.00 | 1,512.00 | 1,663.20 | 14,767.20 |
| Café | 80.00 | 800.00 | 800.00 | 800.00 | 1,120.00 | 1,120.00 | 1,120.00 | 1,680.00 | 1,680.00 | 1,680.00 | 2,240.00 | 2,240.00 | 2,464.00 | 17,744.00 |
| Total | | C\$ 19,532.00 | C\$ 19,532.00 | C\$ 19,532.00 | C\$ 24,738.00 | C\$ 24,738.00 | C\$ 24,738.00 | C\$ 31,136.00 | C\$ 31,136.00 | C\$ 31,136.00 | C\$ 35,868.00 | C\$ 35,868.00 | C\$ 36,243.20 | C\$ 334,197.20 |

Anexo #10 Cédula N°5 Proyecciones de compra de materia indirecta (Unidades físicas)

| Desayunos de mi Pueblo | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------------|--|--|
| Cédula N° 6 Proyecciones de Compra de Materiales Indirectos (Unidades Físicas) | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Descripción | UND/MED | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Total | | |
| Carga de leña | Und | 42 | 42 | 42 | 49 | 49 | 49 | 56 | 56 | 70 | 70 | 70 | 70 | 665 | | |
| Gas | Und | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 18 | | |
| Cebolla | Lba | 21 | 21 | 21 | 28 | 28 | 28 | 35 | 35 | 35 | 42 | 42 | 42 | 378 | | |
| Chiltoma | Lba | 21 | 21 | 21 | 28 | 28 | 28 | 35 | 35 | 35 | 42 | 42 | 42 | 378 | | |
| Ajo | Und | 7 | 7 | 7 | 8 | 8 | 8 | 10 | 10 | 10 | 12 | 12 | 12 | 111 | | |
| Servilleta | Und | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 336 | | |
| Cal | Und | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 28 | 336 | | |
| Sal | Und | 14 | 14 | 14 | 18 | 18 | 18 | 21 | 21 | 21 | 28 | 28 | 28 | 243 | | |
| Azúcar | Lbs | 28 | 28 | 28 | 35 | 35 | 35 | 42 | 42 | 42 | 56 | 56 | 62 | 489 | | |
| Total | | 190 | 190 | 190 | 223 | 223 | 223 | 257 | 257 | 271 | 308 | 308 | 314 | 2,954 | | |

Anexo #11 Cédula N°6 Proyecciones de compra de materia indirecta (Unidades Monetarias)

| Desayunos de mi Pueblo | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|--|
| Cédula N° 7 Proyecciones de Compra de Materia Prima indirecta (Unidades Monetarias) | | | | | | | | | | | | | | | |
| Descripción | Costo Unitario | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Total | |
| Carga de leña | C\$ 10.00 | C\$ 420.00 | C\$ 420.00 | C\$ 420.00 | C\$ 490.00 | C\$ 490.00 | C\$ 490.00 | C\$ 560.00 | C\$ 560.00 | C\$ 700.00 | C\$ 700.00 | C\$ 700.00 | C\$ 700.00 | C\$ 6,650.00 | |
| Gas | 480.00 | C\$ 480.00 | C\$ 480.00 | C\$ 480.00 | C\$ 480.00 | C\$ 480.00 | C\$ 480.00 | C\$ 960.00 | C\$ 960.00 | C\$ 960.00 | C\$ 960.00 | C\$ 960.00 | C\$ 960.00 | 8,640.00 | |
| Cebolla | 20.00 | C\$ 420.00 | C\$ 420.00 | C\$ 420.00 | C\$ 560.00 | C\$ 560.00 | C\$ 560.00 | C\$ 700.00 | C\$ 700.00 | C\$ 700.00 | C\$ 840.00 | C\$ 840.00 | C\$ 840.00 | 7,560.00 | |
| Chiltoma | 20.00 | C\$ 420.00 | C\$ 420.00 | C\$ 420.00 | C\$ 560.00 | C\$ 560.00 | C\$ 560.00 | C\$ 700.00 | C\$ 700.00 | C\$ 700.00 | C\$ 840.00 | C\$ 840.00 | C\$ 840.00 | 7,560.00 | |
| Ajo | 15.00 | C\$ 105.00 | C\$ 105.00 | C\$ 105.00 | C\$ 120.00 | C\$ 120.00 | C\$ 120.00 | C\$ 150.00 | C\$ 150.00 | C\$ 150.00 | C\$ 180.00 | C\$ 180.00 | C\$ 180.00 | 1,665.00 | |
| Servilleta | 15.00 | C\$ 420.00 | C\$ 420.00 | C\$ 420.00 | C\$ 420.00 | C\$ 420.00 | C\$ 420.00 | C\$ 420.00 | C\$ 420.00 | C\$ 420.00 | C\$ 420.00 | C\$ 420.00 | C\$ 420.00 | 5,040.00 | |
| Cal | 10.00 | C\$ 280.00 | C\$ 280.00 | C\$ 280.00 | C\$ 280.00 | C\$ 280.00 | C\$ 280.00 | C\$ 280.00 | C\$ 280.00 | C\$ 280.00 | C\$ 280.00 | C\$ 280.00 | C\$ 280.00 | 3,360.00 | |
| Sal | 6.00 | C\$ 84.00 | C\$ 84.00 | C\$ 84.00 | C\$ 108.00 | C\$ 108.00 | C\$ 108.00 | C\$ 126.00 | C\$ 126.00 | C\$ 126.00 | C\$ 168.00 | C\$ 168.00 | C\$ 168.00 | 1,458.00 | |
| Azúcar | 13.00 | C\$ 364.00 | C\$ 364.00 | C\$ 364.00 | C\$ 455.00 | C\$ 455.00 | C\$ 455.00 | C\$ 546.00 | C\$ 546.00 | C\$ 546.00 | C\$ 728.00 | C\$ 728.00 | C\$ 800.80 | 6,351.80 | |
| Total | | C\$ 2,993.00 | C\$ 2,993.00 | C\$ 2,993.00 | C\$ 3,473.00 | C\$ 3,473.00 | C\$ 3,473.00 | C\$ 4,442.00 | C\$ 4,442.00 | C\$ 4,582.00 | C\$ 5,116.00 | C\$ 5,116.00 | C\$ 5,188.80 | C\$ 48,284.80 | |

Anexo #12 Cédula N°7 Proyecciones de materia prima directa enviadas a producción (Unidades físicas)

| Desayunos de mi Pueblo | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|--|--|
| Cédula N° 8 Proyecciones de Materia Prima directa enviada a producción (Unidades Físicas) | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Descripción | UND/MED | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Total | | |
| Arroz | Lbs | 56 | 56 | 56 | 70 | 70 | 70 | 84 | 84 | 84 | 98 | 98 | 98 | 924 | | |
| Frijoles | Lbs | 42 | 42 | 42 | 56 | 56 | 56 | 70 | 70 | 70 | 77 | 77 | 77 | 735 | | |
| Cuajada | Lbs | 42 | 42 | 42 | 56 | 56 | 56 | 70 | 70 | 70 | 84 | 84 | 84 | 756 | | |
| Maiz | Lbs | 112 | 112 | 112 | 126 | 126 | 126 | 140 | 140 | 140 | 154 | 154 | 154 | 1596 | | |
| cajilla de huevo | Und | 42 | 42 | 42 | 49 | 49 | 49 | 63 | 63 | 63 | 70 | 70 | 70 | 672 | | |
| Crema | Lbs | 42 | 42 | 42 | 56 | 56 | 56 | 70 | 70 | 70 | 84 | 84 | 84 | 756 | | |
| Aceite | Lts | 42 | 42 | 42 | 49 | 49 | 49 | 56 | 56 | 70 | 70 | 70 | 77 | 672 | | |
| Platano Maduro | Und | 140 | 140 | 140 | 196 | 196 | 196 | 224 | 224 | 224 | 252 | 252 | 277 | 2461 | | |
| Café | Lbs | 10 | 10 | 10 | 14 | 14 | 14 | 21 | 21 | 21 | 28 | 28 | 31 | 6111 | | |
| Total | | 528.00 | 528.00 | 528.00 | 672.00 | 672.00 | 672.00 | 798.00 | 798.00 | 812.00 | 917.00 | 917.00 | 952.00 | 14683.20 | | |

Anexo #13 Cédula N°8 Proyecciones de materia prima directa enviadas a producción (Unidades monetarias)

| Desayunos de mi Pueblo | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|-----------------------|--|
| Cédula N° 9 Proyecciones de Materia Prima Directa enviada a producción (Unidades Monetarias) | | | | | | | | | | | | | | | |
| Descripción | Costo Unitario | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Total | |
| Arroz | C\$ 18.00 | C\$ 1,008.00 | C\$ 1,008.00 | C\$ 1,008.00 | C\$ 1,260.00 | C\$ 1,260.00 | C\$ 1,260.00 | C\$ 1,512.00 | C\$ 1,512.00 | C\$ 1,512.00 | C\$ 1,764.00 | C\$ 1,764.00 | C\$ 1,764.00 | C\$ 16,632.00 | |
| Frijoles | 30.00 | 1,050.00 | 1,050.00 | 1,050.00 | 1,400.00 | 1,400.00 | 1,400.00 | 1,750.00 | 1,750.00 | 1,750.00 | 1,925.00 | 1,925.00 | 1,925.00 | C\$ 18,375.00 | |
| Cuajada | 65.00 | 2,730.00 | 2,730.00 | 2,730.00 | 3,640.00 | 3,640.00 | 3,640.00 | 4,550.00 | 4,550.00 | 4,550.00 | 5,460.00 | 5,460.00 | 5,460.00 | C\$ 49,140.00 | |
| Maiz | 9.00 | 1,008.00 | 1,008.00 | 1,008.00 | 1,134.00 | 1,134.00 | 1,134.00 | 1,260.00 | 1,260.00 | 1,260.00 | 1,386.00 | 1,386.00 | 1,386.00 | C\$ 14,364.00 | |
| Huevo | 160.00 | 6,720.00 | 6,720.00 | 6,720.00 | 7,840.00 | 7,840.00 | 7,840.00 | 10,080.00 | 10,080.00 | 10,080.00 | 11,200.00 | 11,200.00 | 11,200.00 | C\$ 107,520.00 | |
| Crema | 48.00 | 2,016.00 | 2,016.00 | 2,016.00 | 2,688.00 | 2,688.00 | 2,688.00 | 3,360.00 | 3,360.00 | 3,360.00 | 3,696.00 | 3,696.00 | 3,696.00 | C\$ 35,280.00 | |
| Aceite | 75.00 | 3,150.00 | 3,150.00 | 3,150.00 | 4,200.00 | 4,200.00 | 4,200.00 | 5,250.00 | 5,250.00 | 5,250.00 | 6,300.00 | 6,300.00 | 6,300.00 | C\$ 56,700.00 | |
| Platano Maduro | 6.00 | 840.00 | 840.00 | 840.00 | 1,176.00 | 1,176.00 | 1,176.00 | 1,344.00 | 1,344.00 | 1,344.00 | 1,512.00 | 1,512.00 | 1,663.20 | C\$ 14,767.20 | |
| Café | 80 | 800.00 | 800.00 | 800.00 | 1,120.00 | 1,120.00 | 1,120.00 | 1,680.00 | 1,680.00 | 1,680.00 | 2,240.00 | 2,240.00 | 2,464.00 | C\$ 17,744.00 | |
| Total | | C\$19,322.00 | C\$19,322.00 | C\$19,322.00 | C\$24,458.00 | C\$24,458.00 | C\$24,458.00 | C\$30,786.00 | C\$30,786.00 | C\$30,786.00 | C\$35,483.00 | C\$35,483.00 | C\$ 35,858.20 | C\$ 330,522.20 | |

Anexo #17 Cédula N° 12 Proyecciones de costos indirectos de fabricación

| Desayunos de mi Pueblo | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Cédula N° 13 Proyecciones de Costos Indirectos de Fabricación | | | | | | | | | | | | | |
| Descripción | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Total |
| Costos Fijos | | | | | | | | | | | | | |
| Depreciación de mobiliario y equipo | 345.75 | 345.75 | 345.75 | 345.75 | 345.75 | 345.75 | 345.75 | 345.75 | 345.75 | 345.75 | 345.75 | 345.75 | 4,149.00 |
| Renta de local | 3,240.00 | 3,240.00 | 3,240.00 | 3,240.00 | 3,240.00 | 3,240.00 | 3,240.00 | 3,240.00 | 3,240.00 | 3,240.00 | 3,240.00 | 3,240.00 | 38,880.00 |
| Luz | 550.00 | 550.00 | 550.00 | 550.00 | 550.00 | 550.00 | 550.00 | 550.00 | 550.00 | 550.00 | 550.00 | 550.00 | 6,600.00 |
| Agua | 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 |
| 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 | 8,640.00 |
| Sub total Costos Fijos | C\$ 5,455.75 | C\$ 5,455.75 | C\$ 5,455.75 | C\$ 5,455.75 | C\$ 5,455.75 | C\$ 5,455.75 | C\$ 5,455.75 | C\$ 5,455.75 | C\$ 5,455.75 | C\$ 5,455.75 | C\$ 5,455.75 | C\$ 5,455.75 | C\$ 65,469.00 |
| Costos Variables | | | | | | | | | | | | | |
| Materia prima indirecta | 2,993.00 | 2,993.00 | 2,993.00 | 3,473.00 | 3,473.00 | 3,473.00 | 4,442.00 | 4,442.00 | 4,582.00 | 5,116.00 | 5,116.00 | 5,188.80 | 48,284.80 |
| Prestaciones Sociales | 2,250.00 | 2,250.00 | 2,250.00 | 2,250.00 | 2,250.00 | 2,250.00 | 2,250.00 | 2,250.00 | 2,250.00 | 2,250.00 | 2,250.00 | 2,250.00 | 27,000.00 |
| Aporte Patronal | 1,935.00 | 1,935.00 | 1,935.00 | 1,935.00 | 1,935.00 | 1,935.00 | 1,935.00 | 1,935.00 | 1,935.00 | 1,935.00 | 1,935.00 | 1,935.00 | 23,220.00 |
| Sub total Costos Variables | C\$ 7,178.00 | C\$ 7,178.00 | C\$ 7,178.00 | C\$ 7,658.00 | C\$ 7,658.00 | C\$ 7,658.00 | C\$ 8,627.00 | C\$ 8,627.00 | C\$ 8,767.00 | C\$ 9,301.00 | C\$ 9,301.00 | C\$ 9,373.80 | C\$ 98,504.80 |
| Total Costos | C\$ 12,633.75 | C\$ 12,633.75 | C\$ 12,633.75 | C\$ 13,113.75 | C\$ 13,113.75 | C\$ 13,113.75 | C\$ 14,082.75 | C\$ 14,082.75 | C\$ 14,222.75 | C\$ 14,756.75 | C\$ 14,756.75 | C\$ 14,829.55 | C\$163,973.80 |

Anexo #18 Cédula N°13 Proyecciones de Costo de producción mensual

| Desayunos de mi Pueblo | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Cédula N° 14 Proyecciones de Costos de Producción Mensual | | | | | | | | | | | | | |
| Descripción | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Total |
| Materia Prima Directa | C\$ 19,532.00 | C\$ 19,532.00 | C\$ 19,532.00 | C\$ 24,738.00 | C\$ 24,738.00 | C\$ 24,738.00 | C\$ 31,136.00 | C\$ 31,136.00 | C\$ 31,136.00 | C\$ 35,868.00 | C\$ 35,868.00 | C\$ 36,243.20 | C\$334,197.20 |
| Mano de Obra Directa | C\$ 9,000.00 | C\$ 9,000.00 | C\$ 9,000.00 | C\$ 9,000.00 | C\$ 9,000.00 | C\$ 9,000.00 | C\$ 9,000.00 | C\$ 9,000.00 | C\$ 9,000.00 | C\$ 9,000.00 | C\$ 9,000.00 | C\$ 9,000.00 | C\$108,000.00 |
| CIF | C\$ 12,633.75 | C\$ 12,633.75 | C\$ 12,633.75 | C\$ 13,113.75 | C\$ 13,113.75 | C\$ 13,113.75 | C\$ 14,082.75 | C\$ 14,082.75 | C\$ 14,222.75 | C\$ 14,756.75 | C\$ 14,756.75 | C\$ 14,829.55 | C\$163,973.80 |
| Total | C\$ 41,165.75 | C\$ 41,165.75 | C\$ 41,165.75 | C\$ 46,851.75 | C\$ 46,851.75 | C\$ 46,851.75 | C\$ 54,218.75 | C\$ 54,218.75 | C\$ 54,358.75 | C\$ 59,624.75 | C\$ 59,624.75 | C\$ 60,072.75 | C\$606,171.00 |

Anexo #21 Cédula N°16 Estado de Resultado

| Desayunos de mi Pueblo Estado de Resultado Projectado Mensual Del 01 enero al 31 diciembre 2022 Expresado en Córdoba | | | | | | | | | | | | | |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| Descripción | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | total |
| Ventas | C\$ 58,890 | C\$ 58,890 | C\$ 58,890 | C\$ 72,150 | C\$ 72,150 | C\$ 72,150 | C\$ 91,650 | C\$ 91,650 | C\$ 91,650 | C\$ 104,910 | C\$ 104,910 | C\$ 104,910 | C\$ 982,800 |
| Costo de Ventas | 44,095.75 | 44,095.75 | 44,095.75 | 49,781.75 | 49,781.75 | 49,781.75 | 57,148.75 | 57,148.75 | 57,288.75 | 62,554.75 | 62,554.75 | 63,002.75 | 641,331.00 |
| Utilidad Bruta | C\$ 14,794.25 | C\$ 14,794.25 | C\$ 14,794.25 | C\$ 22,368.25 | C\$ 22,368.25 | C\$ 22,368.25 | C\$ 34,501.25 | C\$ 34,501.25 | C\$ 34,361.25 | C\$ 42,355.25 | C\$ 42,355.25 | C\$ 41,907.25 | C\$ 341,469.00 |
| Gastos Operativos | | | | | | | | | | | | | |
| Gastos de Venta | C\$ 17,306.14 | C\$ 16,931.14 | C\$ 16,931.14 | C\$ 16,931.14 | C\$ 16,931.14 | C\$ 16,931.14 | C\$ 16,931.14 | C\$ 16,931.14 | C\$ 16,931.14 | C\$ 16,931.14 | C\$ 16,931.14 | C\$ 16,931.14 | C\$ 203,548.67 |
| Gastos de Admistración | 11,001.14 | 11,001.14 | 11,001.14 | 11,001.14 | 11,001.14 | 11,001.14 | 11,001.14 | 11,001.14 | 11,001.14 | 11,001.14 | 11,001.14 | 11,001.14 | 132,013.67 |
| Total gastos operativos | C\$ 28,307.28 | C\$ 27,932.28 | C\$ 27,932.28 | C\$ 27,932.28 | C\$ 27,932.28 | C\$ 27,932.28 | C\$ 27,932.28 | C\$ 27,932.28 | C\$ 27,932.28 | C\$ 27,932.28 | C\$ 27,932.28 | C\$ 27,932.28 | C\$ 335,562.33 |
| Utilidad de Operación | -C\$13,513.03 | -C\$13,138.03 | -C\$13,138.03 | -C\$ 5,564.03 | -C\$ 5,564.03 | -C\$ 5,564.03 | C\$ 6,568.97 | C\$ 6,568.97 | C\$ 6,428.97 | C\$ 14,422.97 | C\$ 14,422.97 | C\$ 13,974.97 | C\$ 5,906.67 |
| Otros Ingresos | | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Otros Gastos | | | | | | | | | | | | | |
| Utilidad antes de impuesto | -C\$13,513.03 | -C\$13,138.03 | -C\$13,138.03 | -C\$ 5,564.03 | -C\$ 5,564.03 | -C\$ 5,564.03 | C\$ 6,568.97 | C\$ 6,568.97 | C\$ 6,428.97 | C\$ 14,422.97 | C\$ 14,422.97 | C\$ 13,974.97 | C\$ 5,906.67 |