



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 Banca y Finanzas

Tema: Proyecto de innovación o emprendimiento en la cuarta región del país.

Subtema: Propuesta de plan de innovación de la microempresa “QUEQUISNIC”, dedicada a la producción y comercialización de harina de quequesque, ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre académico del año 2018.

Autor:

N° Carné

Br. Herrera Hernández Deyling Carolina

14 – 09023 – 3

Br. Saballo Alemán Jessica Vanessa

14 – 09266 – 4

Br. Chávez Medrano Karla Johana

14 – 09241 – 1

Tutor:

Lic. Luis Alberto Acuña Ramírez

Jinotepe, Abril de 2019.

Carta Aval del Docente



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

2019: *“Año de la Reconciliación”*

24 de abril del año 2019

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

Estimada maestra.

Por este medio entrego formalmente informe de proyecto de graduación, bajo el Tema: Proyectos de Innovación o Emprendimiento en la cuarta región del país, presentado por los (as) bachilleres:

Nº	Apellidos y Nombres	Carné
1	Herrera Hernández Deyling Carolina	14 – 09023 – 3
2	Saballo Alemán Jessica Vanessa	14 – 09266 – 4
3	Chávez Medrano Karla Johana	14 – 09241 – 1

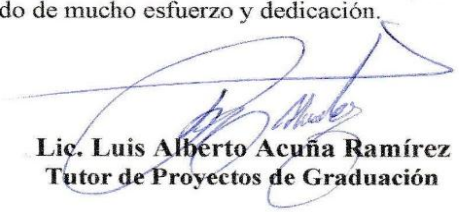
Siendo el subtema: Propuesta de plan de innovación para la micro empresa “QUEQUISNIC”, ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2018.

El cual ha cumplido con los requisitos técnicos y metodológicos establecidos de acuerdo a la normativa de Proyecto 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 optar al título de Licenciatura en Banca 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.


Lic. Luis Alberto Acuña Ramírez
Tutor de Proyectos 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

Dedicatoria

El presente trabajo lo dedico a:

Dios todo poderoso por su infinito amor y bondad, por brindarme la sabiduría, capacidad y fortaleza necesaria para lograr mis metas y llegar a esta etapa de mi vida profesional.

A mis padres Josefa Rosa Hernández Mercado y Benicio Nicolás Herrera, por su amor incondicional y porque me han dado todo lo que soy como persona.

A la familia Malmquist, por su apoyo incondicional, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, por su amor y por sus ejemplos de perseverancia.

A Eleazar Huete por todo su apoyo, consejos, comprensión, amor y ayuda en los momentos difíciles.

A los docentes, fuente de conocimiento, que a lo largo de la carrera me enseñaron y orientaron bajo sus valiosas experiencias, contribuyendo a mi formación profesional durante estos largos años, preparándome para los retos de la vida.

Deyling Carolina Herrera Hernández

Dedicatoria

A Dios porque él es fuente de sabiduría que da el hermoso don del saber, que guía mis pasos y que siempre está ahí con su infinito amor y misericordia para conmigo.

A mis padres que con gran esfuerzo han sabido sacarme adelante, y me han enseñado a luchar por lo que quiero y llegar hasta la meta con la ayuda de Dios padre.

Y a cada uno de los profesores que tuvieron la disposición de enseñarnos independientemente de sus tiempos, y siempre nos brindaron la ayuda necesaria para poder elaborar nuestro proyecto de graduación, a los cuales admiro mucho, Lic. Luis Acuña, Msc. Raúl Medrano que siempre nos guió, Msc. Brenda Toledo y Msc. Daniela Galán que siempre nos ha brindado su confianza y ayuda.

Jessica Vanessa Saballo Alemán

Dedicatoria

Primeramente, dedico este trabajo a Dios por ser el motor de mi vida, mi inspiración, mi ayuda, mi guía y por brindarme la fortaleza necesaria en los momentos más difíciles que solo él y yo conocemos y así poder culminar con mi carrera universitaria.

En segundo lugar, a mis padres por acompañarme y apoyarme en todo lo necesario en mi proceso de aprendizaje, por el tiempo dedicado en brindarme palabras de amor, aliento y ánimo para continuar con mi objetivo y sueño, por ser esa base sembrada en mí ser de superación y entrega en todo lo que haga.

A mis profesores por su tiempo y conocimientos compartidos que fueron de gran ayuda en el proceso de elaboración de este proyecto.

Karla Johana Chávez Medrano

Agradecimientos

A Dios; por haberme dado la fuerza, sabiduría e inteligencia necesaria para poder culminar mi carrera, ya que sin él nada de esto hubiese sido posible.

A mi familia, por sus consejos, amor, motivación y apoyo incondicional y por demostrarme que con perseverancia y esfuerzo se alcanzan metas propuestas.

Y sobre todo a cada uno de los maestros que impartieron las diferentes asignaturas abordadas durante los 5 años de la carrera, por los conocimientos y experiencias que han compartido conmigo, de manera especial a mi tutor Lic. Luis Acuña, al MSc. Raúl Medrano, MSc. Brenda Toledo, MSc. Daniela Galán, MSc. César Arévalo y Lic. Martha Arévalo por guiarme hacia el camino de la calidad y el éxito.

Deyling Carolina Herrera Hernández

Agradecimientos

Agradezco a Dios por haberme permitido lograr una meta más. Gracias a él que me da las fuerzas, esperanzas, dominio propio, entendimiento y sabiduría para poder desarrollar mis estudios con éxitos, nunca me dejó ni me desamparó siempre está ahí conmigo, gracias a él terminaré un ciclo muy importante para trascender en la vida.

De igual modo agradezco a mis padres Yamileth Del Carmen Alemán Y Álvaro Carballo, que después de Dios, ellos me han dado la oportunidad de estudiar, y con mucho esfuerzo, trabajo y dedicación han sabido sacarme adelante a pesar de sus recursos económicos. Gracias a ellos como ejemplo de superación y buscar una mejor calidad de vida.

Jessica Vanessa Saballo Alemán

Agradecimientos

Doy gracias a Dios mi dueño, rey y señor por ser el pilar y principal hacedor de este sueño, por iluminarme y brindarme la fortaleza necesaria en los momentos más difíciles y ser mi mayor motivación e inspiración para seguir en el camino del bien.

A mis padres Rigoberto Chávez, María Elena Medrano y hermano Rigoberto Medrano, quienes me han brindado su apoyo incondicional tanto económico como moral en todo momento, por los sacrificios hechos por cada uno de ellos para que yo pueda culminar mi carrera universitaria, por los valores que cultivaron a lo largo de mi vida y que con mucho orgullo pretendo destacar en todos los ámbitos de mi vida.

Agradezco a mi tutor Lic. Luis Acuña y asesores MSc. Raúl Medrano, MSc. Luis Cerda y MSc. Daniela Galán que con entusiasmo y dedicación brindaron la información y conocimientos necesarios para la realización de este proyecto, y ser motivación para mi vida de que, con la ayuda de Dios, esfuerzo, disciplina y entrega, puedo lograr todos y cada uno de los objetivos que me proponga.

Karla Johana Chávez Medrano

Resumen

El presente documento corresponde a un requisito establecido para la Modalidad de proyecto de Graduación para optar al título de Licenciado en Banca y Finanzas, realizando un proyecto de innovación, durante el segundo semestre del año dos mil dieciocho, con el objetivo principal de crear un producto con enfoque de innovación en la industrialización de la harina de quequisque.

Se ha observado que en los últimos años en Nicaragua la cultura por el cuidado de la salud y la apariencia física se ha venido incrementado, es por eso que las personas cada día buscan consumir alimentos nutritivos que le brinden la suficiente energía para poder realizar sus actividades cotidianas, en base a esto nace la idea de crear un producto de harina con nuevas fórmulas siendo el ingrediente principal el Quequisque, conocido por sus altas propiedades en carbohidratos y minerales.

QUEQUISNIC estará localizada en el sur de Jinotepe en el Km 50 carretera panamericana Sur entre Jinotepe-Santa Teresa. La microempresa tiene como propósito satisfacer la necesidad de alimentación sana de los habitantes de Jinotepe por medio de la producción e industrialización de la harina de quequisque.

Por consiguiente, se ejecutó una investigación de mercado la cual permitió identificar las necesidades del consumidor, de esta manera saber si el producto harina de quequisque satisface las necesidades del universo poblacional, el grado de aceptación del producto y el grado económico en cuanto al éxito o fracaso que pueda tener la empresa dentro del mercado por medio del análisis de la demanda y la oferta existente. Todos estos datos fueron obtenidos por medio de la aplicación de encuestas.

Además, se realizó un análisis competitivo de mercado para relacionar la microempresa con el entorno, identificando de esta manera algunas de las fortalezas y debilidades de esta, así como también las oportunidades y amenazas que afectan dentro del mercado potencial. Este análisis funcionó como base para el diseño de las estrategias de mercado.

El impacto social que genera este proyecto es positivo debido a que para su operación requiere de mano de obra, de igual manera, contribuye al desarrollo del sector agrícola con la utilización de tecnología y un buen manejo de los residuos del quequisque para la conservación del medio ambiente y la salud tanto de los trabajadores como de los consumidores.

Las estrategias diseñadas para el lanzamiento de la harina de quequisque en cuanto a la estructura organizativa de la empresa (misión, visión, Objetivos, metas y políticas) y las estrategias a utilizarse enfocadas al marketing, sirvieron para poder conocer la inversión que tendrá la creación de la nueva línea de harina y así poder entrar a un mercado insatisfecho, todo esto con el fin de lograr posicionarse en el mercado.

Índice

Carta Aval del Docente.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos.....	vi
Resumen.....	ix
1. Generalidades del proyecto.....	1
1.1. Datos agronómicos del quequisque.....	1
1.1.1. Definición de quequisque.....	1
1.1.2. Valor nutritivo del quequisque.....	1
1.2. Nombre del proyecto.....	2
1.2.1. Logotipo.....	3
1.3. Justificación del proyecto.....	3
1.4. Plan Estratégico de la microempresa.....	4
1.4.1. Razón Social.....	4
1.4.2. Visión.....	5
1.4.3. Misión.....	5
1.4.4. Valores.....	5
1.4.5. Políticas.....	6
1.4.5.1. Políticas de precio:.....	6
1.4.5.2. Políticas de venta:.....	8
1.4.5.3. Políticas de pago.....	8
1.4.5.4. Políticas salariales.....	8
1.4.5.5. Políticas de servicio.....	8
1.4.6. Objetivos de “QUEQUISNIC”.....	9
1.4.6.1. Objetivo General.....	9
1.4.6.2. Objetivos Específicos.....	9
1.4.7. Factores externos.....	9
1.4.7.1. <i>Impacto social del proyecto</i>	9
1.4.7.2. <i>Impacto ambiental y económico</i>	10
1.4.8. Estructura Organizacional.....	11
1.5. Localización del proyecto.....	17

1.5.1. Macrolocalización.....	17
1.5.2. Micro localización.....	18
1.5.3. Mercado / Zona Comercial.....	18
1.6. Solución.....	18
1.6.1. Maquinarias en el proceso de producción.....	19
1.7. Diseño o modelo 3D.....	25
1.7.1. Planta de Producción de “QUEQUISNIC”.....	25
1.8. Oportunidad de mercado	26
1.8.1. Comportamiento histórico de la demanda	26
1.8.1.1. Estacionalidad de la demanda	27
1.8.2. Factores determinantes de la demanda	28
1.8.3. Ventaja Competitiva	29
1.8.4. Comportamiento histórico de la oferta	29
1.8.5. Demanda Insatisfecha	30
1.8.6. Población y muestra	31
1.8.7. Mercado del proyecto	33
1.8.7.1. Mercado Proveedor	33
1.8.7.2. Mercado Competidor.....	35
1.8.7.3. Mercado Distribuidor	37
1.8.7.4. Mercado Consumidor.....	38
1.8.8. Estrategias de mercado	39
1.8.8.1. Estrategia del producto.....	40
1.8.8.2. Estrategia de Precio.....	42
1.8.8.3. Estrategia de plaza.....	44
1.8.8.4. Estrategia de promoción / Publicidad	46
1.8.8.4.1. <i>Estrategia de publicidad</i>	47
1.8.8.5. Estrategia de PUSH o empuje	51
1.8.9. Análisis FODA.....	52
1.8.10. Garantías de suministro.....	54
1.9. Propuesta de Valor	55
1.9.1. Diseño del producto/ Servicio innovador	56
1.9.1.1. Descripción de la Harina	57

1.9.1.1.1.	<i>Características físicas del producto</i>	57
1.9.1.1.3.	<i>Condiciones de almacenamiento</i>	58
1.9.1.1.4.	<i>Producto 100% natural</i>	58
1.9.1.2.	Descripción del producto	58
1.9.1.2.1.	<i>Slogan</i>	58
1.9.1.2.2.	<i>Marca</i>	59
1.9.1.2.3.	<i>Etiqueta</i>	59
1.9.1.2.4.	<i>Empaque de polipropileno</i>	60
1.9.1.2.5.	<i>Datos nutricionales</i>	61
1.9.1.3.	Descripción del proceso de producción.	61
1.9.1.3.1.	<i>Proceso productivo por tiempo</i>	64
1.9.1.3.2.	<i>Capacidad Instalada</i>	66
1.9.1.3.4.	<i>Estimaciones de Ventas</i>	68
1.9.1.3.5.	<i>Ventas proyectadas</i>	69
1.9.1.4.	Novedad del proyecto desde la base de propiedad intelectual	69
1.9.1.4.1.	<i>Aspectos legales</i>	70
1.10.	Ciclo del proyecto	80
1.10.1.	Ciclo de vida del producto	80
1.11.	Presupuesto.....	81
1.11.1.	Presupuesto de compra de materiales e insumos	81
1.11.2.	Presupuesto de compra de maquinarias	82
1.11.3.	Presupuesto de visibilidad del proyecto.....	82
2.	Glosario.....	84
3.	Bibliografía	87

Índice de ilustraciones

<i>Ilustración 1 Logotipo de la microempresa</i>	2
<i>Ilustración 2 Organigrama de la microempresa</i>	11
<i>Ilustración 3 Macro localización</i>	17
<i>Ilustración 4 Microlocalización</i>	18
<i>Ilustración 5 Diseño o modelo en 3D</i>	25
<i>Ilustración 6 Relación entre mercados</i>	33
<i>Ilustración 7 Canal directo</i>	37
<i>Ilustración 8 Canal indirecto</i>	37
<i>Ilustración 9 Página en Facebook</i>	50
<i>Ilustración 10 Medios impresos</i>	50
<i>Ilustración 11 Slogan</i>	58
<i>Ilustración 12 Marca de la empresa</i>	59
<i>Ilustración 13 Empaque de polipropileno</i>	60
<i>Ilustración 14 Afiliación anual</i>	79

Índice de gráficos

<i>Grafico 1 Razones de negatividad</i> _____	26
<i>Grafico 2 ¿Estarías dispuesto a comprar este producto?</i> _____	27
<i>Grafico 3 Frecuencia de consumo</i> _____	27
<i>Grafico 4 ¿Cuál de los siguientes aspectos le atraen del producto?</i> _____	29
<i>Grafico 5 ¿Qué tipos de harinas consume?</i> _____	31
<i>Grafico 6 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?</i> _____	42
<i>Grafico 7 Medios publicitarios</i> _____	47

Índice de tablas

<i>Tabla 1 Composición nutricional del quequisque</i>	2
<i>Tabla 2 Precio unitario</i>	7
<i>Tabla 3 Trabajadores de la microempresa</i>	11
<i>Tabla 4 ficha de cargo, administrador general</i>	12
<i>Tabla 5 ficha de cargo, responsable de producción</i>	13
<i>Tabla 6 ficha de cargo, responsable de ventas</i>	15
<i>Tabla 7 Ficha técnica, Máquina Selladora</i>	19
<i>Tabla 8 ficha técnica, Molino de Martillo</i>	20
<i>Tabla 9 Ficha técnica, Balanza eléctrica</i>	21
<i>Tabla 10 Ficha técnica, Balanza carga pesada</i>	21
<i>Tabla 11 Ficha técnica, Laptop hp</i>	22
<i>Tabla 12 Ficha técnica, Escritorio Metálico</i>	22
<i>Tabla 13 Ficha técnica, Silla de metal</i>	23
<i>Tabla 14 Ficha técnica, archivador metálico</i>	24
<i>Tabla 15 Población de Jinotepe</i>	31
<i>Tabla 16 Calculo para proyectar la PEAO al 2018</i>	31
<i>Tabla 17 Competencia indirecta</i>	35
<i>Tabla 18 Productos sustitutos</i>	36
<i>Tabla 19 Clientes potenciales de la harina de quequisque</i>	39
<i>Tabla 20 Estrategia de producto</i>	41
<i>Tabla 21 Estrategia de precio</i>	44
<i>Tabla 22 Estrategia de plaza</i>	45
<i>Tabla 23 Estrategia de publicidad</i>	48
<i>Tabla 24 Análisis FODA</i>	52
<i>Tabla 25 Datos nutricionales</i>	61
<i>Tabla 26 Flujo de proceso productivo</i>	64
<i>Tabla 27 Simbología ANSI</i>	65
<i>Tabla 28 Capacidad instalada</i>	66
<i>Tabla 29 Especificaciones del molino</i>	66
<i>Tabla 30 Especificaciones de la maquina selladora</i>	66
<i>Tabla 31 Capacidad de producción</i>	67
<i>Tabla 32 Estimaciones de ventas</i>	68

<i>Tabla 33 Razones de incrementos de venta</i>	68
<i>Tabla 34 Ventas proyectadas</i>	69
<i>Tabla 35 Salario mínimo</i>	79
<i>Tabla 36 Materia prima</i>	81
<i>Tabla 37 Presupuesto de maquinaria</i>	82
<i>Tabla 38 Presupuesto de publicidad</i>	83

Índice de Anexos

<i>Anexo 1 Cronograma de actividades</i>	89
<i>Anexo 2 Encuestas</i>	90
<i>Anexo 3 Base de datos SPSS Statics</i>	93
<i>Anexo 4 Formatos de Constitución</i>	101
<i>Anexo 5 Tablas de Excel</i>	111
<i>Anexo 6 Flujo de proceso con imágenes</i>	129
<i>Anexo 7 Promociones</i>	130
<i>Anexo 8 Banner Publicitario</i>	131
<i>Anexo 9 Modelo CANVAS</i>	132
<i>Anexo 10 Brochure</i>	135

1. Generalidades del proyecto

1.1. Datos agronómicos del quequisque

1.1.1. Definición de quequisque

El quequisque cuyo nombre científico es *Xanthosoma sagittifolium* (quequisque blanco) y *xanthosoma violaceum* (quequisque lila), es originario de América tropical y subtropical.

Según (Bendaña, 2013) el quequisque es una planta herbácea, suculenta, sin tallo aéreo, con hojas de forma acorazonada largas que provienen directamente de un tallo subterráneo llamado cormo que puede alcanzar los 2 metros de altura, en el cual se forma los cormos secundarios laterales y horizontales llamados cormelos (ramificaciones engrosadas que salen del cormo), que son comestibles.

1.1.2. Valor nutritivo del quequisque

El quequisque está entre los cultivos ricos en almidón, el tercero más consumido en Nicaragua después de la papa y la yuca, y segundo en relación al área total sembrada después de la yuca.

Es un producto rico en carbohidratos, siendo estos su principal componente. El quequisque es un alimento altamente energético, el cual puede compararse con la papa en cuanto a valor nutritivo, superándola ligeramente en cuanto al contenido de Carbohidratos y minerales (Calcio y fósforo) y con mayor contenido de proteínas que las demás raíces y tubérculos. (Bendaña, 2013)

Composición nutricional por cada 100 gramos de porción comestibles de tubérculo crudo fresco.

Tabla 1 Composición nutricional del quequisque

Agua (g)	67.0
Proteínas (g)	3.9
Grasas (g)	0.2
Cenizas (g)	1.5
Energía (Kcal)	127.0
Carbohidratos totales	27.4
Colesterol (mg)	.0
Calcio (mg)	25.0
Fósforo (mg)	56.0
Hierro (mg)	3.0
Vitamina A	1.0
Tiamina (mg)	0.17
Riboflavina (mg)	0.06
Niacina (mg)	0.7
Vitamina C (mg)	5.0

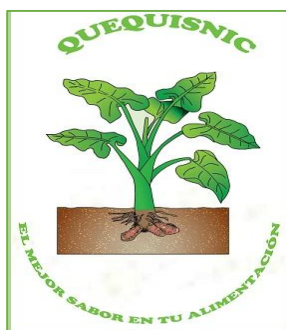
Fuente: FAO Latin Food 2002- Tabla de Composición de alimentos de América Latina.
www.tabladealimentos.org.

1.2. Nombre del proyecto

"Harina de quequisque"

Logotipo

Ilustración 1 Logotipo de la microempresa



Fuente: Autores

Eslogan: "El mejor sabor en tu alimentación"

Nombre de la microempresa: "QUEQUISNIC"

En primer lugar, para escoger el nombre de la microempresa se realizó un análisis interno donde se respondió a preguntas tales como: ¿A qué se va a dedicar? Y ¿será una microempresa local o podrá llegar a tener presencia internacional? En este punto se planteó

el nombre de "QUEQUISNIC " que si bien describe claramente el producto a comercializar y la nacionalidad del mismo al momento de querer expandirlo a nivel internacional.

1.2.1. Logotipo

Se eligió destacar colores como verde y café, debido a que son los colores que representan a la naturaleza y a la tierra misma, además, en el diseño se muestra una planta con la producción del tubérculo, generalizando una idea de donde proviene el quequisque, además, el logotipo lleva también el nombre de la marca con la finalidad de que sea recordada por los clientes.

1.3. Justificación del proyecto

En los últimos años en Nicaragua la cultura por el cuidado de la salud y la apariencia física se ha venido incrementado, es por eso que las personas cada día buscan consumir alimentos nutritivos que le brinden la suficiente energía para poder realizar sus actividades cotidianas.

Por ende, se ve la necesidad de elaborar productos cada vez más diferenciados para satisfacer un mercado siempre necesitado de mejoras y novedades, esto ha hecho que la industria y la exportación demanden harinas de distintas características. En función de las diversas regiones que tiene nuestro país y de la disponibilidad de tubérculos como el quequisque, es importante conocer las regiones donde se produce mejor calidad de quequisque y las mejores variedades para la elaboración de harina.

En el territorio nacional se produce quequisque en la región autónoma del Atlántico Sur (Nueva Guinea y el Rama) y Rio San Juan. También se cultiva en la Región Autónoma del Atlántico Norte (Waslala), en Matagalpa (Rio Blanco) y en pequeñas cantidades en el pacifico (Masaya, Granada, Carazo, Rivas, León y Chinandega, donde el principal abastecedor es Masaya). (MIFIC, pág. 5)

Cabe destacar, que la innovación de proyectos no consiste simplemente en ser nuevo o ser diferente, se trata de crear un nuevo camino que los consumidores quieran seguir, es por ello que nace la necesidad de un proyecto que no solo contribuya al desarrollo económico del

país, sino que también promueva la alimentación sana y nutritiva que garantice seguridad alimentaria.

En Nicaragua el cultivo del Quequisque se ha utilizado principalmente como: ingrediente para sopas, frituras y como producto medicinal. El consumo de este producto le genera a nuestro organismo de un 20 a 30% de carbohidratos y entre 1.7 y 2.5 % de proteínas, por tanto, se considera como un excelente alimento nutritivo y de fácil digestión. Con esta harina se pueden preparar diversos alimentos como panqueques, reposterías, consomé para sopas, tortas fritas, como empanizador de pollo y más. De hecho, expertos coinciden en que es el alimento ideal para niños por su alto contenido energético en carbohidratos y minerales.

Este proyecto pretende fomentar la producción y comercialización de la Harina de quequisque, para ello se realizó el análisis de mercado que fundamenta el instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones dentro del ciclo del proyecto y que al mismo tiempo contribuya al desarrollo económico del país.

Cabe recalcar que, el producto harina de quequisque se encuentra dentro del sector económico primario o agropecuario, debido a que el producto se obtiene directamente de la naturaleza, sin ningún proceso de transformación.

1.4. Plan Estratégico de la microempresa

1.4.1. Razón Social

“QUEQUISNIC” es una microempresa productora y comercializadora de harina de quequisque, se denomina microempresa de acuerdo a la ley N° 645 Ley de promoción, fomento y desarrollo de MIPYME, debido a que poseerá un número de colaboradores de 1 a 5 personas. Con el objetivo de aprovechar los beneficios que otorga la ley 645, se procederá a inscribir a la microempresa en calidad de persona natural ante las instancias correspondientes: COMIPYME, DGI y Alcaldía municipal de Jinotepe. (Ver anexo n°4, formato n°6)

1.4.2. Visión

La microempresa de harina “QUEQUISNIC” será reconocida como una microempresa líder, sólida y posicionada en el mercado local, nacional e internacional, comercializando productos de calidad, con una fuerte estructura organizacional y soportada en un talento humano eficaz, implementando procesos de mejora continua e innovación, generando rentabilidad y desarrollo social en el país.

1.4.3. Misión

Producir y comercializar un producto elaborado a base de quequisque bajo la más alta norma de higiene y de calidad, con el objetivo de proponer al mercado un producto saludable e innovador a precios competitivos, a nivel local en el departamento de Carazo, proporcionando una excelente atención al cliente, utilizando sistemas de tecnología que permitan optimizar los procesos de transformación del producto, respetando al medio ambiente y garantizando un crecimiento económico sostenible tanto para los funcionarios como para la microempresa.

1.4.4. Valores

- **Innovación**

La microempresa QUEQUISNIC estará en continuo cambio con una base de importante capacidad de adaptación que se distingue por libertad de expresar sus ideas, en imaginar, crear y deleitar con un producto sano 100% natural y de calidad alineado con las demandas de los clientes.

- **Honestidad**

Mostrar una conducta moral ejemplar, actuando con transparencia, confianza e igualdad, siendo sinceros con nosotros mismos y con los demás.

- **Compromiso y Responsabilidad**

QUEQUISNIC está comprometida a cumplir con sus obligaciones, entregando a sus clientes un producto 100 % natural y de calidad, debido a que ellos son el portal para ser una microempresa reconocida nacional e internacionalmente.

- **Unidad**

Razonamos en la motivación individual anclada con el trabajo en equipo para alcanzar metas comunes bajo un clima de confianza y respeto mutuo, valorando el aporte de cada miembro de la microempresa.

- **Responsabilidad Ambiental**

Actuar con responsabilidad en el uso de los recursos ambientales tratando de generar el mínimo impacto para salvaguardar el medio ambiente y vida de los clientes.

- **Seguridad**

Generar un vínculo de confianza, en la que las necesidades y deseos del cliente puedan ser satisfechos generando fidelidad.

1.4.5. Políticas

1.4.5.1. Políticas de precio:

En la actualidad en el mercado de las harinas el precio tiene mucha relevancia para los compradores por lo que la microempresa toma muy en cuenta la determinación del precio en la harina. Para esto, la microempresa toma en cuenta factores internos como costos de materia prima directa, Mano de obra directa, CIF y la demanda del producto por la población jinotepina.

Por tanto, el precio de una libra de harina de quequisque será de 18 córdobas, aplicando un margen de ganancias de un 60%.

Tabla 2 Precio unitario

QUEQUISNIC				
Costos de Producción para una libra de harina				
Descripción	Cantidad	U/M	Costo Unit.	Costo total
Materia Prima Directa				
Quequisque	1.5	libra	C\$ 6.25	C\$ 9.38
Sub- Total Materia prima Directa				C\$ 9.38
Mano de obra Directa				
Responsable de producción	1		C\$ 0.50	C\$ 0.50
Operario	1		C\$ 0.46	C\$ 0.46
Sub- Total MOD				C\$ 0.96
CIF				
Etiqueta	1		C\$ 0.10	C\$ 0.10
Empaque	1		C\$ 0.40	C\$ 0.40
Energía Eléctrica		KWH	C\$ 0.11	C\$ 0.11
Agua Potable		Mt3	C\$ 0.02	C\$ 0.02
Depreciaciones de maquinarias			C\$ 0.05	C\$ 0.05
Alquiler del local			C\$ 0.16	C\$ 0.16
Sub- total CIF				C\$ 0.83
Costos de producción				C\$ 11.16
Costo unitario				C\$ 11.2
Margen de ganancias				C\$ 6.70
Precio de venta unitario				C\$ 18

Fuente: Autores

Por consiguiente, para determinar el costo unitario de cada uno de los departamentos, se dividió el costo unitario mensual entre cantidades producidas. (Ver anexo n°5, tabla n°19).

Cabe destacar que, con los ingresos obtenidos por la venta de este producto y por la venta de desechos de materia prima se podrá cubrir los costos y gastos que conlleva la producción y de igual manera permite tener un margen de utilidad considerable para mantener la producción.

1.4.5.2. Políticas de venta:

- El horario de atención a clientes es de 8:00 am a 5:00 pm, de lunes a viernes, y los días sábados de 08:00 am a 12:00 pm.
- Las ventas del producto serán al contado.

1.4.5.3. Políticas de pago

Adoptar nuevas políticas de pago, implementando que:

- El pago de proveedores se hará cada vez que compremos la materia prima.
- El pago a nuestros colaboradores se hará quincenalmente.

1.4.5.4. Políticas salariales

- Los sueldos serán determinados en base a la ley del salario mínimo.
- Los sueldos se pagarán quincenalmente en efectivo.
- Los sueldos se fijarán de acuerdo con el cargo que posea el colaborador.
- Del sueldo de los empleados se retendrá aportaciones del INNS.
- Se pagará horas extras cuando el empleado trabaje después de las 8 horas establecidas por el código del trabajo.
- Se pagará viáticos en el caso de realizar trabajos para la empresa en un lugar distinto al de su trabajo habitual.

1.4.5.5. Políticas de servicio

Mayor calidad en la atención al cliente, porque, aunque ésta es intangible, es la que genera mayores beneficios a la microempresa debido a que en estos tiempos tan competitivos y en un mercado saturado de negocios similares, bienes y servicios sustitutos o iguales y con diferencias mínimas de precio, la calidad de la entrega del servicio es lo que marca la diferencia.

Se garantizará que el producto se entregue en el tiempo y espacio establecido antes de su vencimiento.

1.4.6. Objetivos de “QUEQUISNIC”

1.4.6.1. Objetivo General

Producir y comercializar un producto de Harina de Quequisque bajo las más estrictas normas de higiene y calidad con el propósito de proponer al mercado un producto saludable e innovador y a precios competitivos.

1.4.6.2. Objetivos Específicos

1. Producir harina de quequisque de alta calidad con buenos insumos
2. Comercializar el producto por medio de canales directos e indirectos
3. Establecer un precio competitivo acorde al segmento de mercado al cual está dirigido este proyecto
4. Obtener resultados medibles en ventas, rentabilidad y generación de empleo en la industria.
5. Crear un ambiente organizacional adecuado para un mejor desempeño del recurso humano
6. Constante capacitación al personal para mantener y mejorar sus conocimientos, habilidades y destrezas
7. Promover un mejoramiento continuo en todos los procesos a realizarse, para ofrecer un producto de calidad satisfaciendo las necesidades del cliente.
8. Aprovechar sosteniblemente los recursos naturales.

1.4.7. Factores externos

1.4.7.1. Impacto social del proyecto

Quequisnic es una microempresa esforzada y preocupada por ser parte del fomento del consumo de alimentos sanos y nutritivos, ofreciendo un producto 100% natural e innovador como lo es la harina de quequisque donde se utiliza como materia prima este tubérculo reconocido por sus propiedades nutritivas.

QUEQUISNIC pretende no solo satisfacer la necesidad del consumo sano y saludable de alimentos, también colaborar con la economía de la población al ofrecer este producto a un precio accesible, que fue determinado en base a un pilotaje realizado en la ciudad de Jino-tepe.

1.4.7.2. Impacto ambiental y económico

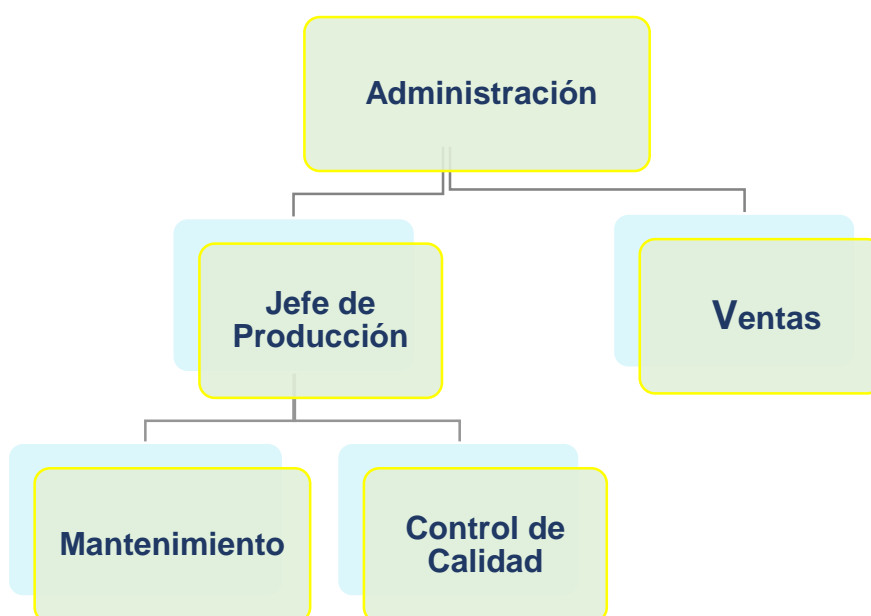
La preocupación sobre los problemas ambientales ha aumentado considerablemente en los últimos tiempos. Desde la perspectiva ambiental QUEQUISNIC no pretende causar ningún daño ya que los desechos serán utilizados para la realización de abonos orgánicos, y en cuanto a la utilización del agua se hará un uso razonable para poder realizar todo el proceso de producción y no desperdiciar algo tal vital para la humanidad.

La industrialización de Harina de Quequisque tiene un significativo impacto ya que es una microempresa que será fuente de empleo y contribuirá al desarrollo socioeconómico, aprovechando un recurso que se encuentra relativamente en abundancia en el norte del país pero que no todos conocen las proteínas que este tubérculo posee.

1.4.8. Estructura Organizacional

La estructura organizacional de la microempresa QUEQUISNIC se diseñó haciendo uso de la estructura organizacional de carácter funcional, debido a que se establecen las funciones que se tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. De acuerdo a las funciones que realizará la microempresa, necesitará del siguiente personal para llevar un control eficiente y una ejecución correcta de las actividades.

Ilustración 2 Organigrama de la microempresa



Fuente: Autores

Tabla 3 Trabajadores de la microempresa

Trabajadores	Número
Administradora	1
Responsable de producción	1
Operario	1
Responsable de ventas	1
Total	4

Fuente: Autores

Tabla 4 ficha de cargo, administrador general

I. Identificación del Cargo
Nombre del cargo: Administrador
Dependencia Jerárquica: Ninguna
Cargos dependientes: Responsable de producción, responsable de venta
Objetivo: Planificar, organizar, dirigir y controlar, coordinar trabajo, analizar, calcular y deducir el trabajo de la microempresa.
II. Funciones :
<ol style="list-style-type: none"> 1. Planificar los objetivos, metas, visión, misión y políticas de la empresa a corto y largo plazo, así como el diseño de estrategias a implementar. 2. Organizar la estructura actual de la microempresa, así como también de las funciones y cargos. 3. Dirigir la microempresa, tomar decisiones, ser un líder dentro de esta. 4. Resolver sobre las reparaciones o desperfectos de la microempresa. 5. Decidir respecto al reclutamiento, selección, contratación y capacitación del personal adecuado para cada cargo. 6. Encargado de llevar las finanzas de la microempresa. 7. Analizar los problemas de la microempresa en el aspecto financiero, contable y administrativo, entre otros. 8. Coordinar reuniones con los colaboradores de la microempresa. 9. Planificar capacitación al personal. 10. Velar por la seguridad laboral de los colaboradores. 11. Cumplir en tiempo y forma con todas las obligaciones de la microempresa. 12. Gestionar la compra de materia prima para la producción (quequisque, etiquetas, empaques, etc.).
Horario: De 8:00 am a 5:00 pm
III. Perfil del cargo
Nivel académico: Licenciado en administración de empresas
Experiencia laboral: De 2 a 3 años en cargos similares.
IV. Requisitos del cargo

<ol style="list-style-type: none"> 1. Licenciado en ciencias económicas. 2. Mayor de 23 años 3. Sexo: Masculino o Femenino 4. Uso de programas informáticos de Windows y office 5. Estudios complementarios en ventas y finanzas 6. Buenas relaciones humanas.
V. Habilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Trabajo en equipo • Analizar leyes y reglamentos que rigen los procesos administrativos • Realizar cálculos numéricos • Analizar la información contable • Buena organización • Amplio criterio y visión prospectiva en mejoras del negocio • Capacidad de comunicación verbal y escrita en temas técnicos científicos. • Relaciones humanas y laborales de respeto mutuo.
VI. Relaciones de Cargo
<p>A nivel interno: Responsable de producción, responsables de ventas.</p> <p>A nivel externo: Proveedores, Clientes, INSS, MITRAB, DGI, Alcaldía municipal.</p>

Fuente: Autores

Tabla 5 ficha de cargo, responsable de producción

I. Identificación del Cargo
Nombre del cargo: Responsable de producción
Dependencia Jerárquica: Administrador
Cargos dependientes: Operarios
Objetivo: Programar, preparar y supervisar los recursos materiales y humanos, así como los trabajos necesarios para alcanzar los objetivos fijados en los planes de producción, de calidad y protección ambiental.
II. Funciones :

1. Cumplir con las políticas y normas de la microempresa.
2. Controlar la elaboración de producto con calidad y eficiencia.
3. Gestionar aprovisionamiento y almacenamiento de materia prima.
4. Ejecutar planes de mejoras y de procesos.
5. Velar por el correcto funcionamiento de maquinarias y equipos.
6. Verificar la existencia de productos para la confirmación de pedidos.
7. Realizar pruebas para comprobar que el producto cumpla con el objetivo por el que fue elaborado.
8. Optimizar y planificar los recursos productivos de la microempresa para obtener un crecimiento progresivo de la productividad a la vez que se respetan los condicionantes y especificaciones de calidad.
9. Establecer estándares de calidad.
10. Control de inventarios.
11. Realizar control de calidad.
12. Realizar avances de acuerdo a la producción.
13. Supervisar y controlar las actividades de almacenaje, tanto de materias primas como productos terminados.
14. Verificar el proceso de empaque del producto.
15. Verificar que las etiquetas del producto cumplan con la información necesaria contemplada en la norma de etiquetados de productos como: información nutricional, fecha de vencimiento, ingredientes, etc.

Horario: De 8:00 am a 5:00 pm

III. Perfil del cargo

Nivel académico: Ingeniero industrial o químico

Experiencia laboral: De 2 años en cargos similares.

IV. Requisitos del cargo

1. Mayor de 23 años
2. Sexo: Masculino.
3. Título en Ingeniería, tecnología de los alimentos, administración.
4. Conocimientos en temas de control de calidad.

<p>5. Conocimiento específico en producción y diseño gráfico.</p> <p>6. Manejo fluido de programas informáticos del paquete Office (Excel, Word, y Access).</p> <p>7. Buenas relaciones humanas</p> <p>8. Trabajar bajo presión</p>
<p>V. Habilidades</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Metódico y organizado en su propio trabajo • Disposición de trabajo • Liderazgo • Creatividad • Trabajo en equipo • Con una cierta sensibilidad y buen gusto en la valoración de los diseños gráficos, sabiendo tener en cuenta los criterios propios del cliente. • Amplio criterio y visión prospectiva en mejoras del negocio. • Rápido en las decisiones cotidianas.
<p>VI. Relaciones de Cargo</p>
<p>A nivel interno: Administrador general, responsable de ventas, operarios.</p> <p>A nivel externo: Proveedores, MINSA.</p>

Fuente: Autores

Tabla 6 ficha de cargo, responsable de ventas

<p>I. Identificación del Cargo</p>
<p>Nombre del cargo: Responsable de venta</p>
<p>Dependencia Jerárquica: Administrador general</p>
<p>Cargos dependientes: Ninguno</p>
<p>Objetivo: Planificar, organizar, dirigir y controlar con eficiencia, seriedad y alto rendimiento el plan operativo de comercialización (marketing) a fin de promover el producto.</p>
<p>II. Funciones :</p>
<p>1. Elaborar planes y presupuestos de venta</p>

2. Establecer las metas y objetivos de ventas
3. Calcular la demanda y pronósticos de venta
4. Entregar el producto en tiempo y forma
5. Promover el producto en el mercado con constantes campañas publicitarias.
6. Organizar el trabajo del área.
7. Promover las ventas y supervisar las rutas de venta.
8. Captar la atención y despertar el interés al cliente y de esta manera hacer crecer la cartera de clientes.
9. Determinar claramente quienes son sus principales clientes
10. Rendir informes periódicamente al jefe inmediato
11. Generar y cultivar buenas relaciones con los clientes
12. Cumplir con los compromisos contraídos con los clientes
13. Coordinar con el jefe de producción la cantidad a producir según alzas y bajas demandas por temporadas.
14. Tener un control de las necesidades del consumidor.
15. Verificar la existencia del producto para la confirmación de pedidos, coordinarse con el responsable de bodega.
16. Llevar un perfecto control de los pedidos, preparación y entrega de los mismos.
17. Informar a los clientes sobre descuentos o sistema de garantías del producto.

Horario: De 8:00 am a 5:00 pm

III. Perfil del cargo

Nivel académico: Técnico o licenciatura en Mercadotecnia

Experiencia laboral: 2 años en cargos similares.

IV. Requisitos del cargo

1. Ser técnico o Lic. En Mercadotecnia
2. Mayor de 22 años
3. Sexo: Masculino o femenino
4. Uso de programas informáticos de Windows y Office
5. Estudios complementarios
6. Buenas relaciones humanas

7. Buena condición física y mental
8. Habilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Disposición al trabajo • Manejo de equipos de trabajo
9. Relaciones de Cargo
A nivel interno: Administrador, Responsable de producción
A nivel externo: Clientes

Fuente: Autores

1.5. Localización del proyecto

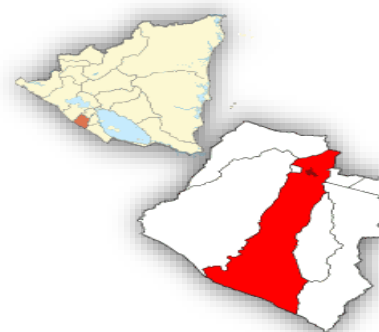
La localización que se elija para el proyecto puede ser determinante en su éxito o en su fracaso, por cuanto de ello dependerán en gran parte la aceptación o el rechazo tanto de los clientes por usarlo como del personal ejecutivo por trasladarse a una localidad que carece de incentivos para su grupo familiar (colegios, entretenimiento, etc.), o los costos de acopio de la materia prima, entre muchos otros factores.

Por ende, la selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macro localización, donde se elige la región o zona, y el de la micro localización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto. (Chain, 2011)

1.5.1. Macro localización

QUEQUISNIC estará ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, ubicado en la zona central de la Región del pacífico, al sur de la capital Managua. Es característico de este municipio tener un clima húmedo, siendo relativamente fresco con leves alzas de temperatura, la que oscila entre los 27 y 25° C.

Ilustración 3 Macro localización



Fuente: Autores

1.5.2. Micro localización

La microempresa estará localizada en el sur de Jinotepe en el Km 50 carretera panamericana Sur entre Jinotepe-Santa Teresa. La microempresa se situará en la ciudad de Jinotepe debido a que tiene acceso a diferentes vías de comercialización. Ubicación estratégica para hacer exportaciones e importaciones.

Ilustración 4 Microlocalización



Fuente: Autores

1.5.3. Mercado / Zona Comercial

La zona comercial del producto será el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, debido a que existen diferentes vías de comercialización, de igual manera, hay una cercanía con los proveedores, lo que hace más fácil la adquisición de materia prima e insumos necesarios para la producción de la harina de quequisque.

1.6. Solución

Producción y distribución de harina de quequisque con materia prima 100% Natural.

La idea de crear un producto con nuevas fórmulas siendo el ingrediente principal el Quequisque genera valor a este tubérculo.

Hasta el momento no se conocen antecedentes de la harina de Quequisque por lo que se convierte en algo innovador y llamativo al público, además, el producto llevará el 100 % de la materia prima natural sin ningún tipo de transformación, lo que lo hace ser único, mientras que otras harinas, son una mezcla de diferentes ingredientes y el producto final no es 100% natural, lo que provoca que todos los beneficios nutritivos se pierdan en su gran mayoría.

Con la elaboración de esta harina se pretende satisfacer las necesidades de los consumidores tanto económicas como alimenticias, debido a que este producto le brindará a su organismo un excelente porcentaje de carbohidratos y proteínas, además de esto, el producto será comercializado a un precio bajo ajustándose a la economía de la población que la consuma.

Para establecer que sectores económicos son beneficiados con este producto primero se investigaron los sectores económicos que corresponden a la división de la actividad económica de un estado o territorio, e incluye todas las etapas de exploración de los recursos naturales, hasta la industrialización, la preparación para el consumo, la distribución y la comercialización de bienes y servicios.

1.6.1. Maquinarias en el proceso de producción

Para la elaboración de esta harina se hace necesario la utilización de maquinarias para trabajar de manera semi – industrializada pero que garantice la calidad del producto tales como:

Tabla 7 Ficha técnica, Máquina Selladora

	<p>Equipo: Máquina selladora</p> <p>Descripción del equipo: Ideal para sellar bolsas, hojas o membranas de Plástico. Seguro para usarse con material de poli estireno o polipropileno</p>
<p>Proveedor: DAETZ PORTA & CIA LTDA</p> <p>Costo: C\$ 2,150.00</p> <p>Dirección de la tienda: Enabas Central 3c y ½ hacia el Oeste, frente al parque la marginal. Managua, Nicaragua.</p> <p>Teléfono: 2222-5929</p> <p>Dirección electrónica: casadelaspesas@daetzporta.com.ni</p>	<p>Datos técnicos:</p> <p>Marca: DETZ</p> <p>Tamaño: 8 pulgadas</p> <p>Vida útil (años): 5 años</p> <p>Mano de obra necesaria: 1 persona.</p>


Fuente: Autores

Tabla 8 ficha técnica, Molino de Martillo

	<p>Equipo: Molino para harina</p> <p>Descripción de equipo: Máquina que muele quequisque entre otro, de forma homogénea, operación y mantenimiento fáciles.</p> <p>Costo de funcionamiento: Aproximadamente (0.40kwh) de costo de electricidad.</p> <p>Mano de obra necesaria: 1 persona</p>
<p>Proveedor: John May</p> <p>Costo aproximado: C\$ 18,480.00</p> <p>Dirección de la tienda: Km 3 Carretera Norte, 50m al Sur, Managua, Nicaragua Frente a la Alcaldía, Chinandega, Nicaragua</p> <p>Teléfonos: 22441501</p> <p>Dirección electrónica: http://www.johnmay.com.ni</p>	<p>Datos técnicos:</p> <p>Marca: John May</p> <p>Modelo: MTC250</p> <p>Potencia (HP): 5</p> <p>Productividad (kg/h): Muele 350 libras por hora.</p> <p>Vida útil: 7 años</p> <p>Peso de la Maquina (kg): 140</p> <p>Para su instalación: Interruptor termo</p> <p>Requiere: Magnético de 60 amperios</p>


Fuente: Autores

Tabla 9 Ficha técnica, Balanza eléctrica

	<p>Equipo: Balanza eléctrica</p> <p>Descripción del equipo: Toy – rey Modelo N° LEQ – 5/10 Bascula proporcionadora modelo LEQ 5/10 110v/60 HZ</p> <p>Costo: C\$ 2,000.00</p> <p>Vida Útil: 5 años</p>
<p>Proveedor: Economar Managua – Nicaragua</p> <p>Dirección Electrónica: www.economar.com</p>	<p>Datos técnicos: pantalla LCD, 10lbs 5 kilogramos de capacidad, Plataforma de acero inoxidable y cubierta.</p>

Fuente: Autores

Tabla 10 Ficha técnica, Balanza carga pesada

<p>Equipo: Balanza carga pesada</p> <p>Descripción: Balanza digital plataforma de acero inoxidable con pilas, utilizada para mover carga pesada.</p> <p>Proveedor: Rita Gonzales Managua – Nicaragua Cel.: 84112069</p>	
<p>Costo: 3,000.00</p> <p>Vida útil: 5 años</p>	<p>Datos técnicos: Plataforma de acero inoxidable con pilas.</p>

Fuente: Autores


Mobiliario y equipo

Tabla 11 Ficha técnica, Laptop hp

<p>Equipo: Laptop hp</p> <p>Descripción del equipo:</p> <p>Proveedor: El Gallo más gallo</p> <p>Ubicación: Jinotepe – Carazo</p>	
<p>Costo: C\$ 13.000.00</p>	<p>Datos técnicos:</p> <p>Sistema Operativo: Windows 10 Home 64</p> <p>Memoria estándar: 4 GB de SDRAM DDR4-1866 (1 x 4 GB) GB de SDRAM DDR4-1866 (1 x 4 GB)</p> <p>Tamaño de la pantalla: 15.6”</p>


Fuente: Autores

Tabla 12 Ficha técnica, Escritorio Metálico

<p>Equipo: Escritorio metálico</p> <p>Descripción del equipo: 1 gaveta con haladera troquelada.</p> <p>Proveedor: Grace Giménez</p> <p>Semáforos la tenderi 1 1/2 cuadra al sur- Managua</p>	
<p>Costo: C\$ 1,500.00</p>	<p>Datos técnicos:</p> <p>ID: 1720171</p> <p>Categoría: Mueble de oficina</p>


Fuente: autores

Tabla 13 Ficha técnica, Silla de metal

	<p>Equipo: Silla de metal</p> <p>Descripción del equipo: Diseño moderno. Silla apilable de madera</p> <p>Costo: C\$ 330.00</p> <p>Vida Útil: 5 años</p>
<p>Proveedor: modulares Pb</p> <p>Dirección: C.C Camino de Oriente de la Lotería 80mts al Sur</p> <p>Dirección Electrónica: http://www.modulares.com</p>	<p>Datos técnicos:</p> <p>Código de producto:MOD.882000</p> <p>Color: Blanco/negro + asiento marrón</p> <p>MATERIAL:Tubo de acero + madera</p> <p>Dimensión: 450*550*800</p> <p>Tamaño de embalaje : 460*540*1000</p> <p>Tipo de embalaje: Doble saludó caja de cartón</p> <p>Peso (KG): 3,8</p> <p>Volumen (CBM) 0,04</p>

Fuente: autores

Tabla 14 Ficha técnica, archivador metálico

<p>Equipo: Archivador metálico</p> <p>Descripción del equipo: Archivador metálico, ideal para uso de oficina, excelente acabado, sistema de enllave central con cerradura marca Phillips,</p> <p>Proveedor: Nathaly Rod</p> <p>Ubicación: Del supermercado pali central 1/2 cuadra al sur, Masaya</p> <p>Dirección electrónica: https://mueblesenlinea.com</p> <p>Teléfono: 8327-7676</p>	
<p>Costo: C\$ 1,600.00</p>	<p>Datos técnicos: Rieles metálicos con rueda plástica y riel telescópico de balinera.</p> <p>Lámina metálica de: 0.70 mm de calibre</p> <p>Colores: Beige, Negro mate, Negro brillante</p> <p>Haladeras: metálicas</p>

Fuente: autores

1.6.1.1. Mantenimiento de las maquinarias

La microempresa contratará los servicios de un técnico para el mantenimiento, el cual llegará cada mes, cabe destacar que, el mantenimiento preventivo el departamento de producción lo hará las veces que sea necesario.

1.7. Diseño o modelo 3D

Ilustración 5 Diseño o modelo en 3D



Fuente: Autores

El producto es almacenado en un empaque de polipropileno, en cantidades de 1 lb., debido a que este empaque protege las cualidades higiénicas y nutritivas del producto.

1.7.1. Planta de Producción de “QUEQUISNIC”



La planta QUEQUISNIC constará inicialmente de un piso formado por cuatro paredes y el techo, con sus ventanas y puertas, instalaciones eléctricas, acceso a fuentes de agua, terreno plano. El tamaño del lote es de 250 Vrs2 a un precio de 3,500 Córdobas el alquiler mensual. Las inversiones necesarias para implementar el proyecto será financiado con el monto de inversión inicial de los inversionistas.

1.8. Oportunidad de mercado

Constituye una fuente de información de suma importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios, aunque es frecuente, sin embargo, incurrir en el error de considerarlo únicamente como un análisis de la demanda y de los precios del producto que se fabricará o del servicio que se ofrecerá. (Chain, 2011, pág. 67)

1.8.1. Comportamiento histórico de la demanda

Para el cálculo de la demanda, se tomó en cuenta la PEA0 del Casco urbano de la ciudad de Jinotepe, datos obtenidos de las estadísticas del censo realizado por el INIDE en el año 2008.

Para el cual se realizaron las proyecciones aplicando un incremento de 1.12 % anual que corresponde al crecimiento poblacional hasta Conseguir la demanda total, tasa adquirida del Banco Central de Nicaragua.

PEAO: 5,200

n: 358

DR: Demanda Total – Discriminación

Si: 93.3%

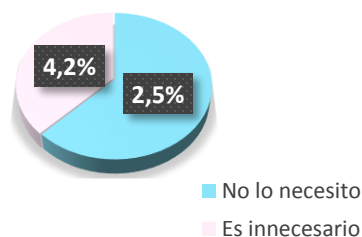
DR: 5,200 – 348.4

No: 6,7%

DR: 4,851.6 personas aceptan el producto una vez introducido en el mercado.

Discriminando la demanda potencial del universo con un 6,7% de las encuestas realizadas brindó la información que 348 personas no desean consumir este producto, debido a que el 4,2% de las personas encuestadas no consumirían el producto

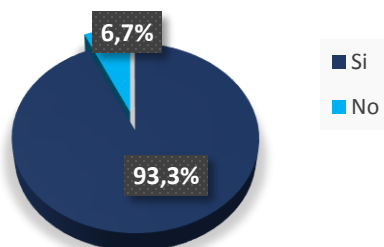
Grafico 1 Razones de negatividad



Fuente: Ver anexo3. Tabla de salida n°18

porque no lo necesitan y el 2,5 opina que es un producto innecesario, pero aun así informándoles de los beneficios que contiene la harina, no estarían dispuestos a comprarla.

Grafico 2 ¿Estarías dispuesto a comprar este producto?



Fuente: Ver anexo n°3, Tabla de salida n° 9

La investigación presenta que la demanda real de acuerdo a las encuestas realizadas en el segmento de mercado en el que se quiere incursionar se encontró que un 93,3% equivalente a las 4,852 personas del casco urbano de la ciudad de Jinotepe estarían dispuestos a comprar y a consumir este nuevo producto de harina de quequisque.

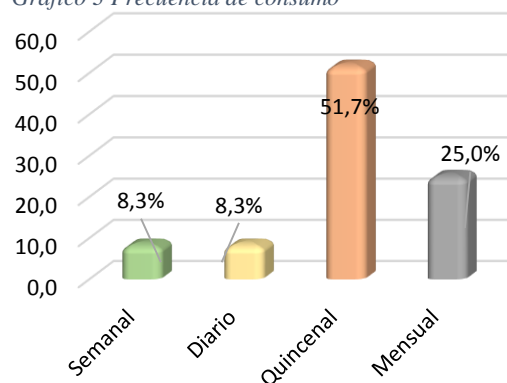
Cabe destacar que este producto fue de buena aceptación por parte de la población de la ciudad de Jinotepe, por los beneficios que brinda, debido a que es un producto 100% natural, libre de químicos y preservantes.

Por tanto, el proyecto se localizará en el municipio de Jinotepe, porque es un municipio que tiene acceso a diferentes vías de comercialización.

1.8.1.1. Estacionalidad de la demanda

En la encuesta aplicada para determinar la estacionalidad de la demanda se realizó una pregunta en donde se refleja la frecuencia en la que comprarían la harina de quequisque, obteniendo que el 8,3% de los encuestados consumirían harina diariamente, ya sea para la elaboración de reposterías, enchiladas, pollo empanizado, u otros alimentos, por otro lado, el 8,3% la consumiría semanalmente, el 51,7% la consumiría quincenalmente y el 25,0% la consumiría mensualmente, cabe destacar que los mejores meses de venta para QUEQUISNIC serán

Grafico 3 Frecuencia de consumo



Fuente: Ver anexo n° 3, Tabla de salida n° 12

febrero, Mayo y Diciembre, en donde se eleva la demanda, debido a que son meses con fechas especiales (día de los enamorados, día de las madres, fiestas navideñas).

1.8.2. Factores determinantes de la demanda

De acuerdo a la investigación de las encuestas se obtuvo información que el producto está determinado por los siguientes factores:

a. Precio del producto

En la ciudad de Jinotepe, la población gasta entre un rango de C\$ 15.00 a 25.00 córdobas para el consumo de harina, esto determina que el producto tendrá que tener un precio accesible ante la competencia indirecta.

b. Gustos y preferencias de los consumidores

Este es un factor indispensable debido a que el producto harina de quequisque está enfocado en el bienestar y salud de las personas, por tanto, la cultura de consumo es una variable que se complementa con el gusto.

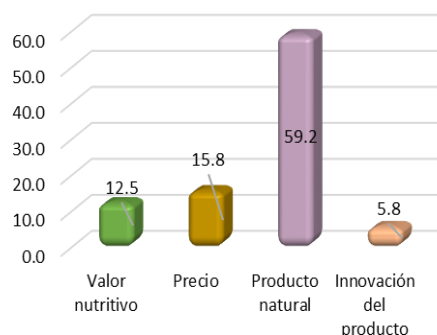
c. Expectativas

La expectativa sobre el producto en el futuro estaría en función del consumidor, ya que este influye de una manera positiva o negativa en la demanda de un bien. Haciendo énfasis en la relación al comportamiento de compra y al estilo y sabor que tienen los clientes potenciales en relación con el nuevo producto.

1.8.3. Ventaja Competitiva

Pese a la oferta de harinas existentes en el mercado, QUEQUISNIC cuenta con una ventaja competitiva, la cual radica en ofertar un producto 100% natural, libre de químicos y preservantes, debido a que en el mercado actualmente no se encuentra uno igual, solamente harina con químicos y preservantes.

Grafico 4 ¿Cuál de los siguientes aspectos le atraen del producto?



Fuente: Ver anexo n°3, Tabla de salida n°15

Esta característica es de suma importancia para el consumidor, cabe destacar que el 59,2% de las personas les atrae el producto porque es 100% natural que beneficiará su salud.

1.8.4. Comportamiento histórico de la oferta

La oferta potencial directamente es basada a la demanda real menos la oferta potencial la cual representa este nicho de mercado, debido a que QUEQUISNIC presentará un producto 100% natural, libre de químicos y preservantes.

Lo cual significa que tiene ofertas indirectas dentro del nicho de mercado que ofrecen como productos sustitutos y que no ofrecen productos como este tipo de harina y, además, que los productos que se comercializan no son 100% naturales y contienen químicos y preservantes que perjudican el organismo de la persona que lo consume.

Oferta Indirecta

Universo: 5, 200 PEAO

Oferta Indirecta: 48,3%

Oferta Indirecta: $5,200 * 48,3\% = 2,511.6$

Actualmente en el mercado de la ciudad de Jinotepe, hay una competencia indirecta del 48,3% el cual el 25% de las personas consumen harina de trigo “bollo fino”, debido a su bajo precio y calidad, el 15% consume harina de maíz y el 8,3% consume harina Monisa.

Factores determinantes de la oferta

El propósito de analizar los factores determinantes de la oferta es para conocer el comportamiento de compra de los consumidores hacia los productos que ofrece la competencia indirecta, los siguientes datos fueron obtenidos en base a la encuesta realizada a los consumidores de harina del área urbana de la ciudad de Jinotepe.

a. Tecnología

Es un factor muy importante debido a que la tecnología permite facilitar la capacidad de producción y genera calidad al producto, además, de ser competitivo en el nuevo nicho de mercado.

b. Competencia

De acuerdo al análisis de la oferta de harina hay un 48,3% de personas que compran diferentes tipos de harinas que existen en el mercado pero que son competencias indirectas relacionadas al producto que se pretende comercializar.

1.8.5. Demanda Insatisfecha

Según (Andía Valencia, 2011) la demanda insatisfecha es aquella en donde parte de una población o un conjunto de instituciones no reciben el servicio y/o producto que requieren, por lo tanto, la demanda es mayor que la oferta. El proyecto cubrirá una porción o la totalidad de la brecha identificada. (p.69)

DI: DR - % Competencia

DI: 4,851.6 * 48,3%

DI: 2,343.32 Personas que abarca la Competencia

DI: 4, 851.6 – 2, 343.32

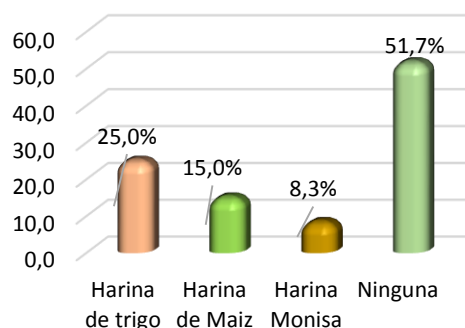
DI: 2,508.2 Personas que componen la demanda insatisfecha.

Por tanto, al haber realizado el cálculo de la demanda insatisfecha se concluye que la demanda real está formada por 4,851 personas, las que representan nuestros clientes potenciales.

Por ende, la oferta indirecta, cubre el 48,3% de la demanda real. Tomando en cuenta la competencia indirecta, se concluye que la demanda insatisfecha es del 51.7% equivalente a 2,508 personas.

Cabe destacar que, el 48,3% de las personas encuestadas consumen otro tipo de harina, y una de nuestras principales competencias con un 25% es la harina de trigo, la harina de Maíz con un 15%, y harina Monisa con un 8,3%.

Grafico 5 ¿Qué tipos de harinas consume?



Fuente: Ver anexo n°3, Tabla de salida n°19

1.8.6. Población y muestra

Para el cálculo de la demanda, se tomó en cuenta que la PEAO del casco urbano de la ciudad de Jinotepe, es de 4,652 personas en el año 2018, cálculo que se obtuvo de las estadísticas del censo realizado por el INIDE en el año 2008.

Tabla 15 Población de Jinotepe

PEAO		4652	
Varones		Mujeres	
10 a 14 años	93	10 a 14 años	19
15 a 29 años	1448	15 a 29 años	442
30 a más	1948	30 a más	702
Total	3489		1163

Fuente: INIDE

Tabla 16 Calculo para proyectar la PEAO al 2018

Proyección 2018					PEAO	
Po	1	TAC	1+TAC	N	(1+ TAC) ⁿ	Pp
4.652	1	0,0112	1,0112	10	1,12	5.200

Fuente: INIDE

Los datos de la tabla 16, se obtuvieron del octavo censo poblacional (INIDES), y para proyectarlo se realizó un cálculo según la tasa de crecimiento poblacional del Banco Central de Nicaragua del 1.12%, por lo tanto, son 5,200 la población que se tomará en cuenta.

Muestra

Es una parte del universo que ayudará a desarrollar el estudio de mercado. Para el cálculo de la muestra se utiliza la siguiente fórmula:

$$n: \frac{(Z)^2 p * q * N}{E^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Ecuación 1 fórmula para calcular la muestra

Donde:

n: Tamaño de la muestra

N: PEAO urbana de Jinotepe 5,200

Z: Nivel de Confianza 1.96

p: Probabilidad a favor 0.5

q: Probabilidad en contra 0.5

e: error 0.05

$$n: \frac{(1.96)^2 0.5 * 0.5 * 5,200}{(0.05)^2 (5,200 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

n: 358

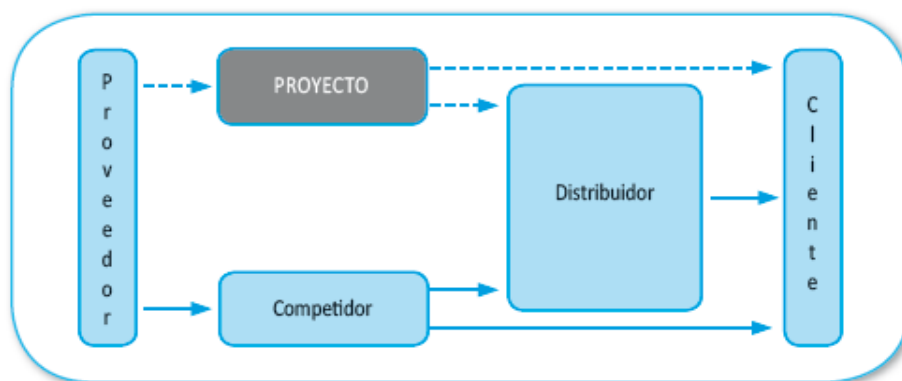
Resuelta la fórmula se obtuvo como resultado que el tamaño de la muestra es de 358 personas, a las cuales se les realizará la encuesta. Por tanto, se encuestará a dueños de pulperías, dueños de distribuidoras, dueños de panaderías, dueños de Comiderías, amas de casa, y también se seleccionará a otras personas aleatoriamente en toda la ciudad para obtener resultados.

Nota: Para efectos del trabajo, se tomará una muestra de 120 encuestas, por factor tiempo y dinero.

1.8.7. Mercado del proyecto

Para una correcta formulación y preparación del proyecto, más que uno, deben considerarse cuatro estudios del mercado: el del proveedor, el del competidor, el del distribuidor y el del consumidor. Cada uno de ellos proporciona una gran cantidad de información útil para evaluar el proyecto. (Chain, 2011, pág. 67)

Ilustración 6 Relación entre mercados



Fuente: Chain

Cabe recalcar que, entre los mercados del proyecto se encuentra el mercado proveedor, mercado competidor, mercado distribuidor y mercado consumidor, los cuales se explican detalladamente a continuación:

1.8.7.1. Mercado Proveedor

El Mercado Proveedor es el conjunto de empresas que en el futuro proporcionarán insumos a la empresa que se crearía con el proyecto. Generalmente el Mercado Proveedor es compartido con la competencia. (Administración, 2018)

QUEQUISNIC contará con diferentes tipos de proveedores para poder producir y comercializar su producto en el mercado, entre ellos, proveedores industriales, de materia prima e insumos, entre otros.

- ✓ **Proveedores industriales:** Economar de Managua, John May, DAETZ PORTA & CIA LTDA, Citymarket, IMISA y Grupo EMASAL.

- ✓ **Proveedores de materia Prima:** Inicialmente se contará con 2 proveedores estratégicos que son los que abastecerán a la microempresa con la materia prima de quequisque para la elaboración de la harina. En primer lugar, está el Sr. José Rodríguez de San Marcos, el cual produce 20 manzanas de quequisque lila y en segundo lugar está el Sr. Orlando Blas de La Concepción – Masaya, produciendo 5 manzanas del tubérculo; por tanto, se comprará a los proveedores sacos azucareros que contendrán 120 libras de quequisque a un costo de C\$ 625 Córdobas, tomando en cuenta las temporadas en las que el quequisque está barato y en los tiempos que está caro, por ende, se les pagará a un precio promedio, garantizando la provisión de materia prima para todo el año, y obteniendo la fidelización del proveedor a la microempresa.

Cabe destacar que se considera para el futuro a corto plazo la producción de la materia prima en un terreno alquilado que cuente con la capacidad requerida para producir el quequisque, esto conlleva otro proceso, debido a que se tendría que hacer otro estudio de viabilidad, por tanto, se tendría que consultar a un técnico especialista en la producción de este tubérculo.

No obstante, este proceso generará costos, pero también generará rentabilidad a la microempresa, debido a que una manzana semi- tecnificada podría producir alrededor de 90 a 120 sacos de quequisque.

- ✓ **Proveedor de empaque:** Será proveído por plásticos modernos S.A, ubicado en el municipio de Dolores, Carazo.



- ✓ **Proveedor de Etiqueta:** La etiqueta adhesiva que llevará el empaque será provisto por serigrafía San José ubicado en la ciudad de Jinotepe.

- ✓ **Proveedor de servicios:** Unión Fenosa (Energía Eléctrica), ENACAL (agua potable) y Telefonía claro.

1.8.7.2. Mercado Competidor

QUEQUISNIC no tiene un competidor directo debido que no existe un producto similar que presente las mismas características que este posee. Pero, cabe destacar que en el mercado la oferta de harina es muy diversificada y amplia, por ende, la microempresa QUEQUISNIC tiene competencia indirecta como lo es la harina de Maíz y la harina de trigo, por tal razón esto representa una fuerza importante que se debe vigilar y ante la que se debe estar preparado para responder a la competencia.

Tabla 17 Competencia indirecta

Producto	Descripción
 <p>Harina de Maíz</p>	<p>Es el insumo básico en la elaboración de tortillas.</p> <p>Producto de calidad, con buenas cualidades y un excelente rendimiento.</p> <p>Producto claramente reconocido en el segmento industrial.</p> <p>Presentación: 450 gramos.</p> <p>Precio: C\$ 19.00 Lb</p>
 <p>Harina de trigo</p>	<p>El producto se presenta en forma de polvo.</p> <p>El color del producto debe ser blanco o cremoso.</p> <p>La harina de trigo fortificada debe obtenerse de granos de trigos limpios, sanos, libres de impurezas o materias extrañas que alteren la calidad del producto.</p> <p>Precio: C\$ 11.00 Lb</p>

Fuente: Autores

1.8.7.2.1. Productos sustitutos.

Además de las harinas existentes en la oferta de mercado, se pueden encontrar productos sustitutos que la población consume con frecuencia y en considerables cantidades, los cuales están muy arraigados al comportamiento y cultura de compra del consumidor desde hace muchos años.

Entre estos productos sustitutos están: masecas de maíz, Maseca Especias y masecas Enchiladas.

Tabla 18 Productos sustitutos

Productos sustitutos	Descripción
 <p data-bbox="332 1180 565 1213">Maseca Especias</p>	<p data-bbox="727 806 1377 1056">Esta maseca viene con una mezcla de especias tales como cebolla en polvo, ajo, perejil deshidrato y chile dulce, tiamina, riboflavina entre otros. Lista para preparar y enriquecer el sabor de los platillos que se preparen, entre ellos, albóndigas</p> <p data-bbox="914 1115 1187 1148">Precio: C\$ 32.00 Lb</p>
 <p data-bbox="332 1619 597 1652">Maseca Enchiladas</p>	<p data-bbox="727 1312 1377 1507">Lista para preparar pastelitos. Contiene: Harina de maíz, harina de arroz, consumé al 5%, sabor a pollo, ajo en polvo, proteína vegetal entre otros. Fácil de preparar.</p> <p data-bbox="914 1566 1187 1600">Precio: C\$ 32.00 Lb</p>

Fuente: Autores

1.8.7.3. Mercado Distribuidor

Al establecer la vía de distribución primero se conoció los distintos intermediarios y cómo estos influyen en el producto es por ello que se utilizará los siguientes canales:

Canal Directo

El canal directo “productor – consumidor” es el más breve y simple para distribuir bienes de consumo y no incluye intermediarios. (Etzel, Walker, & Stanton, 2007).

QUEQUISNIC, tendrá en sus instalaciones un local de atención al cliente en donde el consumidor pueda comprar el producto.

Ilustración 7 Canal directo



Fuente: Autores

Canal Indirecto

El canal de distribución indirecto es el conjunto de organizaciones interdependientes que participan en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor o usuario de negocios. (Kotler & Armstrong, 2007, pág. 366)

Ilustración 8 Canal indirecto



Fuente: Autores

1.8.7.4. Mercado Consumidor

El mercado de consumo está formado por todos los individuos y familias que compran o adquieren bienes y servicios para el consumo personal. (Philip Kloter, 2007)

Los clientes de QUEQUISNIC son personas que se preocupan mucho por su alimentación y cuidan en mayor parte lo que consumen, ofreciendo una experiencia diferente a los consumidores que buscan algo más en su dieta diaria. Este producto puede ser consumido sin distinción de sexo, edad, ni actividad económica, debido a que es un producto 100% natural, y brinda distintas vitaminas que fortalecen el organismo de la persona que lo consume.

Además, todos los dueños de panaderías, supermercados, pulperías y distribuidoras de la ciudad de Jinotepe.

Los hábitos, gustos y motivaciones de compra serán determinantes al definir al consumidor real (aquel que toma la decisión de compra) y la estrategia comercial a seguir.

A continuación, se especifican los distintos segmentos de distribución de la harina de quequisque en el departamento de Jinotepe.

Tabla 19 Clientes potenciales de la harina de quequisque

Clientes potenciales de la harina	Descripción
Dueños de Pulperías	Principales pulperías en la zona central de Jinotepe que comercialicen harinas tales como: El Jicote, Junior, Gary N° 5 entre otras.
Dueños de Supermercados	Supermercados principales del departamento de Jinotepe como: Santiago, Pali, y Colonia,
Dueños de Distribuidoras	Distribuidoras ubicadas en el centro de Jinotepe, tales como: Zoe N° 5, súper Smart 68, entre otros.
Dueños de Panaderías	Panaderías tales como: Alicia, Soto, Delly, Suazo, El esfuerzo, entre otros.
Clientes	La harina de quequisque está dirigida principalmente a familias del departamento de Jinotepe (hombres, mujeres y niños a partir de los 6 meses de edad) que buscan innovar en el sabor de sus comidas.

Fuente: Autores

1.8.8. Estrategias de mercado

La selección de la estrategia de marketing supone la definición de la manera de alcanzar los objetivos de marketing establecidos. Esta decisión comportará la implementación de un conjunto de acciones (las 4 Pes) que la hagan posible en un horizonte temporal y un presupuesto concreto. (Tirado, 2013, pág. 43)

1.8.8.1. Estrategia del producto

Según (Kloter & Armstrong, 2008), afirman que la estrategia de desarrollo del producto puede ser utilizada cuando existen: “Desarrollo de productos originales, mejoras a productos, modificaciones de productos y marcas nuevas mediante las labores de investigación y desarrollo de la empresa.” (p. 239)

QUEQUISNIC es una microempresa que se especializa por ofertar un producto que satisfagan las necesidades y expectativas de sus clientes, ofreciendo a los consumidores un producto alimenticio de calidad, higiénico e innovador con beneficios para la salud y con un buen sabor, adquiriendo las mejores materias primas e insumos que se necesitan para la elaboración del producto, además, de la verificación constante en la producción de la harina de quequisque.

La microempresa debe maximizar sus esfuerzos de marketing y buscar de manera constante, alternativas más provechosas en cuanto a materias primas e insumos de alta calidad que permitan mejorar cada vez más los bienes, tomando en cuenta la creatividad de sus colaboradores, en la cual radica la eficiencia de la empresa para sostener su rentabilidad en el mercado de productos de harina. (Ver descripción del producto en la pág. N°54)

Tabla 20 Estrategia de producto

Producto					
Estrategia	Objetivo	Acción	Recursos	Responsable	Costo
Desarrollo del producto	Innovar con un producto que cumpla con todos los estándares de calidad en cuanto a empaque, etiqueta y sobre todo que sea 100% natural, logrando captar la atención del público.	Elaboración de harina de quequisque 100% natural, utilizando nada más que agua y quequisque en el proceso de producción.	Quequisque -Agua -Molino -Selladora Empacadora -Balanza	Producción	Los costos, se detallan en el aspecto de producción. (Ver anexo 5, tabla N° 17).
		El producto será ofrecido en empaque de polipropileno	-Empaque		
		Diseño de una etiqueta que contenga el logo, marca, y redes sociales para una mejor interacción entre el cliente y la microempresa, así como las indicaciones y modo de uso del producto.	-Etiqueta		

Fuente: Autores

1.8.8.2. Estrategia de Precio.

La harina de quequisque al ser un producto nuevo, que ingresa a una industria que tiene una demanda alta, pretende entrar al mercado con la estrategia de penetración, que consiste en fijar un precio inicial de tal manera que se pueda ingresar rápidamente en el mercado y de una manera eficaz, es decir, que pueda atraer rápidamente a los consumidores.

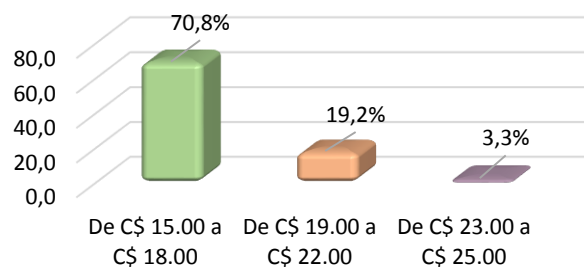
Por tanto, QUEQUISNIC lanzará el producto a un precio de C\$ 18 córdobas, con el fin de que este sea acogido y conocido por los consumidores, cabe destacar que, este precio es compensado con un producto de calidad 100% natural, con valor nutricional y siendo un buen aliado para la salud, cabe destacar, de que hoy en día el ser humano está optando por tener una buena salud y alimentarse sanamente, de esta manera el consumidor final, encontrará satisfacción en el producto con la marca y el precio, logrando de esta forma un posicionamiento de la marca en la mente del consumidor y cultura de compra.

Por ende, la estrategia de precio a implementar se sintetiza en:

- ✓ Precio accesible
- ✓ Calidad del producto
- ✓ Satisfacción de las necesidades del consumidor
- ✓ Costos de Producción
- ✓ Margen de ganancias
- ✓ Producto natural

Por ende, QUEQUISNIC lanzará el producto de harina de quequisque con precios bajos o iguales a la competencia, tomando en cuenta la cantidad que estarían dispuestos a pagar los clientes potenciales por un tipo de harina de quequisque con beneficios para la salud, teniendo como resultado que el 70,8 % de las personas encuestadas estarían dispuestos a pagar de C\$ 15.00 a C\$ 18.00.

Grafico 6 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?



Fuente: Ver anexo n°3, Tabla de salida n°10

No obstante, se pueden encontrar precios muchos más bajos de otras harinas, pero estas contienen una gran cantidad de preservantes y químicos que no benefician a la salud del consumidor y no cuentan con calidad e higiene en el producto.

Según (Kotler, Armstrong, Cámara, & Cruz, 2004) la estrategia de precios de penetración 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. (P. 392)

Por tanto, los objetivos de esta estrategia son:

- ✓ Penetrar de inmediato en el mercado masivo, generar un volumen sustancial de ventas.
- ✓ Lograr una gran participación en el mercado.
- ✓ Atraer nuevos clientes que son sensibles al precio.

Cabe destacar que, esta estrategia es conveniente en las siguientes condiciones:

1. El tamaño del mercado es amplio y la demanda es flexible al precio.
2. Los costes de fabricación se pueden disminuir a medida que aumenta el volumen de ventas.
3. Existe una feroz competencia en el mercado con productos similares.

No obstante, (Rosales, 2012) opina que esta estrategia es buena para una PYME en Nicaragua, debido a que se considera el nivel económico de la mayoría de la población nicaragüense, por tanto, no se puede entrar al mercado con precios elevados, teniendo en cuenta que las PYMES son empresas nuevas que quieren expandir o dar a conocer sus productos los cuales en su mayoría son productos nacionales, elaborados de manera artesanal, por lo que no se pueden establecer precios demasiados elevados, debido a la devaluación de la moneda, si se entra con precios elevados, pero con la intención de bajar esos precios en un futuro para tener ventajas eso se tornaría a ser más difícil.

Tabla 21 Estrategia de precio

Precio					
Estrategia	Objetivo	Acción	Recurso	Responsable	Costo
Estrategia de precios de penetración	Determinar un precio al alcance de los clientes potenciales, esto en base a las encuestas aplicada en la ciudad de Jinotepe	Establecimiento del precio con base en los costos de materia prima, mano de obra, material de empaque, funcionamiento de la planta entre otros.	-----	Ventas	El precio unitario del producto, se refleja en el aspecto financiero. (Ver anexo n°5 tabla n° 17)
		Fijación de un precio de C\$18.00 Cordobas por Lb en los puntos de ventas seleccionados.			

Fuente: Autores

1.8.8.3. Estrategia de plaza

Buscar mayor número de puntos de venta posible tales como: Pulperías, distribuidoras, panaderías y supermercados, para asegurar la máxima cobertura del territorio de ventas. Cabe destacar que, la ventaja de esta distribución es la de maximizar la disponibilidad del producto y proporcionar gran participación en la compra del producto debido a la elevada exposición de la marca.

Tabla 22 Estrategia de plaza

Plaza					
Estrategia	Objetivo	Acción	Recurso	Resp.	Costo
Estrategia de Plaza	Incrementar la visibilidad con respecto a la nueva harina, llegando a tener un mayor número de clientes potenciales, construyendo alianzas con intermediarios que serán claves para el éxito del producto.	El centro de distribución se localizará en el municipio de Jinotepe. La comercialización se realizará de manera directa e indirecta.	-Producto terminado -Gastos de contrato para la formalización de la alianza estratégica	Ventas	(Anexos 3, Tabla n° 14)
		Se brindará contacto directo a través de redes sociales y vía telefónica con los clientes para incrementar así la credibilidad del producto harina de quequisque donde los clientes podrán realizar sus pedidos y consultas.	-Producto terminado -Computadora	Ventas	(Anexos 5, tabla n° 14)

Fuente: Autores

1.8.8.4. Estrategia de promoción / Publicidad

QUEQUISNIC realizará promociones cuando haya transcurrido tiempo y esté bien posicionada en el mercado con una buena estabilidad económica, debido a que al realizar promociones del producto se incurrirán gastos que por el momento no podrían cubrirse, cabe recalcar que al realizar descuentos y regalías se generan costos.

Pero una vez que la microempresa genere fidelidad, las ofertas y promociones serán notificadas en la página de Facebook indicando el tiempo y caducidad de la promoción y sus regalías.

No obstante, QUEQUISNIC dará muestras gratuitas de pequeñas porciones de productos elaborados a base de la harina de quequisque tales como: Tortas fritas y pollo empanizado, con el fin de que el consumidor potencial pueda probarlo utilizando los diferentes canales de distribución establecidos por la microempresa como son:

- ✓ Pulperías: El Jocote y Junior Gary.
- ✓ Supermercados: La Colonia, Pali y Santiago
- ✓ Distribuidoras: Zoe N° 5, Súper Smart 68.
- ✓ Panaderías: Alicia, Soto, Delly y Suazo.

Las degustaciones se harán mensualmente con el objetivo de captar la atención de los clientes potenciales que visiten los establecimientos donde se distribuya el producto de harina de quequisque.

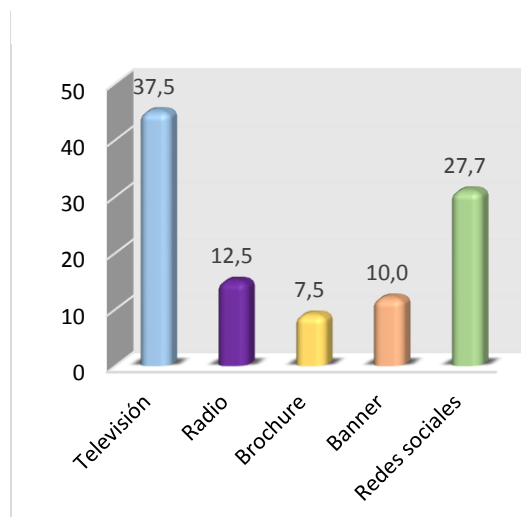
Cabe destacar que, se ha establecido una cantidad mínima de 200 trocitos de pollo empanizado y 200 tortas fritas elaboradas con la harina de quequisque. (Ver anexo n°6)

1.8.8.4.1. Estrategia de publicidad

QUEQUISNIC debe comunicar, informar, dar a conocer o recordar la existencia de un producto innovador a los consumidores, así como persuadir, motivar e inducir su compra o adquisición.

Por consiguiente, se pretende captar de manera adecuada la atención de los clientes tanto reales como potenciales, diseñando publicidad que permita dar a conocer la harina de quequisque, informándoles a los consumidores sobre los beneficios para la salud y promociones que traerá la nueva harina de quequisque.

Grafico 7 Medios publicitarios



Fuente: Ver anexo n°3, Tabla de salida N° 17

Para desarrollar la estrategia de promoción se harán inversiones publicitarias en los medios de comunicación mas frecuentados según la encuesta y más favorables en relación a costos:

Tabla 23 Estrategia de publicidad

Publicidad					
Estrategia	Objetivo	Acciones	Recursos	Responsable	Costo C\$
Diseñar un plan publicitario para el producto harina de quequisque.	Brindar información a todas aquellas personas interesadas en el producto harina de quequisque, a través de diferentes medios publicitarios.	Diseño de página web en Facebook con el fin de facilitar un contacto directo entre el cliente y la microempresa.	-Internet -Computadora -Selección de material requerido como: Fotografías, logotipo etc. - Establecimiento de contactos	Responsable de ventas	(Ver Tabla N°23)
		Elaboración de brochures que contengan información acerca del producto, los cuales serán repartidos en las principales calles del municipio de Jinotepe. (Ver anexo 10)	-Computadora -Programas de diseño (Publisher) -Imágenes -Información necesaria.	Responsable de ventas	(Ver tabla N° 23)

		<p>Diseño de banners, donde se muestre el producto, marca, slogan y paginas web. Esta publicidad estará ubicada en las tiendas y supermercados donde se distribuirá el producto.</p>	<p>-Imágenes (Producto, logo) -Nombre de la marca y páginas web -Programa de diseño (Ilustrador)</p>	<p>Responsable de ventas</p>	<p>(Ver Tabla N°23)</p>
--	--	--	--	------------------------------	-------------------------

Fuente: Autores

El plan de acción de las estrategias ayudará a que se detalle y muestre lo que debe hacerse, cómo se coordinarán las decisiones y medidas para la estrategia de mercadotecnia dando el enfoque a quien va dirigida la estrategia, para lograr alcanzar los objetivos planteados de la organización en tiempo y forma, ya que dicho plan de acción tiene que controlarse tanto en su desarrollo como al final.

Ya que, al realizar un control en medio del plan, el responsable tiene la oportunidad de corregir las cuestiones que no están saliendo de acuerdo a lo esperado, además el control permitirá un balance y confirmación que si las estrategias planeadas han sido cumplidas.

➤ **Publicidad en línea**

Quequisnic tendrá publicidad en línea ya que por medio de ella se podrá revisar pedidos y mantenerse en contacto con los clientes, cabe destacar que el 27,7% de las personas encuestadas prefieren recibir información sobre el producto a través de las redes sociales; y de esta manera se mostrará el producto que se está ofertando y todo lo que respecta a él (producto) como recetas o procedimientos que se llevan a cabo con la “harina de quequisque” para que sea más atractiva la información acerca de este, la página a utilizar será Facebook medio por el cual la sociedad frecuenta. (Ver gráfico N°2).

Ilustración 9 Página en Facebook



Fuente: Autores

➤ **Publicidad auditiva (publicidad en radio)**

La publicidad en radio constituye un importante medio para la promoción del producto, cabe destacar que el 12,5% de las personas encuestadas les gustaría recibir información sobre el producto a través de la radio, por tanto, este medio es muy significativo debido que permite llegar a un número de clientes potenciales. (Ver gráfico N°2)

Viñeta radial: (Texto)

¿Harinas? ¡Muchas! ¿Cómo harina de Quequisque, QUEQUISNIC? ¡Ninguna! Pollo empanizado, consumé para sopas, tortas fritas, repostería. Mmm!! Son las variedades de platillos y repostería que puedes realizar con esta harina 100% natural, libre de químicos y preservantes. QUEQUISNIC, sur de Jinotepe en el Km 50 carretera panamericana Sur entre Jinotepe-Santa Teresa.

Llámanos. 25325489

Atención de: 8:00 am a 5:00 pm

Encuentranos en Facebook como QUEQUISNIC

¡Consiente tu paladar con las nutritivas propiedades del quequisque!

➤ Medios impresos

Según el 7,5% de las personas encuestadas prefieren recibir información sobre el producto a través de medios impresos, por tanto, QUEQUISNIC hará uso de Brochure (ver anexo n°10) y afiches para poder llamar la atención del cliente donde se hará una descripción del producto permitiendo una visualización de la harina a los posibles clientes. (Ver Tabla N° 23)

Ilustración 10 Medios impresos



Fuente: Autores

1.8.8.5. Estrategia de PUSH o empuje

Tiene como objetivo maximizar las ventas, atraer a nuevos clientes, extender el conocimiento del producto y posicionar la marca.

Se seleccionó la estrategia de empuje para persuadir a los intermediarios detallistas de proporcionar espacio en los estantes para el producto y para publicidad. Debido a que la harina de quequisque es un producto innovador que los consumidores desconocen, por lo tanto, se pretende ofrecer a los detallistas una muestra gratis del producto para que permitan la venta de este en su establecimiento, otro motivo por el cual se propone esta estrategia, es el exceso de oferta por lo que la microempresa debe buscar la manera de ejercer presión o empuje a las ventas resaltando sus ventajas y beneficios nutricionales que este ofrece a los consumidores.

1.8.9. Análisis FODA

Tabla 24 Análisis FODA

		Fortalezas	Debilidades
		f1. Producto innovador. f2. Recurso humano altamente calificado. f3. Instalaciones propias. f4. Fácil adquisición de materia prima. f5. Equipo de oficina y maquinaria para la producción, tecnológicamente actualizados. f6. Excelente atención al cliente. f7. Alta perspectiva de la calidad del producto hacia la salud de las personas	D1. Si el producto no satisface en un 100% al consumidor, este puede ser sustituido por otro, por tanto, no genera fidelidad. D2. Precios iguales o más altos que la competencia.
Oportunidades			
O1. Crear nuevas rutas de distribución. O2. Demanda de productos naturales.		Estrategia FO QUEQUISNIC cuenta con un producto innovador y los posibles clientes demandan un producto totalmente natural que	Estrategia DO Si el producto no satisface al cliente QUEQUISNIC seguirá conquistando nuevos mercados.

<p>0.3. Accesibilidad a Créditos financieros.</p> <p>0.4. Conquista de nuevos mercados.</p>		<p>no dañe el organismo para poder realizarlo se cuenta con un personal capacitado para la realización del producto final para poder satisfacer un nuevo mercado y se cuenta con la facilitación de la materia prima.</p>	<p>Para satisfacer al cliente que realmente demande el producto. El precio que mantiene la competencia no será impedimento y que pueda tener demanda el producto innovador.</p>
<p>Amenazas</p>		<p>Estrategia FA</p>	<p>Estrategia DA</p>
<p>A1. Presencia de productos sustitutos.</p> <p>A2. Competencia indirecta muy bien posicionada</p> <p>A3. Falta de recursos económicos para la adquisición de este producto.</p>		<p>Una de las principales fortalezas de QUEQUISNIC es que oferta un producto innovador y que no será fácil sustituirlo ya que contiene altas proteínas para el organismo la Alta perspectiva de la calidad del producto hacia la salud de las personas contrarrestará la falta de cultura de consumo, brindando una excelente atención la competencia</p>	<p>Aunque no satisfaga en un 100% el producto y la competencia esté bien posicionada la innovación y el producto natural llamara la atención de otros posibles clientes.</p>

A4. Falta de cultura de consumo		indirecta posicionada no será ningún problema.	
---------------------------------	--	--	--

Fuente: Autores

1.8.10. Garantías de suministro

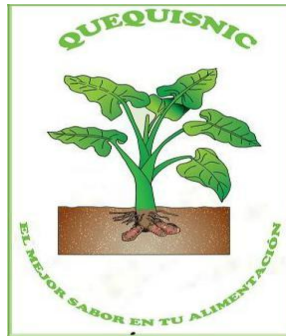
Las garantías del producto que QUEQUISNIC pretende comercializar a los posibles clientes es la siguiente:

- El producto será entregado en una bolsa de polipropileno bien sellado.
- Garantizar a los clientes detallistas que el producto se encuentra en perfectas condiciones hasta su establecimiento de venta, dándole un margen considerable de 5 meses antes de su vencimiento, debido a que es un producto que no contiene Preservantes, por lo cual durará 6 meses.
- Después de los 5 meses, si el producto no ha sido vendido será retirado de cada uno de los puntos de venta donde fue distribuido el producto. (Nota: Los productos vencidos serán vendidos como abono orgánico a productores, aunque no se venda al mismo precio, se pretende recuperar los costos de producción y así no obtener pérdidas Si las unidades defectuosas se venden en forma irregular, por tanto, se consideran los ingresos provenientes de la venta como otros ingresos).

1.9. Propuesta de Valor

La propuesta de valor materializa la estrategia de la empresa para cada segmento de clientes, describiendo la combinación única de producto, precio, servicio e imagen. (Alex Osterwalder & Yves Pigneur, 2011)

“Harina de Quequisque”.



“El mejor sabor en tu alimentación”

QUEQUISNIC será una microempresa dedicada a la producción, venta y distribución de harina de Quequisque dirigido principalmente a las amas de casa, dueños de pulperías, distribuidoras y panaderías de toda la ciudad de Jinotepe.

El aporte de valor de este producto se da en el análisis de productividad de las empresas nacionales productoras de harinas identificando a partir de los planteamientos realizados por el gremio empresarial de que hasta el momento no existen antecedentes de una harina elaborada a base de quequisque lo que la convierte en un producto innovador en el mercado y ofertada a precios accesibles a los consumidores potenciales.

QUEQUISNIC posee un producto de alto valor nutricional, además es 100% natural, libre de químicos y preservantes. Esto genera una diferenciación primordial con el resto de productos similares en el mercado. Incluso aún no existe en este momento un producto que pueda sustituir totalmente las funciones que el producto pueda dar.

1.9.1. Diseño del producto/ Servicio innovador

La Harina es elaborada a base de quequisque, es 100% natural, libre de químicos y preservantes, en presentaciones de 1 libra, y como parte de la ventaja competitiva para ingresar al mercado, la harina de quequisque será producida artesanalmente, y para garantizar la calidad del producto se utilizarán métodos de conservación.

El valor nutritivo de la harina de quequisque radica en el alto contenido de carbohidratos, Riboflavina, calcio, fosforo, entre otras vitaminas, que fortalecen el organismo de la persona que lo consume.

Algunos de los beneficios que aporta QUEQUISNIC a sus clientes son:

- Acelerar los ciclos de innovación de las empresas productoras de harinas
- Maximizar el uso de los conocimientos de los miembros de las empresas productoras
- Brindar a tu organismo de 20 a 30 % de carbohidratos y de 1.7 a 2.5 % de proteínas
- Desde el más pequeño de la familia hasta el más grande pueden consumir este producto.

En el caso de QUEQUISNIC nuestro diferencial se basa en:

- Una oferta de producto orientado a contribuir con el desarrollo innovador de las empresas
- Precio Bajo
- Trato personalizado con el cliente.
- Valor nutricional
- Producto 100% natural
- Aprovechamiento de un tubérculo que es altamente producido en Nicaragua.
- Se contribuye a que los productores del quequisque tengan salida de sus productos.
- Comercializado bajo estratos de leyes de higiene y seguridad.

1.9.1.1. Descripción de la Harina

La harina de quequisque es un producto innovador en el mercado, se caracteriza por la deshidratación del tubérculo, se corta en rodajas para deshidratarla, proceder con la molienda y el tamizado adecuado. Su textura será muy fina y sin ningún cuerpo extraño. Se utilizará principalmente para la elaboración de tortas, pollo empanizado, consumé para sopas, elaborar panqueques y reposterías.

Textura: Polvo

Olor: Muy ligero

Color: Rosado Claro

Sabor: Agradable

1.9.1.1.1. Características físicas del producto

- Bolsa de polipropileno
- Contenido 1 libra (454 gr)
- Etiqueta donde se detalla toda la información requerida del producto.
- Vida útil del producto: 6 meses

1.9.1.1.2. Ingredientes:

Quequisque: Se utilizará principalmente el quequisque lila, fresco y de calidad, debido a que es más resistente y puede mantenerse hasta 15 meses en el campo, por lo tanto, no habrá ningún inconveniente en cuanto al abastecimiento de este tubérculo para la fabricación de la harina.

1.9.1.1.3. *Condiciones de almacenamiento*

- Se conservará a temperatura de 25° C.
- Colocar la harina en un lugar limpio, seco y ventilado.
- La harina se colocará sobre estantes, nunca directamente sobre el piso, debido a que absorbe humedad. Si la harina se humedece se forman grumos (Pelotas) que facilitan la formación de hongos.
- Hacer limpieza diaria de la bodega y sus alrededores.
- Colocar los recipientes para basura fuera de la bodega donde está la harina y taparla.
- Controlar la rotación de la harina, de tal forma que la que se produzca primero se venda primero. Cuando la harina no tiene la rotación correspondiente esta propensa al ataque de gorgojos y otros insectos.

1.9.1.1.4. *Producto 100% natural*

La microempresa QUEQUISNIC está consciente de que existe grandes competencias que fabrican y producen harina; el valor agregado que pretende ofrecer la microempresa es que el producto sea natural porque, aunque el tubérculo pase por un proceso para producir la harina no contendrá ningún otro ingrediente como ya se ha menciona anteriormente.

Posteriormente cuando la microempresa se vaya desarrollando se buscará un preservante natural que no altere los beneficios nutritivos que posee el” Quequisque” pero por el momento se ofertara un producto que no lleve otro ingrediente aparte del tubérculo, lo que se busca es cuidar la salud y el bienestar del cliente.

1.9.1.2. Descripción del producto

1.9.1.2.1. *Slogan*

El slogan del producto es “El mejor sabor en tu alimentación”, se escogió este eslogan debido a que el producto le dará una buena sazón a las comidas, debido a que el producto es 100 % natural y sin preservantes ni químicos, lo que hace único el sabor. Por tanto, al 53,3% de las personas encuestadas el slogan les parece creativo e innovador. (Ver anexo 3, T. 16)

Ilustración 11 Slogan

“EL MEJOR SABOR EN TU ALIMETACIÓN”

Fuente: Autores

1.9.1.2.2. *Marca*

La marca del producto es nominativa debido a que está formada solamente por letras, por tanto, la marca de la harina de quequisque será el nombre de la empresa con el cual saldrá al mercado, “QUEQUISNIC”.

Ilustración 12 Marca de la empresa



Fuente: Autores

1.9.1.2.3. *Etiqueta*

La etiqueta incluye la información básica con el nombre del producto, composición garantizada, contenido neto en unidades, nombre y dirección del fabricante, vendedor o procesador.

La etiqueta de harina de quequisque contendrá:

- En la parte frontal

El nombre del producto, la marca, el slogan, imagen que identifica al producto y fecha de vencimiento.

- En la parte trasera

Se podrá observar la información nutricional de la harina, ingredientes, código de barras, modo de uso, registro sanitario, fabricante, correo electrónico, Dirección, teléfono y lugar de origen.

Ilustración 13 Etiqueta parte frontal



Ilustración 14 Etiqueta parte trasera

USO DE LA HARINA
La harina de quequisque se puede utilizar para la elaboración de tortas fritas, empanizador de pollo, consumé para sopas, elaborar panqueques, reposterías y más.

Ingrediente: Quequisque

CÓDIGO MNSA: 17881

Fecha de vencimiento y Lote: ver empaque

1234567890128

PRODUCTO CENTROAMERICANO FABRICADO Y DISTRIBUIDO POR: **QUEQUISNIC**

Km 50 carretera panamericana Sur entre Jinotepe-Santa Teresa
Teléfono: 77278072 / 77666285
Facebook: Quequisnic

Información nutricional	
Agua (g)	301.50
Proteínas (g)	17.55
Grasas (g)	0.90
Cenizas (g)	6.75
Energía (Kcal)	571.50
Carbohidratos	123.30
Colesterol (mg)	0.0
Calcio (mg)	112.50
Fósforo (mg)	252.00
Hierro (mg)	13.50
Vitamina A	4.50
Tiamina (mg)	0.76
Riboflavinina (mg)	0.27
Niacina (mg)	3.15
Vitamina C (mg)	22.50

Fuente: FAO Latin Food 2002.

Fuente: Autores

1.9.1.2.4. Empaque de polipropileno

Estos empaques pueden mantener la calidad del producto sin transmitir sabores ni olores extraños y permiten el manejo conveniente del producto hasta el destino final.

Ilustración 13 Empaque de polipropileno



Fuente: Autores

1.9.1.2.5. Datos nutricionales

Composición nutricional por 1 libra de harina de quequisque:

Tabla 25 Datos nutricionales

Agua (g)	301.50
Proteínas (g)	17.55
Grasas (g)	0.90
Cenizas (g)	6.75
Energía (Kcal)	571.50
Carbohidratos totales	123.30
Colesterol (mg)	0.00
Calcio (mg)	112.50
Fósforo (mg)	252.00
Hierro (mg)	13.50
Vitamina A	4.50
Tiamina (mg)	0.76
Riboflavina (mg)	0.27
Niacina (mg)	3.15
Vitamina C (mg)	22.50

Fuente: FAO Latin Food 2002- Tabla de Composición de alimentos de América Latina.

www.tabladealimentos.org.

1.9.1.3. Descripción del proceso de producción.

A continuación, se describirá el proceso de elaboración de la harina de quequisque, la cual es elaborada a base de productos naturales y de materia prima nicaragüense.

Se detalla los pasos del proceso de producción:

1. Recepción de materia prima

La recepción de materia prima es un punto indispensable en el proceso de elaboración de un determinado producto, en esta etapa el jefe de producción elabora un registro de la cantidad de materia prima requerida para la elaboración de la harina de quequisque.

Para producir este producto la microempresa necesita la siguiente materia prima: EL quequisque.

2. Selección de la mejor materia prima

Este proceso consiste en que los operarios seleccionen el mejor quequisque que cumplan con los estándares establecidos por la microempresa.

3. Lavado

En esta etapa se procede a lavar el quequisque sin pelar, con el fin de eliminar las suciedades adheridas que pueden contaminar el producto final. El lavado se repite por segunda vez. Cada lavado tendrá una duración de 2.5 minutos.

4. Pelado y Rayado

Después de lavado, se procede a retirar la cáscara del quequisque, luego se corta en finas capas de 2 mm aproximadamente para que el secado sea rápido y pueda obtenerse un buen resultado en menor tiempo. El cortado debe ser uniforme para que en el siguiente proceso el tubérculo adquiera un solo color y se evite el quemado en ciertas partes de la capa.

5. Secado

Se coloca el quequisque en secaderos aprovechando la energía solar, que consiste simplemente en secar el producto por 2 minutos aproximadamente para evitar el apareamiento de moho u hongos, en ese tiempo, el quequisque alcanza una humedad de 4 a 6%, por tanto, se debe asegurar que las rodajas cumplan con la humedad requerida. También se pueden secar en una máquina secadora o deshidratante eléctrico a 25° C.

6. Molienda

Una vez que las tajadas estén completamente secas se muelen, la molienda debe ser fina para que la textura de la harina pueda ser agradable. Cabe destacar que entre más seca están las tajadas el rendimiento de la harina y su vida útil es mayor.

7. Inspección

En este proceso se verifica que el producto se encuentre totalmente molido, de manera que no se encuentren partículas de la materia prima; en caso de que ocurra esto será regresado a la etapa de molido.

8. Empacado y pesado

En esta etapa los operarios introducen de forma manual el producto terminado en los empaques de presentaciones de 454 gramos.

9. Sellado y etiquetado

Proceso en el cual el operario sella cada una de las presentaciones utilizando una maquina selladora de bolsas y coloca la etiqueta adhesiva.

10. Almacenado

Este es el último paso del proceso de producción que consiste en la agrupación y protección de las presentaciones del producto. Una vez listo el producto el jefe de producción realizará un registro del total de lotes a enviar al almacén de productos terminados.

1.9.1.3.1. Proceso productivo por tiempo

A continuación, se detalla el proceso productivo para la elaboración del producto harina de quequisque. El flujograma representa las actividades y tiempo necesario para la producción de una unidad, como simbología se utiliza la establecida por American National Standard Institute (ANSI).














N°	Actividades							Tiempo (minutos)
1	Inicio	●						
2	Lavado				●			5
3	Pelado				●			7
4	Corte en rodajas				●			6
5	Secado (deshidratación)				●			2
6	Molienda				●			5
7	Inspección si la harina está bien molida			●				2
8	Etiquetado y empackado del producto				●			5
9	Fin de la actividad	●						
10	Total							32 min.

Tabla 26 Flujo de proceso productivo

Fuente: Autores

Tabla 27 Simbología ANSI

	Indica el inicio o la terminación del flujo, puede ser acción o lugar.
	Representa la realización de una operación o actividad relativas a procedimientos.
	Deposito provisional o espera.
	Documento
	Decisión o alternativa. Indica un punto dentro del flujo en que son visibles varios caminos alternativos.
	Sirve para enlazar dos partes cualquiera de un diagrama a través de un conector en la salida.
	Indica el sentido de la ejecución de las operaciones.

Fuente: Normas ANSI

El flujograma indica que para elaborar una libra de harina de quequisque se requiere 32 minutos, por tanto, en el día se elaborarán 14 libras, a la semana 77 libras, laborando de lunes a viernes en horarios de 08.00 am a 5:00 pm y sábados de 08:00 am a 12:00 md.

Es importante destacar que en el proceso de producción participan dos operarios y cada uno de ellos fabricará de manera individual, por lo tanto, la producción total de la microempresa será de: 28 libras diarias, 154 libras semanales y 4,620 mensual.

Nota: Aunque en el flujograma de producción para producir una libra de harina requiera 32 minutos, la maquinaria tiene la capacidad para elaborar en un menor tiempo el producto, por lo tanto, se utilizará el 40% de la capacidad instalada.

1.9.1.3.2. Capacidad Instalada

La capacidad instalada de la microempresa está acorde con la capacidad de las maquinarias que se utilizarán para la elaboración de la harina de quequisque, el cual se especifica a continuación:

Tabla 28 Capacidad instalada

Máquina	Capacidad
Molino de martillo	350 lbs. * hora
Máquina selladora	6 bolsas * 1 minuto

Fuente: Autores

Por ende, se puede producir las siguientes libras de harina de quequisque en estos intervalos de tiempo:

Tabla 29 Especificaciones del molino

Especificaciones	Cantidad del producto		
	Día	Mensual	Anual
350 lbs. * hora 350 lbs. * 8 horas de trabajo	2,800 lbs.		
2,800 lbs. * 5 días = 14,000 lbs. 14,000 lbs. Semanal * 4 sem.		56,000 lbs.	
56,000 lbs. * 12 meses			672,000 lbs.

Fuente: Autoras

Tabla 30 Especificaciones de la maquina selladora

Especificaciones	Cantidad del producto		
	Día	Mensual	Anual
6 bolsas * 1 min. * 60 min. = 360 bolsas. 360 lbs. * 8 horas de trabajo	2,880 bolsas.		
2,880 bolsas * 5 días = 14,400 bolsas 14,400 lbs. Semanal * 4 sem.		57,600 bolsas.	
57,600 lbs. * 12 meses			691,200 bolsas.

Fuente: Autoras

Se empezará la producción en la microempresa en el primer año con 40% de la capacidad instalada, y desde el punto de vista de la demanda el estudio nos arroja un 93,3% grado de aceptación y un 52% de demanda insatisfecha, por tal razón QUEQUISNIC a través de sus accionistas pretende formar un capital que dé la capacidad para cubrir la necesidad insatisfecha de los clientes potenciales, determinando un 40% de la capacidad de producción; cabe destacar que, este porcentaje se irá incrementando paulatinamente hasta utilizar el 100% de la capacidad instalada.

Por consiguiente, la capacidad de producción de QUEQUISNIC será la siguiente:

Tabla 31 Capacidad de producción

QUEQUISNIC						
Capacidad de producción						
Descripción	Unidad / Medida	%	Capacidad Producción Diaria	Capacidad Producción Semanal	Capacidad Producción Mensual	Capacidad Producción al año
Harina de quequisque	Lb.		2800	14000	56000	672000.00
	Cap. Instalada	40%	1120	5600	22400	268800
	Demanda	40%	448	2240	8960	107520
TOTAL CAPACIDAD DE PRODUCCION =			448	2240	8960	107520.00

Fuente: Autoras

Nota: En la capacidad de producción anual habrá una variante, debido al porcentaje de incrementación en las ventas, tomando como criterio en febrero y mayo un 5% y Diciembre un 40%, por tanto la capacidad de producción anual será de 112,000 libras de harina de quequisque.

1.9.1.3.3. Manejo de desechos (Merma)

En el proceso de producción se originan desechos, y estos serán vendidos a empresas o a los mismos proveedores como materia prima para abono orgánico, a un precio simbólico de C\$ 1.50 córdobas por cada libra de desechos, pues con la venta de estos se recuperará parte de los costos de la materia prima, por ende, la venta de desechos se constituirá como otros ingresos para la microempresa. (Ver anexo N°3, Tabla N°18)

1.9.1.3.4. Estimaciones de Ventas

Una vez determinada la participación en el mercado, se realizó un estimado de ventas, tanto en unidades físicas como unidades monetarias por mes para el primer año y anualmente para los próximos 3 años.

Por ende, para la estimación de las ventas de la microempresa QUEQUISNIC se tomó en cuenta la demanda mensual de la harina, de igual manera, se utiliza el crecimiento poblacional, y se considera también las temporadas en las que los clientes usan más harina.

Tabla 32 Estimaciones de ventas

ESTIMACIÓN DE VENTAS								
QUEQUISNIC								
Producto	U/M	PVU	Demanda Semanal	Demanda Mensual	Demanda Anual	Ingreso bruto PROYECTADO Semanal C\$	Ingreso bruto Mensual C\$	Ingreso bruto Anual C\$
Harina de quequisque	Lb.	C\$ 18	2,240	8960	112000	C\$ 40,008.58	C\$ 160,034.31	C\$ 2,000,428.87
Total Ingresos Monetarios =						C\$ 40,008.58	C\$ 160,034.31	C\$ 2,000,428.87

Fuente: Autores

Cabe destacar, que las ventas no siempre son lineales, por ende, se estableció como criterio que en los meses de febrero y mayo se elevará un 5% y en diciembre un 40% de las ventas por las siguientes razones:

Tabla 33 Razones de incrementos de venta

Mes	Actividad
Febrero	Día de los enamorados
Mayo	Día de las madres
Diciembre	Fiestas navideñas y Año nuevo

Fuente: Autores

1.9.1.3.5. Ventas proyectadas

Tabla 34 Ventas proyectadas

QUEQUISNIC						
Ventas Proyectadas						
Producto	Unidades producidas	PVU	2018	2019	2020	2021
Harina de Quequisque	Und. Físicas		112000	115360	119974	125973.12
	Und. Monetarias	C\$ 18	C\$ 2,000,428.87	C\$ 2,060,441.73	C\$ 2,142,859.40	C\$ 2,250,002
Total			C\$ 2,000,428.87	C\$ 2,060,441.73	C\$ 2,142,859.40	C\$ 2,250,002.37

Fuente: Autores

Las ventas se proyectaron de acuerdo al crecimiento del sector, desde el 2010 al 2018 ha tenido un crecimiento, pero por recesión económica debido al conflicto socio político, se estima de manera prudente un 3%, un 4%, y un 5% de crecimiento para los años siguientes.

1.9.1.4. Novedad del proyecto desde la base de propiedad intelectual

La novedad que se presenta es el producto en sí, ya que hay en nuestro entorno varios tipos de harina pero no una que contenga la característica al producto que se presentará y que a la vez es muy conocido en la población en general pero no la han consumido en harina, el propósito de la oferta de este producto es que la población jinotepina que es la población meta a la que se pretende ofertar puedan degustar de una harina totalmente libre de químicos debido a que una de sus principales características es ser portador de grandes nutrientes para el organismo. Adicionalmente es una alternativa económica para la canasta básica y alimentación diaria de la ciudadanía al ser un producto económico al alcance de todos.

1.9.1.4.1. Aspectos legales

Ley de marcas y patentes

Procedimiento de Registro de la Marca

Solicitud de registro

La solicitud de registro de una marca se presentará ante el Registro y comprenderá lo siguiente:

1. Nombre y dirección del solicitante
2. Lugar de constitución y domicilio del solicitante, cuando fuese una persona jurídica
3. Nombre del representante legal, cuando fuera el caso
4. Nombre y dirección del apoderado en el país, cuando se hubiera designado la designación será necesaria si el solicitante no tuviera domicilio ni establecimiento en el país
5. La marca cuyo registro se solicita, si fuese denominativa sin grafía, forma ni color especiales
6. Una lista de los productos o servicios para los cuales se desea registrar la marca, agrupados por clases conforme a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios, con indicación del número de cada clase
7. La firma del solicitante o de su apoderado.

Una reproducción de la marca en cuatro ejemplares cuando ella tuviera una grafía, forma o color especiales, o fuese una marca figurativa, mixta o tridimensional con o sin color.

El poder o el documento que acredite la representación, según fuera el caso.

Los documentos o autorizaciones requeridos en los casos previstos en los Artos.7 y 8 de la presente ley, cuando fuese pertinente.

El nombre de un Estado de que sea nacional el solicitante, si es nacional de algún Estado, el nombre de un Estado en que el solicitante tenga su residencia, si la tuviere, y el nombre de un Estado en que el solicitante tenga un establecimiento industrial o comercial real y efectivo, si lo tuviere; comprobante de pago de la tasa establecida.

Solicitar búsqueda registral

➤ Pagar tarifa de búsqueda

Se deberá acudir al registro de propiedad intelectual en la ciudad de Managua, donde se obtendrá una orden de pago y un formulario de búsqueda.

➤ Obtener constancia minuta de depósito

Esta se hará en el banco LAFISE ahí obtendrá el comprobante de pago de búsqueda.

➤ Presentar documentos de pago

Ley que valido este trámite

Ley No.380: Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos Artículos (91, 92)

➤ Comprar timbres fiscales

Se deberán comprar timbres fiscales para solicitud del pre registro 2.

➤ Solicitar registro

Se deberá acudir al registro de la propiedad intelectual.

➤ Obtener orden de pago y aviso de publicación

Acá obtendrá una orden de pago de registro de marca y aviso de solicitud de registro.

➤ Retirar certificado de inscripción de marca y aviso de publicación de inscripción de marca.

El monto determinado es de \$500.00 se cancelará en pesos Centroamericanos, moneda nacional, aplicando la tasa oficial que el Banco Central de Nicaragua fijará fechas de la transacción.

Marco legal (Persona natural)

Integrándose al Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria Cooperativa y Asociativa (MEFCCA), la microempresa se registrará bajo el nombre del responsable de administración de Deyling Herrera Hernández.

Pasos para Formalizar la Empresa

Paso 1

- ✓ Presentarse al Ministerio de Economía Familiar Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (MEFCCA), el cual se le presenta al interesado un AVAL para ser llenado, cuando se autorice se emite el AVAL. (Ver anexo N°4, Formato N°1)

Paso 2.

- ✓ Presentarse a la Dirección General de Ingreso (DGI), para ser inscrito con su número RUC.

Paso 3.

- ✓ Por último, se presenta a la alcaldía de Jinotepe para inscribir el negocio.

Documento a presentar de la Dirección General de Ingreso (DGI) (Ver Anexo N°4, Formato N°2)

La inscripción deberá efectuarse según la actividad que realicen y el monto de los ingresos que perciban.

Inscripción para pequeños contribuyentes

Realizar una actividad económica, obtener ingresos por ventas mensuales iguales o menores a C\$ 100,000.00 córdobas y disponga de inventario de mercancías con un costo no mayor a C\$ 500,000.00 córdobas.

Inscripción de contribuyente

1. Fotocopia de cédula.
2. Carta de solicitud de inscripción
3. Fotocopia del recibo básico del servicio de agua, luz o teléfono y/o (contrato de arrendamiento del local en caso de alquiler.)
4. Tercera persona traer carta poder y traer cedula de identidad.
5. AVAL de MIPYME emitido por el MEFFCA.

Con estos documentos la DGI le emite su número RUC.

Inscripción en el RUC (Ver anexo N°4, Formato N°3).

“QUEQUISNIC” debe inscribirse en el número RUC. Dicho trámite es gratuito y se realiza en la administración de renta del departamento de Carazo.

Se clasifica el contribuyente de la siguiente manera:

- Grandes contribuyentes, según sus ingresos brutos que acumulen un monto igual o superior a los C\$60, 000,000.00 (Sesenta Millones de Córdoba anuales en el período fiscal, sea éste ordinario o especial).
- De C\$ 100.00 (cien córdobas netos), cuando el inventario de mercaderías sea mayor de C\$ 15,000.00 (quince mil córdobas netos) y menor o igual a C\$ 30,000.00 (treinta mil córdobas netos).
- Y de C\$ 150.00 (ciento cincuenta córdobas netos), cuando el inventario de mercaderías sea mayor de C\$ 30,000.00 (treinta mil córdobas netos) y menor o igual a C\$ 40,000.00 (cuarenta mil córdobas netos).

Este monto irá en dependencia del inventario de mercadería.

El referido listado deberá contener la siguiente información:

- Número RUC del contribuyente.
- Nombres y Apellidos.
- Dirección del Negocio.
- Actividad Económica.

Es importante tener claridad, que la policía nacional tiene facultad de cerrar los establecimientos que no cumplan con determinados requisitos, por lo que se recomienda tener una carpeta con todos los documentos, para presentarlos a las autoridades que en cualquier momento pueden visitar la pequeña empresa.

Alcaldía de Jinotepe

Administración tributaria

Requisitos para matricular negocio

Art, 8, 9,10 ordenanza tributaria no.3-11

1. Presentar copia de cédula de identidad
2. Carta de solicitud de matrícula
3. Requisito indispensable, presentar copia de los últimos recibos de pago de IBI, limpieza pública y recolección de basura del local donde se establecerá el negocio, para los que se va a apertura, o bien para los locales donde se encuentren establecidos.
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 expendios de licores o actividades de espectáculos públicos, rifas o apuestas.
8. Copia de escritura de constitución estatutos y poder general para las personas jurídicas.

Matrícula Alcaldía

Para comenzar operaciones de la microempresa QUEQUISNIC se deberá solicitar la matrícula municipal que tiene un costo de C\$ 200.00 córdobas. (Ver anexo N°4, Formato N°4)

Ministerio de Salud

La licencia sanitaria es la autorización que extiende el Ministerio de Salud, a través de los Sistemas Locales de Atención Integral de Salud (SILAIS), a todos aquellos establecimientos procesadores de alimentos que cumplen con las normativas sanitarias establecidas.

Para el establecimiento es importante porque demuestra a los consumidores, que es un local que está regulado y avalado por el órgano rector de salud en Nicaragua, el Ministerio de Salud.

Requisitos para la obtención de la Licencia Sanitaria

- ✓ Solicitud por escrito.
- ✓ Autorización para ubicación y construcción del establecimiento otorgada por la autoridad competente.
- ✓ Cumplir con los requisitos establecido en materia ambiental de acuerdo a la legislación nacional.
- ✓ Croquis y distribución del establecimiento.
- ✓ Constitución legal de la empresa, cuando se trate de personas jurídicas.
- ✓ Lista de productos a ser elaborados en el establecimiento.

Requisitos para Registro Sanitario.

Pago de los aranceles establecidos según la resolución ministerial #121-2007.

Requisitos para obtener el registro sanitario

- Llenar la solicitud de registro sanitario, por tipo de producto, ésta tiene un valor de C\$50.00.
- Adjuntar ficha técnica del producto a registrar.
- Presentar 3 muestras debidamente etiquetadas de 500 gramos cada una para sólidos o 3 litros para líquidos, del producto que desea registrar.
- Fotocopia de licencia sanitaria vigente para establecimientos nacionales o de la bodega de productos fabricados en el extranjero.

- Etiqueta original para los productos importados y nacionales que ya estén en el mercado. Proyecto de etiquetas para nuevos productos, (según Norma Técnica de Etiquetado de alimento pre envasados).
- Comprobante de pago del certificado C\$500.00 (Según Resolución Ministerial).

Requisito de Inscripción Sanitaria

- Llenar la solicitud de inscripción sanitaria, por tipo de producto, tiene un valor de C\$50.00.
- Copia vigente de la Licencia Sanitaria de la bodega de almacenamiento del producto.
- Comprobante de pago de certificación de inscripción Sanitaria. (C\$500.00)

Requisito para reconocimiento de registro sanitario

- Llenar la solicitud de reconocimiento de Registro.
- Copia vigente de la Licencia Sanitaria de la Bodega de Almacenamiento del Producto.
- Comprobante de pago del reconocimiento de registro (C\$500.00 por producto).

Certificado de Seguridad

El certificado de seguridad es expedido por el respectivo departamento de bomberos, donde se debe cumplir con las normas de seguridad en lo concerniente a extintores, salidas de emergencia, botiquín de primeros auxilios, y demás mecanismos y herramientas de seguridad que permitan en un momento dado atender una emergencia que se presente dentro del establecimiento.

Solicitud de Constancia de Higiene y Seguridad de Trabajo (Ver anexo N°4, Formato N°5)

Para la solicitud de la constancia de higiene y seguridad de trabajo se deberá presentar la siguiente información:

- Formulario de solicitud de licencia HST llenado (original)
- Escritura pública de constitución y estatutos de la empresa (copia simple)
- Inscrita en el Registro Público de la Propiedad Inmueble y Mercantil

- Constancia de registro o última planilla del INSS (copia simple)
- Carta del empleador expresando los motivos de la solicitud de constancia (original)
- La constancia de higiene y seguridad del trabajo tiene una vigencia de 30 días.
- Carta solicitud de inscripción.

Registro único de la micro, pequeña Y mediana empresa (RUM)

- Presentarse al centro de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa (CAMIPYME)
- Del departamento o a la ventanilla única de inversión (VUI), para llenar formulario de inscripción acompañado de los siguientes requisitos:
- Fotocopia de cedula de identidad
- Fotocopia carnet de RUC
- Fotocopia de matrícula de la alcaldía
- Una vez concluido el llenado del formulario de inscripción, el funcionario del CAMIPYME o la ventanilla única de inversión, deberá entregar al propietario o representante de la empresa, una constancia provisional que haga constar que está a inicio el proceso de registro, mientras se le emita si certificado RUM. El certificado de inscripción único de la MIPYME, será entregado en la delegación en la que realice su trámite de registro.

Trámites para afiliarse como patrono al INSS

El trámite se realiza en el Departamento de afiliación y fiscalización.

Documentos que debe presentar Persona natural:

- Formulario de inscripción del empleador
- (original y copia) este formulario se entrega en ventanilla
- Formulario de inscripción del trabajador
- (original y copia) este formulario se entrega en ventanilla.
- Formulario de acceso al SIE (original y copia) este formulario se entrega en ventanilla

- Constancia de matrícula municipal (original copia)
- Certificado de inscripción en el RUC régimen general (original y copia) o certificado de inscripción en el RUC régimen cuota fija (original y copia)
- Cédula de registro único de contribuyente (RUC) (original y copia)
- Número de atención (original)
- Documento de identidad (original + copia simple) cédula de identidad (nacional) o cédula de residencia (extranjero).

Requisitos para obtener código de barras/ Instituto nicaragüense de codificación GS1 NIC.

Presentar la solicitud y contrato original, llenados y firmados por el representante legal de la empresa.

Persona Natural:

- Copia de Cedula de Identidad. Y Certificado del MITRAB o INFOCOP.
- Cancelar la Cantidad de US \$ 500.00 o su equivalente en córdobas al tipo oficial de cambio al día de pago, en concepto de Pago de Afiliación a GS1 Nicaragua.
- Cancelar la Cantidad de US \$100.00 o su equivalente en córdobas al tipo oficial de cambio al día de pago, en concepto de pago por obtener el GLN a GS1 Nicaragua.
- Si el pago se realiza por cheque, favor girarlo a nombre de Asociación Instituto Nicaragüense de Codificación GS1 Nicaragua.
- Listado de todos los productos que se van a codificar.

Al transcurrir el primer año, se paga una afiliación anual, de acuerdo a la siguiente tabla progresiva:

Ilustración 14 Afiliación anual

INGRESOS ANUALES DE LA EMPRESA.	MEMBRESIA ANUAL.
0.00 - 300,000.00	US \$ 100.00
300,001.00 - 1,000,000.00	US \$ 200.00
1,000,001.00 - 5,000,000.00	US \$ 300.00
5,000,001.00 - 10,000,000.00	US \$ 400.00
10,000,001.00 - a más.	US \$ 500.00

Para mayor información, favor comunicarse a los teléfonos 2266 9810/ 2266 2914, correo electrónico: gs1ni@gs1ni.org
 org rcristinacabezas@gs1ni.org fduarte@gs1ni.org

Salario Mínimo

El acuerdo ministerial sobre la aplicación de los salarios mínimos aprobados por la comisión nacional de salario mínimo establece los salarios para los diversos sectores:

Tabla 35 Salario mínimo

Salarios mínimos desde 01/09/2018 hasta 31/05/2019.	Salario mínimo mensual
Agropecuario	4.176,49
Pesca	6.350,48
Minas y Canteras	7.500,00
Industria Manufacturera	5.615,75
Micro y pequeña industria artesanal y turística	4.487,41
Electricidad y agua; Comercio, Restaurantes y Hoteles; Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	7.660,52
Construcción, Establecimientos Financieros y Seguros	92.346,59
Servicios Com. Sociales y Personales	5.854,99
Gobierno Central y Municipal	5.208,27

Fuente: Autores

1.10. Ciclo del proyecto

Corresponde a un proceso de transformación de ideas en soluciones concretas para la provisión de bienes o servicios que mejor resuelven necesidades o problemas detectados. (Ciclo de proyecto, Pre inversión, 2015) (Ver anexo n° 5, Tabla n°1).

La determinación del horizonte de evaluación o bien el ciclo del proyecto deberá ser en una situación acertada a la vida útil de los activos que se pretende tener en la empresa, la importancia de conocer el ciclo de vida del proyecto se manifiesta también en que se determinará el procedimiento que se deberá seguir para su evaluación y beneficios que se puedan recibir en ese tiempo es por ello que se considerará que la vida útil del proyecto será de 5 años ya que la mayoría de los activos que tendrá la empresa tendrán una vida útil a 5 años.

1.10.1. Ciclo de vida del producto

El ciclo de vida del producto (CVP) es el curso de las ventas y utilidades de un producto durante su existencia.

El ciclo de vida del producto es el conjunto de etapas (introducción, crecimiento, madurez y declinación) por las que atraviesa una categoría genérica de productos; y cuyos conceptos son utilizados como una herramienta de administración de la mercadotecnia para conocer y rastrear la etapa en la que se encuentra una determinada categoría de productos, con la finalidad, de identificar con anticipación los riesgos y oportunidades que plantea cada etapa para una marca en particular. (Kloter P. , 2016)

El producto de harina de quequisque de la microempresa “QUEQUISNIC” se encuentra en la etapa previa a la introducción del producto, es decir, está a nivel de idea de negocio o un proyecto a desarrollarse en un futuro.

1.11. Presupuesto

Según (Burbano, 2005) El presupuesto “es la estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado”. También dice que el presupuesto “es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un periodo, con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlos.”

1.11.1. Presupuesto de compra de materiales e insumos

En todo proceso de producción, intervienen dos clases de materiales o insumos, en primera instancia están los materiales directos que corresponden a la materia prima que conforma el producto terminado, como es el caso del quequisque, en la producción de la harina. Por otro lado, los materiales indirectos tales como empaque y etiqueta que se emplean en el proceso industrial y estos hacen parte de los costos indirectos de fabricación.

Tabla 36 Materia prima

QUEQUISNIC				
MATERIA PRIMA TOTAL PARA LA PRODUCCION MENSUAL				
HARINA DE QUEQUISQUE				
Producto	U/M	Cantidad	Precio unit.	Precio Total
Quequisque	Lb	13440	C\$ 6,25	C\$ 84.000,00
Materia Prima Indirecta				
Empaques	Unidad	8960	C\$ 0,10	C\$ 896,00
Etiquetas	Unidad	8960	C\$ 0,40	C\$ 3.584,00
Total				C\$ 88.480,00

Fuente: Autores

Por ende, el presupuesto de materiales e insumos, contiene información sobre cantidades de los insumos directos e indirectos a adquirir, cabe destacar que estos son factores que intervienen en la razón de existencia de la microempresa QUEQUISNIC, debido a que constituye el insumo básico del proceso de elaboración del producto.

1.11.2. Presupuesto de compra de maquinarias

Tabla 37 Presupuesto de maquinaria

QUEQUISNIC			
Presupuesto de obras Físicas			
Descripción	Cantidad	Precio unit.	Precio Total
Área de Producción			
Molino de martillo	1	C\$ 18,480.00	C\$ 18,480.00
Cuchichos de acero inoxidable	3	C\$ 150.00	C\$ 450.00
Balanza Eléctrica	1	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00
Balanza Carga Pesada	1	C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00
Selladora	1	C\$ 2,150.00	C\$ 2,150.00
Estantes	1	C\$ 2,200.00	C\$ 2,200.00
Sub - Total			C\$ 26,080.00
Área de Ventas			
Vitrina Horizontal	1	C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00
Sub - Total		C\$ 4,500.00	C\$ 4,500.00
Total			C\$ 29,080.00

Fuente: Autores

La microempresa para el desarrollo de sus operaciones, realizará la compra de maquinarias que faciliten el proceso de producción de una manera semi- industrializada, por tanto, el costo de las maquinarias a comprar es de C\$ 29,080.00 Córdobas. A medida que la microempresa se posicione en el mercado, se irá adquiriendo maquinarias que eleven la capacidad productiva en menor tiempo y con menores costos. (Ver anexo n°5, tabla n°20, Depreciaciones de maquinarias).

1.11.3. Presupuesto de visibilidad del proyecto

La publicidad que implementa la microempresa QUEQUISNIC busca mediante medios y mensajes informar o persuadir a los consumidores sobre las características del producto de harina de quequisque, a fin de que se fomente el conocimiento del producto, promoviendo sus formas de uso y sus beneficios para la salud, procurando obtener la captación de los clientes potenciales.

Por ende, QUEQUISNIC detalla a continuación los gastos en los que incurrirá para promocionar el producto.

Tabla 38 Presupuesto de publicidad

QUEQUISNIC				
Gastos de Publicidad				
Descripción	Cantidad	Frecuencia	Precio	Total
Degustaciones		Mensual	C\$ 2,117.00	C\$ 2,117.00
Radial en Eco Stereo	56	Anuncio de 41 seg. Mensual	C\$ 65.70	C\$ 3,679.20
Afiches	100		C\$ 1.00	C\$ 100.00
Banner publicitario	1		C\$ 440.00	C\$ 440.00
Brochure	100		C\$ 5.00	C\$ 500.00
Total				C\$ 6,836.20

Fuente: Autores

Cabe destacar que, QUEQUISNIC pretende dar a conocer el producto a través de distintos medios, y uno de ellos es en la radio Eco stereo, debido a que es una de las radios más escuchada en la ciudad de Jinotepe, considerando que se transmitirá la viñeta con una duración de 41 segundos en los programas que tienen mayor rating, por dos veces al día, durante un mes, con el objetivo de que la información llegue a todo el público, incrementando de esta forma la cartera de clientes, demanda y posicionamiento de mercado de la microempresa QUEQUISNIC.

De igual manera, se pretende distribuir medios impresos tales como volantes y Brochure con la finalidad de lograr presentar el lanzamiento del nuevo producto de harina de quequisque.

2. Glosario

Innovación: La introducción de un bien (producto) nuevo para los consumidores o de mayor calidad que los anteriores, la introducción de nuevos métodos de producción para un sector de la industria, la apertura de nuevos mercados, el uso de nuevas fuentes de aprovisionamiento, o la introducción de nuevas formas de competir que lleven a una redefinición de la industria.

Industrialización: la industrialización es el proceso y el resultado de industrializar. Este verbo (industrializar), por su parte, refiere a lograr que algo sea producido a nivel industrial o a otorgar preponderancia a la industria en la economía de una nación. El término suele emplearse para hacer mención a la producción a gran escala. Para que haya industrialización en este sentido, deben existir maquinarias que posibiliten ese tipo de acciones.

Planta herbácea: En botánica se denomina así a todas las plantas que no forman madera y que tienen tejidos tiernos, son de tamaño chico o mediano, las cuales tienen floraciones terminales de distintas formas y que por lo general son anuales, pero pueden vivir más años.

Cormo: Aparato vegetativo de una planta caracterizado por poseer fibras y vasos y por estar bien diferenciado en raíz, tallo y hojas.

Aráceas: En la familia de las Aráceas se presentan plantas cuyos tallos rizomatosos y tubérculos se utilizan en la alimentación como son las especies cultivadas de malanga Colocasia y Xanthosoma.

Planta heliófila: Planta que requiere sol directo para su desarrollo. En botánica, plantas que muestran preferencia por exposiciones soleadas. Especie adaptada a la vida a pleno sol y que en la sombra tiene dificultades para crecer.

Genotipo: Un genotipo es la colección de genes de un individuo. El término también puede referirse a los dos alelos heredados de un gen en particular. El genotipo se expresa cuando la información codificada en el ADN de los genes se utiliza para fabricar proteínas y moléculas de ARN.

Estacionalidad: Es un concepto frecuentemente utilizado en el estudio económico. Supone que gran parte de las variables económicas experimentan fluctuaciones o cambios regulares a lo largo del tiempo, lo que las convierte en predecibles y facilita su estudio temporal.

Carbohidratos: Estas moléculas están formadas por tres elementos fundamentales: el carbono, el hidrógeno y el oxígeno, este último en una proporción algo más baja. Su principal función en el organismo de los seres vivos es la de contribuir en el almacenamiento y en la obtención de energía de forma inmediata, sobre todo al cerebro y al sistema nervioso.

Proteínas: son moléculas formadas por aminoácidos que están unidos por un tipo de enlaces conocidos como enlaces peptídicos. El orden y la disposición de los aminoácidos dependen del código genético de cada persona. Todas las proteínas están compuestas por: carbono, hidrógeno, oxígeno, nitrógeno y la mayoría contiene además azufre y fósforo.

Polipropileno: Es un termoplástico que es obtenido por la polimerización del propileno, subproducto gaseoso de la refinación del petróleo. Todo esto desarrollado en presencia de un catalizador, bajo un cuidadoso control de temperatura y presión.

Preservantes: Cualquier tipo de sustancia añadida a los alimentos (bien sea de origen natural o de origen artificial) que pueda detener o aminorar el deterioro causado por la presencia de diferentes tipos de microorganismos como bacterias, levaduras y mohos. Estos productos son utilizados para prolongar la vida útil de los productos.

Nichos de mercado: Término de mercadotecnia utilizado para referirse a una porción de un segmento de mercado en la que los individuos poseen características y necesidades homogéneas y estas últimas no están del todo cubiertas por la oferta general de mercados.

PEAO: Población económicamente activa ocupada.

INIDE: Instituto Nacional de Información de Desarrollo (ejecutan encuestas y censos estadísticos de Nicaragua).

Productos sustitutos: son productos que compiten en el mismo mercado y que pueden satisfacer la misma necesidad.

Intermediarios: trabajan o ejercen un cargo dentro de los circuitos comerciales entre el productor y consumidor (mayoristas).

Preservantes: es una sustancia utilizada como aditivo alimentario que añadida a los alimentos (de origen natural o artificial) detiene o minimiza el deterioro causado por la presencia de diferentes tipos de microorganismos (bacterias, levaduras y mohos).

Artesanamente: adverbio de manera artesanal elaboración de productos elaborado a través de técnicas.

Carbohidratos: Son unas biomoléculas que también toman los nombres de hidratos de carbono, glúcidos, azúcares o sacáridos.

Riboflavina: es una vitamina B2 trabaja con complejo B. importante para el crecimiento del cuerpo y producción de glóbulos rojos y en la liberación de las energías de las proteínas.

Calcio: es un mineral esencial para el desarrollo normal de los huesos y los dientes.

Estratos: Tiene su origen en el vocablo latín Stratus y permite hacer referencia al conjunto de elementos que comparten ciertos caracteres en la sociedad.

Tamizado: Método mecánico para separar sólidos formados por partículas de tamaño diferentes. mezcla de partículas.

Códigos de barra: Códigos basados en la representación de un conjunto de líneas paralelas de distintos grosores, pequeñas cadenas de caracteres.

Estándares: Palabra derivado del inglés standar que son construcciones culturales efectuadas por quienes poseen ética, técnica, teórica y sirven de referencia permitiendo controlar lo producido para crear valor.

INNS: Instituto Nacional de Seguridad Social.

3. Bibliografía

- Administracion, U. (2018). Mercado proveedor. Obtenido de <http://managerunc.blogspot.com>
- Alex Osterwalder & Yves Pigneur. (2011). *Business Model Generation*.
- Andía Valencia, W. (2011). Demanda Insatisfecha en los proyectos de inversión pública. *Revista de la Facultad de ingeniería Industrial*, 69.
- Bendaña, G. (2013). Potencial agroalimentario y agroindustrial del trópico húmedo de Nicaragua. *Revista de temas Nicaragüenses*, 216.
- Burbano, J. (2005). *Presupuesto: Enfoque Moderno de Planeación y Control de Recursos*. Bogotá: MC Graw Hill. Bogotá. Tercera Edición.
- Chain, N. S. (2011). *Proyectos de Inversión, Formulación y evaluación*. Chile: 2 da edición
- Chain, N. S. (2011). *Proyectos de inversión, formulación y evaluación*. Chile: 2001 por pearson Educación, chile S,A.
- Ciclo de proyecto, Pre inversión. (2015). Obtenido de <https://www.mef.gob.pe>
- Cruz, J. (2015). *Emprender*. México: Azteca.
- G, k. P. (2008). *Fundamentos de marketing*. México: México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Guillermo Reyes, T. O. (Abril de 2013). Origen del Cultivo. *Guía manejo agronómico del quequisque en Nicaragua*. Managua, Nicaragua: ProPemce.
- INTA. (2011). Cultivemos el quequisque. *El morralito del INTA*, 7.
- Kotler, P. (2016). Ciclo de vida del producto. Obtenido de [http://diseño.idoneos.com/index.php/Dise%C3%B1o_Industrial/Marketing/Ciclo_d el_producto](http://diseño.idoneos.com/index.php/Dise%C3%B1o_Industrial/Marketing/Ciclo_d_el_producto)
- Kotler, P., & Armstrong. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Kotler, P., Armstrong, G., Cámara, D., & Cruz, I. (2004). *Marketing*. Prentice Hall.
- MAGFOR. (2000). Managua, Nicaragua.
- MIFIC. (s.f.). Producción de quequisque en Nicaragua. *Ministerio de Fomento, Industria y Comercio*.

Philip Kotler, G. A. (2007). Mercado Consumidor.

PROYECTO, E. D. (2018).

Rosales, D. (12 de Septiembre de 2012). Estrategias de precios de penetración.

Tirado, D. (2013). *Fundamentos de marketing*. UNE.

2.2. Anexos

Anexo 1 Cronograma de actividades

Anexo 1. Cronograma de actividades

Id	Nombre de la actividad	Semanas											
		Enero			Febrero				Marzo				
		1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Preliminares	■											
2	Resumen ejecutivo	■	■										
3	Generalidades del proyecto	■	■	■	■								
4	Solución				■	■							
5	Diseño o modelo 3D										■	■	
6	Oportunidad en el mercado		■	■									
7	Propuesta de valor				■	■							
8	Diseño de productos							■	■				
9	Novedad del proyecto								■	■			
10	Ciclo del proyecto								■	■			
11	Presupuesto												
12	Compra de materiales								■	■	■	■	
14	Visibilidad del proyecto								■	■			
21	Cronograma de actividades											■	
22	Material complementario										■	■	

Fuente: Autores

Anexo 2. Encuestas

Anexo 2 Encuestas



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA.
UNAN - MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

FAREM – Carazo

Departamento de ciencias económicas y administrativas.

Objetivo: Obtener información para conocer el grado de aceptación en el mercado del consumo de nuestro producto “Harina de Quequisque”.

I. Aspectos Demográficos

Edad: ____

Sexo: ____

Estado Civil: _____

Marque con una “X” los ítems que usted crea conveniente.

Preguntas:

1. ¿Qué grado de escolaridad tiene?

a)- Primaria ____ b)- Secundaria ____ C)- Universidad ____ d)- Ninguno ____

2. ¿Tiene un negocio propio?

a)- Si ____ b)- No ____

3. ¿Cuántas personas dependen económicamente de usted?

a)- De 1 a 3 ____ b)- De 4 a 6 ____ c)- Ninguna de las anteriores ____

II. Aspectos relacionados con la demanda

4. ¿Alguna vez ha escuchado hablar sobre el producto “Harina de quequisque”?

a)- Si ____ b)- No ____

5. ¿Estaría dispuesto a comprar este producto?

a)- Si ____ b)- No ____

6. Partiendo de la base que el precio del producto le satisfaga ¿Lo compraría?

a) Si en cuánto estuviese en el mercado ____

b) Si, pero dejaría pasar tiempo ____

c) Puede que lo comprase o puede que no ____

7. ¿Con qué frecuencia compraría la harina de quequisque?

a) Diario ____ b) Semanal ____ c) Quincenal ____ d) Mensual ____

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a consumir de este producto?

a) De 1 a 3 lbs. ____ b) De 4 a 6 lbs. ____ c) De 7 a 10 lbs. ____ d) De 10 a más lbs. ____

III. Aspectos relacionados al producto

9. ¿Qué opina sobre el producto “Harina de quequisque”?

a)- Muy Interesante ____ b)- Interesante ____ c)- Poco interesante ____

d)- Nada interesante ____

10. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen de este producto?

a) Valor nutritivo __ b) precio __ c) producto natural __ d) innovación del producto ____

e) Otros (Especifíquese por favor) ____

11. ¿Qué le parece el eslogan “El mejor sabor en tu alimentación”?



a) Creativo __ b) Innovador __ c) Raro __ d) Otra opinión ____

12. En caso que nuestro producto no le atrae ¿Cuáles son las razones?

- a) No lo necesito ___ b) Es complicado ___ c) Es innecesario ___
d) Precio excesivo ___

IV. Aspectos relacionado al precio del producto

13. Si su respuesta fue “Si” ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?

- a) De C\$ 15.00 a C\$ 18.00 ___ b) De C\$ 19.00 a C\$ 22.00 ___ c) De C\$ 23.00 a C\$ 25.00 ___

V. Aspectos relacionados a la distribución del producto.

14. ¿Dónde le gustaría adquirir el producto?

- a) Pulperías ___ b) Supermercados ___ c) Distribuidoras ___ d) Panaderías ___ F) Mini súper ___

VI. Aspectos relacionado a la publicidad del producto

15. ¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir esta información sobre este producto?

- a) Television ___ b) Radio ___ c) Brochure ___ d) Banner ___ F) Redes sociales ___

16. ¿Tiene algún comentario o sugerencia sobre este producto?

Agradecemos por su apoyo.

¡Dios le bendiga!!

Anexo 3. Tablas salidas de base de datos de Spss Statics

Tablas de Frecuencia

Tabla N° 1. Edad

Anexo 3 Base de datos SPSS Statics

Edad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	de 16 años a 19 años	7	5,8	5,8	5,8
	de 20 años a 24 años	11	9,2	9,2	15,0
	de 25 años a 29 años	20	16,7	16,7	31,7
	de 30 años a 34 años	19	15,8	15,8	47,5
	de 35 años a 39 años	16	13,3	13,3	60,8
	de 40 años a 44 años	11	9,2	9,2	70,0
	de 45 años a 49 años	10	8,3	8,3	78,3
	de 50 años a 54 años	10	8,3	8,3	86,7
	de 55 años a 59 años	5	4,2	4,2	90,8
	de 60 años a 70 años	11	9,2	9,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statics

Tabla N° 2. Sexo

Sexo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	95	79,2	79,2	79,2
	Masculino	25	20,8	20,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statics

Tabla N°3. Estado civil

Estado Civil					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Soltero	59	49,2	49,2	49,2
	Casado	57	47,5	47,5	96,7
	Viudo	4	3,3	3,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statics

Tabla N°4. Grado de escolaridad

¿Qué grado de escolaridad tiene?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	35	29,2	29,2	29,2
	Secundaria	49	40,8	40,8	70,0
	Universidad	34	28,3	28,3	98,3
	Ninguno	2	1,7	1,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statics

Tabla N° 5. Negocio Propio

¿Tiene un negocio propio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	74	61,7	61,7	61,7
	No	46	38,3	38,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statics

Tabla N° 6. Dependencia económica

¿Cuántas personas dependen económicamente de usted?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 3	69	57,5	57,5	57,5
	De 4 a 6	29	24,2	24,2	81,7
	Ninguno	21	17,5	17,5	99,2
	32	1	0,8	0,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statics

Tabla N° 7. ¿Alguna vez ha escuchado hablar sobre el producto?

¿Alguna vez ha escuchado hablar sobre el producto "harina de Quequisque"?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	120	100,0	100,0	100,0

Fuente: SPSS Statics

Tabla N° 8. Opinión sobre el producto

¿Qué opina sobre el producto "harina de Quequisque"?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy interesante	25	20,8	20,8	20,8
	Interesante	90	75,0	75,0	95,8
	Poco interesante	4	3,3	3,3	99,2
	Nada interesante	1	0,8	0,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statics

Tabla N° 9. ¿Está dispuesto a comprar este producto?

¿Estaría dispuesto a comprar este producto?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	112	93,3	93,3	93,3
	No	8	6,7	6,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statics

Tabla N° 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una lb de este producto?

Si respondió de manera afirmativa ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por 1lb de este producto?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De C\$ 15.00 a C\$ 18.00	85	70,8	75,9	75,9
	De C\$ 19.00 a C\$ 22.00	23	19,2	20,5	96,4
	De C\$ 23.00 a C\$ 25.00	4	3,3	3,6	100,0
	Total	112	93,3	100,0	
Perdidos	Sistema	8	6,7		
Total		120	100,0		

Fuente: SPSS Statics

Tabla N° 11. ¿Cuándo compraría el producto?

Partiendo de la base que el precio del producto le satisfaga ¿Lo compraría?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En cuanto estuviese en el mercado	80	66,7	71,4	71,4
	Sí, pero dejaría pasar tiempo	31	25,8	27,7	99,1
	Puede que lo compre o puede que no	1	0,8	0,9	100,0
	Total	112	93,3	100,0	
Perdidos	Sistema	8	6,7		
Total		120	100,0		

Fuente: SPSS Static

Tabla N° 12. ¿Con qué frecuencia compraría la harina de quequisque?

¿Con qué frecuencia usted consumiría harina de quequisque?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Semanal	10	8.3	8.9	8.9
	Diario	10	8.3	8.9	17.9
	Quincenal	62	51.7	55.4	73.2
	Mensual	30	25.0	26.8	100.0
	Total	112	93.3	100.0	
Perdidos	Sistema	8	6.7		
Total		120	100.0		

Fuente: SPSS Statics

Tabla N° 13. ¿Qué cantidad de harina de quequisque compraría?

¿Qué cantidad de harina de quequisque compraría?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 3 Lb	89	74.2	79.5	79.5
	De 4 a 6 Lb	10	8.3	8.9	88.4
	De 7 a 10 Lb	8	6.7	7.1	95.5
	De 10 Lb a más	5	4.2	4.5	100.0
	Total	112	93.3	100.0	
Perdidos	Sistema	8	6.7		
Total		120	100.0		

Fuente: SPSS Statics

Tabla N° 14. Establecimientos de venta

¿En cuáles establecimientos le gustaría encontrar la harina de quequisque?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pulperías	80	66.7	71.4	71.4
	Supermercados	9	7.5	8.0	79.5
	Distribuidoras	10	8.3	8.9	88.4
	Misceláneas	9	7.5	8.0	96.4
	Mini súper	4	3.3	3.6	100.0
	Total	112	93.3	100.0	
Perdidos	Sistema	8	6.7		
Total		120	100.0		

Fuente: SPSS Statics

Tabla N° 15. ¿Cuáles de los siguientes aspectos le atraen de este producto?

¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen de este producto?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Valor nutritivo	15	12,5	13,4	13,4
	Precio	19	15,8	17,0	30,4
	Producto natural	71	59,2	63,4	93,8
	Innovación del producto	7	5,8	6,3	100,0
	Total	112	93,3	100,0	
Perdidos	Sistema	8	6,7		
Total		120	100,0		

Fuente: SPSS Statics

Tabla N° 16. ¿Qué le parece el slogan “El mejor sabor en tu alimentación”?

¿Qué le parece el slogan "El mejor sabor en tu alimentación"?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Creativo	64	53,3	57,1	57,1
	Innovador	31	25,8	27,7	84,8
	Raro	17	14,2	15,2	100,0
	Total	112	93,3	100,0	
Perdidos	Sistema	8	6,7		
Total		120	100,0		

Fuente: SPSS Statics

Tabla N° 17. Publicidad

¿A través de qué medios le gustaría recibir información acerca de este producto?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Televisión	45	37,5	40,2	40,2
	Radio	15	12,5	13,4	53,6
	Broshure	9	7,5	8,0	61,6
	Banner	12	10,0	10,7	72,3
	Redes sociales	31	25,8	27,7	100,0
	Total	112	93,3	100,0	
Perdidos	Sistema	8	6,7		
Total		120	100,0		

Tabla N° 18. ¿Cuáles son las razones por las que no compraría este producto?

Si respondió de manera negativa ¿Cuáles son las razones?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No lo necesito	5	4,2	62,5	62,5
	Es innecesario	3	2,5	37,5	100,0
	Total	8	6,7	100,0	
Perdidos	Sistema	112	93,3		
Total		120	100,0		

Fuente: SPSS Statics

Tabla N°19. ¿Qué tipo de harina consume?

¿Qué tipos de harinas consume?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Harina de trigo	30	25.0	25.0	25.0
	Harina de Maíz	18	15.0	15.0	40.0
	Harina Monisa	10	8.3	8.3	48.3
	Ninguna	62	51.7	51.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Fuente: SPSS Statics

Tabla N° 19. Tablas cruzadas de sexo y disposición de compra

Tabla cruzada Sexo*¿Estaría dispuesto a comprar este producto?				
Recuento				
		¿Estaría dispuesto a comprar este producto?		Total
		Si	No	
Sexo	Femenino	90	5	95
	Masculino	22	3	25
Total		112	8	120

Fuente: SPSS Statics

Tabla N° 20. Tabla Cruzada

Tabla cruzada ¿Estaría dispuesto a comprar este producto?*Partiendo de la base que el precio del producto le satisfaga ¿Lo compraría?					
Recuento					
		Partiendo de la base que el precio del producto le satisfaga ¿Lo compraría?			Total
		En cuanto estuviese en el mercado	Sí, pero dejaría pasar tiempo	Puede que lo comprase o puede que no	
¿Estaría dispuesto a comprar este producto?	Si	80	31	1	112
Total		80	31	1	112



Fuente: SPSS Statics

Anexos 4. Formatos de constitución**Formato N° 1. Ficha de registro de pequeños negocios (MEFCCA).**

MINISTERIO DE ECONOMIA FAMILIAR, COMUNITARIA, COOPERATIVA Y ASOCIATIVA	
FICHA PARA REGISTRO DE PEQUEÑOS NEGOCIOS	
No. Registro:	Fecha de Registro: / /
Datos Generales del/la Dueñ@ del Negocio	
Nombre y Apellidos:	Sexo: F () M ()
Número de Cédula de identidad:	
Dirección de su casa:	
Barrio o Comunidad:	
Municipio:	Departamento:
Número telefónico Convencional:	Número Celular:
Numero de hijos nacidos vivos ()	Número de personas que dependen de usted ()
Ultimo grado/ nivel aprobado: Ninguno () Alfabetizada (o) () primaria () secundaria () Universitario ()	Sexo: F () M ()
Otro () Especifique: _____	
Estado Civil: Soltera (o) () Casada (o) () unión de hecho estable () Viudo () Divorciado ()	
Datos del Negocio	
Nombre del Negocio:	Año en que abrió/inicio el Negocio: / /
Productos Ofertados	
Su negocio se encuentra en local: Fijo: () ambulante: ()	
Dirección del negocio:	
Promedio de ventas del Negocio C\$: Diario () Semanal () Mensual ()	
Créditos Vigentes: Si (Opcional) No ()	Institución / programa de Gobierno: Prestamista: () Monto:
No. Trabajadores actualmente: ()	Hombres () Mujeres ()
Que días atiende su negocio: Todos los días () Sábado y Domingo () Lunes-Viernes () Otros: () Especifique:	
Volumenes de producción actuales: diario () semanal () mensual () (flexible)	
Unidad de medida: (litros, pies, hectárea, yarda, metro, kg, libra, pie, gramos, libra, unidades 3	
Principales Materia prima que necesita para elaborar sus productos:	
Tipos de equipos y maquinaria que tiene el negocio:	
Principal proveedor de materia prima para su negocio	
Lugar donde proviene la materia prima: Nacional () Importada ()	
especifique: _____	
Utiliza algún empaque para su producto: SI () NO () si no utiliza, por qué?	
Participación en Ferias Locales, Departamentales o Nacionales	
Ha participado en ferias SI () NO ()	
Si es SI, en que tipos de feria: Locales () Municipales () Departamentales () Nacionales ()	
Si es No, le gustaría participar SI () NO ()	
Si le gustaría participar en que ferias: Locales () Municipales () Departamentales () Nacionales ()	
Capacitación y Acompañamiento técnico	
Ha participado algún tipo de capacitación: 1. Si ___ 2. No ___	
En el caso de recibir algún tipo de capacitación cual ha sido la temática:	
Mercadeo () Comercialización () Producción () Contabilidad () Gerencia () Administración ()	
Calidad del producto () Tecnología () Otros () especifique _____	
En que le gustaría ser capacitada y/o recibir asistencia técnica para que su negocio sea próspero:	
atención al cliente () plan de mejora del negocio () inocuidad de alimentos () autoestima ()	
organización del negocio () producción () comercialización () actitud personal () calidad del producto ()	
administración del negocio () imagen del producto () presentación del negocio () Tecnicas de Ventas ()	
Otros: Especifique _____	
Firma del Dueña (ño) del Negocio:	

Fuente: MEFFCA

Formato N° 2. Formulario de Inscripción contribuyente (Persona natural).

		REPUBLICA DE NICARAGUA MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO DIRECCION GENERAL DE INGRESOS			
FORMULARIO DE INSCRIPCION DE CONTRIBUYENTE PERSONA NATURAL					
1. Número RUC: <input type="text"/>			(Uso exclusivo de la D.G.I.)		2. Fecha: ___/___/___
3. Tipo de Régimen:		General <input type="checkbox"/> Cuota Fija Normal <input type="checkbox"/> Cuota Fija Mypime <input type="checkbox"/> Cuota Fija Mypime Especial <input type="checkbox"/>			
DATOS BASICOS					
4. Documento de Identificación: Cédula de Identidad <input type="checkbox"/> Cédula de Residencia <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/> Número: <input type="text"/>			5. No. de Registro Cédula de Residencia:		
			6. Fecha de Emisión: ___/___/___ Fecha de Vencimiento: ___/___/___		
7. Primer Apellido:			8. Segundo Apellido:		
9. Primer Nombre:			10. Segundo Nombre:		
11. Nombre Comercial:			12. N° INSS:		13. Cantidad Empleados:
14. Fecha de Nacimiento: ___/___/___		15. Nacionalidad:		16. Sexo: F <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/>	
17. Entidad Reguladora:		18. N° Registro Institución Reguladora: <input type="text"/>			
19. Fecha de Certificación: ___/___/___		<input type="text"/>			
DATOS FAMILIARES					
20. Parentesco:		21. Nombre y Apellidos:		22. Edad:	
Madre:					
Padre:					
Espos(a):					
Hijo(a):					
Hijo(a):					
Hijo(a):					
DOMICILIO TRIBUTARIO					
24. Renta de Adscripción: (Uso exclusivo de la D.G.I.)					
25. Departamento:		26. Municipio:		27. Distrito:	
28. Barrio:		29. Sector Territorial: Carretera <input type="checkbox"/> Mercado <input type="checkbox"/> Centro Comercial <input type="checkbox"/> Centro Turístico <input type="checkbox"/>			
30. Nombre del Sector:			31. Módulo N°:		32. Casa N°:
33. Dirección:					
34. Teléfono: _____ / _____		35. Fax:		36. Correo Electrónico:	
37. Página WEB:		38. Apartado Postal:		41. N° Cuenta CLARO:	
39. Número NIS:		40. N° de Cuenta ENACAL:		41. N° Cuenta CLARO:	
DIRECCION PERSONAL					
42. Sector Territorial:			43. Nombre del Sector:		44. Casa N°:
45. Dirección:					
46. Departamento:		47. Municipio:		48. Distrito:	
49. Apartado Postal:		50. Teléfono: _____ / _____			
51. Fax:		52. Correo Electrónico:			
DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL					
53. Documento de Identificación: Cédula de Identidad <input type="checkbox"/> Cédula de Residencia <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/> Número: <input type="text"/>			54. N° Registro de Cédula de Residencia:		
			55. Fecha de Emisión: ___/___/___ Fecha de Vencimiento: ___/___/___		
56. Primer Apellido:			57. Segundo Apellido:		
58. Primer Nombre:			59. Segundo Nombre:		
60. Cargo:		61. Periodo de Duración: Indefinido <input type="checkbox"/> Definido <input type="checkbox"/>		Fecha Inicio: ___/___/___ Fecha Fin: ___/___/___	
62. Sector Territorial:		63. Nombre del Sector:		64. Casa N°:	
65. Dirección:					
66. Departamento:		67. Municipio:		68. Distrito:	
69. Apartado Postal:		70. Teléfono: _____ / _____			
71. Fax:		72. Correo Electrónico:			
73. N° Escritura:		74. Año Escritura:		75. Nombres y Apellidos del Notario:	
INFORMACION SOBRE ACTIVIDAD ECONOMICA					
76. Actividad Económica Principal:		77. Fecha de Inicio:		78. Código CIU:	
79. Producto Líder:		80. Actividad Económica Secundaria:			
81. Fecha de Inicio:		82. Código CIU:		83. Producto Líder:	

INFORMACION FINANCIERA			
84. Activo Circulante:	85. Activo Fijo:	86. Otros Activos:	87. Total Activos:
88. Pasivo	89. Capital:	90. Pasivo + Capital:	
91. ¿Posee parque vehicular? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	92. Cantidad:	93. Valor:	
94. ¿Tiene Propiedades? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	95. Cantidad:	96. Urbanas:	97. Rurales:
98. Valor:			
INFORMACION DE SUCURSALES / DEPOSITOS			
99. Dirección	100. Departamento	101. Municipio	102. Distrito
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
PERSONA QUE REALIZA EL TRAMITE DE INSCRIPCION			
103. Documento de Identificación: Cédula de Identidad <input type="checkbox"/> Cédula de Residencia <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/> Número: <input type="text"/>		104. N° Registro de Cédula de Residencia:	
		105. Fecha de Emisión: ____/____/____ Fecha de Vencimiento: ____/____/____	
106. Primer Apellido:		107. Segundo Apellido:	
108. Primer Nombre:		109. Segundo Nombre:	
110. Sector Territorial:	111. Nombre del Sector:		112. Casa N°:
113. Dirección:			
114. Departamento:	115. Municipio:	116. Distrito:	117. Teléfono: ____ / ____
118. Apartado Postal:		119. Correo Electrónico:	
120. N° Escritura:	121. Año Escritura:	122. Nombres y Apellidos del Notario:	
DATOS DE ALCALDIA MUNICIPAL			
123. Barrio Domicilio:		124. Barrio Empresa:	125. Barrio Rep. Legal:
126. Nombre Licencia Comercial:		127. ¿Es PYME? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	128. Categoría:
129. Dirección del Negocio:			
130. Actividad Comercial:			

Fuente: DGI

Formato N° 3. Cédula Ruc

Ministerio de Hacienda y Crédito Público
DIRECCION GENERAL DE INGRESOS
CEDULA - RUC

Número RUC

Razón Social

Nombres y Apellidos del Representante Legal

Número de Identidad del Representante Legal

Firma del Representante Legal

Fecha de Emisión

PERSONA NATURAL

Administrado por Renta

Fecha de Vencimiento

Fuente: DGI

Formato N° 4. Solicitud de Matricula (Alcaldía)

			<h3>Alcaldía Municipal de Jinotepe</h3> <p>“ESTAMOS DESARROLLANDO JINOTEPE PARA BENEFICIO DE TODOS” DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA</p>											
<table border="1"> <thead> <tr> <th>DIA</th> <th>MES</th> <th>AÑO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>			DIA	MES	AÑO				<h3>SOLICITUD DE MATRICULA</h3>			Nº 1114		
DIA	MES	AÑO												
RUC: J1330000035088														
I. DATOS PERSONALES DEL CONTRIBUYENTE.														
Nombre o Razón Social: _____														
RUC: _____ Cédula _____														
Dirección del negocio: _____														
N.º de teléfono del negocio: _____ Fax _____														
Correo electrónico: _____														
Nombre del comercio (conocido como): _____														
Nombre del propietario: _____														
Dirección del propietario: _____														
II. ACTIVIDAD ECONÓMICA.														
Nombre de la actividad: _____														
Monto de inversión inicial: _____														
Modalidad de pago: _____														
Ingreso mensual por ventas, servicios y otros conceptos: _____														
Observaciones: _____														
III. OTROS IMPUESTOS Y TASAS ANUALES														
RÓTULO N.º _____ DIMENSIÓN: _____														
Bienes Inmuebles N.º de registro: _____														
Rodamiento: Tipo de vehiculo: _____ Placa: _____														
Rampas (mts) _____ Reservas de aparcamiento (mts) _____														
<input type="checkbox"/> Basura <input type="checkbox"/> Tramo en mercado <input type="checkbox"/> Cementerio <input type="checkbox"/> Fierros <input type="checkbox"/> Otros														
_____ Firma del contribuyente.														
Presunción de Verdad.														
<p>Las funciones que desarrolla la Administración Pública Municipal, están sujetas al principio de presunción de veracidad, que rige en las relaciones de aquella, con sus funcionarios, servidores y con el público, y que consiste en suponer que las personas dicen la verdad. Este principio de credibilidad en el contribuyente, se expresa en los datos que registra en los formularios oficiales. La presunción de veracidad admite prueba en contrario.</p>														
<small>30B. 100H. N° 0001 - 3000 06/2015</small>														

Fuente: Alcaldía de Jinotepe

Formato N° 5. Licencia de higiene y seguridad

Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional
El Pueblo, Presidente!

2011:
UNIDAD
POR EL BIEN COMÚN

MINISTERIO DEL TRABAJO
Dirección General de Higiene y Seguridad del Trabajo

LICENCIA DE HIGIENE Y SEGURIDAD DEL TRABAJO
LHST N° xxx - xx - 2011

El Ministerio del Trabajo a través de la Dirección General de Higiene y Seguridad del Trabajo en uso de la Ley 290 y el Art. 18, inciso 75° de la Ley General de Higiene y Seguridad del Trabajo, publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 133 del trece de julio del año dos mil siete y el Art. 16 del Reglamento de la Ley General de Higiene y Seguridad del Trabajo, publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 196 del 12 de Octubre del 2007. Otorga a:

[Nombre de la empresa]

La presente Licencia de Higiene y Seguridad del Trabajo por reunir los requisitos en materia de Higiene y Seguridad del Trabajo para la actividad económica [Nombre de la actividad económica], ubicada en [nombre del municipio], [dirección], tiene una validez de dos (2) años y su vigencia está sujeta al cumplimiento de la Ley y Reglamentos que regulan esta actividad.

Dado en la Ciudad de Managua, a los 03 días del mes de Junio del año dos mil once.

Fecha de Emisión: _____ Fecha de Vencimiento: _____
Tomo I de Licencia, Folio N° xxx, Línea N° xxx

PODER CIUDADANO
Nicaragua gana con Ure!

Sigüinos Cambiando Nicaragua!
CRISTIANA SOCIALISTA SOLIDARIA!

Lic. Francisco Bolaños Méndez
Director General

Fuente: MITRAB

Formato N° 6. MYPIME

Variables	Micro empresa	Pequeña Empresa	Mediana
Número total de Trabajadores	1-5	6-30	31-100
Activos Totales (Córdobas)	Hasta 200.0 miles	Hasta 1.5 millones	Hasta.0 millones
Ventas Totales Anuales (Córdobas)	Hasta 1 millón	Hasta 9 millones	Hasta 40 millones

Fuente: Arto. 3 de la Ley 645, Ley MIPYME

REPÚBLICA DE NICARAGUA
MINISTERIO DE FOMENTO, INDUSTRIA Y COMERCIO
FORMULARIO PARA EL REGISTRO UNICO DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

SECCIÓN I - UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO

1. Área: Urbana Rural
2. Departamento: _____
3. Municipio: _____
4. Ciudad / Comarca: _____
5. Barrio / localidad: _____
6. Dirección del Negocio: _____
7. Tipo de Localización: a) En la vivienda del propietario
 b) Mercado c) Centro Comercial d) Otro Local
 e) Vía Pública Fijos f. Vía Pública Ambulantes

SECCIÓN II - INFORMACIÓN SOBRE EL TIPO DE PROPIEDAD

1. Persona Natural 2. Persona Jurídica

Nota: Si es persona natural, pasé a la Sección III
 Si es persona jurídica, siga en la Sección IV

SECCIÓN III - INFORMACIÓN DEL PROPIETARIO(A)

1. Nombres _____
2. Apellidos _____
3. # Cédula: _____
4. Sexo: M F
5. Nivel Académico (anote el último grado o año terminado y especifique cursos y carreras):
 a. Ninguno c. Primaria Grado _____
 b. Alfabetizado d. Secundaria Año _____
 f. Técnica (Especifique) _____
- g. Universitario Año ___ Carrera: _____
- h. Post-Grado: _____
- i. Otra (Especifique) _____
6. Domicilio:
 a) Departamento: _____
 b) Municipio: _____
 c) Ciudad: _____
 d) Localidad o Barrio: _____
 e) Dirección: _____
- f) Teléfono(s) f.1 _____ f.2 _____
- g) Correo Electrónico: _____

Siga en la Sección V

SECCIÓN IV - PERSONAS JURÍDICAS

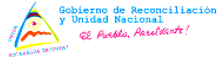
1. Tipos:
 a) Sociedad Anónima
 b) Compañía Limitada
 c) Cooperativa # de Socios: _____
 d) Otra (especifique): _____
2. Fecha de Constitución: Día ___ Mes ___ Año _____
3. Razón Social: _____
4. Composición del Capital
 a) Capital Nacional _____ % b) Capital extranjero _____ %
5. Información del Representante Legal:
 a. Nombres _____
 b. Apellidos _____
 c. # Cédula: _____
 d. Sexo: M F
- e. Domicilio (Representante Legal):
 i) Departamento: _____
 ii) Municipio: _____
 iii) Ciudad: _____
 iv) Localidad o Barrio: _____
 v) Dirección: _____
- vi) Teléfono(s) v.1 _____ v.2 _____
 vii) Correo Electrónico: _____

Siga en la Sección V

SECCIÓN V - INFORMACIÓN DEL NEGOCIO

1. Nombre Comercial: _____
2. Matrícula de la Alcaldía: Día ___ Mes ___ Año ___ # _____
3. # RUC: _____ 4. # Tel.: _____
5. #Fax _____ 6. # Celular _____
7. Correo Electrónico _____
8. Página Web: _____
9. Inicio de operaciones: Día ___ Mes ___ Año _____

(Continuar en la siguiente página)



**INSTITUTO NICARAGÜENSE DE SEGURIDAD SOCIAL
INSCRIPCIÓN E INGRESO DEL TRABAJADOR**



A) REGIMEN:

INTEGRAL

IVM - RP

B) AUTODETERMINACION

DATOS DEL EMPLEADOR

1) Registro Patronal - Nómina: - 2) No. RUC Empleador:

3) Nombre o Razón Social:

4) Nombre Comercial:

5) Dirección Exacta del Empleador (donde está la nómina):

6) Municipio: 7) Departamento: 8) Teléfonos:

DATOS DEL TRABAJADOR

9) NSS del Asegurado 10) No. de Cédula de Identidad 11) Cédula de Residencia

12) Primer Nombre Segundo Nombre Primer Apellido Segundo Apellido 13) Fecha de Nacimiento

14) Lugar de Nacimiento: Municipio Departamento País 15) Estado Civil: Soltero (a) Casado (a) F M 16) Sexo

17) Dirección Exacta del Asegurado: 18) Código Postal:

19) Municipio: 20) Departamento: 21) Teléfono Domiciliar:

22) Nombres y Apellidos del Padre No. de Cédula de Identidad

23) Nombres y Apellidos de la Madre No. de Cédula de Identidad

24) Nombres y Apellidos del Espos(a) o Compañero(a) No. de Cédula de Identidad

25) Fecha de Ingreso Día Mes Año	26) Total Ingreso del mes C\$	27) Salario Mensual C\$	Meses Atrasados	28) Total Ingreso del mes	29) Salario Mensual	30) Codificación				
						1	2	3	4	5
			Enero							
			Febrero							
			Marzo							
			Abril							
			Mayo							
			Junio							
			Julio							
			Agosto							
			Septiembre							
			Octubre							
			Noviembre							
			Diciembre							

31) Tipo de Empleo: a) Eventual b) Permanente

32) Sistema de pago: Mensual Quincenal Catorcenal Semanal Por Hora

33) Puesto que desempeña:

34) Mes de Aplicación



35) Hijos menores de 21 años o inválidos de cualquier edad Nombres y Apellidos	Sexo		Lugar y Fecha de Nacimiento			
	M	F	Municipio y Departamento	Día	Mes	Año
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				

36) Codificación (mes de aplicación)				
1	2	3	4	5

37) Observaciones:

Firma del trabajador

Firma y fecha de recepción en el INSS

Lugar y fecha

Firma y Sello del Empleador o su Representante

Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional "El Pueblo, Presidente!" "ENERGÍA TRIBUTARIA"		INSTITUTO NICARGUENSE DE SEGURIDAD SOCIAL INSCRIPCIÓN O MOVIMIENTO DEL EMPLEADOR Y/O NOMINA				INSS	
Inscripción: <input type="checkbox"/> Empleado: <input type="checkbox"/> Nómina: <input type="checkbox"/>		Modificación de Datos: <input type="checkbox"/>		Inactividad: <input type="checkbox"/>		Autodeterminación: <input type="checkbox"/>	
1) Registro Patronal - Nómina: <input type="text"/>		---		2) Sucursal: <input type="text"/>			
3) Nombre o Razón Social: <input type="text"/>							
4) Nombre Comercial: <input type="text"/>				5) Nombre Corto: <input type="text"/>			
6) Número RUC <input type="text"/>		7) Tipo de Persona J <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>		8) No. de cédula de Identidad <input type="text"/>			
9) NSS <input type="text"/>		10) No. de Residencia: <input type="text"/>		11) País de Origen: <input type="text"/>			
12) Matricula Alcaldía: <input type="text"/>		13) Licencia Comercial: <input type="text"/>		14) Sector Económico: <input type="text"/>			
15) Actividad Económica <input type="text"/>		16) Descripción Actividad Económica: <input type="text"/>					
17) Dirección del Empleador: <input type="text"/>		18) Departamento: <input type="text"/>		19) Municipio: <input type="text"/>			
		20) Envío Estado de Cuenta <input type="checkbox"/>		21) Envío Comprobación de Pago y Derechos <input type="checkbox"/>			
22) Dirección de Nómina: <input type="text"/>		23) Departamento: <input type="text"/>		24) Municipio: <input type="text"/>			
		25) Envío Estado de Cuenta <input type="checkbox"/>		26) Envío Comprobación de Pago y Derechos <input type="checkbox"/>			
27) Fecha de Inscripción Día <input type="text"/> Mes <input type="text"/> Año <input type="text"/>		28) Régimen: INTEGRAL: <input type="checkbox"/> IVM-RP: <input type="checkbox"/>		29) Unidad de Salud de Riesgos Profesionales <input type="checkbox"/>		30) Nómina Fiscal: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
						31) Código de Ruta <input type="text"/>	
32) Datos del Registro Público							
Número		Libro		Asiento		Tomo	
Folio		Fecha de Inscripción					
<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>	
<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>	
<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>	
<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>	
Representante Legal							
33) Tipo de Identificación: <input type="text"/>		34) Número de Identificación: <input type="text"/>		35) Teléfonos: <input type="text"/>			
36) Nombre completo: <input type="text"/>							
37) Dirección del representante: <input type="text"/>		38) Departamento: <input type="text"/>		Municipio: <input type="text"/>			
39) Fecha de Inicio: <input type="text"/> Fecha de Finalización: <input type="text"/>							
40) Contactos							
Nombre completo		Cargo		Teléfono		E-mail	
<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>	
<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>	
<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>	
41) Observaciones:							
<input type="text"/>							
<input type="text"/>							
<input type="text"/>							
Firma Funcionario INSS				Firma y Sello del Representante Legal del Empleador			
Original: Expediente empleador		Cod : 0931064-1					
Copia: Afiliación INSS Central		PEOPLE SOFT 2598					



INSTITUTO NICARAGUENSE DE SEGURIDAD SOCIAL
Formulario de Acceso al SIE

1) Datos del Empleador:

Registro Patronal

Nombre o Razón Social:

Dirección completa:

Dirección

/ Municipio / Departamento

Teléfonos Empresa: / Fax

Correo Electrónico:

2) Datos del Representante legal o dueño del negocio

Nombre completo:

No. de Cédula de Identidad

No. de Cédula de Residencia

Dirección Domiciliar:

Dirección

/ Municipio / Departamento

Teléfonos: Domiciliar Móvil

Correo Electrónico:

3) Datos del Administrador de Nómina

Nombre completo:

No. de Cédula de Identidad

No. de Cédula de Residencia

Dirección Domiciliar:

Dirección

/ Municipio / Departamento

Teléfonos: Domiciliar Móvil

Correo Electrónico:

NSS Administrador

Instituto Nicaragüense de Seguridad Social
 (INSS)
 Delegación Oscar Turcios
 Fecha 24/10/2011

DECLARACIÓN: Por medio de la firma del presente Formulario y Contrato anterior, solicito al Instituto Nicaragüense de Seguridad Social, me conceda acceso al Sistema Integrado de Aplicaciones Específicas a fin de facilitar y hacer más eficiente la entrega de información y reportes al Seguro Social. Asimismo, declaro aceptar todas y cada una de las disposiciones que para el acceso al SIE solicita el INSS.

Anexo N° 5. Tablas de Excel

Anexo 5 Tablas de Excel

7.1. Plan de inversión

La inversión inicial es el resultado de diferentes datos obtenidos en el Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio de Organización, el cual consiste en la compra de Maquinarias, Equipos y materiales de producción, equipo administrativo, y capital de trabajo en efectivo; los cuales en su conjunto detallan los costos y gastos en los que QUEQUISNIC deberá incurrir desde que esta comience sus operaciones.

Inversión fija

La Inversión fija de la empresa QUEQUISNIC es de C\$50.820,00 córdobas, esta se denomina a la parte del plan de negocio que no puede desglosarse fácilmente de la inversión sin que con ello perjudique la actividad productiva.

Inversión diferida

La inversión diferida es de C\$ 20,940.20 córdobas y esta se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del proyecto.

Capital de trabajo

El capital de trabajo es lo que se requiere para que una empresa pueda funcionar durante el primer ciclo productivo, en el caso de la microempresa QUEQUISNIC, se elaboró una lista del capital de trabajo que se necesitará en los primeros tres meses para el inicio de las operaciones, siendo el total de C\$ 150.781,91 Córdobas.

Plan de inversión

QUEQUISNIC	
PLAN DE INVERSIÓN	
Descripción	Total
Inversión Fija	
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$ 21,740.00
Maquinaria	C\$ 29,080.00
Sub total Inversión Fija	C\$ 50,820.00
Inversión Diferida	
Gastos Constitución	C\$ 7,404.00
Gastos de instalación	C\$ 6,700.00
Publicidad	C\$ 6,836.20
Sub total Inversión Diferida	C\$ 20,940.20
Capital de Trabajo	
Alquiler del local	C\$ 3,500.00
Materia prima	C\$ 84,000.00
Seguro Social (Aporte Patronal)	C\$ 3,422.61
Gastos de Producción	C\$ 14,671.94
Gastos Administrativo	C\$ 27,368.15
Gastos de Venta	C\$ 17,819.22
Sub total Capital de Trabajo	C\$ 150,781.91
Inversión Total	C\$ 222,542.11

Fuente: Autores

Nota: El monto total de la inversión será dividido entre 3 inversionistas, y la aportación de los socios será de C\$ 74.180.70 Córdobas cada uno.

7.2. Costos de producción

Son los que se generan en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados.

7.2.1. CIF

Los CIF se utilizan para acumular los materiales indirectos, la mano de obra indirecta y los demás costos indirectos de fabricación que no pueden identificarse directamente con los productos específicos. Ejemplo de otros costos indirectos de fabricación, además de los materiales indirectos y de la mano de obra indirecta, son arrendamiento, energía, y depreciación del equipo de la fábrica, entre otros.

Cabe destacar que, los costos indirectos de fabricación se pueden clasificar en:

7.2.1.1. Costos Variables

Son los que varían en proporción directa al volumen de producción. Por tanto, los costos variables de QUEQUISNIC son: Quequisque, etiqueta y empaque.

7.2.1.2. Costos Fijos

Son los que no varían en proporción al volumen de producción. Por ejemplo, el alquiler del local de la microempresa, cuyo importe no se ve afectado por las posibles alteraciones que puedan ocurrir en el volumen de producción.

Por tanto, los costos fijos de QUEQUISNIC están representados por:

- **Mano de obra Directa:** Representa los salarios de 2 operarios vinculados directamente en el proceso productivo de QUEQUISNIC.
- **Costos Indirectos de Fabricación:** Representa los costos incurridos de manera indirecta en la producción, pero que sin los cuales no se llevaría a cabo dicho proceso productivo, entre estos tenemos:
 - **Prestaciones sociales:** Vacaciones, indemnización laboral y aguinaldo, las cuales están comprendidas en el código del trabajo.
 - **Obligaciones Patronales:** Son las obligaciones que como empleador se deben pagar por cada trabajador que en este caso es el INSS Patronal del 19% y el INATEC por el 2%.
 - **Energía eléctrica:** El gasto incurrido por el servicio de energía eléctrica, asignando para el departamento de producción, el 70% del total a pagar mensualmente.
 - **Teléfono:** Es el gasto incurrido por el servicio telefónico, correspondiente a la oficina del responsable de producción, se estima a pagar el 10% total a pagar mensualmente.
 - **Agua:** Es el gasto incurrido por el servicio de agua asignando para el departamento de producción el 70% del total a pagar mensualmente.
 - **Alquiler del local:** Representa el pago del alquiler del local distribuido uniformemente entre los tres departamentos.
 - **Depreciación de las maquinarias:** Recopila las depreciaciones mensuales de la maquinaria correspondiente al departamento de producción.

Por tanto, los costos indirectos de fabricación para el primer mes representan C\$ 12,150.91 córdobas. (Ver anexo n°3, tabla n° 10)

7.3. Gastos de venta

Son desembolsos que están relacionados con las actividades de comercialización de los productos, comprendiendo en este grupo todos los gastos relacionados con la publicidad, venta, distribución de los productos terminados, en otras palabras, el salario del responsable de venta de la microempresa, mobiliarios y equipos de oficina, útiles de oficinas, depreciaciones de mobiliario y equipo de oficina.

Por ende, los gastos de venta de QUEQUISNIC están integrados por:

- Salarios del personal de venta
- **Obligaciones patronales:** Representa los gastos incurridos como empleadores, tal como el INSS patronal del 19% y el INATEC por el 2%.
- **Prestaciones sociales:** Tales como Vacaciones, aguinaldo, indemnización laboral.
- **Papelería y útiles de oficina:** representa los gastos de papelería y útiles de oficina distribuidos entre el departamento de ventas y administración en partes iguales (50%)
- **Servicios básicos:** Son los gastos por servicios elementales tales como energía eléctrica (15%), agua potable (15%), teléfono (40%) y alquiler del local.
- **Depreciaciones:** Representan las depreciaciones mensuales de la maquinaria, y de los mobiliarios y equipos de oficina correspondiente al departamento de venta.

Los gastos de venta son C\$ 17, 819.22 (Ver anexo n°3, Tabla n° 7)

7.4. Gastos de Administración

Los gastos de administración de la microempresa QUEQUISNIC están representados por todos los desembolsos relacionados con las actividades de gestión, comprendiendo los gastos relacionados con el personal administrativo, las depreciaciones del mobiliario y equipo de oficina, gastos básicos, papelería y útiles de oficina.

Por tanto, los gastos de administración de QUEQUISNIC están comprendidos por:

- Salarios del personal de administración
- **Obligaciones patronales:** INSS patronal 19% y el INATEC por el 2%.
- **Prestaciones sociales:** Son las Vacaciones, Aguinaldo, Indemnización laboral, prestaciones estipuladas por el código del trabajo.
- **Servicios básicos:** Constituye los gastos por servicios básicos tales como: Energía eléctrica (15%), agua potable (15%), teléfono (50%) y alquiler del local dividido uniformemente entre los 3 departamentos.
- **Papelería y útiles de oficina:** representa todos los gastos por papelería y útiles de oficina distribuido entre el departamento de ventas y administración en un 50% cada uno.
- **Gastos de Constitución:** Gastos de constitución amortizados que se pagarán mensualmente.
- Depreciaciones de mobiliarios y equipos de oficina correspondiente al departamento de administración.

Cabe destacar que, los gastos de administración son de C\$ 27,368.15. (Ver anexo n°3, Tabla n°8)

Tabla N°1. Mobiliario y Equipo de oficina

QUEQUISNIC				
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA				
Descripción	Cantidad	U/M	Costo Unitario C\$	Costo Total C\$
Escritorio	3	Und.	C\$ 1,500.00	C\$ 4,500.00
Silla	3	Und.	C\$ 330.00	C\$ 990.00
Computadora hp	1	Und.	C\$ 13,000.00	C\$ 13,000.00
Archivadores Metálicos	1	Und.	C\$ 1,600.00	C\$ 1,600.00
Calculadora	1	Und.	C\$ 300.00	C\$ 300.00
Teléfono	3	Und.	C\$ 450.00	C\$ 1,350.00
TOTAL MOBILIARIO				C\$ 21,740.00

Fuente: Autores

Tabla N° 2. Mobiliario y equipo de oficina para el departamento de administración.

QUEQUISNIC				
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA PARA EL AREA DE ADMÓN.				
Descripción	Cantidad	U/M	Costo Unitario C\$	Costo Total C\$
Escritorio	1	Und.	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00
Silla	1	Und.	C\$ 330.00	C\$ 330.00
Computadora hp	1	Und.	C\$ 13,000.00	C\$ 13,000.00
Archivadores Metálicos	1	Und.	C\$ 1,600.00	C\$ 1,600.00
Teléfono	1	Und.	C\$ 450.00	C\$ 450.00
TOTAL MOBILIARIO				C\$ 16,880.00

Fuente: Autores

Tabla N° 3. Mobiliario y Equipo de oficina para el departamento de producción.

QUEQUISNIC				
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA PARA EL AREA DE PRODUCCION				
Descripción	Cantidad	U/M	Costo Unitario C\$	Costo Total C\$
Escritorio	1	Und.	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00
Silla	1	Und.	C\$ 330.00	C\$ 330.00
Calculadora	1	Und.	C\$ 300.00	C\$ 300.00
Teléfono	1	Und.	C\$ 450.00	C\$ 450.00
TOTAL MOBILIARIO				C\$ 2,580.00

Fuente: Autores

Tabla N°4. Mobiliario y Equipo de oficina para el departamento de Venta

QUEQUISNIC				
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA PARA EL AREA DE VENTA				
Descripción	Cantidad	U/M	Costo Unitario C\$	Costo Total C\$
Escritorio	1	Und.	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00
Silla	1	Und.	C\$ 330.00	C\$ 330.00
Teléfono	1	Und.	C\$ 450.00	C\$ 450.00
TOTAL MOBILIARIO				C\$ 2,280.00

Fuente: Autores

Tabla N° 5. Papelería y útiles de oficina

QUEQUISNIC				
PAPELERIA Y UTILES DE OFICINA				
Descripción	Cantidad	U/M	Costo Unitario C\$	Costo Total C\$
Resma de papel T/C	1	Und.	C\$ 95,00	C\$ 95,00
Reglas	3	Und.	C\$ 5,00	C\$ 15,00
Caja de lapiceros BIG	1	Und.	C\$ 32,00	C\$ 32,00
Engrapadora	3	Und.	C\$ 125,00	C\$ 375,00
Caja de grapas	2	Und.	C\$ 30,00	C\$ 60,00
Folder T/C	12	Und.	C\$ 3,00	C\$ 36,00
Folder T/L	12	Und.	C\$ 3,50	C\$ 42,00
Cuadernos	3	Und.	C\$ 25,00	C\$ 75,00
Calculadora	1	Und.	C\$ 250,00	C\$ 250,00
Agendas	3	Und.	C\$ 60,00	C\$ 180,00
TOTAL				C\$ 1.160,00

Fuente: Autores

Tabla N° 6. Equipo de protección y seguridad

QUEQUISNIC			
Equipo de protección y seguridad			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Guantes	3	C\$ 25,00	C\$ 25,00
Delantal	3	C\$ 45,00	C\$ 45,00
Mascarillas	3	C\$ 15,00	C\$ 45,00
Gorros	3	C\$ 20,00	C\$ 20,00
Total			C\$ 135,00

Fuente: Autores

Tabla N° 7. Gastos de venta

QUEQUISNIC			
Gastos de Venta			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Publicidad		C\$ 6,836.20	C\$ 6,836.20
Depreciación de Vitrina Horizontales	1	C\$ 50.00	C\$ 50.00
Salarios de Venta		C\$ 4,453.13	C\$ 4,453.13
Papelería y útiles de oficina (50%)		C\$ 515.00	C\$ 515.00
Servicios Básicos		C\$ 289.23	C\$ 289.23
INSS patronal		C\$ 855.00	C\$ 855.00
INATEC		C\$ 95.00	C\$ 95.00
Vacaciones		C\$ 395.83	C\$ 395.83
Aguinaldo		C\$ 395.83	C\$ 395.83
Indemnización laboral		C\$ 395.83	C\$ 395.83
Mobiliario y equipo de oficina		C\$ 2,280.00	C\$ 2,280.00
Depreciación de Mobiliario y equipo de oficina		C\$ 91.50	C\$ 91.50
Alquiler del local		C\$ 1,167	C\$ 1,166.67
Total			C\$ 17,819.22

Fuente: Autores

Tabla N° 8. Gastos de Administración

QUEQUISNIC			
Gastos de Administración			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Salarios de administración		C\$ 4,875.00	C\$ 4,875.00
Servicios Básicos		C\$ 319.23	C\$ 319.23
Alquiler del local		C\$ 1,166.67	C\$ 1,166.67
Papelería y útiles de oficina (50%)		C\$ 515.00	C\$ 515.00
Mobiliario y equipo de oficina		C\$ 16,880.00	C\$ 16,880.00
Depreciación de mobiliario y eq. Of.		C\$ 659.83	C\$ 659.83
INNS patronal		C\$ 936.00	C\$ 936.00
INATEC		C\$ 104.00	C\$ 104.00
Vacaciones		C\$ 433.33	C\$ 433.33
Aguinaldo		C\$ 433.33	C\$ 433.33
Indemnización laboral		C\$ 433.33	C\$ 433.33
Amortización de constitución		C\$ 612.42	C\$ 612.42
Total			C\$ 27,368.15

Fuente: Autores

Tabla N° 9. Gastos de producción

QUEQUISNIC			
Gastos de Producción			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Depreciación de maquinarias		C\$ 425.83	C\$ 425.83
Salarios de producción		C\$ 8,050.70	C\$ 8,050.70
Mobiliarios y equipos de oficinas		C\$ 2,580.00	C\$ 2,580.00
Dep. de mobiliario y equipo de oficina		C\$ 494.00	C\$ 494.00
Servicios Básicos		C\$ 819.74	C\$ 819.74
Equipo de protección y seguridad		C\$ 135.00	C\$ 135.00
Mantenimiento de máquinas		C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00
Alquiler del local		C\$ 1,166.67	C\$ 1,166.67
Total		C\$ 14,671.94	C\$ 14,671.94

Fuente: Autores

Tabla N° 10. Costos Indirectos de Fabricación

QUEQUISNIC				
Costos Indirectos de Fabricación				
Descripción	U/M	Cantidad	Costo Unit.	Costo Total
Etiqueta		8960	C\$ 0.10	C\$ 896.00
Empaque		8960	C\$ 0.40	C\$ 3,584.00
Energía Eléctrica	KWH		C\$ 971.85	C\$ 971.85
Agua Potable	Mt3		C\$ 156.35	C\$ 156.35
Depreciaciones de maquinarias			C\$ 425.83	C\$ 425.83
INSS patronal			C\$ 1,631.61	C\$ 1,631.61
INATEC			C\$ 171.75	C\$ 171.75
Vacaciones			C\$ 715.62	C\$ 715.62
Aguinaldo			C\$ 715.62	C\$ 715.62
Indemnización laboral			C\$ 715.62	C\$ 715.62
Mantenimiento de maquinaria			C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00
Alquiler del local			C\$ 1,166.67	C\$ 1,166.67
Total CIF				C\$ 12,150.91

Fuente: Autores

Tabla N° 11. Gastos de Constitución

QUEQUISNIC			
Gastos de Constitución			
Descripción	Cantidad	Costo Unit.	Costo Total
DGI			
Obtención del timbre fiscal	2	C\$ 20.00	C\$ 40.00
Alcaldía			
Constancia de matricula	1	C\$ 5.00	C\$ 5.00
Formulario de solicitud de matricula	1	C\$ 10.00	C\$ 10.00
Matricula del negocio	1	C\$ 200.00	C\$ 200.00
MINSA			
Licencia Sanitaria	1	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00
Registro sanitario	1	C\$ 1,633.00	C\$ 1,633.00
Fumigación y control de plagas	1	C\$ 300.00	C\$ 300.00
Instituto Nicaragüense de codificación			
Registro de marca (por categoría)	1	C\$ 3,216.00	C\$ 3,216.00
Total			C\$ 7,404.00

Fuente: Autores

Tabla N° 12. Gastos de Instalación

QUEQUISNIC			
Gastos de Instalación			
Descripción	Cantidad	Costo unit.	Costo Total
Cubetas de Pintura (agua)	2	C\$ 1,050.00	C\$ 2,100.00
Diluyente	2	C\$ 180.00	C\$ 360.00
Felpas 9 pulgadas	1	C\$ 50.00	C\$ 50.00
Rodo	1	C\$ 60.00	C\$ 60.00
Brochas 3"	3	C\$ 30.00	C\$ 90.00
Pliego de lija	5	C\$ 18.00	C\$ 90.00
Sub- Total			C\$ 2,750.00
Mano de obra por pintada * Hrs.			
100	1	C\$ 12.00	C\$ 1,200.00
Total			C\$ 6,700.00

Fuente: Autores

Tabla N° 13. Alquiler del local

Alquiler del local	
Mensual	3.500,00

Fuente: Autores

Tabla N° 14. Costo de materia prima

QUEQUISNIC						
COSTO DE MATERIA PRIMA						
Descripción	Cantidad Requerida Mensual	Unidad de Medida	Cantidad Requerida Anual	Precio Unitario C\$	Costo Mensual C\$	Costo Anual C\$
Quequisque	13440	Libra	168000	C\$ 6.25	C\$ 84,000.00	C\$ 1,050,000.00
TOTAL =					C\$ 84,000.00	C\$ 1,050,000.00

Fuente: Autores

Tabla N° 15. Materia Prima para la producción diaria

QUEQUISNIC				
Materia prima para la producción diaria				
Producto	U/M	Cantidad	Precio unit.	Precio Total
Quequisque	libra	672	C\$ 6,25	C\$ 4.200,00
Materia Prima Indirecta				
Empaques	Unidad	448	C\$ 0,10	C\$ 44,80
Etiquetas	Unidad	448	C\$ 0,40	C\$ 179,20
Total				C\$ 4.424,00

Fuente: Autores

Tabla N° 16. Materia Prima para la producción semanal

QUEQUISNIC				
Materia prima para la producción semanal				
Producto	U/M	Cantidad	Precio unit.	Precio Total
Quequisque	libra	3360	C\$ 6,25	C\$ 21.000,00
Materia Prima Indirecta				
Empaques	Unidad	2240	C\$ 0,10	C\$ 224,00
Etiquetas	Unidad	2240	C\$ 0,40	C\$ 896,00
Total				C\$ 26.320,00

Fuente: Autores

Tabla N° 17. Materia Prima para la producción mensual

QUEQUISNIC				
Materia prima para la producción mensual				
Producto	U/M	Cantidad	Precio unit.	Precio Total
Quequisque	Lb	13440	C\$ 6,25	C\$ 84.000,00
Materia Prima Indirecta				
Empaques	Unidad	8960	C\$ 0,10	C\$ 896,00
Etiquetas	Unidad	8960	C\$ 0,40	C\$ 3.584,00
Total				C\$ 88.480,00

Fuente: Autores

Tabla N° 18. Desechos de materia prima

Desechos de materia prima						
Descripción	Cant. de materia prima	U/M	Desecho	U/M	Costo Unit.	Costo Total
Quequisque	1.5	Lb.	0.25	Lb.	C\$ 1.50	C\$ 0.38
Diaria	672	Lb.	112	Lb.	C\$ 1.50	C\$ 168.00
Semanal	3360	Lb.	560	Lb.	C\$ 1.50	C\$ 840.00
Mensual	13440	Lb.	2240	Lb.	C\$ 1.50	C\$ 3,360.00
Anual	168000	Lb.	28000	Lb.	C\$ 1.50	C\$ 42,000.00
Total						C\$ 46,368.38

Fuente: Autores

Tabla N° 18. Costo de producción mensual

En la tabla de costos de producción mensual se muestra los tres elementos del costo (materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación) en los cuales QUEQUISNIC incurrirá en el primer mes de operaciones, para fabricar 8,960 libras de harina de quequisque.

QUEQUISNIC				
Costo de Producción Mensual				
Descripción	Cantidad	U/M	Costo Unit.	Costo total
Materia Prima Directa				
Quequisque	13440	libra	C\$ 6.25	84000
Sub- Total Materia prima Directa				C\$ 84,000.00
Mano de obra Directa				
Responsable de producción	1		C\$ 4,487.41	C\$ 4,487.41
Operario	1		C\$ 4,100.00	C\$ 4,100.00
Sub- Total MOD				C\$ 8,587.41
CIF				
Etiqueta	8960		C\$ 0.10	C\$ 896.00
Empaque	8960		C\$ 0.40	C\$ 3,584.00
Energía Eléctrica		KWH	C\$ 971.85	C\$ 971.85
Agua Potable		Mt3	C\$ 156.35	C\$ 156.35
Depreciaciones de maquinarias			C\$ 425.83	C\$ 425.83
Alquiler del local			C\$ 1,400.00	C\$ 1,400.00
Sub- total CIF				C\$ 7,434.03
Costos de producción				C\$ 100,021.44
Costo unitario				C\$ 11.2
Margen de ganancias				C\$ 6.70
Precio de venta unitario				C\$ 18

Fuente: Autoras

Cabe recalcar que la microempresa para su producción mensual necesitará 13,440 libras de quequisque (pelado) a un costo unitario de C\$ 6,25 córdobas, y también se utilizará 8,960 empaques y etiquetas para el proceso de elaboración de 8,960 libras de harina de quequisque, Mano de obra directa de C\$ 8,587.41 y CIF por C\$ 7, 434.03, lo que genera un costo mensual de C\$ 100.021,44 Córdobas.

Tabla N° 20. Depreciaciones de maquinarias

QUEQUISNIC						
Depreciaciones de Maquinarias						
Descripción	Cantidad	Precio unit.	Precio Total	Vida Útil	Depreciación anual	Depreciación Mensual
Área de Producción						
Molino de martillo	1	C\$ 18,480.00	C\$ 18,480.00	7	C\$ 2,640.00	C\$ 220.00
Cuchichos de acero inoxidable	3	C\$ 150.00	C\$ 450.00			
Balanza de metal	1	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	5	C\$ 400.00	C\$ 33.33
Balanza Carga Pesada	1	C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00	5	C\$ 600.00	C\$ 50.00
Selladora	1	C\$ 2,150.00	C\$ 2,150.00	5	C\$ 430.00	C\$ 35.83
Estantes	1	C\$ 2,200.00	C\$ 2,200.00	5	C\$ 440.00	C\$ 36.67
Sub - Total			C\$ 26,080.00			C\$ 375.83
Área de Ventas						
Vitrina Horizontal	1	C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00	5	C\$ 600.00	C\$ 50.00
Sub - Total		C\$ 18,480.00	C\$ 4,500.00		C\$ 400.00	C\$ 75.00
Total			C\$ 29,080.00		C\$ 7,029.57	C\$ 425.83

Fuente: Autores

Tabla N° 21. Depreciaciones de mobiliario y equipos de oficina

QUEQUISNIC							
Depreciaciones de mobiliario y equipo de oficina							
Descripción	Cantidad	U/M	Costo Unitario C\$	Costo Total C\$	Vida útil	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Escritorio	3	Und.	C\$ 1,500.00	C\$ 4,500.00	5	C\$ 900.00	C\$ 75.00
Silla Giratoria	3	Und.	C\$ 330.00	C\$ 990.00	5	C\$ 198.00	C\$ 16.50
Computadora hp	1	Und.	C\$ 13,000.00	C\$ 13,000.00	2	C\$ 6,500.00	C\$ 541.67
Archivador Metálico	1	Und.	C\$ 1,600.00	C\$ 1,600.00	5	C\$ 320.00	C\$ 26.67
TOTAL MOBILIARIO				C\$ 20,090.00		C\$ 7,918.00	C\$ 659.83

Fuente: Autores

El tipo de método que se utilizó es de línea recta, cabe mencionar que el porcentaje de depreciación anual se retornó según el arto. 34 del reglamento de la Ley 822 Ley de Concertación tributaria.

Cabe destacar que las depreciaciones de maquinarias y equipos de la empresa QUEQUISNIC, las realizamos en el sector de Equipos de empresas agroindustriales, debido a que la empresa forma parte de la industria, por ende, aplicamos una tasa de depreciación anual del 20% a un plazo de 5 años, y además la ley dice que cualquier otro que no esté contemplado en la ley tienen una vida útil de 5 años, no obstante, el molino se depreciará a los 7 años, debido que es una máquina no adherido (no está fija) permanentemente a la planta.

Tabla N° 22. Gastos básicos

Gastos Básicos Mensuales								
Descripción	U/M	Req. Aproximado	Costo Unit.	Costo Total	% Producción	% Admón.	%Venta	Total
Energía Eléctrica	KWH	285	C\$ 3.41	C\$ 971.85	C\$ 680.30	C\$ 145.78	C\$ 145.78	C\$ 971.85
Agua Potable	MT3	25	C\$ 6.25	C\$ 156.35	C\$ 109.45	C\$ 23.45	C\$ 23.45	C\$ 156.35
Teléfono	Consumo		C\$ 300.00	C\$ 300.00	C\$ 30.00	C\$ 150.00	C\$ 120.00	C\$ 300.00
Total				C\$ 1,428.20	C\$ 819.74	C\$ 319.23	C\$ 289.23	C\$ 1,428.20

Fuente: Autores

Tabla N° 23. Nómina de pago departamento de producción

QUEQUISQUIC											
Nómina de pago para depto. Producción											
Cargo	Ingresos		Salario Total Devengado	Deducciones	Total Deducciones	Salario Neto a Recibir	Prestaciones de Ley				
	Salario Mensual	Viáticos		INSS 6.25%			Inss Patronal	Inatec	Vacaciones	Aguinaldo	Indemnizacion laboral
Responsable de producción	4,487.41		4,487.41	280.46	280.46	4,206.95	852.61	89.75	373.95	373.95	373.95
Operario	4,100.00		4,100.00	256.25	256.25	3,843.75	779.00	82.00	341.67	341.67	341.67
Sub- total	4,487.41		8,587.41	536.71	536.71	8,050.70	1,631.61	171.75	715.62	715.62	715.62
Total	4,487.41		8,587.41	536.71	536.71	8,050.70	1,631.61	171.75	715.62	715.62	715.62

Fuente: Autores

Tabla N° 24. Nómina de pago para departamento de Administración y Venta

QUEQUISQUIC											
Nómina de pago de Administración y venta											
Cargo	Ingresos		Salario Total Devengado	Deducciones	Total Deducciones	Salario Neto a Recibir	Prestaciones de Ley				
	Salario Mensual	Viáticos		INSS 6.25%			Inss Patronal	Inatec	Vacaciones	Aguinaldo	Indemnizacion laboral
Administradora	5,200.00		5,200.00	325.00	325.00	4,875.00	936.00	104.00	433.33	433.33	433.33
	5,200.00		5,200.00	325.00	325.00	4,875.00	936.00	104.00	433.33	433.33	433.33
Responsable de venta	4,750.00		4,750.00	296.88	296.88	4,453.13	855.00	95.00	395.83	395.83	395.83
	4,750.00		4,750.00	296.88	296.88	4,453.13	855.00	95.00	395.83	395.83	395.83
	9,950.00		9,950.00	621.88	621.88	9,328.13	1,791.00	199.00	829.17	829.17	829.17

Fuente: Autores

Tabla N° 25. Ventas proyectadas

VENTAS PROYECTADAS															
QUEQUISNIC															
Producto	Unidades producidas	PV U	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	TOTAL
Harina de Quequisque	Und. Físicas		8960	9408	8960	8960	9408	8960	8960	8960	8960	8960	8960	12544	112000
	Und. Monetarias	C\$ 18	C\$ 160,03 4.31	C\$ 168,03 6.02	C\$ 160,03 4.31	C\$ 160,03 4.31	C\$ 168,03 6.02	C\$ 160,03 4.31	C\$ 160,03 4.31	C\$ 160,03 4.31	C\$ 160,03 4.31	C\$ 160,03 4.31	C\$ 160,03 4.31	C\$ 224,04 8.03	C\$ 2,000,428 .87
Total															

Fuente: Autores

Tabla N° 26. Proyecciones de materia prima a utilizar

Proyecciones de Materia Prima a utilizar														
Descripción	PVU	E		M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Libras físicas de Quequisque		13440	14112	13440	13440	14112	13440	13440	13440	13440	13440	13440	18816	168000
Unidades Monetarias	C\$ 6.25	C\$ 84,000.00	C\$ 88,200.00	C\$ 84,000.00	C\$ 84,000.00	C\$ 88,200.00	C\$ 84,000.00	C\$ 84,000.00	C\$ 84,000.00	C\$ 84,000.00	C\$ 84,000.00	C\$ 84,000.00	C\$ 117,600.00	C\$ 1,050,000.00
Total		C\$ 84,000.00	C\$ 88,200.00	C\$ 84,000.00	C\$ 84,000.00	C\$ 88,200.00	C\$ 84,000.00	C\$ 84,000.00	C\$ 84,000.00	C\$ 84,000.00	C\$ 84,000.00	C\$ 84,000.00	C\$ 117,600.00	C\$ 1,050,000.00

Fuente: Autores

Tabla N° 27. Proyecciones de desecho

QUEQUISNIC														
Proyecciones de desechos														
Descripción	PVU	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Libras de desechos		2240	2352	2240	2240	2352	2240	2240	2240	2240	2240	2240	3136	22624
Unidades Monetarias	C\$ 1,50	C\$ 3.360,00	C\$ 3.528,00	C\$ 3.360,00	C\$ 3.360,00	C\$ 3.528,00	C\$ 3.360,00	C\$ 3.360,00	C\$ 3.360,00	C\$ 3.360,00	C\$ 3.360,00	C\$ 3.360,00	C\$ 4.704,00	C\$ 42.000,00
Total		C\$ 3.360,00	C\$ 3.528,00	C\$ 3.360,00	C\$ 3.360,00	C\$ 3.528,00	C\$ 3.360,00	C\$ 3.360,00	C\$ 3.360,00	C\$ 3.360,00	C\$ 3.360,00	C\$ 3.360,00	C\$ 4.704,00	C\$ 42.000,00

Fuente: Autores

Anexo N°6. Flujo de proceso con imágenes

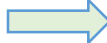
Anexo 6 Flujo de proceso con imágenes



Selección de materia prima.



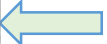
Lavado



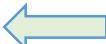
Pelado



Rayado en rodajas



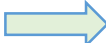
Deshidratado



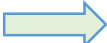
Molienda



Inspección



Empacado y Pesado



Sellado



Etiquetado



Almacenado

Anexos n °7. Promociones/degustaciones

Anexo 7 Promociones

Promociones / Degustaciones				
Presupuesto para 200 degustaciones del producto a base de tortitas				
Producto	cantidad	U/M	precio	Total
Aceite	3	Lts.	C\$ 36.00	C\$ 108.00
Cebolla	2	lbs.	C\$ 15.00	C\$ 30.00
Chiltoma	1	Doc.	C\$ 40.00	C\$ 40.00
Sal	2	Und.	C\$ 6.00	C\$ 12.00
Carne molida	13	Und.	C\$ 45.00	C\$ 585.00
Huevos	1	cajilla	C\$ 80.00	C\$ 80.00
Harina de quequisque	13	Lbs.	C\$ 18.00	C\$ 234.00
leña	5	Manojos	C\$ 20.00	C\$ 100.00
Sub- Total				C\$ 1,189.00
presupuesto para 200 degustaciones del producto a base de pollo empanizado				
producto	cantidad	U/M	Precio	Total
pollo	17	lbs	C\$ 39.00	C\$ 663.00
Sal	2	Unid.	C\$ 6.00	C\$ 12.00
Harina	8.5	lbs.	C\$ 18.00	C\$ 153.00
Leña	5	Manojos	C\$ 20.00	C\$ 100.00
Sub -Total				C\$ 928.00
Total Gastos de promoción				C\$ 2,117.00

Fuente: Autores

Anexo N° 8. Banner publicitario

Anexo 8 Banner Publicitario

Harina de Quequisque
“QUEQUISMIC”

¡Consiente tu paladar con las nutritivas propiedades del quequisque!

Prepara Deliciosos Platos como:
Pollo Empanizado • Consomé para sopas • Tortas fritas y Más

*Km 50 carretera panamericana Sur entre
Jinotepe-Santa Teresa • 505 2532-5489 • +505 7848-9989*

Fuente: Autores

Anexo 9. Modelo CANVAS

Anexo 9 Modelo CANVAS



Fuente: Autores

Modelo CANVAS

El Modelo CANVAS es una herramienta para definir y crear modelos de negocio innovadores que simplifica 4 grandes áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica en un recuadro con 9 divisiones. A continuación se definirán cada punto por el servicio innovador.

Socios Claves

- ✓ Productores de quequisque
- ✓ Alcaldía de Jinotepe
- ✓ MEFFCA
- ✓ DGI
- ✓ Inversionistas

Actividades Claves

- ✓ Abastecernos de la mejor materia prima que tengan los proveedores para un mejor producto final.
- ✓ Registro de la microempresa en las instancias legales correspondientes.
- ✓ Establecer estándares de calidad en el producto.

Recursos Claves

- ✓ Capital de trabajo con el que va contar la empresa.
- ✓ Se requiere 4 colaboradores con destrezas y habilidades creativas e innovadoras de acorde al cargo que se le asigne.
- ✓ Una buena infraestructura para el excelente desarrollo del proceso de producción y distribución del producto.

Propuesta de valor

- ✓ Producto 100% natural libre de químicos y preservantes.
- ✓ Brinda al organismo desde un 20 a 30% de carbohidratos y de un 1.7 a 2.5 % de proteínas.
- ✓ Desde el más pequeño hasta el más grande de la familia lo puede consumir.
- ✓ Valor nutricional
- ✓ Comercializado bajo estratos de leyes de higiene y seguridad.

Relación con el Cliente

- ✓ La empresa tendrá un trato personalizado con el cliente a través de una página en Facebook rápido y eficaz.

Canales

Los principales canales de distribución serán:

- ✓ **Canal directo:** Empresa directamente con el cliente
- ✓ **Canal indirecto:** Pulperías, Supermercados y Misceláneas.

Segmento de Clientes

El producto está dirigido a un segmento de mercado donde no hay edad objetiva el producto puede ser consumido por cualquier integrante del hogar ya sea niño(a), joven, adultos (varones y mujeres) de todas las edades del municipio de Jinotepe.

Fuente de Ingresos

Los ingresos se darán mediante las ventas al contado de distribución de la harina de quequisque, y por la venta de desechos como materia prima para las empresas que elaboran abono orgánico, las cuales darán ingresos de 196,594.12 córdobas mensuales, éstas tendrán un aumento del 5% para el mes de febrero y mayo y 60% para el mes de Diciembre.

Estructura de Costes

Materiales	9,38
MOD	0,96
CIF	0,83
Total costos de producción	<u>11,16</u>
Margen de Utilidad (30%)	<u>6,70</u>
Precio de venta	18

Anexo N° 10. Brochure

Anexo 10 Brochure

Este producto se puede utilizar para elaborar tortas, como empanizador de pollo, panqueques, reposterías, y más.
Por ejemplo, presentamos la elaboración de una torta:

Ingredientes:

- * 4 Tasas de Harina
- * 5 Huevos
- * 1 Cebolla
- * 1 Chiltoma
- * Aceite
- * Sal
- * Carne Molida



Preparación:

1. primero, en un recipiente colocar la harina y luego sazonarlo con un poco de sal.
2. En otro recipiente batir 5 huevos.
3. Mezclar la harina con los huevos batidos y agregar cebolla, chiltoma picada en cuadritos y carne molida al gusto.
4. Freirlas en una cacerola con un poco de aceite caliente hasta que las tortitas esten bien doraditas. Disfruta acompañado de lo que gustes.



Distribuido por:

La empresa está localizada en el sur de Jinotepe en el Km 50 carretera panamericana Sur entre Jinotepe-Santa Teresa.

Teléfono: 77278072 / 77888285
 Correo electrónico: quequisnicj@gmail.com
 Facebook: Quequisnic



EL MEJOR SABOR EN TU ALIMENTACIÓN





Descripción

La harina de quequisque se caracteriza por la deshidratación del tubérculo, su textura será muy fina y sin ningún cuerpo extraño.

Textura: Polvo

Olor: Muy ligero

Color: Rosado Claro

Sabor: Agradable

Uso:

La harina de quequisque se puede utilizar para la elaboración de tortas fritas, empanizador de pollo, consumé para sopas, elaborar panqueques, reposterías y más.

Beneficios:

- * Producto 100 % Natural
- * Brinda al organismo de 20 a 30% de carbohidratos y de 1.7 a 2.5% de Proteínas.
- * Variedad de preparaciones
- * Desde el más pequeño de la familia hasta el más grande puede consumir este producto.



Valor nutritivo

Es un producto rico en carbohidratos, siendo estos su principal componente.

Composición nutricional por cada 100 gramos de porción comestibles:

Agua (g)	67.0
Proteínas (g)	3.9
Grasas (g)	0.2
Cenizas (g)	1.5
Energía (Kcal)	127.0
Carbohidratos totales	27.4
Colesterol (mg)	.0
Calcio (mg)	25.0
Fósforo (mg)	56.0
Hierro (mg)	3.0
Vitamina A	1.0
Tiamina (mg)	0.17
Riboflarina (mg)	0.06
Niacina (mg)	0.7
Vitamina C (mg)	5.0

Fuente: FAO Latin Food 2002- Tabla de Composición de alimentos de América Latina
www.tabladealimentos.org