



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

FAREM – Carazo

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

**Informe Final de Seminario de Graduación para optar al Título de Licenciado en
Administración de Empresas.**

Tema: Plan de emprendimiento para la creación de empresas en la IV región del país

Subtema: Propuesta de plan de emprendimiento para la microempresa Don Chilón dedicada a la elaboración y comercialización de chileros artesanales a base de hortalizas y especias, ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2017.

Autores:

Chávez Molina Denissa Elizabeth

Zúniga Narváez Fabiola del Carmen

No. de Carné

13-09238-9

13-09437-0

Tutor:

Msc. Álvaro Santiago López González

Jinotepe, diciembre del año 2017



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

FAREM – Carazo

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

**Informe Final de Seminario de Graduación para optar al Título de Licenciado en
Administración de Empresas.**

Tema: Plan de emprendimiento para la creación de empresas en la IV región del país

Subtema: Propuesta de plan de emprendimiento para la microempresa Don Chilón dedicada a la elaboración y comercialización de chileros artesanales a base de hortalizas y especias, ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2017.

Autores:

Chávez Molina Denissa Elizabeth

Zúniga Narváez Fabiola del Carmen

No. de Carné

13-09238-9

13-09437-0

Tutor:

Msc. Álvaro Santiago López González

Jinotepe, diciembre del año 2017

Índice de contenido

1. Introducción del tema y subtema	1
2. Justificación	2
3. Objetivos	3
3.1. Objetivo general	3
3.2. Objetivos específicos.....	3
4. Desarrollo del subtema.....	4
4.1 Plan de Mercadotecnia.....	4
4.1.1 Descripción de la innovación.	6
4.1.2 Comparación del producto con la competencia.....	15
4.1.3 Mercado/ Zona comercial.....	17
4.1.4 Segmentación de mercado (clientes potenciales).	17
4.1.5 Demanda total.....	18
4.1.6 Participación de mercado esperada.	19
4.1.7 Estrategia de mercado.....	20
4.1.8 Estimación de venta	23
4.1.9 Presupuesto de mercadotecnia.....	24
4.2 Plan de producción	26
4.2.1 El proceso de producción	26
4.2.2 Proveedores y condiciones de compra de los equipos.	28
4.2.3 Capital fijo y vida útil.....	32
4.2.4 Capacidad planificada.....	35
4.2.5 Ubicación y distribución física de la empresa.	36
4.2.6 Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad.	37
4.2.7 Mano de obra, su costo y disponibilidad.....	38
4.2.8 Gastos generales de producción.	39
4.3 Plan de organización y gestión	40
4.3.1 Marco legal (forma jurídica).	41
4.3.2 Estructura de la organización.	44
4.3.3 Experiencia y habilidades básicas del empresario.	48
4.3.4 Actividades y gastos preliminares.....	48

4.3.5 Equipos de oficina.....	50
4.3.5 Gastos administrativos.....	51
4.4 Plan financiero.....	53
4.4.1 Inversión y fuente de financiamiento.....	53
4.4.1.1 Activos fijos.....	54
4.4.1.2 Activos intangibles.....	54
4.4.1.3 Capital de trabajo.....	55
4.4.1.4 Inversión total.....	55
4.4.1.5 Estructura del financiamiento.....	56
4.4.2. Ingresos, egresos y costo.....	57
4.4.2.1 Presupuesto de ingreso.....	57
4.4.2.2 Presupuesto de egresos.....	58
4.4.2.3 Presupuesto de costos.....	59
4.4.2.4 Punto de equilibrio.....	60
4.4.2.5 Flujo de caja.....	61
4.4.3 Análisis financiero.....	62
4.4.3.1 Flujo de fondo.....	62
4.4.3.2 Valor actual neto (VAN), Tasa interna de retorno (TIR).....	63
5. Conclusiones.....	64
6. Bibliografía.....	65
7. Anexos.....	66

Índice de gráficos

Gráfica N° 1 Demanda del producto don Chilón.....	18
Gráfica N° 2 Estimación de ventas del producto	23

Índice de tablas

Tabla No. 1 Población proyectada.....	5
Tabla N° 2 Matriz comparativa	16
Tabla N° 3 Segmentación de mercado	17
Tabla N° 4 estrategia de mercado (promoción, producto, precio, plaza)	20
Tabla N° 5 Estimación de ventas de acuerdo a la demanda satisfecha	24
Tabla N° 6 Presupuesto de Mercadotecnia.....	25
Tabla N° 7 Proceso de producción	27
Tabla N° 8 Costo de las herramientas y los equipos de oficina de producción.....	32
Tabla N° 9 Vida Útil del capital fijo.....	33
Tabla N° 10 Capacidad planificada	35
Tabla N° 11 Materia prima, costo y disponibilidad	37
Tabla N° 12 Mano de obra, costo, disponibilidad.....	38
Tabla N° 13 Gastos generales de producción	39
Tabla N° 14 Cargos de la empresa.....	45
Tabla N° 15 Ficha de cargo Administrador.....	46
Tabla N° 16 Ficha de cargo Operario.....	47
Tabla N° 17 Experiencia y habilidades.....	48
Tabla N° 18 Gastos preliminares	48
Tabla N° 19 Papelería y útiles de oficina.....	49
Tabla N° 20 Equipos de oficina	50
Tabla N° 21 Vida útil de equipo administrativo	50
Tabla N° 22 Gastos Administrativos	51
Tabla N° 23 Nómina Salarial.....	52
Tabla N° 24 Activos intangibles.....	54
Tabla N° 25 Inversión total del negocio.	55
Tabla N° 26 Presupuesto de ingresos unidades físicas	57
Tabla N° 27 Presupuesto de ingresos unidades monetarias	57
Tabla N° 28 Presupuesto de egresos.....	58
Tabla N° 29 Flujo de caja proyectada	61
Tabla N° 30 Flujo de fondos.....	62

Tabla N° 31 Valor Actual Neto y Tasa de Interna de Retorno.....	63
Tabla N° 32 Anexo 1 Operacionalización de las variables	66
Tabla N° 33 Balance de apertura del negocio	69
Tabla N° 34 Anexo N°9 Materia prima directa unidades físicas	71
Tabla N° 35 Anexo N°9 materia prima directa unidades monetarias	71
Tabla N° 36 Anexo N° 9 Materia prima indirecta unidades físicas	72
Tabla N° 37 Anexo N° 9 Materia prima indirecta unidades monetarias	72
Tabla N° 38 Anexo N°10 Proyecciones de mano de obra directa	73
Tabla N° 39 Anexo N°11 Costos indirectos de fabricación	74
Tabla N° 40 A nexco N°12 Costos de producción	76
Tabla N ° 41 Anexo N° 13 Gastos de administración	¡Error! Marcador no definido.
Tabla N° 42 Anexo N°11 Estado de resultado	¡Error! Marcador no definido.
Tabla N° 43 Anexo N° 15 Estructura de costo	79
Tabla N° 44 Anexo N°16 Estado de resultado proyectado	82

Dedicatorias

En primer lugar a **Dios**, él ha sido mi guía y mi fortaleza en los tiempos difíciles en mi etapa universitaria.

A mi **mamá Nora Molina**, quien ha estado pendiente de todas mis necesidades en el transcurso de mi carrera universitaria y ha sido ejemplo de superación, en medio de tantas dificultades siempre luché para que pudiera coronar mi carrera.

A mis **abuelos Guillermo y Aydalina**, quienes a pesar de sus ocupaciones siempre estuvieron pendientes de mí, y mis necesidades.

A mis maestros que compartieron sus conocimientos a través del transcurso de la carrera, a mi tutor, quien dedico su tiempo para que sea un excelente trabajo. A mi futuro esposo Genaro Martínez, quien siempre ha estado a mi lado brindando su apoyo y amor.

Denissa Chávez Molina.

Dedicatoria

A Dios.

Principalmente por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinito amor para conmigo, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mi madre Luz Marina.

Agradezco también la confianza y el apoyo brindado por parte de mi madre, que sin duda en el trayecto de mi vida me ha demostrado su amor, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos.

A mi padre Rafael Zúniga

Por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante.

A mi tutor Msc. Álvaro López

Gracias por su tiempo y paciencia, también por compartir de sus conocimiento y por haberme guiado en el proceso de este trabajo y llegar a la culminación del mismo.

Fabiola del Carmen Zúniga Narváez

Agradecimientos

Le doy gracias a Dios por haber permitido coronar mi carrera, por ser mi consuelo y fortaleza cuando más lo necesite y por permitir que nunca me desviara en este duro camino.

Le doy gracias a mi madre y abuelos por apoyarme siempre, por los valores que me enseñaron los cuales me ayudaron a formarme como una buena profesional.

Le agradezco al párroco de la iglesia por sus consejos cuando no quería continuar, cuando no podía entenderme a mí misma y porque me enseñó a ser paciente en todos los aspectos de mi vida que me enseñan a ser una mejor persona.

A mi futuro esposo y su familia, quienes me brindaron su apoyo y buenos deseos.

Denissa Chávez Molina.

Agradecimientos

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias inolvidables.

Le doy gracias a mis padres por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de darme una buena educación en el transcurso de mi vida.

Al Msc. Álvaro López por ser nuestro tutor por apoyarnos y por su tiempo para la culminación del seminario de graduación.

A los Msc. Adelaida Sanabria y Raúl Medrano les agradezco por todo el apoyo brindado a lo largo de la carrera por su tiempo, amistad y por los conocimientos que me transmitieron.

A Denissa Chávez por haber sido una buena compañera de tesis y amiga por haberme tenido paciencia necesaria y por motivarme a seguir adelante.

A mi novio Alexander González que durante estos años de carrera me ha apoyado para continuar y nunca rendirme gracias por su amor incondicional.

A mis 3 hermanas que con sus consejos me han ayudado a afrontar los retos que se me han presentado a lo largo de la vida.

A todos los Docentes de la Farem- Carazo que nos han compartidos grandes conocimientos que nos permitirá desarrollarlos en el campo laboral.

Muchas gracias a todos Dios les bendiga en gran manera.

Fabiola del Carmen Zúniga Narvéez

Valoración docente



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

2017: "Año de la Universidad Emprendedora"
01 de diciembre del año 2017.

MSc. Elvira Azucena Sánchez
Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas
Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

Estimada maestra.

Por este medio entrego formalmente informe de seminario de graduación, bajo el Tema: **Plan de emprendimiento para la creación de empresas en la IV región del país**, presentado por las bachilleres:

Nº	Apellidos y Nombres	Carné
1	Br. Chávez Molina Denissa Elizabeth	13092389
2	Br. Zúniga Narváez Fabiola del Carmen	13094370

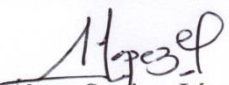
Siendo el subtema: Propuesta de plan de emprendimiento para la microempresa Don Chilón dedicada a la elaboración y comercialización de chileros artesanales a base de hortalizas y especias, ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2017.

El cual ha cumplido con los requisitos técnicos y metodológicos establecidos de acuerdo a la normativa de Seminario de Graduación. Este trabajo contribuye a desarrollar y obtener habilidades y conocimientos relacionados al perfil de la carrera y sobre todo se ajusta a las exigencias del entorno económico y laboral actual.

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

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. Alvaro Santiago López González.
Tutor de Seminario de Graduación

Cc/ Archivo

¡A la libertad por la Universidad!

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

Resumen

Actualmente en Nicaragua el gobierno promueve el emprendimiento para nuevos negocios innovadores, esto crea la oportunidad de emprender un proyecto de innovación y ser apoyado para emprenderlo. Esta hace que el proyecto que se está proponiendo pueda tener la oportunidad de ejecutarse. Este plan de emprendimiento se realiza a través de cuatro planes, estos están constituidos por los siguientes: un plan de marketing, plan de producción, plan de organización y el plan financiero.

En el plan de marketing se realizó un estudio de mercado en el cual se hace la descripción de la innovación del chilero y se hace la comparación con la competencia, se selecciona la demanda y la participación en el mercado al que se dirigirá Don Chilón, esto se selecciona a través de una encuesta la cual ayudo a determinar esa demanda y a realizar una estimación de ventas para el producto, y para inicios de la empresa se realizaron estrategias de marketing que ayuden a posicionar a la empresa en el mercado.

Luego de realizar el plan de marketing, se elabora el plan de producción el cual consiste en describir el proceso de producción de los chileros y la capacidad productiva, para esto se describe los materiales que se utilizaran para la elaboración de los chileros y la materia prima que se necesita para la producción de un lote de 100 unidades, de igual manera la mano de obra necesaria para cubrir la capacidad de producción.

En el plan de organización se hace la estructuración de la empresa, a través del marco legal, para conocer los trámites para legalizar la empresa, la imagen de la empresa se realiza a través de un organigrama donde se presentan las áreas que tiene y las líneas de mando, se describe el equipo de oficina que se ocupa tanto para la administración y para venta, se definen los gastos preliminares y los gastos administrativos para la ejecución de la empresa.

Como último plan está el financiero, en el que se determina la inversión para ejecutar el proyecto, y conocer los ingresos y egresos que tendrá la empresa en el transcurso de un año, se realiza un análisis financiero donde se analiza el flujo de fondo, el valor actual neto y la tasa interna de retorno, para conocer si el negocio tendrá viabilidad una vez ejecutada.

1. Introducción del tema y subtema

El presente trabajo consiste en un plan de emprendimiento para la creación de la microempresa Don Chilón dedicada a la elaboración y comercialización de chileros artesanales a bases de hortalizas y especias. En esta estructura se abordan diferentes planes, como el plan de marketing, el plan de producción, el plan de organización y el plan financiero. Se entiende por chileros a un encurtido de hortalizas y especias con chile para acompañar las comidas nicaragüenses.

En el plan de marketing se estudian los aspectos de demanda, oferta, competencia, publicidad, todo con respecto a los productos de chileros; en el plan de producción se presentan los procesos productivos que se necesitan para la ejecución del plan de emprendimiento; en el plan de organización se presenta la conformación de la empresa así, como los recursos humanos esenciales para abordar el negocio; el plan financiero se compone de los costos necesarios para la ejecución del plan del negocio.

El objetivo de este trabajo es determinar la factibilidad y viabilidad de la creación de un nuevo negocio dedicado a la elaboración de chileros, los cuales serán dirigidos a las personas amantes al chile, a las hortalizas y especias, que además de darles un mejor sabor a sus comidas, este producto será menos dañino para su salud, ya que contiene menos químicos que los que usualmente se comercializan.

Se utiliza la técnica de plan de negocios, la cual permite recopilar los antecedentes necesarios y ordenados de manera sistemática para valorar las posibilidades de éxito que tendrá el nuevo negocio en el mercado, así mismo permite contar con información financiera y económica para determinar la rentabilidad de la nueva propuesta de inversión.

2. Justificación

La cultura culinaria de los nicaragüenses sobre el consumo de chileros es bastante alta, esto hace que se obtenga la oportunidad de emprender un negocio dedicado a la producción de estos, ya que los costos de inversión son bajos, esto permite que tenga éxito a corto plazo, ofreciendo líneas que a los consumidores les guste acompañar con sus comidas.

La creación de este negocio se hace con el objetivo de ofrecer un producto más saludable, que ayude a que los consumidores de Chile no sufran consecuencias en un futuro por el alto consumo de este insumo, ya que este no contendrá altos niveles de preservantes que dañen su salud y que puedan disfrutar de este producto sin pensar en posibles enfermedades a corto plazo.

Se decide el emprendimiento de este negocio ya que la materia prima que se necesita para la elaboración de estos chileros es producida en el país y que se encuentra en cualquier comercio, la materia necesaria será comprada a los comerciantes del mercado municipal de Masaya, los cuales serán comprados con precio más bajo y con mayor calidad.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Proponer un plan de emprendimiento para la microempresa Don Chilón dedicada a la elaboración de chileros artesanales a base de hortalizas y especias, ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2017.

3.2. Objetivos específicos

1. Realizar un plan de mercadotecnia para la identificación de la viabilidad comercial de los chileros.
2. Estructurar un plan de producción para la empresa Don Chilón, especificando los costos de producción, mantenimiento de equipos y gastos generales de la misma.
3. Elaborar un plan de gestión y organización que visualice los requisitos legales, para la ejecución de los procedimientos, reglamentos y directrices que administren a la empresa Don Chilón.
4. Establecer un plan financiero para la evaluación de la rentabilidad y viabilidad de la micro empresa Don Chilón.

4. Desarrollo del subtema

4.1 Plan de Mercadotecnia

El plan de mercado se realiza tomando como base los resultados de una investigación de mercado de carácter descriptivo, el cual permitió describir la percepción que tienen los consumidores acerca de la marca, además se establece el grado de relación entre el posicionamiento del producto y las estrategias mercadológicas que utiliza el nuevo negocio. Este estudio consiste en lo siguiente:

1. Describir las características de grupos pertinentes, como consumidores, vendedores, organizaciones o áreas del mercado.
2. Calcular el porcentaje de unidades de una población específica que muestran cierta conducta.
3. Determinar la percepción de las características de productos.
4. Determinar el grado en que las variables de marketing están asociadas.
5. Hacer predicciones específicas.

Además por su orientación la investigación se define de tipo “Transversal” ya que se obtendrá información una sola vez de la muestra seleccionada. También por su enfoque la investigación es de tipo cuantitativo ya que permite realizar mediciones a partir de datos numéricos obtenidos en el proceso investigativo.

Se utiliza el método de análisis en el que (Mendez, 1995) cita que “se busca identificar las partes de la realidad estudiada, en el cual se buscara la relación, causa y efecto entre estas”. En el caso particular del presente estudio se identificarán los diferentes aspectos que se abordan en un estudio de mercado y se hará un análisis de cada componente del entorno mercadológico en que se verá inmerso el nuevo negocio para concluir sobre la factibilidad y viabilidad que tendrá la puesta en marcha de la microempresa.

Se hace uso de la observación como primer paso, para conocer los elementos característicos del mercado. De igual manera se hace uso de la encuesta ya que es una técnica para obtener información basada en el interrogatorio, a quienes se les planteará una variedad de preguntas con respecto a su comportamiento, gustos y preferencias, así como características demográficas y de su estilo de vida. Estas preguntas se harán verbalmente.

La información relevante del proceso investigativo se obtiene de las fuentes primarias. Estas están constituidas por las personas que serán encuestadas, las cuales se establecieron por medio de una muestra que se obtuvo de la población del censo 2005 proyectada al 2017 donde se utiliza la siguiente fórmula.

Tabla No. 1 Población proyectada

Población según censo 2005	Población proyectada 2017
28251	31864

Fuente: Elaboración propia

La fórmula que se utilizó para la proyección de la población es la siguiente: $(1+0,011)^{11}$ que es igual a 1,12787952

La fórmula que se utiliza para el cálculo de la muestra es:

$$n = \frac{Z^2 * p * q + N}{N * e^2 + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

Z: 1.96 es el nivel de confianza del 95%;

N: es el universo; 31, 864 pobladores estudiantes

p y q son probabilidades complementarias de 0.5 c/u,

“e” es el error de estimación aceptable para encuestas entre 1% y 10%

n: es el tamaño calculado de la muestra el cual da un total de 380 personas a encuestar.

Como fuentes secundarias se utiliza lo siguiente:

- Internet: este nos ayudara como una de las bases importantes ya que en el tomaremos como ejemplo ensayos y monografías y algunas otras referencias.
- Documentos: fotocopias facilitadas por los docentes.
- Revisión Bibliográfica: es otra técnica importante utilizada para la elaboración del marco teórico y referencial, a partir de las consultas de libros, dossier y otros documentos.

4.1.1 Descripción de la innovación.

Según (Alcaraz, 2001) “La empresa debe hacer algo diferente al resto de sus competidores en la cadena de valor, es decir, en todas sus actividades y costos en el proceso de producción, desde la adquisición y manejo de materias primas, el procesamiento y el resultado final o producto terminado. La razón por la que es necesario este punto es que si la empresa ofrece lo mismo que sus competidores, entonces los consumidores no tendrían por qué preferirla sobre las demás. El valor que la compañía obtiene de su diferenciación con otras depende también del precio y margen de ganancias”. La diferenciación o innovación debe ser de valor para el comprador, y se proporciona al reducir el costo o aportar una mejor o mayor utilidad al producto, la diferenciación debe ser real y percibida por el cliente (esto es, no sólo tangible, sino de importancia para el cliente), de otra forma no habrá una preferencia por el producto.

En el municipio de Jinotepe han surgido iniciativas de pequeños negocios que se han dedicado a la elaboración de chileros artesanales los cuales no han sido registrados legalmente, esto hace que las personas no tengan confiabilidad para

consumir estos productos y decidan siempre por consumir los chileros industrializados que se comercializan.

Planteamos una propuesta innovadora con base en la iniciativa de elaborar un chilero que no necesite demasiados químicos para conservar, este se elaborara con diferentes ingredientes que varíen en las degustaciones con los diferentes platillos nicaragüenses. El producto que se elabora es un chilero el cual es a base de los siguientes componentes: Hortalizas tales como zanahoria, Chiltoma, cebolla, y especias como el culantro y lo que es el extracto de vinagre blanco y su componente esencial el chile tabasco.

El Chile (*Capsicum* spp.), es una variedad de pimiento pequeño y muy picante que se usa como condimento, pertenece junto al tomate, la berenjena, el tabaco y la papa, a la familia de las Solanáceas. El género incluye alrededor de 26 especies, todas originarias del continente americano. Su nombre científico *Capsicum* proviene del griego kapsakes o cápsula. Su nombre común proviene del náhuatl chili. Son plantas herbáceas o arbustivas pequeñas de flores blancas o rosadas polinizadas por insectos como abejas, abejorros y pulgones.

Tipos de chile: Chile rocoto y ají amarillo (*Capsicum annuum*)

Chile tabasco (*Capsicum frutescens*)

Chile habanero (*Capsicum chinense*)

Rocoto, locoto, o chile manzano (*Capsicum pubescens*)

Ají amarillo (*Capsicum baccatum*)

El tipo de chile que se utiliza en la preparación del chilero Don Chilón es chile tabasco: es un cultivar de *Capsicum frutescens* un arbusto que llega a los 2 m de altura de la familia de las solanáceas originario del estado mexicano de Tabasco. Los pétalos de sus flores son bastante grandes, unos 2 cm, y son de color blanco; los frutos, pequeños unos 5 cm de forma oblonga, algo afilada. Moderadamente picante:

alcanza entre 50 000 y 30 000 unidades en la escala Scoville de unidades de picante.

Chile (*Capsicum frutescens*)



Las hortalizas: son aquellas verduras y demás plantaciones comestibles que se cultivan generalmente en huertas y que mayormente se las consume como alimentos, ya sea de manera cruda o bien cocinada. La (cebolla, chiltoma, zanahoria.) Poseen además un efecto diurético, ya que están compuestas de agua en un 70%. También tienen una gran cantidad de antioxidantes, que neutralizan los radicales libres y ayudan a mantener la piel y el cabello en perfecto estado.

Cebolla (*Allium cepa*):



Chiltoma (*Capsicum annuum* L):



Zanahoria (*Daucus carota*):



Espicias: (culantro) Las especias son partes de plantas que tienen mucho aroma. Este aroma se utiliza como condimento, aunque además tienen acciones beneficiosas para la salud. Las especias contienen muchos fitonutrientes además de los mencionados antes que aportan antioxidantes, vitaminas y minerales.

El extracto de vinagre tiene varios beneficios desde aliviar digestiones, hasta depurar y revitalizar el organismo.

Culantro (*Coriandrum sativum*):



Este chilero será ofertado en envases de plásticos de 16 oz, del cual los consumidores podrán reusarlo. Contendrá todos los ingredientes que se establecen para la composición del mismo. Además los costos de estos chileros serán menores a los que se encuentran actualmente en el mercado.

Clasificación del producto:

El producto se clasifica como un bien duradero, debido a que está elaborado con preservantes que hace que su vida sea más larga. Igualmente se subdivide o se subclasifica en un bien de uso común o básico dado a la utilización que se le acredita a nuestro producto.

Envase:

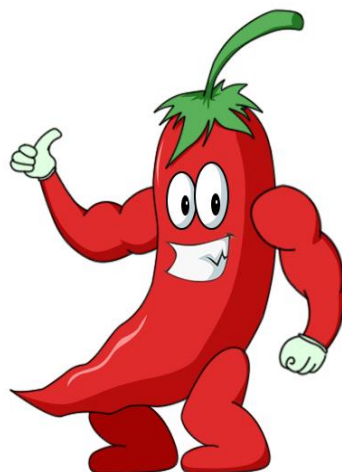
Este será empacado en recipientes de plástico donde el producto está protegido y presentable para su debida adquisición.

Marca:

Se ha elegido como marca, Don Chilón, ya que esta hace una representación del contenido del producto, de igual manera la fuerza del chile que posee el chilero.

Logo:

De manera frecuente se le llama logo al elemento gráfico que identifica a una empresa, un proyecto, una institución, un producto. Como representación del logo se elige un chile parecido al que contiene el chilero, el cual es el chile tabasco, el mismo hace representación a la marca donde indica la misma fuerza de chile que posee el chilero.

**Slogan:**

Picantón sabe mejor... ¡Siente el Sabor!

Etiqueta:

Chileros Don Chilón

Un nuevo sabor a tus platillos



**Picantón sabe mejor
¡Siente el Sabor!**

Contenido Neto 16 onzas

Chileros Don Chilón

Ingredientes:

Cebolla
Chiltoma
Zanahoria
Culantro
Chile
Sal
Vinagre
Benzoato



Registro sanitario:
Fecha de elaboración: 22/10/17
Fecha de vencimiento: 22/12/17

Para la etiqueta se utilizan los siguientes colores:

El blanco: Es la suma o síntesis de todos los colores y el símbolo de lo absoluto, de la unidad y de la inocencia. Es el que mayor sensibilidad posee frente a la luz y significa paz, pureza, bondad, limpieza, higiene, simplicidad.

El negro: Se asocia con la elegancia, la seriedad, y el misterio. Es un buen color para dar la imagen de exclusividad y calidad.

El rojo: Significa pasión, amor, deseo, energía y se asocia al riesgo. Es ideal para tiendas eróticas.

El verde: El verde se asocia con la naturaleza, en una tonalidad suave resulta un muy relajante y tranquilo.

La innovación se basa en lo siguiente:

- **Nuevos ingredientes:** hortalizas y especias. Estos ingredientes hacen que los consumidores de chiles, puedan disfrutar de acompañar sus comidas con este tipo de chilero, diferenciado a los que usualmente consumen, además que de obtener un buen gusto en sus comidas, aportara a su cuerpo todas las propiedades que cada uno de estos poseen.
- **Pocos químicos:** este chilero no perjudica la salud de los consumidores ya que es artesanal y está elaborado con pocos preservantes y sin químicos.
- **Precio bajo:** ya que es un chilero elaborado artesanalmente, los costos de producción no son tan altos que lleguen a perjudicar los precios que los clientes lleguen a pagar.
- **Envase reusable:** al ser un envase plástico con tapa, los que compren este producto podrán usar el envase como recipiente para almacenar algún otro producto. La competencia actualmente oferta sus chileros en envase de vidrios y algunos que están entrando al mercado son en envases plásticos. Las presentaciones graficas del envase de Don Chilon son diferenciadas a los que están entrando de las otras empresas.

Presentaciones gráficas.



4.1.2 Comparación del producto con la competencia.

➤ Competidores Directos:

Los directos son todas las empresas que se dedican a la elaboración y comercialización de chileros (Elaborados con químicos e industrializados) los chileros que las personas consumen frecuentemente y que ya están posicionados en el mercado con su marca, precio, son los siguientes:

- ✓ Mama Gollita
- ✓ Finca Santa Clara
- ✓ La Riosa

Otros competidores que se han determinado, son todos aquellos pequeños empresarios que elaboran sus productos sin tener ningún registro sanitario o tener legalizado el negocio, estos son: todos los comerciantes del mercado municipal de Jinotepe que elaboran estos chileros y las personas emprendedoras desde los hogares.

➤ Competidores indirectos:

Los competidores indirectos son todos aquellos chileros que están elaborados en presentaciones de salsa, como lo son de las siguientes marcas.

- | | |
|-------------------------------|------------------------|
| ✓ La costeña (salsa mexicana) | ✓ Don julio |
| ✓ Salsa chilango | ✓ Salsa picante Franks |
| ✓ Salsa Don Yab | ✓ Salsa picante Pace |
| ✓ Machos | ✓ Lizano |

Matriz comparativa

Tabla N° 2 Matriz comparativa

Criterio	Empresa				
	Santa Clara	La Riosa	Mama Gollita	Chileros Mercado	del Don Chilon
Tipo	Industrializado	Industrializado	Industrializado	Artesanal	Artesanal
Ingredientes	Cebolla Chile	Cebolla Chile	Cebolla Chile	Cebolla Zanahoria Chile	Cebolla Chiltoma Culantro Zanahoria
Envase	Vidrio	Vidrio	Vidrio	Plástico y vidrio	Plástico
Precio (alto, medio, bajo)	Alto	Alto	Alto	Medio	Medio
Calidad	Alta	Alta	Media	Baja	Alta
Productos	Encurtidos Chileros	Encurtidos	Encurtidos	Encurtidos Chileros	Chileros

Fuente: elaboración propia

Chileros Don Chilón, en comparación con los productos de chileros que se ofrecen actualmente en los supermercados, chileros Don Chilón se diferencia en grandes características ya que los que se ofrecen son industrializados y con químicos, mientras don Chilón son artesanales y en comparación con los que se ofrecen en los mercados, Don Chilón poseerá más propiedades con las demás hortalizas y especias que se le agregaran, de igual manera este producto será más higiénico.

4.1.3 Mercado/ Zona comercial.

Mercado: Es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos.

La zona comercial de este producto “Don Chilón” será en el Municipio de Jinotepe, del departamento de Carazo con una oferta de chileros elaborados de cebolla, Chiltoma, zanahoria y culantro con su ingrediente principal el chile.

4.1.4 Segmentación de mercado (clientes potenciales).

Nuestros principales clientes son todos los habitantes del municipio de Jinotepe que consumen chileros, que obtienen ingresos económicos, de los cuales conforman las edades de 15 años a más. Según datos obtenidos de Jinotepe en cifras se a determinados que actualmente hay 31,864 personas que conforman esas edades.

Tabla N° 3 Segmentación de mercado

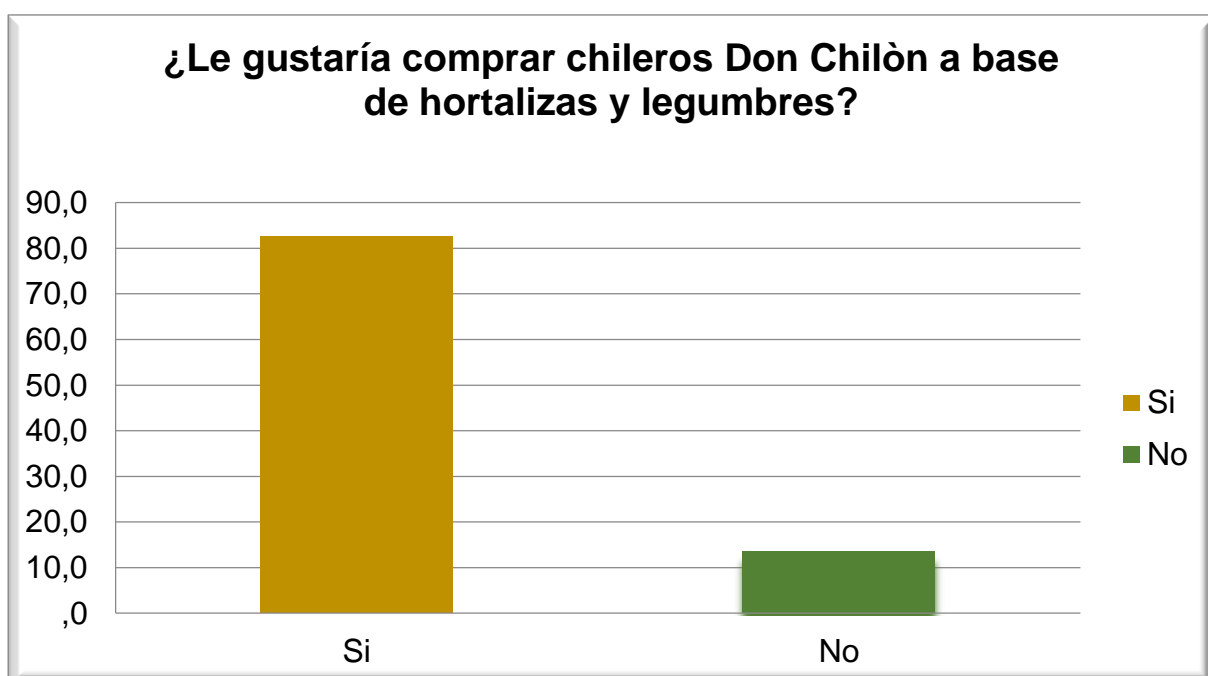
Cientes reales y potenciales	Personas consumidoras de chileros que habitan en el municipio de Jinotepe
Rango de edad	De 15 a 25 De 26 a 35 De 35 a, mas.
Sexo	Feminino Masculino
Nivel socio- Económico	Los clientes reales y potenciales de chileros se encuentran a continuación en la siguiente escala clase media alta, clase media baja y clase media.
Ocupación	Población económicamente activa Personas trabajadoras, amas de casa jubilados etc.

Fuente: elaboración propia

4.1.5 Demanda total.

La demanda es la suma de las compras de bienes y servicios que realiza un cierto grupo social en un momento determinado. Puede hablarse de demanda individual (cuando involucra a un consumidor) o demanda total (con la participación de todos los consumidores de un mercado). En el grafico número 1 se observa la demanda que tendría chileros Don Chilón.

Gráfica N° 1 Demanda del producto don Chilón



Fuente: elaboración propia

Según los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas con relación a la aceptación de este nuevo producto, se ha determinado que más del 80% de los encuestados respondió que estarían dispuestos a comprar estos productos, en el gráfico se pueden observar los resultados obtenidos, a través de estos resultados se puede determinar si el negocio será rentable.

Para calcular la demanda real y la demanda insatisfecha, se hará uso de la siguiente fórmula.

Dónde:

DT: 31864 población de Jinotepe

DR: DT x % aceptación del producto.

DR: 31864 x 83% personas que aceptaron el producto

DR: 26,447 pobladores del municipio de Jinotepe que comprarían el producto una vez colocado en el mercado.

DI: DR - % competencia

DI: 26,447 x 73,1% porcentaje de demanda que cubre la competencia directa

DI: 19,332

DI: 26,447 - 19,332

DI: 7,115 demanda insatisfecha de los pobladores de Jinotepe a la que debemos cubrir

4.1.6 Participación de mercado esperada.

La demanda a satisfacer será del 25% en una etapa inicial de la empresa.

DI: 7,115 x 25%

DI: 1,779 demanda a satisfacer.

Se determinó que la demanda a cubrir es del 25% ya que el consumo de chileros es alto, también es debido a que la empresa iniciara operaciones y de acuerdo a la capacidad productiva que tiene la micro empresa, además que la mayor parte está cubierta por la competencia, mientras la empresa se posicione en el mercado se irá incrementando la capacidad productiva al menos a un 5% el cual ayude al crecimiento de la empresa.

4.1.7 Estrategia de mercado.

A continuación se presentan las estrategias de introducción que se utilizara en el nuevo negocio para introducir la marca al mercado a través del precio, plaza, promoción y producto.

Tabla N° 4 estrategia de mercado (promoción, producto, precio, plaza)

Desarrollo del producto				
Objetivo	Estrategias	Acciones	Recursos	Responsable
Posicionar el producto Don Chilón, en el municipio de Jinotepe.	Promoción	Posicionar la marca a través de difusión publicitaria. -Difusión de contenido a través de redes sociales, con la creación de un perfil referente a la empresa. -Obtención de espacios en medios de comunicación con alianzas estratégicas. -colocación de vallas publicitarias.	Fotografías de productos terminados. Acceso de redes sociales con bajos costos. Presentación de chileros.	Administrador

Precio	<p>Optimizar los costos de producción a través de todas las características del producto.</p> <p>-Que los consumidores de chileros paguen un precio económico, con buena calidad.</p> <p>- Un envase más económico que haga que el costo sea menor.</p> <p>-Proveedores de materia prima que ofrezcan más económicos.</p>	Administrador
Plaza	<p>Obtener un puesto de venta donde halla la mayor concentración de personas</p> <p>-Establecer un puesto de venta céntrico en el municipio de Jinotepe.</p>	<p>Administrador</p> <p>Local establecido en un lugar comercial.</p>

		-Acondicionamiento del establecimiento.	
		-Ofrecerlo directamente con menor precio.	
Producto	Penetrar al mercado con un nuevo producto.	-Dar a los consumidores de chileros un producto saludable. -Ofrecer un producto distinguible a los demás. -Que sea más visible.	Operarios y administrador

Fuente: elaboración propia

4.1.8 Estimación de venta

En base con los datos obtenidos de la encuesta aplicada, se estiman las siguientes ventas mensualmente:

Gráfica N° 2 Estimación de ventas del producto



Fuente: elaboración propia

El comportamiento de consumo de chileros en el municipio de Jinotepe, está aumentando cada vez más, debido a la cultura que se está creciendo en cuanto al consumo del chile.

El gráfico anterior muestra que el 30,8 % de las personas compra 1 chilero mensualmente, el 36,5% compra 2 chileros, el 19,2 compra 3 chileros y el 9,6% compra 4 chileros al mes.

➤ **Estimación de ventas por mes.**

La siguiente tabla que se presenta, muestra la estimación de venta mensual, estos datos fueron obtenidos de la encuesta aplicada y la participación que tendrá la empresa en el mercado.

Tabla N° 5 Estimación de ventas de acuerdo a la demanda satisfecha

Cantidad compra	de Demanda satisfacer	a Mayor compra	frecuencia	de Total mensual
1	1779		30.8	548
2	1779		36.5	649
3	1779		19.2	342
4	1779		9.6	171
TOTAL				1,710

Fuente: elaboración propia

Se ha determinado que la estimación de ventas que tendrá la empresa al mes, será de 1,710 unidades, ajustándose a la participación que tendrá la marca en el mercado, de la cual se elaboraran 1,664 unidades de acuerdo a la capacidad de producción de los cuatro trabajadores que operaran.

4.1.9 Presupuesto de mercadotecnia.

A continuación, se presenta el presupuesto de mercado, donde muestran los costos que tendrá realizar la publicidad del negocio.

Tabla N° 6 Presupuesto de Mercadotecnia

Presupuesto de marketing							
Cantidades	Descripción	Unidades de medida	Costo unitario	Costo mensual	Costo total	Costo total	Costo total
						semestral	
1	Banner	Medida 81/2x11	C\$700.00			C\$700.00	
1	Perfil en redes sociales		C\$10 una hora de internet al día	C\$300.00		C\$1,800.00	
50	Volantes	3x5	C\$5.00	C\$42.00		C\$252.00	
5	Fotos profesionales	6*8	C\$8.00	C\$40.00		C\$240.00	
20	Tarjetas de presentación	2*3	C\$5.00	C\$100.00		C\$100.00	
Total						C\$3,092.00	

Fuente: elaboración propia

4.2 Plan de producción

El objetivo del Plan de Producción es detallar cómo se van a fabricar los productos que se ha previsto vender. Se trata de conocer los recursos humanos y materiales que habrá que movilizar para llevar adelante la nueva empresa o negocio.





Mediante el plan de producción se identificarán los procedimientos que se realizarán para la elaboración del producto determinado, en el mismo contiene los recursos materiales que se necesitarán para ejecutar el negocio e identificar la mano de obra requerida para el tipo de empresa.

Según (Asesores, 2008) “Un aspecto crítico de la empresa o negocio es conocer la capacidad de producción que se va a tener y la flexibilidad para adaptar esta capacidad de producción a variaciones, en aumento o en disminución, de la demanda por parte del mercado”

4.2.1 El proceso de producción

La siguiente tabla, muestra el flujo del proceso de producción donde se detallan las actividades a realizar con el tiempo establecido para realizar dicha actividad.

Tabla N° 7 Proceso de producción

	Inicio del proceso	Actividad	Demora	Almacenaje	Tiempo en minutos y segundos
Actividades					
Organizar la materia prima	●				5 min
Preparación del vinagre con el chile		●			3 min
Cortar la cebolla		●			2 min
Cortar Chiltoma		●			1 min
Cortar zanahoria		●			2 min
Cortar culantro		●			2 min
Pasar las hortalizas y especias por agua hervida		●			3 min
Esperar que se enfríen las hortalizas y especias			●		5 min
Echar las hortalizas y especias en los envases		●			1 min
Echar el vinagre preparado en los envases		●			0,20 seg.
Poner etiqueta		●			1 min
Almacenarlos				●	
Total tiempo					25 min y 0,20 seg.

Fuente: elaboración propia

La producción de un envase de chilero tarda 25 minutos con 20 segundos. La producción al día será de 19 frascos de chileros, dado que las horas laborales al día son de 8 horas, a la semana se producirán 104 frascos con horarios de lunes a viernes y sábado por medio día, de tal manera que al mes se estarán elaborando 416 frascos por trabajador, se contara con 4 trabajadores para la producción de chileros, esta aumentara a 1664 frascos mensual ya que contiene un aproximado con la demanda que se espera satisfacer.

4.2.2 Proveedores y condiciones de compra de los equipos.

La siguiente tabla muestra los proveedores de las herramientas y equipos de oficina que se utilizaran en el negocio, así como las condiciones de compra de los artículos.

Tabla Nª 8 Ficha Técnica Cuchillos

Descripción	Detalle
Equipo:	Chuchillos
Tipo de material:	Acero inoxidable
Proveedor:	Plásticos Mel
Precio:	C\$196.00
Condición de compra:	Factura al contado
	

Fuente: elaboración propia

Tabla Nª 9 Ficha técnica licuadora

Descripción	Detalle
Equipo:	Licuadora
Tipo de material:	Vaso plástico
Proveedor:	La Curacao
Precio:	C\$900.00
Condición de compra:	Factura al contado
	


Fuente: elaboración propia

Tabla Nª 10 Ficha técnica mesa

Descripción	Detalle
Equipo:	Mesa
Tipo de material:	Aluminio
Proveedor:	Vidrios Ángel
Precio:	C\$4,200.00
Condición de compra:	Factura al contado
	

Fuente: elaboración propia.

Tabla Nª 11 Ficha técnica cocina

Descripción	Detalle
Equipo:	Cocina
Tipo de material:	Aluminio
Proveedor:	Mercado Oriental
Precio:	C\$2,500
Condición de compra:	Factura al contado
	


Fuente: elaboración propia.

Tabla Nª 12 Ficha técnica olla

Descripción	Detalle
Equipo:	Olla
Tipo de material:	Aluminio
Proveedor:	Mercado municipal
Precio:	C\$500
Condición de compra:	Factura al contado
	

Fuente: elaboración propia

Tabla N^a 13 Ficha técnica balanza

Descripción	Detalle
Equipo:	Balanza
Tipo de material:	Aluminio
Proveedor:	Economart
Precio:	C\$800
Condición de compra:	Factura al contado
	

Fuente: elaboración propia

Tabla N^a14 Ficha técnica gas

Descripción	Detalle
Equipo:	Gas
Tipo de material:	Aluminio
Proveedor:	Tropigas
Precio:	C\$1500
Condición de compra:	Factura al contado
	

Fuente: elaboración propia

4.2.3 Capital fijo y vida útil.

A continuación, se detalla los bienes obtenidos en la implementación de la micro empresa y que se utilizara a lo largo de su vida útil. A continuación se detalla cada uno de los componentes.

Tabla N° 15 Costo de las herramientas y los equipos de oficina de producción

Cotizaciones			
Descripción	Cantidad	Costo	Costo total
Herramientas			
Mesa de aluminio rectangular	1	C\$4,200.00	C\$4,200.00
Cuchillos	2	C\$196.00	C\$392.00
Licadora	1	C\$900.00	C\$900.00
Balanza	1	C\$800.00	C\$800.00
Cocina	1	C\$2,500.00	C\$2,500.00
Tanque de gas	1	C\$1,200.00	C\$1,200.00
Olla	1	C\$500.00	C\$500.00
Subtotal			
Equipo de oficina de producción			
Sillas plásticas	4	C\$210.00	C\$840.00
Sub-total			C\$11,332.00
Total			

Fuente: elaboración propia

Tabla N° 16 Vida Útil del capital fijo

Detalle vida útil de los equipos y herramientas						
Descripción	Costo unitario	Cantidad	Costo total	Años a depreciar	Anual	Mensual
Cocina	C\$2,500.00	1	C\$2,500.00	5	C\$500.00	C\$41.67
Mesa de aluminio	C\$4,200.00	1	C\$4,200.00	5	C\$840.00	C\$70.00
Total					C\$1,520.00	C\$111.67

Fuente: elaboración propia

Como se observa en la tabla no. 8 se realiza la depreciación de los equipos de oficina como las herramientas necesarias para elaborar los productos. Para determinar la vida útil de los equipos y enseres necesarios para el negocio, la ley de concertación tributaria, dictamina que para los equipos y enseres la vida útil de estos será de 5 años”.

El costo de la depreciación de las herramientas será de C\$ 126,67 mensualmente. El método de depreciación utilizado es el método de línea recta establecido en el capítulo 3 según el (reglamento de la ley 453) de la ley de equidad fiscal, el cual establece en su reglamento el artículo 63 lo siguiente:

Las cuotas anuales a deducir de la renta bruta como reserva de depreciación basada en el método de línea recta costo o precio de adquisición entre la vida útil del bien, serán determinadas así:

- ✓ Equipo de transporte: 20%
- ✓ Maquinarias y equipos de empresas agroindustriales: 20%
- ✓ Mobiliarios y equipos de oficinas: 20%
- ✓ Equipos de comunicación: 20%
- ✓ Equipos de computación: 50%

Los demás, no comprendidos en los literales anteriores; 20%

4.2.4 Capacidad planificada.

De los datos obtenidos de la tabla no. 5 del proceso de producción, muestra que la cantidad de chileros producida al mes por trabajador es de 416 unidades, dando como resultado anualmente 4,992 unidades. La empresa contara con 4 trabajadores artesanales que se dediquen a la elaboración del chilero.

Tabla N° 17 Capacidad planificada

Producto	Diario	Semanal	Mensual	Anual
Chilero	76	416	1,664	19,968

Fuente: elaboración propia

Dado que la participación en el mercado será del 25% en un total de 1,779 consumidores a satisfacer mensualmente, se determina que la capacidad planificada de acuerdo a la capacidad de producción, está ajustada de acuerdo a lo establecido anteriormente.

4.2.5 Ubicación y distribución física de la empresa.

La ubicación de la empresa, se encontrara en el mercado del municipio de Jinotepe del departamento de Carazo, ver las siguientes ilustraciones que muestran la ubicación y la distribución física de la empresa.



La distribución de la planta se hace de acuerdo a las condiciones donde estará la empresa, de igual manera en los procedimientos que se llevan para completar el proceso productivo.



4.2.6 Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad.

En la siguiente tabla se describe la materia prima necesaria para la elaboración de 1664 chileros correspondientes a cubrir la demanda, con respecto a sus unidades de medida y el costo unitario que esta tiene.

Tabla N° 18 Materia prima, costo y disponibilidad

Cotizaciones					
Descripción	Cantidad	Unidad de medida	de	Costo unitario	Costo total
Cebolla	15.5	Saco		C\$450.00	C\$6,975.00
Chiltoma	3.4	Saco		C\$300.00	C\$1,020.00
Zanahoria	3.4	Saco		C\$750.00	C\$2,625.00
Culantro	54	Docenas		C\$3.30	C\$178.20
Chile	312	Libra		C\$30.00	C\$9,360.00
Sal	10	Libras		C\$30.00	C\$30.00
Benzoato	2	Bolsa		C\$18.00	C\$36.00
Vinagre puro	3	Litro		C\$65.00	C\$195.00
Agua	60	Litro		C\$1.50	C\$90.00
Envase	1664	Onzas		C\$5.00	C\$8,320.00
Etiqueta	1664			C\$3.00	C\$4,992.00
TOTAL					C\$34,091.20

Fuente: elaboración propia

La disponibilidad de materia prima para la producción mensual de chileros, es muy alta, ya que este chilero se elabora de productos que son cosechados en el país, para ello se contara con diferentes proveedores para poder producir y comercializar este producto. El mayor proveedor de la materia prima serán los

vendedores del mercado municipal de Masaya ya que ahí estas materias son más económicas.

4.2.7 Mano de obra, su costo y disponibilidad.

A continuación en la siguiente tabla se muestra la mano de obra necesaria para la ejecución del negocio, y el salario básico para estos trabajadores.

Tabla N° 19 Mano de obra, costo, disponibilidad

Cargo	Salario básico
Operario producción 1	C\$4,500.00
Operario producción 2	C\$4,500.00
Operario producción 3	C\$4,500.00
Operario producción 4	C\$4,500.00

Fuente: elaboración propia

La mano de obra necesaria para la producción será de 4 operarios, los costos de estos son establecidos por la tabla salarial del ministerio de trabajo.

La disponibilidad y productividad de los operarios, de igual manera determinada por el código del trabajo el cual los trabajadores laboraran conforme ley sus 8 horas en caso que sea necesario más productividad se les devengara el pago de horas extras.

4.2.8 Gastos generales de producción.

La siguiente tabla presenta los gastos de producción, el cual contiene las depreciaciones de los equipos de oficina, la materia prima para la producción de chileros de acuerdo a la demanda y los salarios de los operarios, esto está representado de manera mensual y anual.

Tabla N° 20 Gastos generales de producción

Descripción	Costo mensual	Costo anual
Materia prima	C\$34,091.20	C\$408,104.40
Salarios	C\$18,000.00	C\$216,000.00
Total	C\$52,091.20	C\$624,104.40

Fuente: elaboración propia

4.3 Plan de organización y gestión

Para un estudio organizacional es necesario definir una estructura organizativa acorde a los requerimientos del negocio.

¿Cómo se diseña la organización?

Según (CEI, 2013) “Los aspectos de organización incluyen la distribución, definición de tareas y responsabilidades del personal. La organización debe ser flexible y adaptarse a nuevas circunstancias”.

Se debe considerar los aspectos siguientes:

- ✓ Organigrama de la empresa
- ✓ Definición de funciones
- ✓ Asignación de funciones y responsabilidades
- ✓ Gestión y dirección (toma de decisiones)
- ✓ Perspectiva de la evolución de planilla
- ✓ Salarios
- ✓ Distribución de beneficios
- ✓ Preparación de presupuesto operacional

Un estudio organizacional conlleva a la planificación de diversos puntos para la organización de la empresa, entre ellos está el diseño del organigrama, este será la imagen de la empresa, a través de él se establecerán niveles de mando, otro punto es el establecimiento de funciones para cada trabajador, a través de este se establecerán los sueldos de cada uno de los colaboradores.

4.3.1 Marco legal (forma jurídica).

Según (CEI, 2013) “El estudio legal puede llegar a influir fuertemente en los resultados de la rentabilidad del negocio, así como en la forma de organización y en su operación futura”.

Toda actividad empresarial que de ella se originan, se encuentran incorporadas en un régimen legal que regula los derechos y deberes de los diferentes agentes económicos que en ella intervienen. Por ello es importante tener en cuenta los siguientes aspectos:

- ✓ Tipo de organización más adecuada a las condiciones de mercado (Sociedad anónima, cooperativa, unión de cooperativa, asociación gremial, etc.)
- ✓ Número de socios que desean iniciar el negocio
- ✓ Cuantía de capital social
- ✓ Gastos de constitución
- ✓ Los trámites a realizar para legalizar el negocio
- ✓ Las obligaciones fiscales que deberá realizar
- ✓ Las obligaciones laborales (contratos laborales)
- ✓ Autorización sanitaria
- ✓ Pago de patentes
- ✓ Autorización de obras e instalación
- ✓ Cuantía de los gastos legales (se registra en activos intangibles)

La microempresa se constituirá de forma jurídica natural, ya que se responsabilizara a una sola persona de las deudas y obligaciones de la misma. No obstante se requiere con el cumplimiento de algunos requisitos legales que regulan el funcionamiento de estas empresas. A continuación se detallan los requisitos institucionales que se deben cumplir para las operaciones del negocio.

Requisitos para matricula del negocio en la alcaldía municipal de Jinotepe:

1. Presentar copia de cedula de identidad.
2. Carta de solicitud de matrícula. Lic. Mirtha Cortez Silva Resp. Admón. Tributaria.
3. Requisitos indispensables presentar copia de los últimos recibos de pago IBI, Limpieza pública y recolección de basura del local donde se establece el negocio.
4. Llenar formato de solicitud de matrícula.
5. Inventario inicial para nueva apertura de actividad (cuota fija)
6. Permiso sanitario de funcionamiento para el caso de negocios con manipulación de alimentos.
7. Permiso de la policía nacional para el caso de los expendidos de licores o actividades de espectáculos públicos, rifas o apuestas.
8. Copia de escritura de constitución, estratos y poder general para las personas jurídicas.
9. Copia del contrato de arriendo.

El negocio estará ubicado en un lugar público en el mercado municipal del municipio de Jinotepe, donde se alquilara un módulo, el cual será utilizado para la venta de los productos.

Requisitos para alquilar el modulo en el mercado municipal de Jinotepe:

1. Carta de solicitud dirigida al intendente del mercado municipal.
2. Llenado del formulario.

Requisitos para inscribirse en la DGI (Dirección general de ingresos)

Persona natural

1. Copia de cedula de identidad.
2. Copia del último recibo de agua, energía eléctrica o teléfono. Si se alquila, copia del contrato de arrendamiento.
3. Matricula de la alcaldía.

Requisitos para inscribirse al INSS (Instituto Nicaragüense de Seguridad Social)

1. Cedula de identidad
2. Numero RUC
3. Matricula De la alcaldía
4. Llenado de formulario

Luego al inscribir a los trabajadores se realiza lo siguiente:

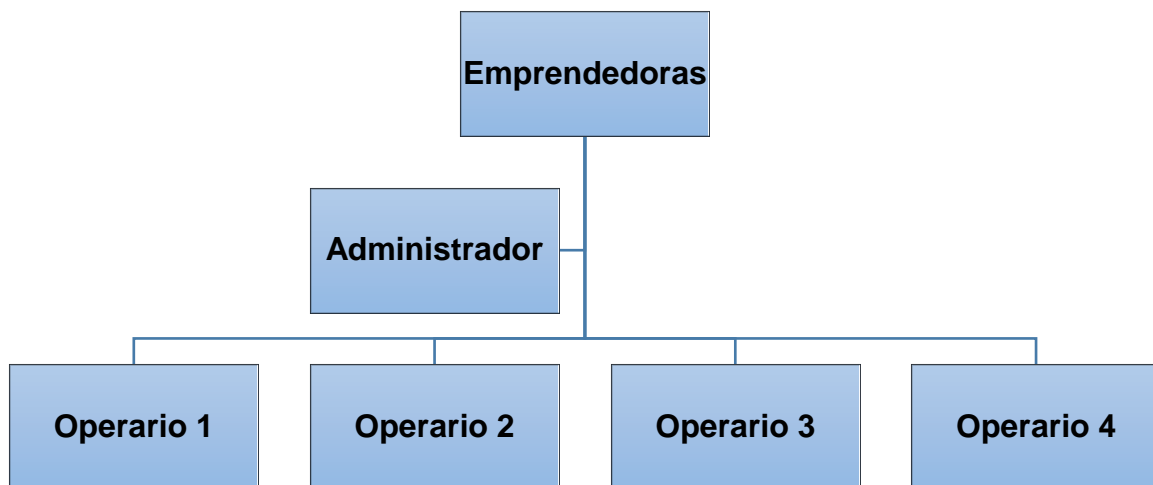
Llenar formulario de cada trabajador.

Requisitos para solicitud de inspección sanitaria.

1. Matricula del negocio.
2. Carta de solicitud de la inspección.
3. Pago de la inspección.

4.3.2 Estructura de la organización.

A continuación se presenta la estructura orgánica de la empresa, el cual está conformada por los socios, el administrador quien tendrá a su cargo a los cuatro operarios encargados en el área de producción. El organigrama que se presenta tiene una estructura vertical, se caracteriza por el hecho de que en él, lo que son las jerarquías se muestran de arriba hacia abajo.



A continuación se presenta una tabla que detalla los cargos que contendrá la empresa y la cantidad de personas por cargo.

Tabla N° 21 Cargos de la empresa

Nombre del cargo.	Número de personas en el cargo.
Socios	2
Administrador	1
Operarios	4

Fuente: elaboración propia

Funciones específica por cargo.

Tabla N° 22 Ficha de cargo Administrador

Don Chilón	
Ficha de cargo	
Nombre del cargo:	Administrador
Área de desempeño:	Administración
Depende de:	Socios
Supervisa a:	Operarios
Objetivo del cargo:	Garantizar la adecuada administración de los recursos de la empresa y velar que los operarios cumplan con los objetivos.
Funciones del cargo:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Garantizar la máxima utilización de los recursos de la empresa. 2. Velar que los trabajadores cumplan los objetivos. 3. Organizar las actividades de la empresa. 4. Supervisar la calidad del producto. 5. Realizar publicidad del producto y la empresa. 6. Llevar la contabilidad de la empresa. 7. Toma de decisiones instantáneas cuando este en sus manos. 8. Autorizar compra de recursos que se necesiten.
Requisitos del cargo:	
	Licenciado en administración de empresas.
	Tener computadora.
Conocimientos y habilidades:	
	Asumir problemas
	Capacidad de liderar
Experiencia laboral:	
Edad:	de 20 a 35 años

Fuente: elaboración propia

Tabla N° 23 Ficha de cargo Operario

Don Chilón	
Ficha de cargo	
Nombre del cargo:	Operario
Área de desempeño:	Producción
Depende de:	Administración
Supervisa a:	-----
Objetivo del cargo:	Elaborar chileros con calidad, utilización máxima de recursos y cumplimiento de objetivos.
Funciones del cargo:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Máxima utilización de recursos. 2. Cumplimiento de objetivos. 3. Elaborar chileros con alta calidad. 4. Cumplir las órdenes de su superior.
Requisitos del cargo:	
	Curso de elaboración de chileros.
Conocimientos y habilidades:	
	Habilidad en manejo de las herramientas del trabajo. Trabajo en equipo.
Experiencia laboral:-----	
Edad:	de 20 a 35 años

Fuente: elaboración propia

4.3.3 Experiencia y habilidades básicas del empresario.

Tabla N° 24 Experiencia y habilidades

Experiencia	Habilidades
Somos dos estudiantes de la carrera de administración de empresas, lo cual tenemos conocimientos administrativos, en prácticas realizadas en los 3 últimos años, se logró obtener mucha más experiencia ya que se participó en diferentes áreas así como en caja, finanzas, administración, esto permite expandir nuestros conocimientos.	Se cuenta con las siguientes habilidades: <ul style="list-style-type: none"> - Uso de Excel. - Dominio de Microsoft. - Conocimientos en caja bancaria. - Atención al cliente. - Habilidad en ventas.

Fuente: elaboración propia

4.3.4 Actividades y gastos preliminares.

En la siguiente tabla se presentan los gastos que se realizan para el inicio del negocio, como los pagos en la alcaldía, DGI y el alquiler del local donde se ubicara la empresa.

Tabla N° 25 Gastos preliminares

Tipos de tramites	Costo
Alcaldía	C\$300
DGI	C\$200
MINSA	C\$100
Total:	C\$600

Fuente: elaboración propia

Tabla N° 26 Papelería y útiles de oficina

Papelería y útiles	
Calculadora	150
Rema de papel blanco	100
Caja de lapicero	45
Facturas membretadas	550
Regla	10
Caja de lápiz de grafito	35
Borrador	15
Tajador	10
Corrector	15
Resaltador	25
Portapapeles	300
Archivador	2500
Order book	55
Rema de folder	190
Total	4000

Fuente: elaboración propia

4.3.5 Equipos de oficina.

La siguiente tabla detalla los equipos de oficina que se requieren en el área administrativa y lo que se necesitara en el puesto de venta.

Tabla N° 27 Equipos de oficina

Descripción	Costo unitario	Cantidad	Costo total
Mesa plegable rectangular plástica	C\$1,685.44	1	C\$1,685.44
Silla de metal	C\$250	1	C\$250
Estantes	C\$2,000	2	C\$4,000
Total			C\$5,935.44

Fuente: elaboración propia

Tabla N° 28 Vida útil de equipo administrativo

Detalle vida útil de los equipos y herramientas						
Descripción	Costo unitario	Cantidad	Costo total	Años a depreciar	Anual	Mensual
Estantes	C\$2,000.00	1	C\$4,000.00	5	C\$800.00	C\$66.67
Total					C\$800.00	C\$66.67

Fuente: elaboración propia

4.3.5 Gastos administrativos.

A continuación se detallan los gastos administrativos requeridos para el negocio.

Tabla N° 29 Gastos Administrativos

Descripción	Costo mensual	Costo anual
Agua	C\$150.00	C\$1,800.00
Energía eléctrica	C\$100.00	C\$1,200.00
Salario	C\$5,000.00	C\$60,000.00
Alquiler de modulo	C\$300.00	C\$3,600.00
Total	C\$5,550.00	C\$66,600.00

Fuente: elaboración propia

Tabla Nº 30 Nómina Salarial

Don Chilón										
Nómina Mensual										
Mes del 1 de Enero al 31										
Nº	Nombres y Apellidos	Cargo	Salario Base	Deducciones	Salario Neto	INSS Patronal	Prestaciones Sociales			Firma
				INSS Laboral			Vacaciones	Treceavo Mes	Indemnización	
Administración										
1	Alejandra Narvaez	Admón.	C\$ 5.000,00	C\$ 312,50	C\$ 4.687,50	C\$ 900,00	C\$ 416,67	C\$ 416,67	C\$ 416,67	
Sub Total Administración			C\$ 5.000,00	C\$ 312,50	C\$ 4.687,50	C\$ 900,00	C\$ 416,67	C\$ 416,67	C\$ 416,67	
Producción										
2	Pedro Cortez	Operario	C\$ 4.500,00	281,25	4.218,75	810,00	375,00	375,00	375,00	
3	Horacio Jiménez	Operario	C\$ 4.500,00	281,25	4.218,75	810,00	375,00	375,00	375,00	
4	Andrea López	Operario	C\$ 4.500,00	281,25	4.218,75	810,00	375,00	375,00	375,00	
5	Roxana Moraga	Operario	C\$ 4.500,00	281,25	4.218,75	810,00	375,00	375,00	375,00	
Sub Total Gastos de Venta			C\$ 18.000,00	C\$ 1.125,00	C\$ 16.875,00	C\$ 3.240,00	C\$ 1.500,00	C\$ 1.500,00	C\$ 1.500,00	
Total			C\$ 23.000,00	C\$ 1.437,50	C\$ 21.562,50	C\$ 4.140,00	C\$ 1.916,67	C\$ 1.916,67	C\$ 1.916,67	

Fuente: elaboración propia

4.4 Plan financiero

El Plan Financiero o Plan Económico Financiero es probablemente la parte más importante del plan de negocio. Pues en él se recoge toda la información desarrollada y cuantificada en unidades monetarias de cada uno de los planes de actuación, que corresponden a cada una de las áreas funcionales de la empresa.

Es una herramienta imprescindible de usar a la hora de analizar la viabilidad económica y financiera, a corto y medio-largo plazo, de un proyecto empresarial, tanto en una empresa de creación como en aquellas que están en funcionamiento y deben seguir con su trayectoria de expansión y consolidación. Ayudándonos a estimar si dicho proyecto empresarial a emprender cumple con las expectativas de rentabilidad y liquidez esperadas, y de este modo, nos permitirá tomar las decisiones adecuadas y oportunas para que la empresa sobreviva y crezca de forma sostenible.

4.4.1 Inversión y fuente de financiamiento.

Para la puesta en marcha del negocio se requiere de una inversión, la cual ayudara a la ejecución total del negocio. La inversión que se requiere para la puesta en marcha del negocio es de C\$ 179.211,44, el cual se divide entre la inversión fija la inversión diferida y el capital de trabajo.

Para la inversión necesaria no se realizara préstamo a ninguna institución financiera, la inversión se realizara con fondos propios.

La materia prima directa e indirecta que contiene esta inversión está proyectada a 2 meses, los salarios e INSS patronal están proyectados a 3 meses. Esto ayudara a tener un auto sostenibilidad en los primeros meses de labor.

4.4.1.1 Activos fijos.

Los activos que poseerá el negocio estarán divididos entre activos corrientes y no corrientes y otros activos.

Entre los activos corrientes se cuenta con efectivo en caja con un total de C\$ 81.920,00, y con un inventario de C\$ 67.492,00, no se contara con cuentas por cobrar ya que el negocio está en sus inicios de operaciones, estos activos corrientes tendrán un total de C\$ 149.412,00.

Los activos no corrientes están constituidos por los mobiliarios, equipo de oficina y la maquinaria, los mobiliarios tendrán un costo de C\$ 6.775,44 y la maquinaria de C\$ 15.332,00, estos tendrán un total de C\$ 22.107,44.

Los otros activos se componen de la publicidad se realizará al inicio de operaciones con un total de C\$ 3.092,00, con total de C\$ 3.092,00.

4.4.1.2 Activos intangibles.

Los activos intangibles se componen de los gastos de organización y la papelería y útiles que se utilizara al inicio de operaciones, el cual contiene un monto de C\$4,000.00

Tabla N° 31 Activos intangibles

Activos intangibles	
Gastos de organización	600
Papelería y útiles de oficina	4000
TOTAL	4600

Fuente: elaboración propia

4.4.1.3 Capital de trabajo.

El capital de trabajo se constituye por todos los costos que se necesitan para la ejecución del negocio, así como la compra de materia prima, los sueldos y el seguro social que tienen, de igual manera se conforma por los gastos administrativos los cuales se dividen en el pago de servicio de agua, energía eléctrica y alquiler del tramo donde se encontrara la venta de los productos. El total de capital de trabajo que se necesita es de C\$ 149.462,00.

4.4.1.4 Inversión total.

Tabla N° 32 Inversión total negocio.

Don Chilón	
Plan de Inversión	
Descripción	Total
Inversión Fija	
Mobiliarios	6.775,44
Maquinaria y utensilios	15.332,00
Sub total Inversión Fija	C\$ 22.107,44
Inversión Diferida	
Gastos Organización	600,00
Publicidad al inicio de las operaciones	3.092,00
Papelería y útiles de oficina	4.000,00

Sub total Inversión Diferida	C\$	7.692,00
Capital de Trabajo		
Compra de materia prima directa		40.166,00
Compra de materia prima indirecta		27.326,00
Sueldos y Salarios		69.000,00
Seguro Social		12.420,00
Gastos Administrativo		550,00
Sub total Capital de Trabajo	C\$	149.462,00
Inversión Total	C\$	179.261,44

Fuente: elaboración propia

4.4.1.5 Estructura del financiamiento.

La Micro empresa Don Chilón no contará con ningún tipo de financiamiento, ya que la inversión necesaria se utilizara de fondos propios.

4.4.2. Ingresos, egresos y costo

4.4.2.1 Presupuesto de ingreso.

A continuación en las siguientes tablas se presentan los ingresos que obtendrá la micro empresa en el periodo del año 2018, estas se presentan en unidades físicas y monetarias.

Tabla N° 33 Presupuesto de ingresos unidades físicas

Don Chilón													
Cédula N° 1 Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas													
Año 2018													
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Chilero Mixto	1664	1664	1664	1747	1747	1747	1664	1664	1664	1747	1747	1747	20467
Total	1664	1664	1664	1747	1747	1747	1664	1664	1664	1747	1747	1747	20467

Fuente: elaboracion propia

Tabla N ° 34 Presupuesto de ingresos unidades monetarias

Don Chilón														
Cédula N° 2 Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias														
Descripción	P.vent	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiemb	Octubre	Noviembr	Diciembre	Total
Chilero	C\$ 45													
Mixto		C\$74.880,0	C\$74.880,0	C\$74.880,	C\$78.624,	C\$78.624,	C\$78.624,	C\$74.880,	C\$74.880,	C\$74.880,	C\$78.624,	C\$78.624,	C\$78.624,0	C\$ 921.024,00
Total		C\$74.880,0	C\$74.880,0	C\$74.880,	C\$78.624,	C\$78.624,	C\$78.624,	C\$74.880,	C\$74.880,	C\$74.880	C\$78.624,	C\$78.624,	C\$ 78.624	C\$ 921.024,00

Fuente: elaboracion propia

4.4.2.2 Presupuesto de egresos.

Tabla Nº 35 Presupuesto de egresos

Don Chilón													
Cédula N° 17 Proyecciones de Gastos de Administración													
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Salarios	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	60.000,00
Vacaciones	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	5.000,00
Treceavo mes	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	5.000,00
Indemnización	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	5.000,00
INSS Patronal	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	10.800,00
Papelería y útiles de oficina	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
Depreciación	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	800,04
Total	C\$7.716,67	C7.716,67	C\$7.716,67	C7.716,67	C\$7.716,67	C7.716,67	C\$7.716,67	C\$7.716,67	C\$7.716,67	C\$7.716,67	C\$7.716,67	C\$7.716,67	C\$92.600,04

Fuente: elaboración propia

4.4.2.3 Presupuesto de costos.

Tabla Nº 36 Costos de producción mensual

Don Chilón													
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	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
Directa	20.083,20	20.083,20	20.083,20	22.548,00	22.548,00	22.548,00	20.083,20	20.083,20	20.083,20	22.548,00	22.548,00	22.548,00	255.787,20
Mano de Obra	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
Directa	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	216.000,00
CIF	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
	14.339,67	14.339,67	14.339,67	15.098,67	15.098,67	15.098,67	14.339,67	14.339,67	14.339,67	15.098,67	15.098,67	15.098,67	176.630,04
Total	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
	52.422,87	52.422,87	52.422,87	55.646,67	55.646,67	55.646,67	52.422,87	52.422,87	52.422,87	55.646,67	55.646,67	55.646,67	648.417,24

Fuente: elaboración propia

4.4.2.4 Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio será determinado por la siguiente fórmula, donde se utilizan los costos fijos, los cuales incluyen los gastos de administración, la mano de obra directa y los CIF fijos, estos se componen por la renta del local, la depreciación de la maquinaria y las prestaciones sociales; los costos variables, se componen de la materia prima directa y los CIF variables, estos están constituidos por la materia prima indirecta, pago de servicio de agua y energía eléctrica; y el precio de venta:

$$P.E. = \frac{CF}{P - CV}$$

$$P.E. = \frac{321,460.08}{45 - 20.88} = 13.326 \text{ unidades}$$

4.4.2.5 Flujo de caja.

La siguiente tabla presenta el flujo de caja proyectada, donde se muestran el saldo inicial con el que iniciara el negocio y los ingresos que obtendrá, restado de los ingresos los cuales consisten en los costos de producción y los gastos de administración, los resultados obtenidos muestran una disponibilidad neta satisfactoria.

Tabla N° 37 Flujo de caja proyectada

Flujo de Caja Proyectado						
Concepto	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Total
Saldo Inicial	C\$ 137.455,44	C\$ 411.268,20	C\$ 744.822,80	C\$ 1.132.120,01	C\$ 1.579.961,20	C\$ 4.005.627,65
Ingresos	C\$ 921.024,00	C\$ 1.013.126,40	C\$ 1.114.439,04	C\$ 1.225.882,94	C\$ 1.348.471,24	C\$ 5.622.943,62
Disponibilidad	C\$ 1.058.479,44	C\$ 1.424.394,60	C\$ 1.859.261,84	C\$ 2.358.002,95	C\$ 2.928.432,44	C\$ 9.628.571,27
Egresos						
Costos de producción	C\$ 647.211,24	C\$ 679.571,80	C\$ 727.141,83	C\$ 778.041,76	C\$ 832.504,68	C\$ 3.664.471,31
Gastos de administración	C\$ 91.800,00	C\$ 92.718,00	C\$ 95.499,54	C\$ 98.364,53	C\$ 101.315,46	C\$ 479.697,53
Total Egresos	C\$ 739.011,24	C\$ 772.289,80	C\$ 822.641,37	C\$ 876.406,28	C\$ 933.820,14	C\$ 4.144.168,83
Disponibilidad Efectiva						
Caja Mínima Requerida						
Excedente o Déficit sobre la caja mínima						
Disponibilidad Neta Final	C\$ 411.268,20	C\$ 744.822,80	C\$ 1.132.120,01	C\$ 1.579.961,20	C\$ 2.095.927,76	C\$ 5.964.099,96

Fuente: elaboración propia

4.4.3 Análisis financiero.

4.4.3.1 Flujo de fondo.

A continuación se presenta el flujo de fondos de la micro empresa Don Chilón, el cual se proyecta a tres años, según los resultados se demuestra que la empresa será viable desde los inicios de operaciones.

Tabla N° 38 Flujo de fondos

Descripción	Años					
	0	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Ingresos por Ventas		C\$ 921.024,00	C\$ 1.015.428,96	C\$ 1.066.200,41	C\$ 1.119.510,43	C\$ 1.175.485,95
Costos de Producción		C\$ 648.417,24	C\$ 714.880,01	C\$ 750.624,01	C\$ 788.155,21	C\$ 827.562,97
Utilidad bruta		C\$ 272.606,76	C\$ 300.548,95	C\$ 315.576,40	C\$ 331.355,22	C\$ 347.922,98
Gastos Administrativos		C\$ 92.600,04	C\$ 98.202,34	C\$ 99.184,37	C\$ 100.176,21	C\$ 101.177,97
Gastos de Venta		C\$ 0,00	C\$ 0,00	C\$ 0,00	C\$ 0,00	C\$ 0,00
Utilidad antes de Impuesto		C\$ 180.006,72	C\$ 202.346,61	C\$ 216.392,03	C\$ 231.179,01	C\$ 246.745,01
Impuestos		C\$ 5.400,20	C\$ 6.070,40	C\$ 6.491,76	C\$ 6.935,37	C\$ 7.402,35
Utilidad después de impuesto		C\$ 174.606,52	C\$ 196.276,21	C\$ 209.900,27	C\$ 224.243,64	C\$ 239.342,66
Depreciación		C\$0,00	C\$0,00	C\$0,00	C\$ 0,00	C\$ 0,00
Amortización		C\$ 0,00	C\$ 0,00	C\$ 0,00	C\$ 0,00	C\$ 0,00
Inversión Fija	-C\$ 22.107,44					
Inversión Diferida	-C\$ 7.692,00					
Capital de Trabajo	-C\$ 149.462,00					
Flujo Neto de Efectivo	-C\$ 179.261,44	C\$ 174.606,52	C\$ 196.276,21	C\$ 209.900,27	C\$ 224.243,64	C\$ 239.342,66

Fuente: elaboración propia

4.4.3.2 Valor actual neto (VAN), Tasa interna de retorno (TIR).

El valor actual neto (VAN) es la suma de los valores actualizados de todos los flujos de caja esperados del proyecto, deducido al valor inicial, según los resultados obtenidos, aplicando una tasa de descuento del 30% tomando en cuenta la devaluación de la moneda ajustada al riesgo y la inflación se demuestra que el proyecto es rentable.

La tasa interna de retorno (TIR) se considera ajustable, si esta es mayor a la tasa de descuento exigida, por lo que se demuestra que el proyecto se ajusta a las exigencias que el proyecto tiene, ya que el porcentaje resultado es mayor a la tasa de descuento aplicada.

Tabla N° 39 Valor Actual Neto y Tasa de Interna de Retorno

Descripción	Años					
	0	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Inversión Inicial	-C\$ 179.261,44	C\$ 174.606,52	C\$ 196.276,21	C\$ 209.900,27	C\$ 224.243,64	C\$ 239.342,66
Flujo Neto de Efectivo						
Tasa de descuento al 30%						
VAN	C\$ 309.706,40					
TIR	102,78%					

Fuente: elaboración propia

5. Conclusiones

Se logró cumplir con todos los objetivos propuestos, obteniendo resultados satisfactorios para la ejecución del proyecto el cual consiste en la elaboración y comercialización de chileros a base de hortalizas y especias.

Se realizó un plan de emprendimiento, en el cual se identifica la viabilidad de la micro empresa si es ejecutada, estos resultados se obtuvieron de la encuesta realizada al marco muestral de la población que se seleccionó para aplicarla. En este mismo plan se conoce como le gustaría el chilero a las personas, en comparación con la competencia se determinó que chileros Don Chilón es diferenciado a los que se comercializan.

Mediante la estructuración de un plan de producción, se especifican los costos de producción los cuales están estructurados en lotes de 100 unidades, se describen los equipos a utilizar en la producción y la vida útil que estos tienen, de igual manera se especifican los gastos que se tendrán en el área de producción.

Se elaboró un plan de gestión y organización, donde se visualizan los requisitos legales para la inscripción y ejecución del negocio, de igual manera se presentan los gastos preliminares los cuales cubren esos gastos legales.

Una vez establecido el plan financiero se evaluara la rentabilidad y viabilidad que tendrá el negocio, a través de un análisis financiero donde se evaluarán los resultados del valor actual neto y la tasa interna de retorno, las cuales mostraran si el negocio será rentable si se da la ejecución.

6. Bibliografía

- Alcaraz, R. (2001). *Emprendedor del éxito*. Mexico.
- Asesores, M. C. (2008). *Capacidad productiva*. Mexico.
- CEI. (2013). *Manual de negocios para PYMES*. Mexico.
- Entrepreneur. (s.f.). <https://www.entrepreneur.com>. Recuperado el 12 de Agosto de 2017, de <https://www.entrepreneur.com/article/267493>
- ingeniería industrial*. (s.f.). Obtenido de <http://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/gestion-y-control-de-calidad/metodologia-de-las-5s/>
- Julian Perez. Maria Merino. (2010). *viabilidad de un proyecto*.
- Lerma, A. (2007). *Liderazgo emprendedor*.
- Longenecker, M. y. (2001). <http://catarina.udlap.mx>. Recuperado el 12 de Agosto de 2017, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/rosas_r_f/capitulo2.pdf
- Martinez, R. (s.f.). *factibilidad de un proyecto*.
- Mendez, C. (1995). *Metodología de la investigación*. Mexico.
- Muñiz, R. (s.f.). *Marketing en el siglo XXI*.
- Negocios, C. (s.f.). <https://www.crecenegocios.com>. Recuperado el 12 de Agosto de 2017, de <https://www.crecenegocios.com/estructura-y-modelo-de-un-plan-de-negocios/>
- negocios, C. u.-P. (s.f.). <https://crearunaempresaya.wordpress.com>. Recuperado el Sabado de Agosto de 2017, de <https://crearunaempresaya.wordpress.com/2011/03/29/10-elementos-importantes-de-un-plan-de-negocios/>
- negocios, F. y. (s.f.). *Como crear un plan de marketing*.
- Osterwalder, A. (2010). *Diseño ,odelo canvas*.
- Philip Kotler, Gary Armstrong. (s.f.). *Marrketing*.
- Reglamento de la Ley No 453, L. d. (s.f.). <http://www.dgi.gob.ni>. Recuperado el Domingo de Septiembre de 03, de http://www.dgi.gob.ni/documentos/Decreto_46_2003_Reglamento_a_la_Ley_453,_Ley_de_Equidad_Fiscal_con_sus_Reformas.pdf
- tributaria, L. 8. (2012). <http://www.dgi.gob.ni/>. Recuperado el Domingo de Septiembre de 3, de http://www.dgi.gob.ni/documentos/GACETA_241_Ley_822_Ley_de_Concert._Tributaria.pdf

7. Anexos

Anexo N°1 Encuesta

Tabla N° 40 Anexo 1 Encuesta

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA.



Facultad Regional Multidisciplinaria, Carazo

FAREM – Carazo

Encuesta sobre consumo de chileros

Somos estudiantes de la Farem-Carazo, de la carrera de administración de empresa. El objetivo de esta encuesta es para realizar una investigación de mercado para el emprendimiento de la empresa Chileros Don Chilón, elaborados a base de hortalizas y especias, dirigido a jóvenes y adultos de la ciudad de Jinotepe.

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

1. Demografía.

1. Edad. _____

2. Sexo.

1. F _____ 2. M _____

3. ¿Cuántos miembros hay en su familia? _____

2. Demanda.

2.1. Consumo.

4. ¿Usted consume chileros?

1. Sí____ 2. No____ 3. ¿Por qué? ____

5. ¿De los miembros de su familia, cuantos consumen chileros? _____

6. ¿Qué nivel de picante le gusta en los chileros consumen?

1. Muy picante____ 2. Medio picante____ 3. Dulce_____

2.2. Frecuencia.

7. ¿Con que frecuencia compra chileros?

1. Semanal.____ 2. Quincenal.____ 3. Mensual._____

2.3. Compra.

8. ¿Qué cantidad de chileros compra? _____

9. ¿con que tipo de comida prefiere acompañar su chilero?

1. Sopas____ 2. Mariscos____ 3. Comidas secas____

10. ¿Le gustaría comprar chileros don Chilon a base de hortalizas y especias? (si su respuesta es no, pase al siguiente ítem)

1. Sí____ 2. No____

11. ¿En cuáles de estos establecimientos le gustaría comprar el chilero don Chilon?

1. mercado municipal____ 2. Pulperías ____ 3. Feria_____

4. Ubicación de la fabrica____

12. ¿En cuál de las presentaciones le gustaría adquirir el chilero?

1. Frasco 8 onzas____ 2. Frasco 16 onzas____

13. ¿En qué envase le gustaría que se comercialice este producto?

1. Plástico_____ 2. Vidrio_____

14. ¿En qué medios publicitarios le gustaría que se promocióne el producto?

1. Mantas____ 2. Redes sociales____ 3. Radial____

3. Oferta.

3.1. Producto.

15.¿De acuerdo a su experiencia en el consumo de chileros, como califica usted los chileros que ha comprado?

1. Muy buena.____ 2. Buena.____ 3. Deficiente.____

3.2. Precio.

16. ¿A qué precio ha comprado usted los tipos de chileros?

1. Menores de C\$30____ 2. De C\$30 a C\$50 ____ 3. Mayores de C\$50____

3.3. Compra.

17. ¿En qué tipo de establecimiento compra usted los chileros?_____

3.4. Preferencia.

18. ¿Cuál marca de chileros es su preferida?

1. Mama Gollita____ 2. Santa Clara.____ 3. La Riosa.____ 4. Otros____

19. ¿Qué tipo de medios publicitarios utiliza la empresa de la cual compra los chileros?

1. Mantas____ 2. Redes sociales.____ 3. Radial____ 4. Ninguna____

Anexo N° 2 Balance de apertura

Tabla N° 41 Anexo N° 2 Balance de apertura del negocio

Don Chilón	
Balance de Apertura	
Al 31 de Diciembre del 2017	
Expresado en Córdoba	
<u>Activos</u>	
Corriente	
Efectivo en Caja y Banco	C\$ 81.970,00
Cuentas por Cobrar	
Inventarios	
	67.492,00
Sub total Activo Corriente	C\$149.462,00
No Corriente	
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$6.775,44
Maquinaria	
	15.332,00
Sub total No Corriente	C\$22.107,44
Otros Activos	
Gastos Organización	C\$600,00
Publicidad al inicio de las operaciones	3.092,00
Papelería y útiles	4.000,00
Sub total Otros Activos	C\$ 7.692,00
Total Activos	C\$179.261,4
<u>Pasivo</u>	

Corriente	
Proveedores	
Total Pasivos	C\$ -
<u>Patrimonio</u>	
Capital Contable	C\$ 179.261,44
Total Patrimonio	C\$179.261,44
Total Pasivo más capital	C\$179.261, 4

Fuente: elaboración propia

Anexo N° 3 Materia prima directa e indirecta n unidades físicas y monetarias

Tabla N° 42 Anexo N° 3 Materia prima directa unidades físicas

Don Chilón														
Cédula N° 4 Proyecciones de Compra de Materia Prima Directa (Unidades Físicas)														
Descripción	UND/MED	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Cebolla	Saco	15,5	15,5	15,5	17	17	17	15,5	15,5	15,5	17	17	17	195
Chiltoma	Saco	3,4	3,4	3,4	4	4	4	3,4	3,4	3,4	4	4	4	44
Zanahoria	Saco	3,4	3,4	3,4	4	4	4	3,4	3,4	3,4	4	4	4	44
Culantro	Docenas	54	54	54	60	60	60	54	54	60	60	60	60	690
Chile	Libras	312	312	312	350	350	350	312	312	350	350	350	350	4010
Total		388	388	388	435	435	435	388	388	432	435	435	435	4984

Tabla N° 43 Anexo N°3 materia prima directa unidades monetarias

Don Chilón														
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
Cebolla	450	6975	6975	6975	7650	7650	7650	6975	6975	6975	7650	7650	7650	87750
Chiltoma	300	1020	1020	1020	1200	1200	1200	1020	1020	1020	1200	1200	1200	13320
Zanahoria	750	2550	2550	2550	3000	3000	3000	2550	2550	2550	3000	3000	3000	33300
Culantro	3,3	178	178	1030	1155	1155	1155	1030	1030	1155	1155	1155	1155	11530
Chile	30	9360	9360	9360	10500	10500	10500	9360	9360	10500	10500	10500	10500	
Total		20083	20083	20935	23505	23505	23505	20935	20935	22200	23505	23505	23505	266200

Tabla N° 44 Anexo N° 3 Materia prima indirecta unidades físicas

Don Chilón														
Cédula N° 6 Proyecciones de Compra de Materiales Indirectos (Unidades Físicas)														
Descripción	UND/ME	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Benzoato		2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	27
sal	Libra	10	10	10	12	12	12	10	10	10	12	12	12	132
Vinagre Puro	Litros	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	42
Envase	Onzas	1664	1664	1664	1747	1747	1747	1664	1664	1664	1747	1747	1747	20466
Etiqueta		1664	1664	1664	1747	1747	1747	1664	1664	1664	1747	1747	1747	20466
Agua	Litros	60	60	60	70	70	70	60	60	60	70	70	70	780
Total		3403	3403	3403	3583	3583	3583	3403	3403	3403	3583	3583	3583	41,913

Tabla N° 45 Anexo N° 3 Materia prima indirecta unidades monetarias

Don Chilón														
Cédula N° 7 Proyecciones de Compra de Materia Prima indirecta (Unidades Monetarias)														
Descripción	C. Unit	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Benzoato	18	36	36	36	45	45	45	36	36	36	45	45	45	486
sal	3	30	30	30	36	36	36	30	30	30	36	36	36	396
Vinagre Puro	65	195	195	195	260	260	260	195	195	195	260	260	260	2730
Envase	5	8320	8320	8320	8735	8735	8735	8320	8320	8320	8735	8735	8735	102330
Etiqueta	3	4992	4992	4992	5241	5241	5241	4992	4992	4992	5241	5241	5241	61398

Anexo N° 5 Costos indirectos de fabricación

Tabla N° 47 Anexo N°5 Costos indirectos de fabricación

Don Chilón													
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 maq	126,67	126,67	126,67	126,67	126,67	126,67	126,67	126,67	126,67	126,67	126,67	126,67	1.520,04
Renta de local	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00
Luz	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
Agua	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
													-
													-
Sub total Costos Fijos	C\$ 676,67	C\$ 676,67	C\$ 676,67	C\$ 676,67	C\$ 676,67	C\$ 676,67	C\$ 676,67	C\$ 676,67	C\$ 676,67	C\$ 676,67	C\$ 676,67	C\$ 676,67	C\$ 8.120,04
Costos Variables													

Amortización														
Total	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
	7.716,67	7.716,67	7.716,67	7.716,67	7.716,67	7.716,67	7.716,67	7.716,67	7.716,67	7.716,67	7.716,67	7.716,67	7.716,67	92.600,04

Anexo N° 7 Estado de resultado

Tabla 49 Anexo N° 7 Estado de resultado

Don Chilón													
Estado de Resultado Proyectado Mensual													
Del 31 de Diciembre 2017 al 31 de Diciembre del 2018													
Expresado en Córdoba													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	total
Ventas	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
	74.880,00	74.880,00	74.880,00	78.624,00	78.624,00	78.624,00	74.880,00	74.880,00	74.880,00	78.624,00	78.624,00	78.624,00	921.024,00
Costo de Ventas													
	52.422,87	52.422,87	52.422,87	55.646,67	55.646,67	55.646,67	52.422,87	52.422,87	52.422,87	55.646,67	55.646,67	55.646,67	648.417,24
Utilidad Bruta	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
	22.457,13	22.457,13	22.457,13	22.977,33	22.977,33	22.977,33	22.457,13	22.457,13	22.457,13	22.977,33	22.977,33	22.977,33	272.606,33

Costos Variables	13.663,0 0	13.663, 00	13.663, 00	14.422,00	14.422, 00	14.422, 00	13.663,0 0	13.663, 00	13.663, 00	14.422,0 0	14.422, 00	14.422,0 0	168.510, 00
Sub total CIF	C\$ 14.339,6 7	C\$ 14.339, 67	C\$ 14.339, 67	C\$ 15.098,67	C\$ 15.098, 67	C\$ 15.098, 67	C\$ 14.339,6 7	C\$ 14.339, 67	C\$ 14.339, 67	C\$ 15.098,6 7	C\$ 15.098, 67	C\$ 15.098,6 7	C\$ 176.630, 04
Costo Total Mensual	C\$ 52.422,8 7	C\$ 52.422, 87	C\$ 52.422, 87	C\$ 55.646,67	C\$ 55.646, 67	C\$ 55.646, 67	C\$ 52.422,8 7	C\$ 52.422, 87	C\$ 52.422, 87	C\$ 55.646,6 7	C\$ 55.646, 67	C\$ 55.646,6 7	C\$ 648.417, 24

Costo Total Anual	C\$ 648.417,24
N° de unidades	20.467,00
Costo Total Unitario	31,7
Margen de Utilidad	45%
Precio de Venta	45,9

Anexo N° 9 Estado de resultado proyectado

Tabla N° 51 Anexo N°9 Estado de resultado proyectado

Estado de Resultado Proyectado					
Expresado en Córdoba					
Descripción	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Ventas Totales	921.024,00	967.075,20	1.015.428,96	1.066.200,41	1.119.510,43
Descuento sobre venta					
Rebajas sobre venta					
Venta Netas	921.024,00	967.075,20	1.015.428,96	1.066.200,41	1.119.510,43
Costos de Producción	648.417,24	680.838,10	714.880,01	750.624,01	788.155,21
Utilidad Bruta	272.606,76	286.237,10	300.548,95	315.576,40	331.355,22
<u>Gastos de Operación</u>					
Gastos de Venta	-				
Gastos de Administración	92.600,04	93.526,04	94.461,30	95.405,91	96.359,97
Total gastos operativos	92.600,04	93.526,04	94.461,30	95.405,91	96.359,97
Utilidad de Operación	180.006,72	192.711,06	206.087,65	220.170,49	234.995,25
Otros Ingresos	-				
Otros Gastos	-				
Utilidad antes de impuesto	C\$ 180.006,72	C\$ 192.711,06	C\$ 206.087,65	C\$ 220.170,49	C\$ 234.995,25
Impuesto	5.400,20	5.781,33	6.182,63	6.605,11	7.049,86
utilidad neta	C\$ 174.606,52	C\$ 186.929,73	C\$ 199.905,02	C\$ 213.565,37	C\$ 227.945,39

