



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

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

**Informe Final de Seminario de Graduación para optar al Título de Licenciado en  
Mercadotecnia**

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

**Subtema:** Propuesta de plan de emprendimiento para la micro empresa EcoBag, dedicada a la producción y comercialización del producto Bolso-Mochila elaborado a base de yute, ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2017.

**Autores:**

Br. García López María Maya  
Br. Matus Brenes Jania del Carmen

**No. de Carné**

13-09429-2  
13-09625-0

**Tutor:**

MSc. Raúl Alberto Medrano Chávez

**Jinotepe, 13 de diciembre del año 2017**

## Dedicatorias

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida, fortaleza para continuar cuando estuve a punto de caer, por permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional, por ello con toda la humildad de mi corazón, dedico primeramente mi trabajo al Dios todo poderoso.

De igual forma se lo dedico a mi familia, a mi abuelita Rosa María Cubillo y mi madre Nuria Rebeca López, a ellas, por ser el pilar más importante en mi vida, por su apoyo incondicional que con su demostraciones de madres ejemplares me han enseñado a no desfallecer ante nada y siempre preservar a través de sus consejos, por ser las mujeres quienes me han acompañado durante todo este trayecto estudiantil, por velar por mí durante este arduo camino en convertirme en una profesional.

A mi padre, Gabriel García Ávila que a pesar de nuestra distancia física, siento que está conmigo siempre y aunque no hemos convivido muchas cosas juntos, sé que este triunfo es tan especial para él como para mí.

*María Maya García López.*

Dedico este trabajo primeramente a Dios, por ser el creador de mi vida, por ser el inspirador en cada uno de mis pasos y por guiarme siempre en el sendero correcto de la vida, por ser el que me ilumina día a día a lograr todas mis metas, permitiéndome llegar con salud a la culminación de mi etapa como profesional, por esto y mucho más dedico mi trabajo a Dios.

A mi tía Maritza Cabrera, quien ha sido la persona más importante en mi vida, por ser sin duda alguna la persona más importante en mi vida, la que a pesar de mis tropiezos siempre está para mí, alentándome y dándome las fuerzas necesarias para seguir adelante y no desistir ante cualquier adversidad, por ser el ejemplo de una verdadera madre y apoyarme en cada paso de mi vida.

A la memoria de mi padre, Manual Matus Cabrera, que desde el cielo me cuida y protege en mi diario vivir, por ser la luz que me da la fuerza para continuar y cumplir todas mis metas y sé que aunque no esté conmigo físicamente, está orgulloso de mí y de mis logros.

*Jania del Carmen Matus Brenes.*

## Agradecimientos

Agradecemos a Dios por protegernos durante todo el camino y darnos fuerzas para superar los obstáculos y dificultades a lo largo de nuestras vidas.

A nuestras familias; hermanos, primos, tíos por su apoyo incondicional y demostrarnos la gran fe que tienen en nosotras.

A la facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo, por la formación y educación de calidad que nos brindó durante estos cinco años que permanecemos en dicha universidad.

A nuestro tutor de trabajo, Msc Raúl Medrano Chávez por la dedicación, esmero, por su valiosa ayuda y asesoramiento a la realización del mismo.

A todos los profesores que de alguna manera estuvieron involucrados y aportaron sus conocimientos para lograr la finalidad de este trabajo.

Agradecemos enormemente a nuestras amigas que sin duda alguna, fueron de gran apoyo y motivación para lograr la culminación del trabajo.

*María Maya García López.*

*Jania del Carmen Matus Brenes.*

## Valoración docente



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

2017: *'' Año de la Universidad Emprendedora ''*

01 de diciembre del año 2017.

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

Estimada maestra.

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

Nº	Apellidos y Nombres	Carné
1	García López María Maya	13094292
2	Matus Brenes Jania del Carmen	13096250

**Siendo el subtema:** Propuesta de plan de emprendimiento para la micro empresa EcoBag, dedicada a la producción y comercialización del producto Bolso-Mochila elaborado a base de yute, ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2017.

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

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

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

Atentamente.

MSc. Raúl Alberto Medrano Chávez  
Tutor de Seminario de Graduación

Cc/ Archivo

¡A la libertad por la Universidad!

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

## Resumen

El presente plan de innovación se basa en un estudio para la creación de la microempresa EcoBag dedicada a la producción y comercialización del producto Bolso-Mochila YuBa, ubicada en el departamento de Carazo, municipio de Jinotepe. Para la realización del plan de emprendedurismo se efectuó un sondeo de mercado, el cual la población aceptó el nuevo producto que se pretende lanzar al mercado.

El negocio contribuirá al cuidado del medio ambiente por incursionar en el mercado con productos diferentes, elaborados con material 100% ecológico. De igual forma si el negocio llegara a hacerse realidad aportaría al crecimiento económico del país, generando así fuentes de empleos para muchos jóvenes.

Mediante el análisis del documento se desarrollaran un conjunto de planes y actividades con el fin de conocer que tan viable es la puesta en marcha del negocio y para la toma de decisiones importantes en cuanto a lo que se debe hacer, los pasos que se deben de seguir y las acciones que llevarán al éxito de la empresa.

Se desarrollan cuatro aspectos fundamentales, los cuales son un plan de mercadotecnia, plan de producción, plan de organización y gestión y el plan financiero. Los cuatro anteriormente expresados determinaron que tan viable y factible es la creación del plan, conociendo el mercado al que se está dirigiendo la empresa, los insumos y herramientas necesarias para la obtención del producto final, la forma de constitución de la empresa y la estructura organizativa de la misma. Así como su balance de apertura y aspecto medulares de finanzas que son necesarios para la puesta en marcha de la empresa.

## Índice de contenido

1. Introducción del tema y subtema .....	1
2. Justificación .....	3
3. Objetivos.....	4
3.1. Objetivo general.....	4
3.2. Objetivos específicos .....	4
4. Desarrollo del subtema .....	5
4.1 Plan de Mercadotecnia.....	5
4.1.1 Descripción de la innovación. ....	5
4.1.2 Comparación del producto con la competencia.....	12
4.1.4 Segmentación de mercado (clientes potenciales) .....	15
4.1.5 Demanda total .....	17
4.1.6 Participación de mercado esperada.....	20
4.1.8 Estimación de venta.....	33
4.1.9 Presupuesto de mercadotecnia.....	34
4.2 Plan de producción.....	35
4.2.1 El proceso de producción.....	35
4.2.2 Proveedores y condiciones de compra de los equipos.....	38
4.2.3 Capital fijo y vida útil. ....	42
4.2.4 Capacidad planificada.....	43
4.2.5 Ubicación y distribución física de la empresa.....	44
4.2.6 Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad. ....	46
4.2.7 Mano de obra, su costo y disponibilidad. ....	48
4.2.8 Gastos generales de producción.....	50
4.3 Plan de organización y gestión .....	51
4.3.1 Marco legal (forma natural). ....	51
5.2.1 Pasos para formalizar la empresa.....	52
4.3.2 Estructura de la organización.....	55
4.3.4 Actividades y gastos preliminares. ....	61
4.3.5 Equipos de oficina.....	61

4.3.6 Gastos administrativos.....	63
4.4 Plan financiero.....	64
4.4.1 Inversión y fuente de financiamiento. ....	65
4.4.1.1 Activos fijos. ....	67
4.4.1.2 Activos intangibles.....	67
4.4.1.3 Capital de trabajo. ....	67
4.4.1.4 Inversión total. ....	69
4.4.1.5 Estructura del financiamiento. ....	69
4.4.2 Ingresos, egresos y costos. ....	70
4.4.2.1 Presupuesto de ingreso.....	72
4.4.2.2 Presupuesto de egresos.....	73
4.4.2.3 Presupuesto de costos. ....	76
4.4.2.4 Punto de equilibrio.....	79
4.4.2.5 Flujo de caja. ....	81
4.4.3 Análisis financiero. ....	85
4.4.3.1 Flujo de fondo.....	85
4.4.3.2 Valor actual neto (VAN). ....	87
4.4.3.3 Tasa interna de retorno (TIR). ....	88
5.Conclusiones .....	89
6. Bibliografía.....	91
7. Anexos.....	93



## Índice de Gráficos

Gráfico 1 Atributos del producto.....	7
Grafico 2 Diseño del producto.....	8
Grafico 3 Marca del producto.....	10
Grafico 4 Puntos de venta-precio.....	15
Grafico 5 Aceptacion del producto .....	17
Grafico 6 Frecuencia-cantidad de compra .....	19
Grafico 7 Participación de mercado .....	22
Gráfico 8 Punto de Equilibrio .....	80

## Índice de tablas

Tabla 1 Segmento de mercado: Perfil del consumidor .....	16
Tabla 2 Discriminantes de la demanda .....	18
Tabla 3 Oferta real .....	19
Tabla 4 Productos vendidos por la competencia .....	21
Tabla 5 Estrategia de mercado .....	26
Tabla 6 Estimación de venta .....	33
Tabla 7 Presupuesto de mercadotecnia.....	34
Tabla 8 Simbología ANSI.....	35
Tabla 9 Proceso productivo para la elaboración de los bolsos-mochilas .....	36
Tabla 10 Capacidad de producción .....	37
Tabla 11 Proceso productivo para la elaboración de empaque .....	37
Tabla 12 Capacidad de producción de empaque .....	38
Tabla 13 Tipo de proveedores .....	38
Tabla 14 Maquinaria necesarios para la producción del bolso mochila.....	39
Tabla 15: Maquinaria y equipos necesarios para el área de producción.....	40
Tabla 16 Herramientas para la producción de empaque .....	41
Tabla 17 Costos indirectos de fabricación .....	42
Tabla 18 Depreciación del capital fijo y vida útil .....	42
Tabla 19 Capacidad planificada .....	43
Tabla 20 Materia prima .....	47
Tabla 21 Mano de obra .....	49
Tabla 22 Salarios del área de producción.....	49
Tabla 23 Presupuesto de producción .....	50
Tabla 24 Clasificación de las pequeñas y medianas empresas.....	51
Tabla 25: Cargo y número de trabajadores .....	55
Tabla 26 Ficha de cargo del administrador.....	56
Tabla 27 Ficha de cargo del responsable de ventas.....	57
Tabla 28 Ficha de cargo del jefe de producción .....	58
Tabla 29 Ficha de cargo de operarios .....	59

Tabla 30 Gastos de constitución .....	61
Tabla 31 Equipos de oficinas .....	61
Tabla 32 Materiales de oficina .....	62
Tabla 33: Materiales y suministro de limpieza.....	62
Tabla 34 Gasto administrativos de EcoBag.....	63
Tabla 35 Inversión.....	65
Tabla 36 Balance de apertura.....	66
Tabla 37 Activos Fijos .....	67
Tabla 38 Capital de trabajo.....	68
Tabla 39 Inversion total.....	69
Tabla 40 Condiciones de financiamiento .....	69
Tabla 41 Presupuesto de ingreso.....	72
Tabla 42 Presupuesto de ingresos.....	72
Tabla 43 Presupuesto de egresos, gastos de administración .....	73
Tabla 44 Gastos de ventas.....	74
Tabla 45 Otros gastos .....	75
Tabla 46 Costos de producción .....	76
Tabla 47 Costo unitario .....	77
Tabla 48 Costos fijos .....	79
Tabla 49 Punto de Equilibrio .....	80
Tabla 50 Flujo de Caja .....	81
Tabla 51 Estado de resultado .....	82
Tabla 52 Balance General Proyectado a un año .....	83
Tabla 53 Flujo de Fondos .....	86
Tabla 54 Datos de VAN.....	87
Tabla 55 Tasa de descuento.....	87
Tabla 56 VAN.....	88
Tabla 57 TIR .....	88

## Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Arbol de yute .....	5
Ilustración 2 Fibra de yute.....	5
Ilustración 3 Hilo de yute.....	6
Ilustración 4 Tejido de yute.....	6
Ilustración 5 Diseño del producto .....	9
Ilustración 6 Nombre de la microempresa .....	10
Ilustración 7 Marca y logo del producto.....	11
Ilustración 8 Mapa de Nicaragua .....	13
Ilustración 9 Mapa de Jinotepe .....	14
Ilustración 10 Canal de distribución indirecto .....	24
Ilustración 11 Canal de distribución directo .....	24
Ilustración 12 Plano general de la microempresa.....	44
Ilustración 13 Entrada principal de la micro empresa .....	45
Ilustración 14 Oficinas .....	45
Ilustración 15 Área de producción .....	45
Ilustración 16 Bodega .....	46
Ilustración 17 Baños .....	46
Ilustración 18 Pasillos .....	46
Ilustración 19 Estructura organizativa de EcoBag .....	55

## **1. Introducción del tema y subtema**

En la actualidad la innovación y emprendimiento son temas de gran relevancia en el país, puesto que cada día son más las personas que optan por emprender su propio negocio con bienes o servicios que se distinguen de los demás, de hacer algo diferente, con el objetivo de llegar a ser competitivos en el mercado.

Es por esto que la UNAN-Managua está promoviendo el emprendedurismo en los estudiantes, con el fin de formarlos para que sean hombres y mujeres dueños de sus propios negocios y ayudar al crecimiento socio-económico del país. Por su parte, la FAREM-Carazo desde el año 2016 ha incorporado esta iniciativa de emprendedurismo para los estudiantes que optan por el título universitario.

En el presente trabajo se unieron los conceptos planteados anteriormente por el equipo investigador, mediante la propuesta de un plan de emprendimiento para la micro empresa Encobar, dedicada a la producción y comercialización del producto con enfoque a la innovador Bolso-Mochila elaborado a base de yute, ubicada en el municipio de Jinotepe, Carazo, durante el segundo semestre del año 2017, con el objetivo de proponerle a los consumidores un producto útil, versátil, económico y amigable con el medio ambiente.

Las jóvenes tienden a adquirir más de un bolsos para las distintas ocasiones o actividades que realizan en la vida cotidiana, es por esto que nace la idea de elaborar un bolso que a su vez se pueda utilizar como mochila, tomando en cuenta las novedades y curiosidades que ofrece la moda femenina, brindando la opción de variar con respecto al uso del producto, luciendo diferentes y favoreciendo la economía de quienes lo adquieran debido a su doble funcionabilidad.

Son muchas las empresas que están trabajando en pro al cuidado y protección del medio ambiente. Tomando en cuenta lo anterior, la micro empresa Encobar escoge como materia prima el yute, el cual es un material 100% ecológico y amigable con la

naturaleza, además de ser elaborado de manera artesanal, con el propósito de realizar prácticas inclinadas a la conservación del medio ambiente.

Mediante el desarrollo del documento se plantearon cuatro aspectos importantes para la creación de un plan de emprendimiento. El primer punto a desarrollar es el plan de mercadotecnia en el cual se describe el producto a elaborar y todas las características innovadoras que presenta, además de los beneficios que brinda a quienes lo adquieren. De igual forma se realizó una investigación de mercado, la cual generó información crucial para el desarrollo de estrategias de mercado.

Como segundo aspecto está el plan de producción, en el cual se definen los aspectos operativos de la empresa, se elaboró un flujograma de producción en el que se conocieron los tiempos específicos para la elaboración del Bolso-mochila y así determinar la capacidad productiva por mes, además se definen los insumos necesarios para el proceso de elaboración de los productos y la maquinaria necesaria para obtener el resultado final.

Posteriormente en el plan de organización y gestión, se presentan las pautas legales necesarias que la empresa inicie sus operaciones, estructura organizativa, equipos y mobiliarios necesarios con sus respectivos costos.

Por último se presenta el estudio financiero que permitirá conocer la factibilidad de la empresa, determinado los estados contables, punto de equilibrio y VAN / TIR.

## 2. Justificación

Para la realización del presente trabajo, desde el punto de vista metodológico se hace uso de un método de planificación, llamado planes de negocio, el cual permite conocer el entorno mercadológico, técnico, legal y financiero para determinar la factibilidad del negocio, además, el método da lugar a identificar los factores de riesgo que tendrá el negocio una vez que se implemente y conociendo esos factores se podrá reducir la incertidumbre.

Desde el punto de vista práctico, crear un negocio es una alternativa de empleo para inversionista y para las personas que puedan trabajar en el, en donde si se ponen en práctica nuestros conocimiento en el diseño del trabajo, podremos tener un negocio viable comercialmente, técnicamente y financieramente.

### **3. Objetivos**

#### **3.1. Objetivo general**

Proponer un plan de emprendimiento para la micro empresa EcoBag, dedicada a la producción y comercialización del producto Bolso-Mochila elaborado a base de yute ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2017.

#### **3.2. Objetivos específicos**

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



## 4. Desarrollo del subtema

### 4.1 Plan de Mercadotecnia

#### 4.1.1 Descripción de la innovación.

Con la idea de fomentar el cuidado y protección del medio ambiente, a través de la elaboración de productos con material natural, surge la idea de elaborar un bolso-mochila hecho de yute.

El yute es una fibra vegetal respetuoso con el medio ambiente, proviene del árbol *Corchorus Capsularis*, cultivado en climas cálidos y húmedos, principalmente en la India y Bangladé.

Beneficios ambientales del yute:

- El yute no requiere productos químicos para crecer, y su cultivo no afecta al ecosistema, se puede cosechar cada seis meses, y no hace falta cortar al árbol que lo produce durante la cosecha.
- Es 100% biodegradable y reciclable
- Reduce la contaminación del medio ambiente
- No requiere alto consumo de agua para crecer.

Para lograr el tejido del yute, una vez cosechado, se procesa la fibra y se transforma en hilado y después se teje. Las telas producidas se usan después en la fabricación de productos de yute, en su mayoría bolsas. La tela del yute suele tener un color amarillento, pero se pueden teñir y adaptar a los gustos de los consumidores. Hay diferentes calidades de telas, desde tejidos fuertes y un tanto rígidos hasta telas más suaves con un punto más pequeño.

Ilustración 1 Árbol de yute



Ilustración 2 Fibra de yute



Fuente: Google imágenes

Fuente: Go

Ilustración 4 Hilo de yute



Fuente: Google imágenes

Ilustración 3 Tejido de yute



Fuente: Google imágenes

En Nicaragua, actualmente no se cultiva esta fibra, no obstante, el yute, como hilo o tejido, se oferta en diferentes tiendas del país, como: Almeces Alejandría, ubicados en Managua y Comercial Fabiola, ubicados en Jinotepe, los distribuidores mayoristas de este material.

Al darnos cuenta de los beneficios que aporta el yute a la madre naturaleza por ser un material 100% ecológico y biodegradable, surge la iniciativa de crear una micro empresa que sea amigable con el medio ambiente, de igual manera ofrecer un producto diferenciado en cuanto al uso.

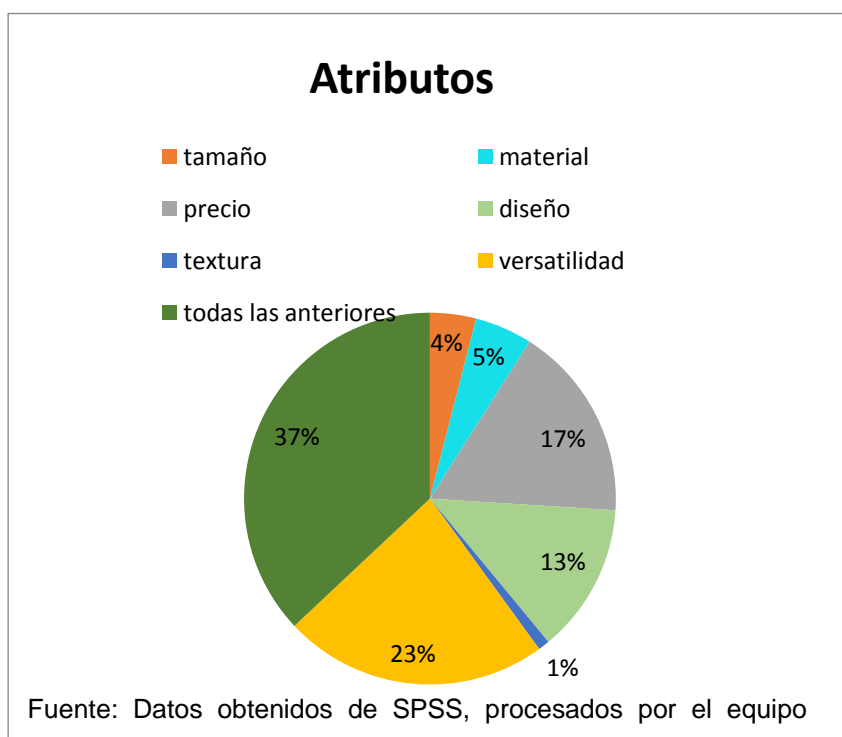
El objetivo es promover la idea de cuidar y preservar el medio ambiente a partir de la creación de productos elaborados con material natural, sin dejar a un lado la creatividad y originalidad en los estilos de los bolsos-mochilas debido a las exigencias de las féminas, y darle una nueva cara a los productos que actualmente se elaboran con este material (bolsas y sacos). Dejando a un lado el medio ambiente, esta idea nace de ver los cambios en las tendencias de moda en las jóvenes, y las múltiples ventajas que ofrece el yute al ser utilizado en productos:

- Flexibilidad: Es de gran ayuda a la hora de dominar el tejido y adaptarlo al producto, bolso-mochila.
- Textura: Los productos resultan resistentes y suaves al tacto, por lo que no dañan lo que cubren.
- Puede ser utilizado separado o mezclado con diferentes gamas de fibras o materiales.

**La innovación del producto bolso-mochila radica en las siguientes características:**

- El producto bolso-mochila hecho a base de yute es pionero en el mercado local y nacional.
- Es un producto que aporta al cuidado del medio ambiente.
- Valor agregado a la materia prima, a través de la transformación de la tela yute, ofreciendo un producto diferenciado a los existentes en el mercado.
- Un bolso-mochila con un material ecológico, no se encuentra en el país, por lo tanto es un producto innovador.
- Es un producto que puede utilizarse como mochila o bien como bolso.

Gráfico 1 Atributos del producto

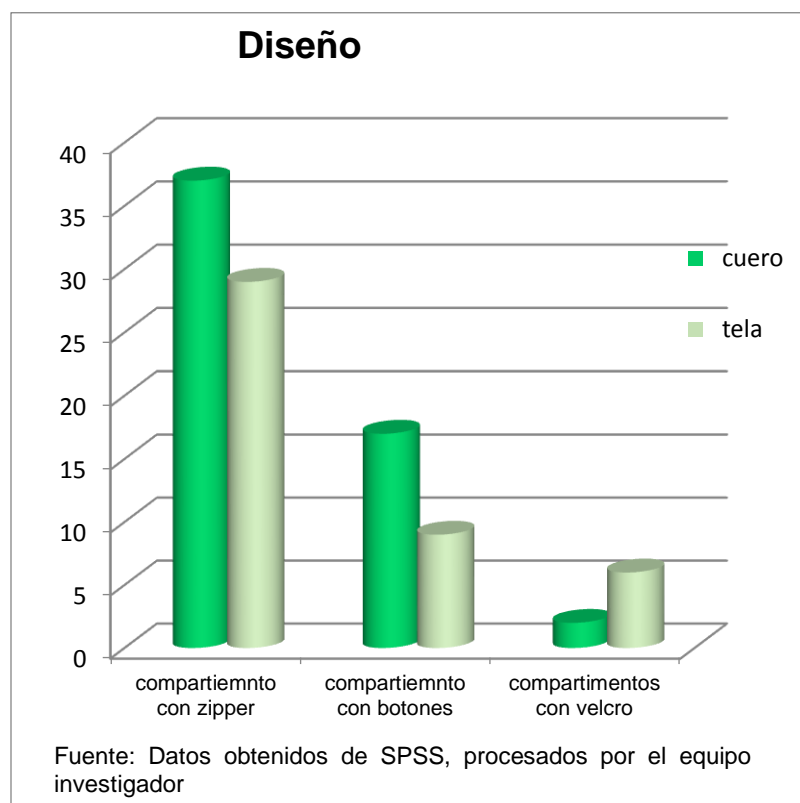


Para la gran mayoría de informantes, el 37% de ellas, manifestaron que son agradables los atributos presentados en el gráfico, destacando entre ellos con un 23% de estas jóvenes se inclinan por la versatilidad que presentan los bolsos y al mismo tiempo mochila, atributo que les llamo la atención de

manera que estarían comprando dos productos en uno. Sin embargo no dejan a un lado el tamaño, material, precio y diseño, considerándolos importantes y necesarios para realizar la compra, siendo una joven la que mostrara su interés por la textura.

Por último, es importante mencionar que el proceso de elaboración del “bolso-mochila” es sencillo, por lo que se hace más fácil la introducción del producto al mercado.

Grafico 2 Diseño del producto



De acuerdo con el gráfico, en donde se muestran dos variables importantes y determinantes para este estudio, como lo son el diseño del nuevo producto y el material a utilizar en el mismo, se observa que la mayoría de las personas encuestadas, con un porcentaje del 37% prefieren que el diseño del nuevo producto, posea un compartimento con zipper y que, a su vez, el material con

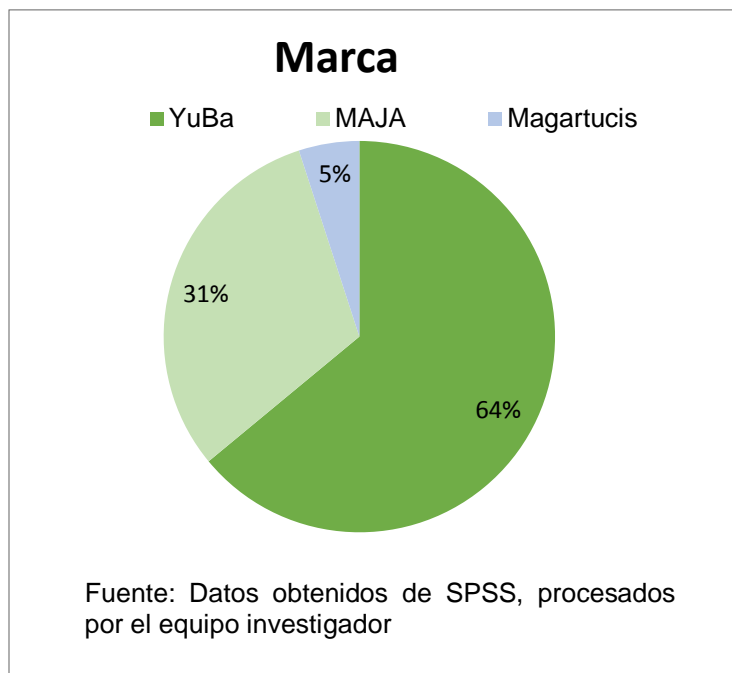
el que se convine sea el cuero. El 29% opta por el mismo compartimento, pero que el material sea la tela, dejando en claro que los compartimentos con velcro no son de su agrado para productos juveniles, es por esta razón que el bolso-mochila YuBa, se combinará con cuero de diferentes colores y tendrá compartimentos con zipper, esto para satisfacer los gustos de las clientas potenciales.

Ilustración 5 Diseño del producto



Fuente: Equipo investigador

Grafico 3 Marca del producto



La marca del producto se obtuvo a través de encuestas aplicadas a jóvenes mujeres de quince a veinticinco años, provenientes del casco urbano del municipio de Jinotepe, de las cuales se obtuvieron los siguientes resultados: Un 5% de la población encuestada manifestó que el nombre Magartucis era el adecuado para un producto juvenil, en cambio un 31% opinó que el nombre del producto bolso-

mochila sería MAJA, pero es notorio que en su gran mayoría de un 64% de mujeres opinan que la marca idónea del bolso mochila es YuBa, esto por la facilidad de pronunciarlo y recordar, lo corto y originalidad del nombre.

### Nombre de la microempresa

Ilustración 6 Nombre de la microempresa

Eco: Ecología

Bag: Bolso (Inglés)

Se estableció el nombre de “EcoBag” para la microempresa, debido a que este es una fusión de dos palabras principales, como lo es la ecología, por ser un producto amigable con el medio ambiente por el material con el que está elaborado, y Bag el cual significa bolso en inglés. Esta empresa busca la satisfacción de sus clientes, entregando productos útiles y necesarios, pero que a su vez, ayuden a generar conciencia en el cuidado y protección de la naturaleza. Por tal razón, se escogió el color verde, el cual es el color representativo de la misma.

### Marca y logo del producto

Ilustración 7 Marca y logo del producto



“YuBa” es el nombre de la marca que escogieron los potenciales clientes, a través de la encuesta realizada a una muestra de la población. Al igual que el de la empresa, el nombre del Bolso-Mochila, o bien, la marca es combinación de las palabras Yute y Bag. Con esta marca se pretende que los clientes la recuerden por ser corta y fácil de mencionar, logrando posicionamiento en la mente de los consumidores.

Por otro lado, cabe destacar que el nombre “YuBa” transmite frescura y juventud solo por el hecho de mencionarlo, y es esto lo que se pretende proyectar a las futuras clientes.

### Slogan

## ***“Salvemos el ambiente con estilo”***

La vanidad, moda, estilo y la comodidad son factores determinantes que hacen que un cliente obtenga un producto en específico y que sea recordado de manera especial.

tomando como referencia lo antes mencionado surge la idea de crear un slogan cuyo contenido fuese dirigido a aquellas jóvenes que les gusta lucir bien en su día a día, utilizando productos diferenciados y novedosos y que al mismo tiempo contengan impacto social.

La sociedad está cada día más concientizada y trabajando en pro al cuidado de la naturaleza, por tal razón, nos unimos a la causa creando este tipo de productos que no generan mayores afectaciones a la misma.

### **4.1.2 Comparación del producto con la competencia.**

**Competidores directos:** Se identificó que la micro empresa no posee competidores como tal, debido a que actualmente no existe ninguna empresa que fabrique y comercialice este tipo de bolso-mochila hecho a base de yute.

**Competidores indirectos:** Los competidores indirectos que se presentan son, todas las empresas que se dedican a la comercialización de mochilas o bolsos ya sean de cuero o tela, elaborados de manera artesanal o industrial.

Los bolso-mochila presentan una ventaja comparativa, ya que las empresas que elaboran y comercializan este tipo de producto lo hacen por separado, un bolso y una mochila; además el proceso de producción es mucho más complejo que el que se utilizará para los bolsos-mochilas que se pretende elaborar de una forma artesanal, sin dejar a un lado la demanda que hay en el segmento joven femenino, sabiendo que es un mercado atractivo para la introducción de los bolsos-mochila.

**Diferenciación en producto:** Los bolsos mochilas se diferencian de los demás bolsos por los materiales con que se fabricaran, llevando consigo un compromiso social, además la versatilidad que tendrán al momento de usarlo.



### **4.1.3 Mercado/ zona comercial**

Para Kotler & Armstrong (2007) un mercado es “El conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Tales compradores comparten una necesidad o un deseo en particular, el cual puede satisfacerse mediante relaciones de intercambio.”

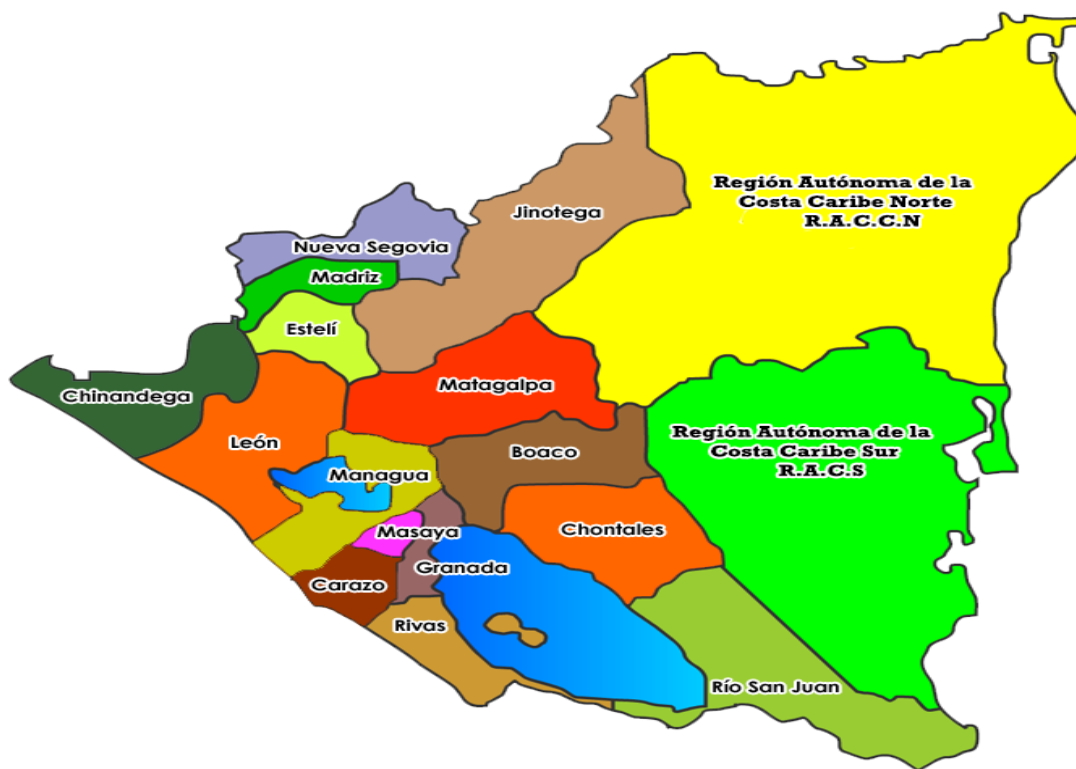
La zona comercial de los productos de la micro empresa EcoBag, será el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, en donde se concentra toda la actividad económica del departamento, cuenta con universidades y colegios que son de atracción para que los estudiantes adquieran los bolsos-mochila. Tomando en cuenta que en el municipio de Jinotepe no hay ninguna tienda que oferte este tipo de productos, convirtiéndose en una ventaja para la empresa Ecobag, de poder liderar el mercado Jinotepino.

### **Macro localización**

La micro empresa EcoBag estará ubicada en el departamento de Carazo.

Ilustración 8 Mapa de Nicaragua

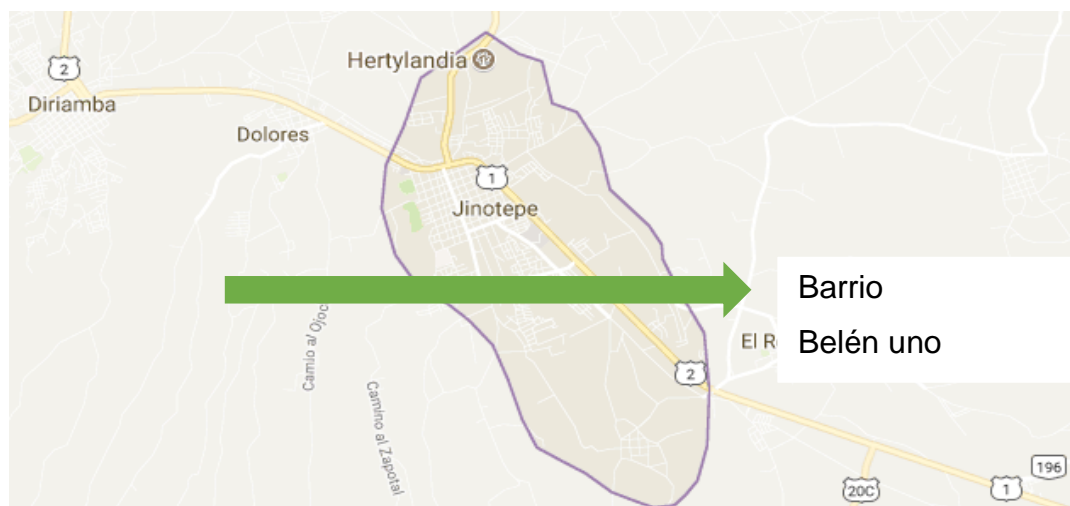




Fuente: [https://www.google.com.ni/search?q=google+maps&oq=google+&gs\\_l=psy-ab.1.0.0i67k1l4.12221.13829.0.19952.7.7.0.0.0.175.621.0j4.4.0....0...1.1.64.psy-ab..3.4.619.U04lnPFZCD](https://www.google.com.ni/search?q=google+maps&oq=google+&gs_l=psy-ab.1.0.0i67k1l4.12221.13829.0.19952.7.7.0.0.0.175.621.0j4.4.0....0...1.1.64.psy-ab..3.4.619.U04lnPFZCD)

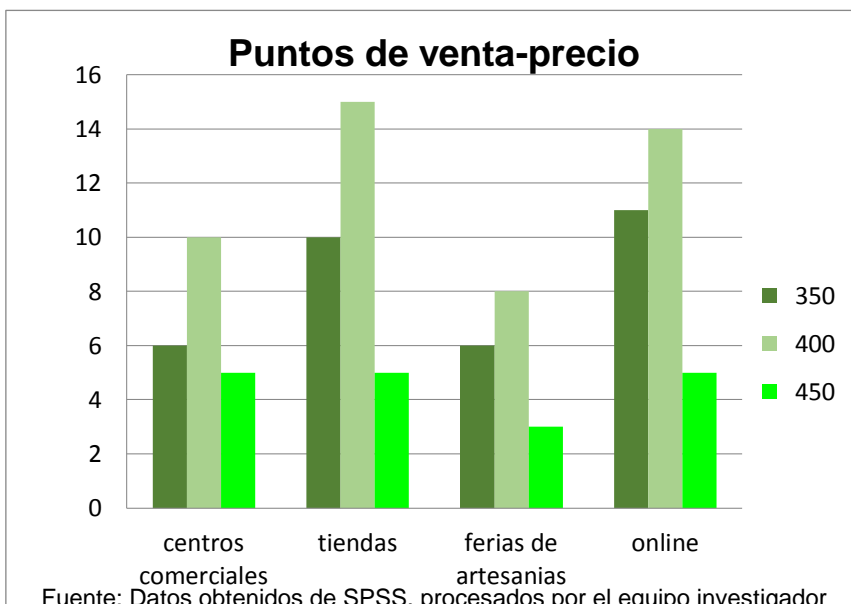
donde se elaborarán los bolsos-mochilas.

Ilustración 9 Mapa de Jinotepe



Fuente: [https://www.google.com.ni/search?q=google+maps&oq=google+&gs\\_l=psy-ab.1.0.0i67k1l4.12221.13829.0.19952.7.7.0.0.0.175.621.0j4.4.0....0...1.1.64.psy-ab..3.4.619.U04lnPFZCD](https://www.google.com.ni/search?q=google+maps&oq=google+&gs_l=psy-ab.1.0.0i67k1l4.12221.13829.0.19952.7.7.0.0.0.175.621.0j4.4.0....0...1.1.64.psy-ab..3.4.619.U04lnPFZCD)

Grafico 4 Puntos de venta-precio



La gran mayoría de jóvenes encuestadas manifestaron que estarían dispuestas en su mayoría a comprar el bolso-mochila en tiendas físicas y a través de internet (online) pagando por el producto \$400.00 córdobas, en

cualquier punto de venta antes mencionado. Seguido por los centros comerciales y siendo una mínima parte de ocho personas las que prefieren adquirir el bolso-mochila en ferias de artesanías.

La micro empresa EcoBag, pretende comercializar los bolso-mochilas YuBa, en tiendas exclusivas del municipio de Jinotepe, por esta razón se pensó en crear alianzas con la tienda Bella Mafia, poder exhibir y vender los productos, pero de igual manera se venderán online, de acuerdo a lo expresado por las encuestadas.

#### 4.1.4 Segmentación de mercado (clientes potenciales)

De acuerdo a los segmentos de mercado, Schiffman & Lazar Kanuk, (2010) consideran que

“El proceso de segmentación del mercado y la búsqueda de consumidores metas consiste en la identificación de segmentos dentro de un mercado o una población dados, la evaluación del potencial de marketing de cada segmento, la elección de los

segmentos que se tomaran como meta y la creación de una mezcla de marketing (es decir, producto, precio, plaza, promoción) para cada segmento meta seleccionado. Los consumidores pueden segmentarse considerando distintos factores como indicadores demográficos, estilos de vida (incluyendo los pasatiempos) y hábitos de uso asociados con algún producto u otros factores.”

La micro empresa EcoBag, pretende llegar en primera instancia al segmento joven femenino del casco urbano de Jinotepe, que según datos obtenidos a través del SILAIS-Jinotepe son 4,001 mujeres proyectadas al año 2017, deseando a largo plazo expandir la empresa a nivel nacional y de esa manera lograr que los bolsos-mochilas lleguen a todas las jóvenes de Nicaragua.

El segmento seleccionado estará representado por mujeres jóvenes, con un poder adquisitivo medio, de gustos únicos y modernos, de manera que estarán utilizando un producto hecho de un material poco común entre jóvenes. Mujeres que se preocupen por el cuidado al medio ambiente, pero que de igual manera les guste lucir bien.

La micro empresa se centró en este segmento de mercado, debido a que es uno de los segmentos más atractivos, exigentes y que más demanda en la actualidad. Los principales clientes potenciales son las jóvenes estudiantes de colegios y/o universidades del municipio de Jinotepe, principalmente de quince a veinticinco años, es a esta edad en donde las jóvenes deciden comprar lo que realmente les gusta y necesitan, independientemente que sean sus padres quienes paguen por el producto.

El municipio de Jinotepe es uno de los municipios del departamento de Carazo que cuenta con más colegios y el único en donde se encuentran universidades, siendo una gran oportunidad para la empresa EcoBag ofrecer los bolsos-mochilas y ser adquiridos por las estudiantes.

Tabla 1 Segmento de mercado: Perfil del consumidor

### Geográfico

País	Nicaragua
Departamento:	Jinotepe-Carazo
Densidad:	Zona urbana, cuatro barrios principales de la ciudad.
<b>Demografía</b>	
Edad:	Rango de edad de: 15-20 años 21-25 años
Género:	Femenino
Nivel económico:	De forma general se encuentran en la Clase social media y media alta
<b>Pictográficas</b>	
Estilo de vida: públicos o privados	Jóvenes estudiantes de colegios y universidades

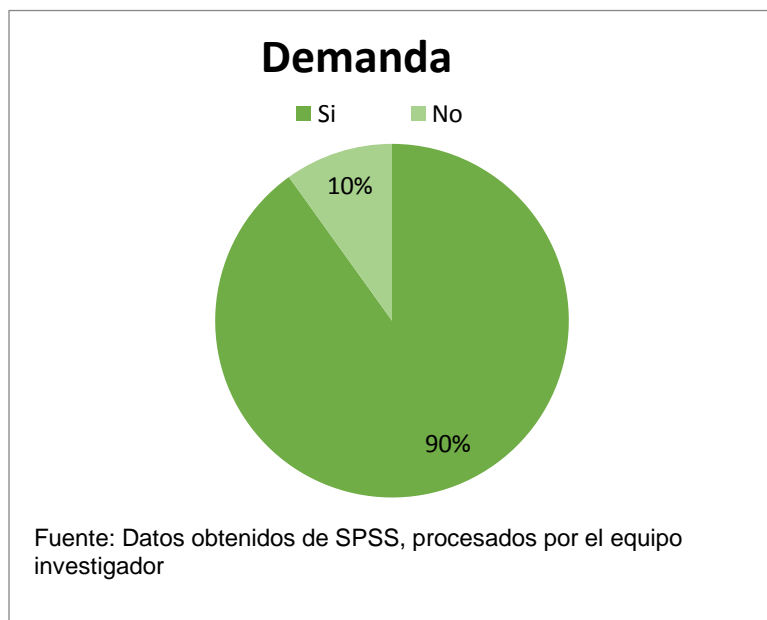
Fuente: Equipo investigador

#### 4.1.5 Demanda total

Kotler & Keller, (2006) señalan que “La demanda de mercado de un producto es el volumen total susceptible de ser adquirido por un grupo de consumidores definido en un área geográfica determinada, durante un periodo establecido, en un entorno de marketing concreto y bajo un programa de marketing específico”

Para la estimación de la demanda potencial se tomó como base a 3,626 mujeres (dato obtenido a través de las oficinas del SILAIS, Carazo, informe 2008). Al proyectar esta cantidad de mujeres, considerando una tasa anual de crecimiento del 1.1% se obtiene que a la fecha, la cantidad de mujeres que representa la demanda potencial sea de 4,001. (Ver cálculo en anexo 3)

Grafico 5 Aceptación del producto



Según Resultados obtenidos de la encuesta, en relación a la aceptación del producto bolsos-mochila a base yute, se ha determinado que un gran porcentaje de jóvenes en este caso el 90% según el instrumento aplicado, expresaron que estarían dispuestas a comprar esta nueva innovación. En base a estos resultados se podría decir

que la micro empresa EcoBag podría ser rentable.

#### Para calcular la demanda real se utilizó la siguiente fórmula

DT= 4,001 mujeres de 15 a 25 años

DR= DT x % de rechazo del producto

DR= 4,001 x 10% (jóvenes que no estarían dispuesto a comprar el bolso-mochila)

DR= 3,601 mujeres.

Razones por las cuales las jóvenes no comprarían el bolso-mochila

Tabla 2 Discriminantes de la demanda

Factores de no consumo	%	Cantidad
Fidelidad a otra marca	4%	160

No le gustan los productos ecológicos	3%	120
Poca confianza por ser un producto nuevo en el mercado	3%	120
<b>Total</b>	<b>10%</b>	<b>400</b>

Fuente: Equipo investigador

### Demanda Insatisfecha

En la siguiente tabla se muestra el porcentaje de mercado que cubre la competencia indirecta del producto (bolso-mochila).

Tabla 3 Oferta real

Marca de bolsos	%	Volumen
American Eagle AE	9.9%	356.4
Michael Kors MK	3.6%	129.6
<b>Total</b>	<b>13.5%</b>	<b>486</b>

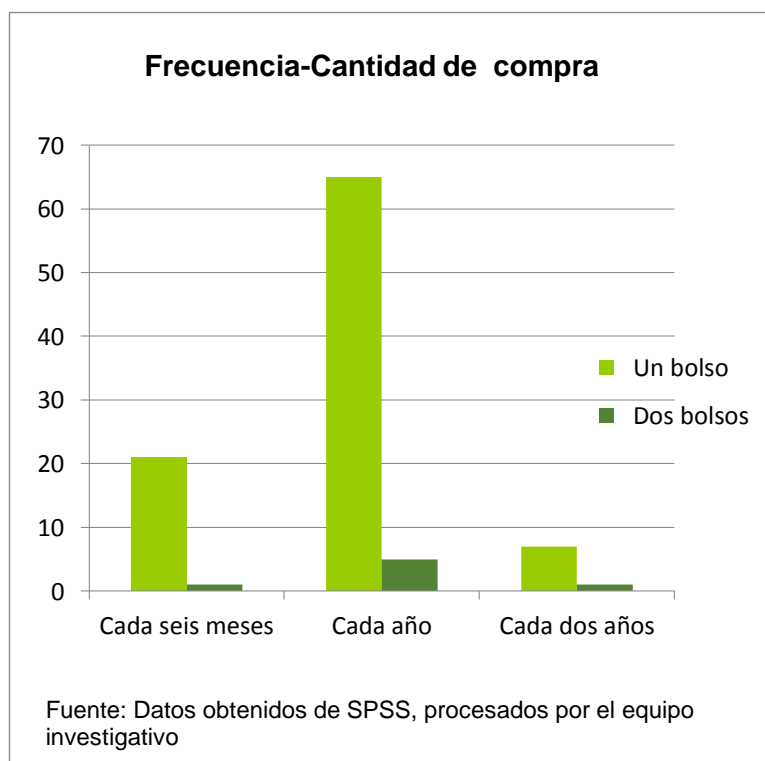
Fuente: Equipo investigador

$$DI = DR - OR$$

$$DI = 3,601 - 486$$

$$DI = 3,115 \text{ mujeres}$$

Grafico 6 Frecuencia-cantidad de compra



Se realizó el cruce entre las variables frecuencia y cantidad de compra para conocer el comportamiento que tendrá la demanda real con respecto al nuevo producto, y al hacerlo se manifiesta que el 65% estaría dispuesto a adquirir un Bolso-Mochila y que la

frecuencia con la que lo hará será una vez al año. Del mismo modo el 5% optó por adquirir dos productos al año.

Se observa que un 21% de la demanda real obtendrá un solo producto en un lapso de tiempo de seis meses y tan solo el 1% adquirirá dos bolsos. Por último mediante el gráfico se aprecia que el 7% adquirirá un producto cada dos años y el 1% dos veces. Según estos datos se determina que, en su mayoría, la población adquiere este tipo de productos una vez al año por la durabilidad del mismo y además por las temporadas de inicios de clases, lo cual viene a dar una información crucial al equipo investigador para la estimación de ventas.

#### **4.1.6 Participación de mercado esperada.**

“Porcentaje de la clientela existente o del saldo comercial global, o bien del volumen de las ventas, cuando se consideran elementos comparables”.

La micro empresa EcoBag no cuenta con una competencia directa como tal, debido a que actualmente no se oferta en el mercado un producto similar con el enfoque que los bolsos mochilas YuBa presentan. No obstante, existen múltiples empresas que fabrican bolsos o mochilas, ya sea de manera artesanal o industrial, que vienen a ser competencia indirecta para la microempresa, tales como: bolsos mochilas de las marcas American Eagle y Mk, las mochilas Totto, todos los bolsos encontrados en las tiendas usadas, y los bolsos encontrados en el mercado de artesanía.



Para determinar la participación de mercado se realizó el siguiente cálculo, considerando cifras anuales de ventas:

$$\text{Participación relativa de mercado} = \frac{\text{ventas de la empresa}}{\text{ventas de la industria}}$$

$$\text{PM} = \frac{1840}{8740} = 0.21$$

PRM= 21%

La participación de mercado de la micro empresa se calcula tomando la proyección de ventas anuales estimadas para la micro empresa dentro del mercado jinotepino (1,840) entre la proyección de ventas totales anuales de la industria (8,740) lo que resulta un 21% de participación de mercado para la EcoBag.

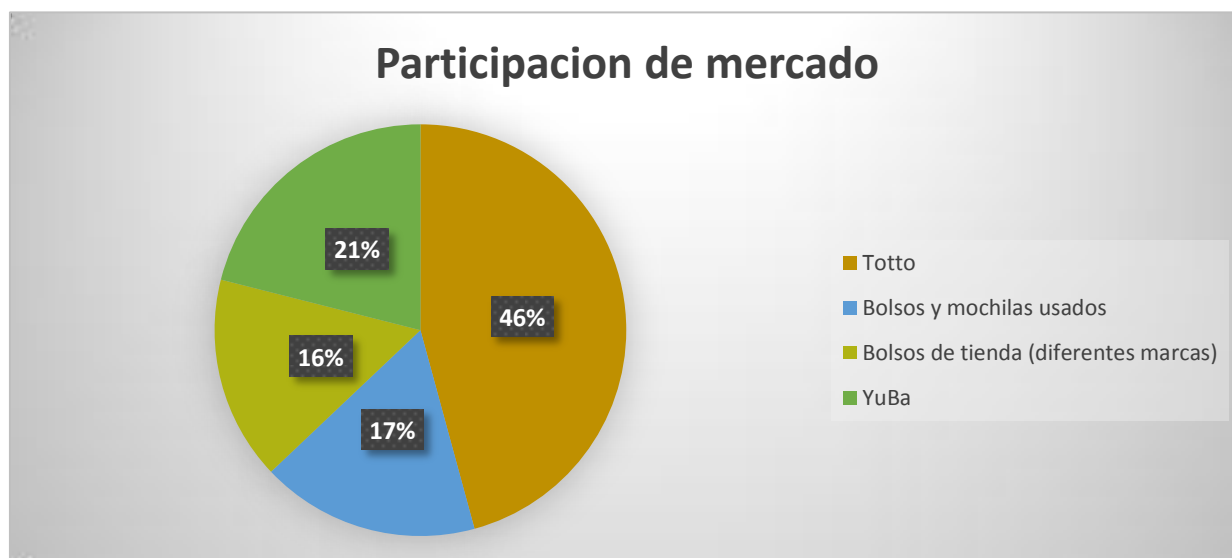
A continuación se muestra como está distribuida la cantidad de productos vendidos por cada industria. Cabe mencionar que estas ventas son únicamente de las tiendas más reconocidas del municipio de Jinotepe, donde van incluidos bolsos y mochilas, nuevos o usados.

Tabla 4 Productos vendidos por la competencia

Industrias	Unidades
Totto	4,000
Bolsos y mochilas usados	1,500
Bolsos de tienda (diferentes marcas)	1,400
YuBa	1,840
<b>Total</b>	<b>8,740</b>

Fuente: Equipo investigativo

Grafico 7 Participación de mercado



Fuente: Equipo investigativo

#### 4.1.7 Estrategia de mercado.

De acuerdo con Kotler & Armstrong (2008), la estrategia de mercado es la “Logica de marketing por medio de la cual las unidades de negocio esperan lograr sus objetivos de marketing”

##### **Estrategia de producto:**

La micro empresa EcoBag dedicada a la producción y comercialización de la marca de bolso-mochila YuBa utiliza como estrategia central la estrategia de desarrollo de producto, la cual se utiliza para productos nuevos en el mercado.

El propósito que se espera con la implementación de dicha estrategia para la marca YuBa es darse a conocer en el segmento joven femenino jinotepino y del mismo modo

vender con gran éxito los productos, satisfaciendo un porcentaje de la demanda insatisfecha propuesta en el presente plan de emprendimiento.

Se propone como estrategia de producto el ofrecer a los clientes un valor agregado al adquirir el Bolso-Mochila, siendo este un empaque diferenciado al que se ofrece en el mercado, con el fin de ser reutilizado de diferentes maneras y teniendo como mayor propósito el concientizar a los clientes a formar parte del cuidado y protección del medio ambiente.

Por otro lado se plantea como estrategia el ofrecer en el producto una gama de colores con la finalidad de que sean los clientes quienes escojan el de su preferencia, sin cambiar el tamaño del Bolso.

#### **Estrategia de precio:**

La micro empresa EcoBag pretende entrar al mercado estableciendo políticas de precios en base a los costos de producción y a los precios que ofrece la competencia, para de esta manera establecer márgenes de contribución competitivos.

Esto se hace con el propósito de generar satisfacción en los clientes y lograr posicionamiento en la mente del consumidor al obtener un producto que se diferencie de los demás en cuanto al material y su doble uso y más importante obtenerlo por un bajo precio.

#### **Estrategia de plaza o distribución:**

Ecobag implementará una distribución exclusiva, ya que se escogió un solo punto de venta para adquirir los bolsos mochilas que servirá como distribuidor exclusivo, siendo la tienda "Bella Mafia" de Jinotepe, se eligió esta tienda por la ubicación céntrica y el tipo de clientes que la visitan, mujeres jóvenes con estilos únicos. Este distribuidor únicamente venderá al detalle.

Esta distribución es muy conveniente para la microempresa de manera que los costos de distribución en que se incurrirán son mínimos, además lo que la empresa pretende con esta estrategia es cuidar y distinguir la marca de los demás productos existentes en el mercado

### Canal de distribución:

Ilustración 10 Canal de distribución indirecto

**EcoBag**



Microempresa EcoBag

Tienda Bella Mafia,  
ubicada frente al que  
fue cine Gonzales.  
Jinotepe-Carazo

Clientes  
finales.

Fuente: Equipo investigativo

Buscando la satisfacción de las posibles clientas, la micro empresa EcoBag contará con dos canales de distribución, éste otro de nivel cero o directo, es decir de la empresa donde se producirán los bolsos, a llegar a los clientes finales, aquí se hará uso de las ventas online, llevando el producto a través de servicio delivery únicamente en el municipio de Jinotepe.

Ilustración 11 Canal de distribución directo

**EcoBag**



Microempresa EcoBag

Clientes finales

Fuente: Equipo investigativo

**Estrategia de publicidad:**

Durante la etapa de introducción de mercado, EcoBag, deberá realizar un plan publicitario, con el objetivo de informarles a los clientes potenciales la existencia de un nuevo producto en el mercado, esto se hará a través de un spot publicitario y páginas en las redes sociales, medios en los cuales el mercado meta se encuentra más activo, esperando persuadirlos para la realización de la compra de los bolsos-mochilas.

A partir de lo anterior, se monta la siguiente matriz en donde se presentan las estrategias adecuadas al producto “Bolso-Mochila” para lograr los objetivos propuestos por la empresa.

Tabla 5 Estrategia de mercado

<b>Desarrollo de producto:</b> La micro empresa EcoBag por medio de esta estrategia busca vender a través de la fabricación del nuevo producto bolso-mochila YuBa considerando los gustos y preferencias de las jóvenes.					
<b>Objetivo estratégico</b>	<b>Acciones</b>	<b>Impacto esperado</b>	<b>Responsable</b>	<b>Recursos</b>	<b>Costo</b>
<b>Estrategia de producto</b>					
Ofrecer un valor agregado, mediante un diseño de empaque que pueda ser reutilizado, después de haber cumplido la función de empaque.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño del empaque del bolso-mochila (ver anexo 4)</li> <li>• Selección de los materiales adecuados para el empaque</li> <li>• Elaboración y decoración del empaque.</li> </ul>	Lograr que el cliente haga conciencia sobre el cuidado al medio ambiente, al adquirir una bolsa reutilizable con un material amigable con la naturaleza	Responsable de administración y ventas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Papel craft</li> <li>• Tijeras</li> <li>• Pegamento</li> <li>• cintas</li> <li>• lápiz</li> <li>• calcomanías de la marca</li> </ul>	<b>Nota:</b> Estos costos no se ven reflejados en el presupuesto de mercadotecnia, debido a que van incluidos en los costos de producción.

Ofertar variedad de colores (cuero) manteniendo el tamaño y diseño del producto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selección de los colores más llamativos para el producto</li> <li>• Compra de gama de colores de cuero.</li> <li>• Elaboración del bolso.</li> </ul>	Satisfacer los gustos de las jóvenes, ofreciéndole una variedad de colores en el producto, de manera que ellas puedan escoger el de su preferencia.	Responsable de producción y operarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuero</li> <li>• Tijera</li> <li>• Cuchillo</li> <li>• Máquina de coser</li> </ul>	<b>Nota:</b> Estos costos no se ven reflejados en el presupuesto de mercadotecnia, debido a que van incluidos en los costos de producción
<b>Estrategia de precio</b>					
Establecer políticas de precio a partir del cálculo de los costos considerando márgenes de	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calculo de los costos de producción</li> <li>• Análisis del precio de la competencia</li> <li>• Establecimiento del margen de</li> </ul>	Lograr que los cliente se inclinen hacia el productos YuBa, por presentar precios alcanzables y justos para el segmento al que va dirigido	Responsable de administración y ventas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadora</li> <li>• Investigaciones de mercados</li> </ul>	

ganancia competitivos en el mercado	ganancia <ul style="list-style-type: none"> <li>Fijación de precio de ventas.</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>Papel</li> </ul>	
<b>Estrategia de distribución</b>					
Establecer alianzas con la tienda "Bella Mafia" para que funcione como distribuidor exclusivo de la marca.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contactarse con la dueña de la tienda</li> <li>Establecimiento de los márgenes de ganancias y acuerdos de cómo vender el bolso-mochila. La tienda venderá el bolso con un 10% más de su precio, mismo porcentaje que será su ganancia.</li> <li>Traslado de los bolsos-mochilas a la tienda. El</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Distinguir la marca de los demás productos.</li> <li>Lograr mayor alcance del segmento juvenil, debido a que esta tienda es exclusiva para jóvenes.</li> </ul>	Responsable de administración, producción y venta	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estantes</li> <li>Teléfono</li> <li>Contratos</li> <li>Pago de taxi</li> <li>Facturas</li> </ul>	<p>C\$1,300.00</p> <p>C\$400.00</p> <p>C\$50.00</p> <p>C\$400</p> <p><b>Nota:</b> El precio de la factura está reflejado en los gastos de administración.</p>



	<p>embalaje que se usará para la trasportación del producto serán cajas de cartón, cajas donde viene parte de la materia prima, esto quiere decir que serán reutilizadas, siempre con el propósito de pensar en verde.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Colocación del producto en la tienda</li> </ul>				
Ofrecer ventas online, específicamente a través de WhatsApp para las	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incorporación del número telefónico en redes sociales y spot publicitario.</li> <li>• Creación de un grupo en la red</li> </ul>	Lograr la satisfacción del cliente, al momento de realizar una compra de forma rápida y segura.	Responsable de mercadotecnia, producción y venta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teléfono</li> <li>• Internet</li> <li>Guía de contactos</li> </ul>	C\$ 750.00

personas que no puedan visitar la tienda en físico.	social, para mantener una relación directa con las clientas				
Brindar servicio delivery, únicamente en el municipio de Jinotepe	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Divulgación de número telefónico donde las clientas realicen sus pedidos</li> <li>• Búsqueda de un taxi de confianza</li> <li>• Servicio delivery (un solo día a la semana para todo el municipio de Jinotepe).</li> </ul>	Fidelizar a los clientes	Responsable de administración, producción y venta.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teléfono Taxi</li> </ul>	<b>Nota:</b> el pago de taxi es un costo adicional de C\$ 10 que se le cargará al cliente.
<b>Estrategia de comunicación</b>					

<p>Diseñar un plan publicitario, dirigido a mujeres jóvenes estudiantes de secundaria y universidades, en el cual se les informe la existencia, beneficios y atributos de un nuevo producto, en este caso “bolso-mochila” y de esta manera persuadirlos a realizar la compra del producto</p>	<p>Publicidad audiovisual: (ver anexo 5)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Búsqueda de información del canal seleccionado</li> <li>• Redacción del guion del spot publicitario.</li> <li>• Diseño de la parte visual del spot</li> <li>• Firma de acuerdo con el responsable del canal (hora del anuncio, veces que lo pasaran y precio).</li> </ul>	<p>Informarle al mercado meta sobre la existencia del nuevo producto y de esta manera persuadir a la compra del producto YuBa.</p>	<p>Responsable de administración y venta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadora.</li> <li>• Imágenes del producto</li> <li>• Contratos</li> <li>• Facturas</li> </ul>	<p>C\$ 3,200.00</p> <p><b>Nota:</b> el pago del contrato está reflejado en los gastos de administración</p>
	<p>Diseño de la publicidad en internet (redes sociales)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de paginas en</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener una constante relación con los clientes.</li> </ul>	<p>Responsable de administración y ventas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadora</li> <li>• Internet</li> <li>• Fotos del producto</li> </ul>	<p>C\$ 750.00</p>

	<p>facebook e Instagram (ver anexo 6).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Divulgación de contenio relacionado al producto. (imágenes del diseño, precio).</li> <li>• Realización de videos virtuales en donde se señalen los atributos y manera de utilizar el producto.</li> <li>• Seguimiento y respuesta a inquietudes y sugerencias por parte de los clientes.</li> </ul>				
--	---	--	--	--	--

Fuente: Equipo investigador

#### 4.1.8 Estimación de venta

En la siguiente tabla se muestra la estimación de las ventas de los Bolsos-Mochila YuBa

Meses Bajos ■

Meses Altos ■

Tabla 6 Estimación de venta

Descripción del producto	Ene	Feb	Mar	Abril	May	Jun	Jul	Agos	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Unidades físicas	190	180	170	130	130	130	180	130	130	130	150	190	1,840
Precio de venta en córdobas	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450
Unidades monetarias en córdobas	85,500.00	81,000.00	76,500.00	58,500.00	58,500.00	58,500.00	81,000.00	58,500.00	58,500.00	58,500.00	67,500.00	85,500.00	828,000.00

Fuente: Equipo investigador

**Nota:** La capacidad de producción de la micro empresa EcoBag para un mes, es de 200 unidades de bolsos-mochilas, esta cantidad de producción será ajustada al comportamiento de la demanda de las jóvenes, en donde se procurará mantener un stock de inventario de materia prima del 10% y de un 5% en los meses bajos.

#### 4.1.9 Presupuesto de mercadotecnia.

Para la realización del presupuesto de mercadotecnia, se tomaron en cuenta las estrategias planteadas en el cuadro anterior de acuerdo al tiempo y sus costos reales. La siguiente tabla muestra con precisión la inversión que deberá hacer la empresa con respecto a publicidad y su inserción en el mercado.

Tabla 7 Presupuesto de mercadotecnia

Descripción	Cantidad	Costo unitario en córdobas	Costo total en córdobas	Periodo
Pago de mes de internet domiciliario 2GB	1	750.00	750.00	Apertura
Mensualidad del Spot publicitario transmitido en canal 28	1	3,200.00	3,200.00	Pre inversión
Adquisición de estante	1	1,300.00	1,300.00	Apertura
Transporte de taxi	_____	50.00	50.00	Apertura
<b>Total</b>			<b>5,300.00</b>	

Fuente: Equipo investigador

## 4.2 Plan de producción

### 4.2.1 El proceso de producción.

De acuerdo a Urbina (2010), “Todo proceso productivo conlleva una tecnología que viene a ser la descripción detallada, paso a paso, de operaciones individuales, que, de llevarse a cabo, permiten la elaboración de un artículo con especificaciones precisas”

Para la elaboración del bolso-mochila YuBa, es necesario realizar la compra de los materiales necesarios para su fabricación, para luego proceder a dibujar y cortar los moldes del bolsos en una cartulina, cabe mencionar que los moldes de los bolsos, seran estándar es por esta razón que únicamente se realizarán una vez y serán utilizados para todos los bolsos-mochilas que se elaborarán.

Simbología ANSI American Nacional Standard Institute







Tabla 8 Simbología ANSI

Símbolos	Términos
	Inicio o fin
	Documento
	Decisión
	Actividad
	Deposito provisional o espera
	Archivo de oficina

Fuente: Equipo investigador

El proceso productivo del bolso-mochila inicia de esta manera:

Tabla 9 Proceso productivo para la elaboración de los bolsos-mochilas

No	Actividad							Tiempo en minutos
1	Cortar el yute				●			15min
2	Cortar el cuero				●			10min
3	Devastar el cuero				●			10min
4	Pegar las piezas de yute				●			5min
5	Secado de piezas					●		10min
6	Coser las piezas del bolsos				●			20min
7	Coser el forro				●			5min
8	Pegar el fondo (entretelar)				●			5min
9	Pegar zipper, hebillas				●			10min
10	Cocer baqueta para colocar marca				●			10min
11	Fin de la actividad	●						
	Tiempo total del bolso							100min/ 1hr40min

Fuente: Equipo investigador



A continuación el resumen de la capacidad de producción de los bolsos-mochilas al 100% trabajando 5 días a la semana 8 horas

Tabla 10 Capacidad de producción







Tiempo real	No. de operarios	Cantidad producida		
		Diario	Semanal	Mensual
1hr 40min	2	10	50	200

Fuente: Equipo investigador

### Proceso productivo del empaque

El proceso de elaboración del empaque del bolso-mochila, implica las siguientes actividades.

Tabla 11 Proceso productivo para la elaboración de empaque

No	Actividad							Tiempo en minutos
1	Medir el papel				●			2min
2	Cortar el papel				●			4min
3	Armar la bolsa				●			4min
4	Pegar el papel				●			3min
5	Armar el fondo de la bolsa				●			3min
6	Abrir agujeros				●			1min
7	Poner las cintas				●			1min
8	Fin de la actividad	●						
9	Tiempo total del empaque							18min

Fuente: Equipo investigador

### Capacidad de producción de empaque.

Trabajando ocho horas diarias se pueden realizar 26 empaques al día, sin embargo el número de empaques que se elaboraran al día, será la misma cantidad de bolsos-mochilas, sabiendo que las encargadas de su elaboración serán las dueñas de la micro empresa, elaborando 5 empaques cada una.

Tabla 12 Capacidad de producción de empaque

Tiempo real	Encargados	Cantidad producida		
		Diario	Semanal	Mensual
18min	2	10	50	200

Fuente: Equipo investigador

#### 4.2.2 Proveedores y condiciones de compra de los equipos.

La compra de los equipos y herramientas para la producción de los bolsos mochilas se harán de contado, para evitar deudas dentro de la empresa, de manera que está introduciéndose al mercado. En el momento en que se realice la compra se recibirá la mercadería.

A continuación se presenta un cuadro con los diferentes tipos de proveedores que posee la micro empresa EcoBag para la elaboración de la nueva marca de Bolso-Mochila YuBa.

Tabla 13 Tipo de proveedores

Tipo de proveedores	
Proveedores de equipo y herramientas para la producción.	Librería "Santiago" Jinotepe, Carazo.
	Mercado municipal "Jorge Matus Téllez" Jinotepe, Carazo.

	“Muebles Josué”, Masatepe.
<b>Proveedores de servicios utilizados por la empresa</b>	Servicio de Internet 2GB compañía de telefonía Claro, Jinotepe, Carazo.
	Energía eléctrica- Unión Fenosa, Jinotepe, Carazo
	Agua potable- ENACAL, Jinotepe, Carazo.
<b>Proveedores de maquinaria</b>	“Gallo más gallo”- Jinotepe, Carazo

Fuente: Equipo investigador

Tabla 14 Maquinaria necesarios para la producción del bolso mochila

<b>Maquinaria</b>	<b>Descripción</b>
<b>Máquina de coser</b> 	Marca: Singer Modelo: 1306 Alto (cm) 30 Ancho (cm) 38 Profundidad (cm) 18 Color: Negra Capacidad: 6 puntadas

Fuente: Equipo investigador

Tabla 15: Maquinaria y equipos necesarios para el área de producción

<b>Maquinaria necesaria para el área de producción</b>					
<b>Equipo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario en córdobas</b>	<b>Precios totales en córdobas</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Estado</b>
<b>Máquina de coser</b>	2	4,599.00	9,198.00	Gallo más gallo	Nueva
<b>Total</b>			9,198.00		
<b>Equipo, herramientas y materiales necesarios para la producción</b>					
<b>Mesa</b>	2	2,000.00	4,000.00	Comercial Fabiola	Nueva
<b>cuchillo</b>	2	70.00	140.00	Mercado municipal-Jinotepe	Nuevo
<b>Hierro para marcar</b>	1	500.00	500.00	La casa del cuero-Masaya	Nuevo
<b>Saca bocado (calador)</b>	1	100.00	100.00	La casa del cuero-Masaya	Nuevo
<b>Tijera</b>	2	300.00	600.00	Muebles Josué-Masatepe	Nuevo
<b>Banco</b>	2	100.00	200.00	Mercado municipal-Jinotepe	Nuevo
<b>Cartulina</b>	2	7.00	14.00	Librería Santiago	Nuevo
<b>Agujas</b>	10	7.00	70.00	Comercial "Fabiola"	Nueva
<b>Lápiz</b>	2	5.00	10.00	Librería Santiago	Nuevos
<b>Total</b>			<b>5,634.00</b>		

Fuente: Equipo investigador

Tabla 16 Herramientas para la producción de empaque

<b>Herramientas para la producción de empaque</b>					
<b>Herramientas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario en córdobas</b>	<b>Precio totales en córdobas</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Estado</b>
<b>Perforadora</b>	1	40.00	40.00	Librería Santiago	Nueva
<b>Tijera</b>	2	40.00	80.00	Librería Santiago	Nueva
<b>Regla</b>	2	10	20.00	Librería Santiago	Nueva
<b>Lápiz</b>	2	5	10.00	Librería Santiago	Nueva
<b>Total</b>			<b>150.00</b>		
<b>Materiales necesarios para la producción de empaque</b>					
<b>Materiales</b>	<b>Cantidad mensual</b>	<b>Precio unitario en córdobas</b>	<b>Precio totales en córdobas</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Estados</b>
<b>Papel Kraff</b>	200	7	1400	Librería Santiago	Nuevo
<b>Pegamento</b>	4	30	120	Librería Santiago	Nuevo
<b>Cintas</b>	100 yardas	7	700	Librería Santiago	Nueva
<b>Total</b>			<b>2,220</b>		

Fuente: Equipo investigador

Tabla 17 Costos indirectos de fabricación

Costos indirectos de fabricación (CIF)	Cantidad en córdobas
Energía eléctrica (70%)	744.80
<b>Total</b>	<b>744.80</b>

Fuente: Equipo investigador

#### 4.2.3 Capital fijo y vida útil.

Según la ley No. 822. Ley de concentración tributaria en el artículo 45, sistema de depreciación y amortización en el numeral 1 “En la adquisición de activos, se seguirá el método de línea recta aplicado en el número de años de vida útil de dichos activos.

Tabla 18 Depreciación del capital fijo y vida útil

Equipo	Precio en córdobas	Cantidad	Monto en córdobas	Vida útil (años)	Depreciación anual	Depreciación mensual
Máquinas de coser	4,599.00	2	9,198.00	5	1,840.00	153.00
Mesas	2,000.00	2	4,000.00	5	800.00	66.66
Escritorio	3,000.00	1	3,000.00	5	600.00	50.00
Computadora	3,000.00	1	6,000.00	2	3,000.00	250.00
<b>Total</b>	<b>8,099.00</b>		<b>22,198.00</b>		<b>6,240.00</b>	<b>519.66</b>

Fuente: Equipo investigador

#### 4.2.4 Capacidad planificada.

Considerando una capacidad de producción del 100%, se estarían fabricando 200 Bolsos-Mochilas al mes. Este volumen de producción se ajustará al comportamiento de la demanda mensual y a las temporadas en donde mayormente se adquieren este tipo de productos. Se procurará mantener un stock de inventario del 10% en los meses altos y un 5% en los meses bajos en productos terminados y materia prima, esto para contrarrestar la fluctuación en los precios de la misma.

Tabla 19 Capacidad planificada

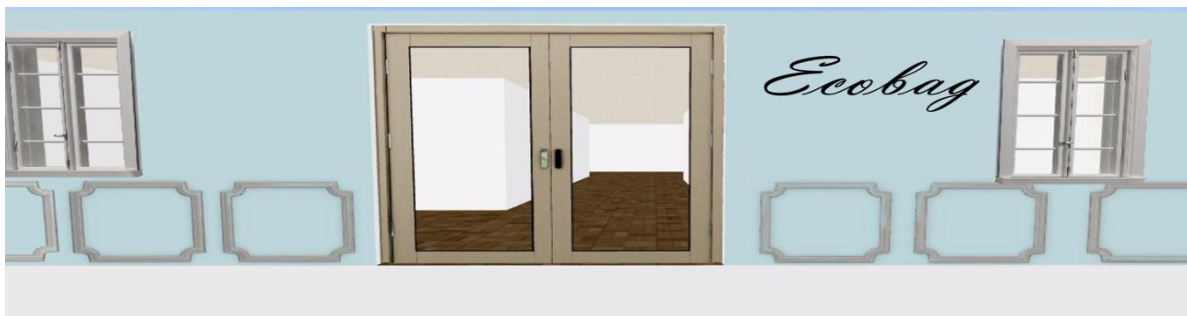
Tiempo real	No. de operarios	Cantidad producida		
		Diario	Semanal	Mensual
1hr40min	2	10	50	200

Fuente: Equipo investigador



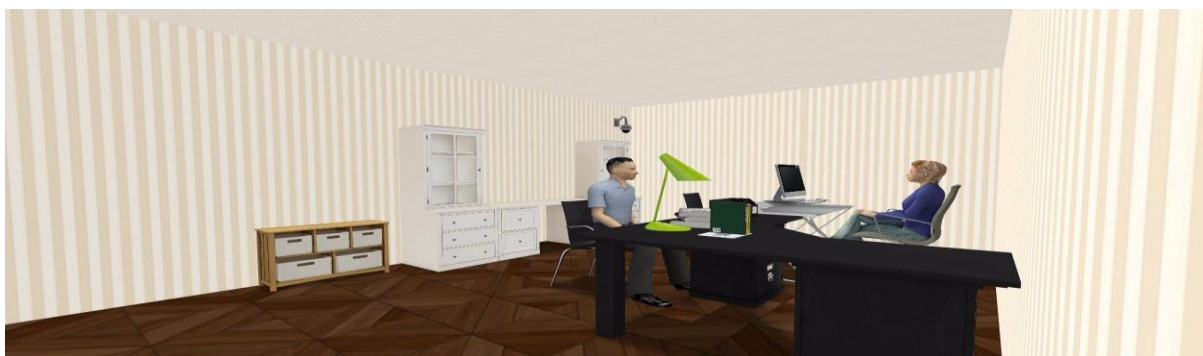


Ilustración 13 Entrada principal de la micro empresa



Fuente: Equipo investigador

Ilustración 14 Oficinas



Fuente: Equipo investigador

Ilustración 15 Área de producción



Fuente: equipo investigador

Ilustración 16 Bodega



Fuente: Equipo investigador

Ilustración 17 Baños



Ilustración 18 Pasillos



Fuente: Equipo investigador

#### 4.2.6 Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad.

Según una visita de campo al departamento de Masaya realizado por el equipo investigador se descubrió que, por ser un lugar donde se encuentra un gran número de artesanos, también se encuentra una amplia cantidad de proveedores de materia prima para la elaboración de este tipo de productos.

Es por esto que se escogieron dos de los proveedores con los mejores precios en dicho departamento, además de contar con un proveedor en el municipio de Jinotepe. Continuando con la idea de promover la protección al medio ambiente, la empresa EcoBag venderá los desperdicios de yute en precios menores a una tienda que se encarga de comercializar café, la cual utilizará el yute para producir empaques para el mismo.

A continuación se presenta una tabla con los insumos necesarios para la elaboración del Bolso-Mochila de yute con la cantidad y el precio de estos. Se consideraron las compras al por mayor (Mensuales) para reducir sus costos y contrarrestar el alza en los precios de las mismas.

Tabla 20 Materia prima

Materia prima directa					
Insumo	Cantidad mensual	Precio unitario en córdobas	Precio total en córdobas	Proveedores	Ubicación
<b>Yute</b>	200 Yardas	80.00	16,000.00	Comercial "Fabiola"	Jinotepe, Mercado viejo
<b>Cuero</b>	200 Pies	15.00	3,000.00	Peletería "La casa del cuero"	Masaya
<b>Total</b>		<b>95.00</b>	<b>19,000.00</b>		

<b>Materia prima indirecta</b>					
<b>Hilo</b>	5 Rollos	50.00	250.00	Comercial "Fabiola"	Jinotepe, mercado viejo
<b>Tela de forro</b>	100 Yarda	15.00	1,500.00	Comercial "Fabiola"	Jinotepe, mercado viejo
<b>Zipper</b>	200 unidades	10.00	2,000.00	Comercial "Fabiola"	Jinotepe, mercado viejo
<b>Cargadores</b>	800 unidades	7.00	5,600.00	Peletería "La casa del cuero"	Masaya
<b>Reguladores</b>	400 unidades	8.00	3,200.000	Peletería "La casa del cuero"	Masaya
<b>Broches</b>	200 unidades	7.00	1,400.00	Peletería "La casa del cuero"	Masaya
<b>Baqueta</b>	10 Tiras	35.00	350.00	"Peletería Masaya"	Masaya
<b>Totales</b>		<b>132.00</b>	<b>14,300.00</b>		

Fuente: Equipo investigador

#### **4.2.7 Mano de obra, su costo y disponibilidad.**

Según Moreno, Aguilar , & Santidrian , (2006) "La mano de obra es el esfuerzo físico o mental que se consume en elaborar un producto o servicio. Todo aquel que porta su esfuerzo físico o intelectual, y por lo tanto contribuye a la obtención del producto o servicio final, puede ser considerado como mano de obra".

La micro empresa EcoBag busca talento humano que tenga un amplio conocimiento y experiencia en la elaboración de productos artesanales, con las características siguientes:

Tabla 21 Mano de obra

Características y habilidades	Experiencias
Responsable	Técnico general en diseño y confección de bolsos
Proactivo	Mínimo un año de experiencia en elaboración de bolsos
Disciplinado	Haber cursado mínimo secundaria
Dedicado	
Creativo	
Puntual	
Flexible	

Fuente: Equipo investigador

Tabla 22 Salarios del área de producción

Personal	Funciones	Salario mínimo en córdobas
Responsable de producción	Compra de materia prima Inspección en el proceso productivo Revisión de productos terminados	4,500.00
Operario 1	Elaboración de bolso	4,200.00
Operario 2	Elaboración de bolso	4,200.00
<b>Total</b>		<b>12,900.00</b>

Fuente: Equipo investigador

El salario de los trabajadores se determinó de acuerdo a lo establecido por el ministerio del trabajo (MITRAB). La empresa se encuentra dentro de la categoría de Micro y pequeña industria artesanal y turística nacional artesanal. (ver anexo 7).

#### **Elementos de higiene y seguridad:**

La micro empresa EcoBag contará con un extintor por cualquier emergencia que se presente durante las horas laborales, además de un botiquín de primeros auxilios en el cual habrá curas, alcohol, medicamentos para el dolor, gasas, tape, por si algún operario sufre de cortadura o accidente laboral. **Nota:** El precio del extintor y botiquín de primeros auxilios se verán reflejados en los gastos de administración.

#### **4.2.8 Gastos generales de producción.**

Tabla 23 Presupuesto de producción

<b>Descripción</b>	<b>Costo totales en córdobas</b>
Maquinaria	9,198.00
Herramientas y materiales de producción	6,634.00
Herramientas y materiales para la producción de empaque	2,370.00
Costos indirectos de fabricación	744.80
Salarios del personal	12,900.00
Materia prima para la producción de bolsos	19,000.00
Materia indirecta	14,300.00
<b>Total</b>	<b>65,146.80</b>

Fuente: Equipo investigador

### 4.3 Plan de organización y gestión

#### 4.3.1 Marco legal (forma natural).

La forma de constitución de la micro empresa EcoBag, será de personería natural, registrado bajo el nombre del representante: Jania del Carmen Matus Brenes.

Se decidió formar la micro empresa como persona natural por los beneficios que se obtienen:

- La constitución es sencilla y rápida, no presenta mayores trámites
- La constitución de la microempresa no requiere de mucha inversión, no hay necesidad de hacer mayores pagos legales
- No se exige presentar tantos documentos contables.
- Si la microempresa no obtiene los resultados esperados, el giro del negocio puede ser replanteado sin ningún inconveniente.
- Las empresas constituidas bajo la forma natural pueden ser liquidadas o vendidas fácilmente.
- Se puede ampliar o reducir el patrimonio de la empresa sin ninguna restricción.
- Pueden acogerse a regímenes más favorables para el pago de impuestos.

Según la ley 645, Ley de promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (Ley MIPYME) destaca la clasificación de las pequeñas y medianas empresas.

Tabla 24 Clasificación de las pequeñas y medianas empresas

	<b>Empleado</b>	<b>Actividad total</b>	<b>Ventas anuales</b>	<b>totales</b>
<b>Micro</b>	1-5	200,000	Hasta un millón	
<b>Pequeña</b>	6-30	1.5 millones	9 millones	
<b>Mediana</b>	31-100	60 millones	40 millones	

Fuente: Ley 645, ley de la MIPYME, Arto. 4.

**Nota:** EcoBag se clasifica como micro empresa, de acuerdo al número de sus empleados.

### **5.2.1 Pasos para formalizar la empresa**

Para la apertura y puesta en marcha de la micro empresa EcoBag se debe acudir a cuatro instituciones reguladoras. En primera instancia se debe registrar la empresa en la alcaldía municipal de Jinotepe, en donde emitirán la matrícula de la empresa. Como segundo trámite se deberá hacer en la Dirección general de ingreso (DGI), donde se solicitará en número Registro único de contribuyente (RUC). Por consiguiente se solicitara el permiso en el registro mercantil para poder vender los productos y por último se deberá acudir al Ministerio de economía familiar, comunitaria, cooperativa, asociativa (MEFCCA), en donde proporcionan el registro MIPYME el cual hace constar que es una empresa en función.

#### **Micro empresa EcoBag**

##### **Paso 1:**

**Alcaldía de Jinotepe**  
**Administración tributaria**  
**Requisitos para matricular negocio**  
**Art, 8, 9,10 ordenanza tributaria no.3-11**

1. Presentar copia de cedula de identidad
2. Carta de solicitud de matricula
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 van aperturar, o bien para los locales donde se encuentren establecidos.
4. Llenar formato de solicitud de matricula
5. Inventario inicial para nueva apertura de actividad (cuota fija)



### **Matricula Alcaldía**

Para comenzar operaciones la micro empresa EcoBag, se deberá solicitar la matricula municipal que tiene un costo de C\$10.00 córdobas, esto por ser persona natural.

### **Paso 2:**

Según la Dirección general de ingresos (DGI) los requisitos para la inscripción de personas naturales son los siguientes:

La Persona natural debe acudir a la Administración de Rentas más cercana al domicilio donde realizará su actividad económica presentando los siguientes REQUISITOS:

1. Llenar el Formulario de Inscripción que la Renta proporciona gratuitamente.
2. Tener la edad de 18 años cumplidos.
3. Documento de identificación ciudadana:
  - a) Nacionales: Cédula de Identidad Ciudadana.
4. Documentos para hacer constar el Domicilio Fiscal:

Debe presentar al menos una de las siguientes facturas de servicios básicos: agua, energía eléctrica, teléfono o contrato de arriendo del inmueble. Si la factura no está a su nombre, debe adjuntarle fotocopia de Cédula de Identidad Ciudadana y constancia de la persona que aparece reflejada en la misma, donde autoriza el uso de su domicilio como domicilio fiscal.
5. En caso de ser una tercera persona quien realiza el trámite, la representación deberá ser mediante un escrito simple.

### **Paso 3:**

El registro mercantil solicita la siguiente documentación:

1. Solicitud de Inscripción como Comerciante original en papel sellado. (Si la solicitud es firmada por un apoderado especial, se debe relacionar el poder que lo acredita y adjuntar original).
2. Libros contables: Diario y Mayor.

3. Fotocopia de cédula de identidad Nicaragüense, pasaporte o Cédula de Residencia nicaragüense.

El monto por el arancel del registro mercantil es de C\$ 300.00 anuales.

**Paso 4:**

El Ministerio de economía familiar, comunitaria, cooperativa, asociativa (MEFCCA) solicita los siguientes documentos:

1. Negocio establecido.
2. Llenar ficha de inscripción.
3. Copia de cedula de identidad.
4. Copia de matrícula de la alcaldía.
5. Copia de numero RUC.
6. Inspección a la empresa.
7. Ingreso al sistema

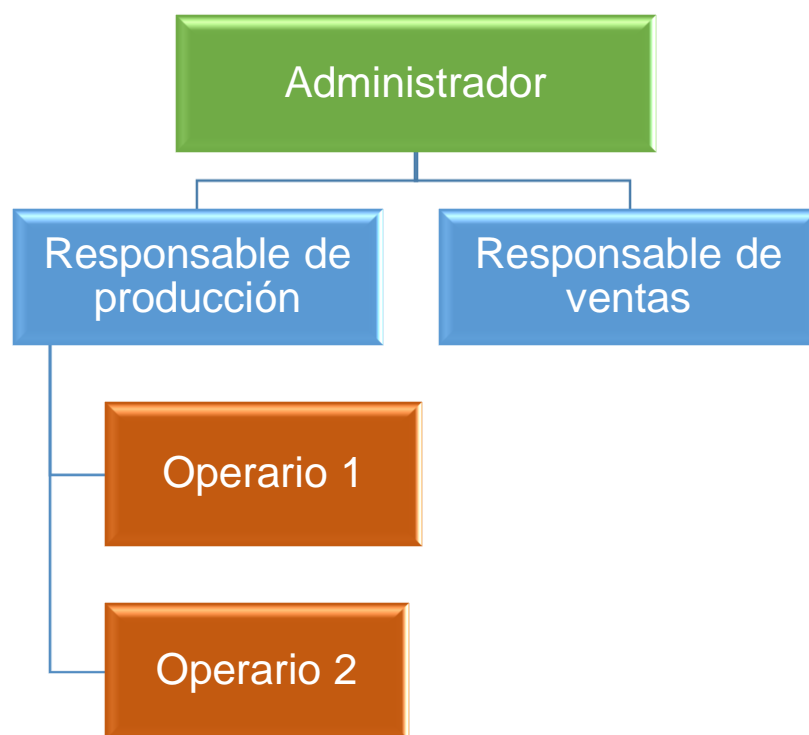
Además de proporcionar el registro MIPYME, (MEFCCA) brinda asistencia técnica y acompañamiento a las empresas y del mismo modo se obtienen beneficios para los trabajadores.

**Nota:** Actualmente el 95% de las micro empresas en Nicaragua no cuentan con marcas y patentes registradas.

EcoBag es una pequeña empresa que a la medida que crezca y se posicione en el mercado contará con el registro de marca, sin embargo como empresa se conocen los pasos y requisitos que se deben de realizar para solicitar la marca. (Ver anexo 8)

### 4.3.2 Estructura de la organización.

Ilustración 19 Estructura organizativa de EcoBag



Fuente: Equipo investigativo

Tabla 25: Cargo y número de trabajadores

Nombre del cargo	N° de personas en el cargo
Responsable de administración -María Maya García	1
Responsable de venta -Janía del Carmen Matus	1
Responsable de producción -Allan José Martínez	1
Operarios -Francisco de Jesús Vargas -Norlan Ernesto Gonzáles	2
Total	5

Fuente: Equipo investigador

### 4.3.3 Experiencia y habilidades básicas del empresario.

Tabla 26 Ficha de cargo del administrador

EcoBag	Fecha: / /
<b>FICHA DE CARGO</b>	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> Administrador	
<b>OBJETIVO DEL CARGO:</b> Velar por los recursos y buen funcionamiento de la micro empresa.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar, organiza, dirigir, coordinar y supervisar el trabajo realizado a diarios por los trabajadores</li> <li>• Determinar el precio de los productos</li> <li>• Efectuar el pago de los proveedores así como de impuestos</li> <li>• Cumplir con las obligaciones legales de la micro empresa</li> <li>• Ordenar y supervisar la rotación de inventario</li> <li>• Autorizar la compra de materia prima y demás recursos utilizados en la micro empresa.</li> <li>• Elaborar empaques de producto</li> <li>• Elaborar los estados financieros de la micro empresa</li> <li>• Registrar las transacciones financieras</li> <li>• Apoyar en la realización de presupuestos</li> </ul>	
<b>REQUISITOS DEL CARGO</b>	
<b>FORMACION</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser graduado en carrera a fines a las ciencias económicas</li> <li>• Conocer el proceso de fabricación de los bolsos y las funciones de cada trabajador</li> </ul>	
<b>EXPERIENCIA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No es requerida</li> <li>• Tener motivación y deseos de superación</li> </ul>	
<b>CONOCIMIENTOS O HABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos básicos en programas como: Word y Excel</li> <li>• Dominio en el análisis financiero</li> <li>• Ser capaz de resolver problemas imprevistos</li> <li>• Extrovertido</li> <li>• Facilidad para trabajar en equipo</li> <li>• Responsable</li> <li>• Puntual</li> </ul>	

<b>EDAD:</b> 21-35 años	
<b>OBSERVACIONES</b>	<b>Firma:</b> _____

Fuente: Equipo investigador

Tabla 27 Ficha de cargo del responsable de ventas

EcoBag	Fecha: / /
<b>FICHA DE CARGO</b>	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> Responsable de ventas	
<b>OBJETIVO DEL CARGO:</b> Garantizar rentabilidad en las ventas a la micro empresa	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar estrategias de marketing orientadas al producto</li> <li>• Determinar el precio de los productos</li> <li>• Elaborar planes e investigaciones de mercados</li> <li>• Elaborar informes de los productos vendidos</li> <li>• Elaborar bases de datos</li> <li>• Estar activo en redes sociales</li> <li>• Encargarse de trasladar los pedidos a los puntos de venta</li> <li>• Encargarse del servicio delivery</li> <li>• Elaborar empaque de los bolsos</li> </ul>	
<b>REQUISITOS DEL CARGO</b>	
<b>FORMACION</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser graduado de la carrera de Mercadotecnia.</li> <li>• Conocer el proceso de fabricación de los bolsos y las funciones de cada trabajador</li> </ul>	
<b>EXPERIENCIA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No es requerida</li> <li>• Tener motivación y deseos de superación</li> </ul>	
<b>CONOCIMIENTOS O HABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos básicos en programas como: Word y Excel</li> <li>• Ser capaz de resolver problemas imprevistos</li> <li>• Extrovertido</li> <li>• Dinámico</li> <li>• Facilidad para trabajar en equipo</li> <li>• Responsable</li> <li>• Puntual</li> </ul>	
<b>EDAD:</b> 21-35 años	
<b>OBSERVACIONES</b>	<b>Firma:</b> _____

Fuente: Equipo investigador

Tabla 28 Ficha de cargo del jefe de producción

EcoBag	Fecha: / /
<b>FICHA DE CARGO</b>	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> Responsable de producción	
<b>OBJETIVO DEL CARGO:</b> Cuidar que el proceso de producción se realice de la mejor manera, en el tiempo establecido, evitando residuos de materia prima.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer el proceso de producción</li> <li>• Utilizar los equipos de producción</li> <li>• Mantener el área de producción limpia</li> <li>• Controlar el tiempo de trabajo de los operarios</li> <li>• Detectar problemas en máquinas</li> <li>• Revisar la calidad del producto</li> <li>• Cumplir con la capacidad de producción establecida</li> <li>• Realizar compra de materia prima</li> <li>• Supervisar a operarios</li> </ul>	
<b>REQUISITOS DEL CARGO</b>	
<b>FORMACION</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser técnico en diseño y confección textil</li> </ul>	
<b>EXPERIENCIA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener un año como mínimo en la elaboración de productos similares al bolso-mochila.</li> </ul>	
<b>CONOCIMIENTOS O HABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos en procesos de compra</li> <li>• Manejo de materia prima</li> <li>• Ser capaz de resolver problemas imprevistos</li> <li>• Facilidad para trabajar en equipo</li> <li>• Responsable</li> <li>• Puntual</li> </ul>	
<b>EDAD:</b> 21-35 años	
<b>OBSERVACIONES</b>	<b>Firma:</b> _____

Fuente: Equipo investigador

Tabla 29 Ficha de cargo de operarios

EcoBag	Fecha: / /
<b>FICHA DE CARGO</b>	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> Operario	
<b>OBJETIVO DEL CARGO:</b> Ser eficiente en la elaboración del producto	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar los productos en el tiempo establecido</li> <li>• Trabajar con calidad y dedicación</li> </ul>	
<b>REQUISITOS DEL CARGO</b>	
<b>FORMACION</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser técnico en diseño y confección (no es necesario que sea certificado)</li> <li>• Haber cursado la primaria</li> </ul>	
<b>EXPERIENCIA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener un año como mínimo en la elaboración de productos similares al bolso-mochila.</li> </ul>	
<b>CONOCIMIENTOS O HABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener conocimientos en el uso de máquinas de coser</li> <li>• Responsable</li> <li>• Disciplinado</li> <li>• Dedicado</li> <li>• Puntual</li> <li>• Flexible</li> </ul>	
<b>EDAD:</b> 21-35 años	
<b>OBSERVACIONES</b>	<b>Firma:</b> _____

Fuente: Equipo investigador

**La modalidad de régimen de seguro social que se usará con los trabajadores de EcoBag es la siguiente:**

**Regímenes de afiliación:**

**Integral:** En este régimen el Instituto Nicaragüense de seguro social (INSS) otorga prestaciones integrales de corto, mediano y largo plazo, se incluyen prestaciones por asistencia médica, así como subsidios otorgados a asegurados por diferentes causas.

Porcentaje patronal: 19.00

Porcentaje laboral: 6.25

**Prestaciones sociales:**

Las prestaciones sociales se rigen a la ley del código de trabajo, ley 185. Las cuáles son las siguientes:

- Vacaciones: Los trabajadores tendrán derecho a disfrutar de quince días de descanso continuo, por cada seis meses de trabajo ininterrumpido.
- Salario: El salario se estipulará libremente por las partes.  
Del salario serán hechas las deducciones legales correspondientes.
- Jornada de trabajo: La jornada de trabajo diurno no será mayor de ocho horas.
- Décimo tercer mes: Después de un año de trabajo continuo, el trabajador gozará de un mes de salario adicional.
- Riesgos profesionales: Indemnizar a los trabajadores por los accidentes o enfermedades profesionales que ocurran en el trabajo que desempeñen.

**Beneficios sociales:**

- Por la muerte de un familiar (hijos, esposa o padres) de algún trabajador, se darán 3 días hábiles.
- Se dará subsidio por enfermedad común de 3 días hábiles.



#### 4.3.4 Actividades y gastos preliminares.

Tabla 30 Gastos de constitución

Gastos de constitución		Monto en córdobas
<b>Alcaldía municipal</b>	Solicitud de matrícula	10.00
	Matrícula	200.00
<b>DGI</b>		250.00
<b>Registro mercantil</b>		300.00
<b>MEFCCA</b>		20.00
<b>Total</b>		<b>780.00</b>

Fuente: Equipo investigador

**Nota:** Los montos del pago por la matrícula de la alcaldía y el registro mercantil, están reflejados en los gastos de venta, puesto que forman parte de estos.

#### 4.3.5 Equipos de oficina.

Tabla 31 Equipos de oficinas

Equipo de oficina				
Equipo	Cantidad	Precio unitario en córdobas	Total en córdobas	Estado
<b>Escritorio</b>	1	3,000.00	3,000.00	Nuevo
<b>Sillas plásticas</b>	3	200.00	600.00	Nuevas
<b>Computadoras</b>	2	3,000.00	6,000.00	Usadas
<b>Total</b>			<b>9,600.00</b>	

Fuente: Equipo investigador

Tabla 32 Materiales de oficina

<b>Materiales de oficina</b>					
<b>Materiales</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario en córdobas</b>	<b>Precio total en córdobas</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Estado</b>
<b>Calculadora</b>	1	120.00	120.00	Librería Santiago	Nueva
<b>Libro diario</b>	1	60.00	60.00	Librería Santiago	Nuevo
<b>Engrapadoras</b>	1	40.00	40.00	Librería Santiago	Nueva
<b>Grapas</b>	3	25.00	75.00	Librería Santiago	Nueva
<b>Folders</b>	10	3.00	30.00	Librería Santiago	Nuevo
<b>Cuadernos</b>	2	20.00	40.00	Librería Santiago	Nuevo
<b>Lapiceros</b>	5	5.00	25.00	Librería Santiago	Nuevo
<b>Sello</b>	1	50.00	50.00	Serigrafía	Nuevo
<b>Tinta</b>	1	60.00	60.00	Librería Santiago	Nueva
<b>Total</b>		<b>383.00</b>	<b>500.00</b>		

Fuente: Equipo investigador

Tabla 33: Materiales y suministro de limpieza

<b>Materiales y suministro de limpieza</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario en córdobas</b>	<b>Precios totales en córdobas</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Estado</b>
<b>Escoba</b>	1	40.00	40.00	Mercado de Jinotepe	Nueva
<b>Lampazo</b>	1	50.00	50.00	Mercado de Jinotepe	Nuevo
<b>Botes de basura</b>	1	40.00	40.00	Mercado de Jinotepe	Nuevo
<b>Mecha de</b>	1	30.00	30.00	Mercado de	Nuevo

<b>lampazo</b>				Jinotepe	
<b>Desinfectante</b>	2	10.00	20.00	Mercado de Jinotepe	Nuevo
<b>Pala plástica</b>	1	30.00	30.00	Mercado de Jinotepe	Nuevo
<b>Total</b>		200.00	<b>210.00</b>		

Fuente: equipo investigador

#### 4.3.6 Gastos administrativos.

Tabla 34 Gasto administrativos de EcoBag

<b>Gastos administrativos</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Monto mensual en córdobas</b>	<b>en</b>	<b>Monto anual en córdobas</b>
<b>Gastos de constitución</b>		280.00	280.00
<b>Renta del local</b>		1,950.00	25,200.00
<b>Salario de administrador</b>		5,000.00	60,000.00
<b>Pago de agua potable</b>		300.00	3,600.00
<b>Pago de energía eléctrica (30%)</b>		425.60	5,107.20
<b>Materiales de oficina</b>		550.00	6,600.00
<b>Equipo de oficina</b>		9,600.00	9,600.00
<b>Materiales y suministro de limpieza</b>		210.00	420.00
<b>Higiene y seguridad</b>		1,300.00	2,600.00
<b>Total</b>		<b>19,615.60</b>	<b>111,407.20</b>

Fuente: Equipo investigador

#### 4.4 Plan financiero

Según Viscione (2010) “El análisis financiero se puede definir como un conjunto de principios y procedimientos que permiten que la información de la contabilidad, de la economía y de otras operaciones comerciales sea más útil para propósitos de toma de decisiones”

A continuación se presenta el plan financiero de la micro empresa EcoBag dedicada a la producción y comercialización del producto Bolso-Mochila elaborado a base yute, en el cual se conocerá el monto de dinero que se necesita para la inversión inicial de la microempresa, además de distribuirlo en las diferentes cuentas con que dispone la empresa.

Del mismo modo se detallaran los montos de ingresos, egresos y costos en los que incurre la empresa durante sus labores.

Se elaboraran diferentes flujos los cuales serán cruciales para conocer qué tan viable y aceptable es el presente proyecto y de eso dependerá si se pone en marcha a un corto plazo.

#### 4.4.1 Inversión y fuente de financiamiento.

Para iniciar sus funciones la microempresa EcoBag requiere de una inversión total de **C\$ 211,301.45**

Tabla 35 Inversión

Descripción	Total
<b>Inversión Fija</b>	
Mobiliario y Equipo de Oficina	9,600.00
Maquinaria	9,198.00
Equipo de producción	4,000.00
Herramientas y enseres	2,700.00
<b>Sub total Inversión Fija</b>	<b>C\$25,498.00</b>
<b>Inversión Diferida</b>	
Gastos Organización	780.00
Publicidad al inicio de las operaciones	3,200.00
<b>Sub total Inversión Diferida</b>	<b>C\$3,980.00</b>
<b>Capital de Trabajo</b>	
Compra de materia prima directa	57,000.00
Compra de materia prima indirecta	49,560.00
Sueldos y Salarios (3 meses)	50,343.75
Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses)	9,816.00
Gastos Administrativo	9,803.70
Gastos de Venta	5,300.00
Menos % venta de contado (3 meses)	
Menos % venta de crédito (3 meses)	
<b>Sub total Capital de Trabajo</b>	<b>C\$181,823.45</b>
<b>Inversión Total</b>	<b>C\$211,301.45</b>

<b>Total Inversión</b>	<b>C\$211,301.45</b>
------------------------	----------------------

Fuente: Equipo investigador

Tabla 36 Balance de apertura

<b>EcoBag</b>			
<b>Balance de Apertura</b>			
Al 01 de Enero del 2018			
Expresado en Córdoba			
<b><u>Activos</u></b>			
<b>Corriente</b>			
Efectivo en Caja y Banco	C\$	181,823.45	
<b>Sub total Activo Corriente</b>			<b>C\$ 181,823.45</b>
<b>No Corriente</b>			
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$	9,600.00	
Maquinaria		9,198.00	
Equipo de producción		4,000.00	
Herramientas de producción		2,700.00	
<b>Sub total No Corriente</b>			<b>C\$ 25,498.00</b>
<b>Otros Activos</b>			
Gastos Organización	C\$	780.00	
Publicidad al inicio de las operaciones		3,200.00	
<b>Sub total Otros Activos</b>			<b>C\$ 3,980.00</b>
<b>Total Activos</b>			<b>C\$ 211,301.45</b>
<b><u>Pasivo</u></b>			
<b>Corriente</b>			
Financiamiento		C\$ 84,520.58	
<b>Total Pasivos</b>			<b>C\$ 84,520.58</b>
<b><u>Patrimonio</u></b>			
<b>Capital Contable</b>	C\$	126,780.87	
<b>Total Patrimonio</b>			<b>C\$ 126,780.87</b>
<b>Total Pasivo más capital</b>			<b>C\$ 211,301.45</b>

Fuente: Equipo investigador

#### 4.4.1.1 Activos fijos.

Los activos fijos o no circulantes según Flores (2009) “este grupo lo constituyen los recursos propiedad de la empresa que tienen cierta permanencia o fijeza, adquiridos con la finalidad de usarlos y no con la intención de venderlos.”

Ecobag cuenta con los siguientes activos fijos:

Tabla 37 Activos Fijos

Activos fijos	Monto
Mobiliario y equipo de oficina	C\$ 9,600.00
Maquinaria	C\$ 9,198.00
Equipo, herramientas y enseres	C\$ 6,700.00
<b>Total</b>	<b>C\$ 25,498.00</b>

Fuente: Equipo investigador

#### 4.4.1.2 Activos intangibles.

La micro empresa EcoBag al inicio de sus operaciones únicamente cuenta con la inscripción de la misma como activo intangible realizada en las instituciones correspondientes. El monto total de dicho procedimiento es de C\$ 7800.00. No obstante, a futuro cuando la empresa ya se encuentre posicionada pretende registrar su marca.

#### 4.4.1.3 Capital de trabajo.

Según Urbina (2010) Considera que

“Desde el punto de vista contable el capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el *activo circulante* y el *pasivo circulante*. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que

hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa.”

El capital de trabajo para la microempresa EcoBag está proyectado a tres meses

Tabla 38 Capital de trabajo

<b>Capital de Trabajo</b>	<b>Monto</b>
<b>Compra de materia prima directa</b>	57,000.00
<b>Compra de materia prima indirecta</b>	49,560.00
<b>Sueldos y Salarios (3 meses)</b>	50,343.75
<b>Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses)</b>	9,816.00
<b>Gastos Administrativo</b>	9,303.70
<b>Gastos de Venta</b>	5,800.00
<b>Total</b>	<b>C\$181,823.45</b>

Fuente: Equipo investigador



#### 4.4.1.4 Inversión total.

La inversión total que se requiere para que la micro empresa EcoBag realice sus operaciones es de **C\$211,301.45**, de los cuales el 60% es aportación de las socias y el 40% restante es financiado por el banco.

Tabla 39 Inversión total

<b>Total Inversión</b>	<b>C\$211,301.45</b>
<b>Fondo Propio (60%)</b>	<b>126,780.87</b>
<b>Estructura del Financiamiento (40%)</b>	<b>84,520.58</b>

Fuente: Equipo investigador

#### 4.4.1.5 Estructura del financiamiento.

El 40% de la inversión total es financiada por el banco de la producción (Banpro), el cual realizara un préstamo con un monto de C\$ 84,520.58 bajo las siguientes condiciones:

Tabla 40 Condiciones de financiamiento

<b>CONDICIONES DE FINANCIAMIENTO</b>	
<b>Monto de crédito en dólares</b>	2,771
<b>Monto de crédito en córdobas</b>	84,520.58
<b>Plazo en meses</b>	36
<b>N° pago por años</b>	12
<b>Tasa de interés anual</b>	18%
<b>Tasa de interés mensual</b>	1.5%

--	--

#### **Requisitos de solicitud de financiamiento:**

- Solicitud de crédito con todos los datos del solicitante y/o fiador
- Fotocopia de cedula de identidad, ciudadana o residencia del solicitante y/o fiador
- Estados de cuentas bancarias y tarjetas del crédito del solicitante y/o fiador
- Constancia de ingresos y ultima colilla de pago INSS del solicitante y/o fiador
- Copia de un recibo de pago de servicios públicos Ver anexo 9  
Fuente: Equipo investigador
- Abrir cuenta bancaria en BANPRO.

#### **4.4.2 Ingresos, egresos y costos.**

La micro empresa EcoBag cuenta con los siguientes ingresos, egresos y costos.

**Ingresos:** Los Ingresos en efectivos por la venta del producto Bolso-Mochila y la venta de los desperdicios del yute.

**Egresos:** Los egresos están representados por los gastos administrativos, que incluye salario del administrador, las prestaciones sociales, pago del alquiler del negocio, así como el pago de agua y luz, depreciaciones y amortizaciones.

Los gastos de ventas están representados por, el salario del responsable de venta con sus prestaciones sociales, el pago del estante, contratos de acuerdo, internet, facturas comerciales, transporte de distribución y el pago del Spot publicitario.

Dentro de los egresos se encuentran otros gastos de constitución de la microempresa, gastos financieros como el pago mensual del préstamo y el pago de la cuota fija.

**Costos:** Como costos la microempresa tiene la adquisición de la materia prima directa, los CIF (costos fijos y costos variables) y la mano de obra directa.



#### 4.4.2.1 Presupuesto de ingreso

Tabla 41 Presupuesto de ingreso

EcoBag														
Ventas de Bolso-Mochila anuales expresado en córdobas														
Descripción	P.de Vta.	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
<b>Bolso-Mochila</b>	450	85,500	81,000	76,500	58,500	58,500	58,500	81,000	58,500	58,500	58,500	67,500	85,500	828,000
<b>Total</b>		85,500	81,000	76,500	58,500	58,500	58,500	81,000	58,500	58,500	58,500	67,500	85,500	828,000

Fuente: Equipo investigador

Tabla 42 Presupuesto de ingresos

EcoBag														
Ventas de desperdicios de Yute expresado en córdobas														
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total	
venta de desperdicios de yute	1,000	1,000	1,000	500	500	500	1,000	500	500	500.00	1,000	1,000	<b>9,000</b>	
<b>TOTAL</b>	1,000	1,000	1,000	500	500	500	1,000	500	500	500	1,000	1,000	<b>9,000</b>	

Fuente: Equipo investigador

#### 4.4.2.2 Presupuesto de egresos.

Tabla 43 Presupuesto de egresos, gastos de administración

<b>EcoBag</b>													
<b>Gastos de Administración expresados en córdobas</b>													
<b>Descripción</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
<b>Salarios</b>	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	60,000
<b>Vacaciones</b>	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	5,000.00
<b>Treceavo mes</b>	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	5,000.00
<b>Indemnización</b>	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	5,000.00
<b>Inss Patronal</b>	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	10,800.00
<b>Depreciación</b>	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00
<b>Amortización</b>	442.30						442.30						884.60
<b>alquiler</b>	1,950.00	1,950.00	1,950.00	1,950.00	1,950.00	1,950.00	1,950.00	1,950.00	1,950.00	1,950.00	1,950.00	1,950.00	23,400.00
<b>luz (30%)</b>	425.60	425.60	425.60	425.60	425.60	425.60	425.60	425.60	425.60	425.60	425.60	425.60	5,107.20
<b>Agua</b>	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00
<b>Total</b>	<b>10,567.90</b>	<b>10,125.60</b>	<b>10,125.60</b>	<b>10,125.60</b>	<b>10,125.60</b>	<b>10,125.60</b>	<b>10,567.90</b>	<b>10,125.60</b>	<b>10,125.60</b>	<b>10,125.60</b>	<b>10,125.60</b>	<b>10,125.60</b>	<b>122,391.80</b>

Fuente: Equipo investigador

Tabla 44 Gastos de ventas

<b>EcoBag</b>													
<b>Gastos de Ventas expresados en córdobas</b>													
<b>Descripción</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
<b>Salarios</b>	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	54,000
<b>Vacaciones</b>	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	4,500
<b>Treceavo mes</b>	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	4,500
<b>Indemnización</b>	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	4,500
<b>Inss Patronal</b>	855	855	855	855	855	855	855	855	855	855	855	855	10,260
<b>estante</b>	1,300												1,300
<b>contratos</b>	400												400
<b>Internet</b>	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	9,000
<b>facturas</b>	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4,800
<b>trasporte</b>	50	50	50.	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
<b>Mat. Alcaldía</b>	200												200
<b>Reg. mercantil</b>	300												300
<b>SPOT</b>	3,200												3,200
<b>Total</b>	<b>13,080.00</b>	<b>7,280.00</b>	<b>7,280.00</b>	<b>7,280.00</b>	<b>7,280.00</b>	<b>7,280.00</b>	<b>7,280.00</b>	<b>7,280.00</b>	<b>7,280.00</b>	<b>7,280.00</b>	<b>7,280.00</b>	<b>7,280.00</b>	<b>97,560.00</b>

Fuente: Equipo investigador

Tabla 45 Otros gastos

Otros gastos	Monto Mensual C\$	Monto anual C\$
Gastos de inscripción	280.00	280.00
Gastos financieros	3,066.47	36,797.64
Pago de cuota fija	600.00	7,200.00
<b>Total</b>	<b>3,966.47</b>	<b>44,277.64</b>

Fuente: Equipo investigador

**Nota:** Para el pago de la cuota fija EcoBag se rige de la Ley N° 453 Ley de Equidad Fiscal y Acuerdo Ministerial.

**Artículo 62. Régimen especial simplificado.** El poder Ejecutivo en el ramo de hacienda, establecerá para los pequeños contribuyentes un régimen especial simplificado de cuota fija para el pago de IVA. Los requisitos, la forma de pago y demás condiciones de este régimen serán determinados mediante acuerdo ministerial.

#### 4.4.2.3 Presupuesto de costos.

Tabla 46 Costos de producción

EcoBag													
Costos de Producción Mensual													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
<b>Materia Prima Directa</b>	18,050	C\$17,100	C\$16,150	C\$12,350	C\$12,350	C\$12,350	C\$17,100	C\$12,350	C\$12,350	C\$12,350	C\$14,250	C\$18,050	C\$174,800
<b>Mano de Obra Directa</b>	8,400	8,400	8,400	8,400	8,400	8,400	8,400	8,400	8,400	8,400	8,400	8,400	100,800
<b>CIF</b>	21,778.46	20,953.46	20,084.46	16,839.46	16,839.46	16,839.46	20,953.46	16,839.46	16,839.46	16,839.46	18,454.46	21,778.46	225,039.52
<b>Total</b>	<b>48,228.46</b>	<b>46,453.46</b>	<b>44,634.46</b>	<b>37,589.46</b>	<b>37,589.46</b>	<b>37,589.46</b>	<b>46,453.46</b>	<b>37,589.46</b>	<b>37,589.46</b>	<b>37,589.46</b>	<b>41,104.46</b>	<b>48,228.46</b>	<b>500,639.52</b>

Fuente: Equipo investigador



**Costo unitario:**

Los costos en los que incurre la empresa son:

Compra de materia prima directa

Pago al personal que elabora los Bolsos-Mochilas

Costos indirectos de fabricación como: pago de energía eléctrica utilizada en esta área, pago de mano de obra indirecta (jefe de producción), compra de materia prima indirecta, entre otros.

Tabla 47 Costo unitario

<b>Departamento 1 MOLDE, CORTADO Y DEVASTADO</b>				
	CANT	UNID MED	C/UNID	COST TOTAL
<b>MATERIA PRIMA</b>				
YUTE	1	YARDA	C\$ 80.00	C\$ 80.00
CUERO	1	Pie	C\$ 20.00	C\$ 20.00
<b>MANO DE OBRA</b>				
OPERARIO 1	1	N/A	C\$ 5.83	C\$ 5.83
<b>CIF</b>				
MATERIALES INDIRECTO	N/A	N/A	N/A	C\$ 4.85
SUPERVISOR (MOI)	1	N/A	C\$ 6.25	C\$ 6.25
<b>Total departamento 1</b>				<b>C\$ 116.93</b>

<b>Departamento 2 ENSAMBLADO</b>				
	CANT	UNID MED	C/UNID	COST TOTAL
<b>MATERIA PRIMA</b>				
HILO	1	UND	C\$ 1.25	C\$ 1.25
TELA DE FORRO	0.5	YARDA	C\$ 15.00	C\$ 7.50
<b>MANO DE OBRA</b>				
OPERARIO 1	1	N/A	C\$ 5.83	C\$ 5.83
<b>CIF</b>				
MATERIALES INDIRECTA	1	N/A	C\$ 3.51	C\$ 2.23
DEPRECIACION MAQUINARIA	1	N/A	C\$ 0.54	C\$ 0.54
ENERGIA ELECT	-	KWTSS	C\$ 4.34	C\$ 4.34
SUPERVISOR (MOI)	1	N/A	C\$ 6.25	C\$ 6.25
<b>Total departamento 2</b>				<b>C\$ 27.94</b>

<b>Departamento 3 CONFECCION DE DETALLES</b>				
	CANT	UNID MED	C/UNID	COST TOTAL
<b>MATERIA PRIMA</b>				
BROCHE	1	UND	C\$ 7.00	C\$ 7.00
ZIPPER	1	UND	C\$ 10.00	C\$ 7.00
CARGADOR	4	UND	C\$ 7.00	C\$ 28.00
BAQUETA	1	UND	C\$ 1.75	C\$ 1.75
REGULADOR	2	UNF	C\$ 8.00	C\$ 16.00
<b>MANO DE OBRA</b>				
OPERARIO 1	1	N/A	C\$ 5.83	C\$ 5.83
<b>CIF</b>				
SUPERVISOR	1	N/A	C\$ 6.25	C\$ 6.25
TIJERA de empaque	1	UND	C\$ 0.41	C\$ 0.41
lápiz	1	UND	C\$ 5.00	C\$ 0.04
REGLA	1	UND	C\$ 0.08	C\$ 0.08
PEGA	1	UND	C\$ 0.50	C\$ 0.75
PERFORADORA	1	UND	C\$ 0.01	C\$ 0.01
SACA BOCADO	1	UND	C\$ 0.83	C\$ 0.83
HIERRO	1	UND	C\$ 0.06	C\$ 0.06
EMPAQUE	1	UND	C\$ 7.00	C\$ 7.00
CINTA DE MANTEQUILLA	0.5	YARDA	C\$ 3.5	C\$ 3.50
<b>costo por departamento 3</b>				<b>C\$ 84.51</b>

Fuente: Equipo investigador

**COSTO TOTAL:  
C\$ 229.38**

#### 4.4.2.4 Punto de equilibrio.

Según Baca (2010) “El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. Si los costos de una empresa sólo fueran variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.”

El punto de equilibrio de la empresa se calculó en unidades físicas y monetarias, representado de la siguiente manera:

Tabla 48 Costos fijos

COSTOS FIJOS POR MES	
<b>GAST. ADMON</b>	C\$9,967.00
<b>GAST. VENTA</b>	C\$ 7,030.00
<b>OTROS GASTOS</b>	C\$3,966.47
<b>TOTAL</b>	<b>C\$ 20,963.47</b>

Fuente: Equipo investigador

#### Fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{costos fijos}}{\text{margen de utilidad}}$$

$$PE = \frac{20,963.47}{220.62} = 94.93$$

Donde MU= PV/ CU

PV: Precio de venta = 450

CU: costo unitario= 229.38

Margen de utilidad= 220.62

**PTO DE EQ= 94.93**

95 bolsos mochilas

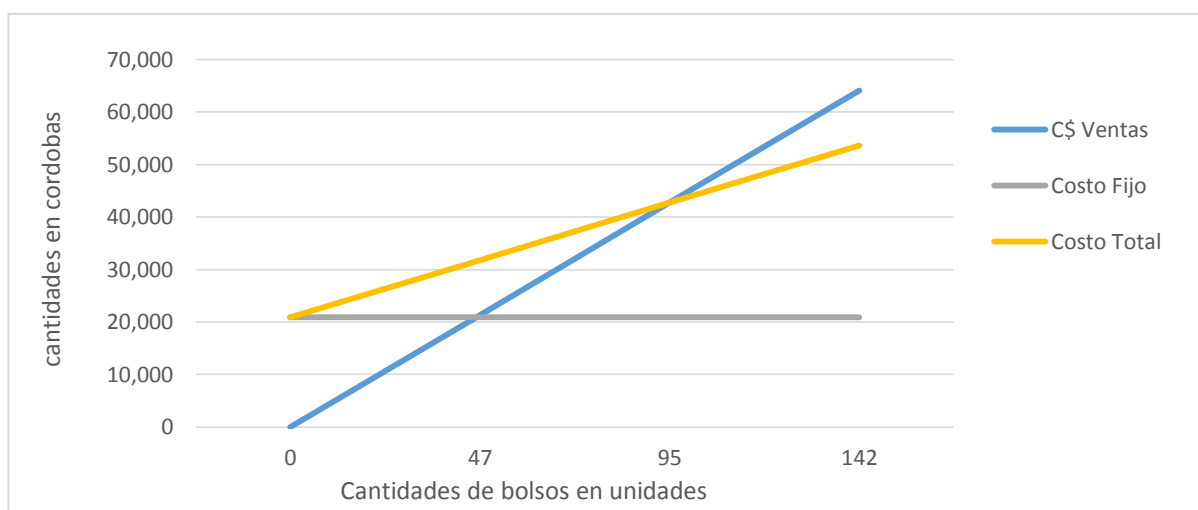
Para que la que empresa EcoBag pueda cumplir con todas sus obligaciones, pagar al personal, costos y gastos varios, debe producir al mes como mínimo 95 Bolsos-Mochila YuBa. Cabe señalar que una unidad menos vendida representaría pérdidas para la empresa.

Tabla 49 Punto de Equilibrio

<b>Precio Venta</b>	<b>C\$450</b>
<b>Coste Unitario</b>	<b>C\$229</b>
<b>Gastos Fijos Mes</b>	<b>C\$ 20,963.47</b>
<b>Pto. Equilibrio</b>	<b>95</b>
<b>C\$ Ventas Equilibrio</b>	<b>C\$42,750</b>

Fuente: Equipo investigador

Gráfico 8 Punto de Equilibrio



Fuente: Equipo Investigador

#### 4.4.2.5 Flujo de caja.

El flujo de caja para Viscione (2010) es “Este concepto se refiere a la cantidad de efectivo generada por las operaciones. Su uso básico es ayudar a determinar la capacidad de la empresa para ser frente a sus obligaciones.”

**Nota:** Para las proyecciones del flujo de caja se calculó un 10% en los ingresos, de acuerdo al crecimiento en ventas de las micro, pequeñas y medianas empresas (mi pymes) según Freddy Cruz, vicepresidente del consejo Nicaragüense de la Micro, Pequeña, y Mediana empresa (Conimipyme). Para proyectar los egresos se calculó un 6% tomando como referencia la tasa de inflación en precios.

Tabla 50 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA ANUAL					
Descripción	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
<b>Saldo inicial en caja</b>	181,823.45	200,722.53	256,515.41	347,313.67	530,931.37
<b>Entradas de caja</b>					
venta de yute	9,000.00	9,540.00	10,112.40	10,719.14	11,362.29
Ventas al contado	828,000.00	910,800.00	1,001,880.00	1,102,068.00	1,212,274.80
Total de caja disponible	1,018,823.45	1,121,062.53	1,268,507.81	1,460,100.81	1,754,568.47
<b>Egresos</b>					
Materiales directos	188,860.00	200,191.60	212,203.10	224,935.28	238,431.40
Mano de obra	145,152.00	153,861.12	163,092.79	172,878.35	183,251.06
Pago al principal	21,583.90	25,469.10	37,467.55		
Costos indirectos de fab.	225,039.52	238,541.89	252,854.40	268,025.67	284,107.21
<b>Gastos</b>					
Gastos de ventas	93,160.00	98,219.60	104,112.78	110,359.54	116,981.12
Gastos administrativos	122,391.80	129,735.31	137,519.43	145,770.59	154,516.83
Gastos financieros	15,213.70	11,328.50	6,744.10		
Cuota fija	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00
Total egresos de caja	818,100.92	864,547.12	921,194.14	929,169.44	984,487.61
<b>Saldo final en caja</b>	<b>200,722.53</b>	<b>256,515.41</b>	<b>347,313.67</b>	<b>530,931.37</b>	<b>770,080.86</b>

Fuente: Equipo investigador

## Estado de Resultado

En el estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias que se presenta a continuación, se muestra detalladamente todos las cuentas de ingresos y gastos de la microempresa EcoBag.

Tabla 51 Estado de resultado

EcoBag													
Estado de Resultado Proyectado Mensual													
Del 01 de Enero al 31 de Diciembre 2018													
Expresado en Córdoba													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	total
Ventas	C\$ 85,500.00	C\$ 81,000.00	C\$ 76,500.00	C\$ 58,500.00	C\$ 58,500.00	C\$ 58,500.00	C\$ 81,000.00	C\$ 58,500.00	C\$ 58,500.00	C\$ 58,500.00	C\$ 67,500.00	C\$ 85,500.00	C\$ 828,000.00
Costo de Ventas	48,228.46	46,453.46	44,634.46	37,589.46	37,589.46	37,589.46	46,453.46	37,589.46	37,589.46	37,589.46	41,104.46	48,228.46	500,639.52
Utilidad Bruta	C\$ 37,271.54	C\$ 34,546.54	C\$ 31,865.54	C\$ 20,910.54	C\$ 20,910.54	C\$ 20,910.54	C\$ 34,546.54	C\$ 20,910.54	C\$ 20,910.54	C\$ 20,910.54	C\$ 26,395.54	C\$ 37,271.54	C\$ 327,281.50
<b>Gastos Operativos</b>													
Gastos de Venta	C\$ 13,080.00	C\$ 7,280.00	C\$ 7,280.00	C\$ 7,280.00	C\$ 7,280.00	C\$ 7,280.00	C\$ 7,280.00	C\$ 7,280.00	C\$ 7,280.00	C\$ 7,280.00	C\$ 7,280.00	C\$ 7,280.00	C\$ 93,160.00
Gastos de Administración	10,567.90	10,125.60	10,125.60	10,125.60	10,125.60	10,125.60	10,567.90	10,125.60	10,125.60	10,125.60	10,125.60	10,125.60	122,391.80
Gastos financieros	C\$1,267.81	C\$1,267.81	C\$1,267.81	C\$1,267.81	C\$1,267.81	C\$1,267.81	C\$1,267.81	C\$1,267.81	C\$1,267.81	C\$1,267.81	C\$1,267.81	C\$1,267.81	C\$15,213.70
Total gastos operativos	C\$ 24,915.71	C\$ 18,673.41	C\$ 18,673.41	C\$ 18,673.41	C\$ 18,673.41	C\$ 18,673.41	C\$ 19,115.71	C\$ 18,673.41	C\$ 18,673.41	C\$ 18,673.41	C\$ 18,673.41	C\$ 18,673.41	C\$ 230,765.50
Utilidad de Operación	C\$ 12,355.83	C\$ 15,873.13	C\$ 13,192.13	C\$ 2,237.13	C\$ 2,237.13	C\$ 2,237.13	C\$ 15,430.83	C\$ 2,237.13	C\$ 2,237.13	C\$ 2,237.13	C\$ 7,722.13	C\$ 18,598.13	C\$ 96,516.00
Otros Ingresos	1,000.00	1,000.00	1,000.00	500.00	500.00	500.00	1,000.00	500.00	500.00	500.00	1,000.00	1,000.00	9,000.00
Pago al principal	1,798.70	1,798.70	1,798.70	1,798.70	1,798.70	1,798.70	1,798.70	1,798.70	1,798.70	1,798.70	1,798.70	1,798.70	21,584.40
Utilidad antes de impuesto	C\$ 11,557.13	C\$ 15,074.43	C\$ 12,393.43	C\$ 938.43	C\$ 938.43	C\$ 938.43	C\$ 14,632.13	C\$ 938.43	C\$ 938.43	C\$ 938.43	C\$ 6,923.43	C\$ 17,799.43	C\$ 83,931.60
cuota fija	C\$600.00	C\$600.00	C\$600.00	C\$600.00	C\$600.00	C\$600.00	C\$600.00	C\$600.00	C\$600.00	C\$600.00	C\$600.00	C\$600.00	C\$7,200.00
utilidad neta	C\$ 10,957.13	C\$ 14,474.43	C\$ 11,793.43	C\$ 338.43	C\$ 338.43	C\$ 338.43	C\$ 14,032.13	C\$ 338.43	C\$ 338.43	C\$ 338.43	C\$ 6,323.43	C\$ 17,199.43	C\$ 76,810.58

Fuente: Equipo investigador

**Nota:** La cuota fija se determinó de acuerdo a la ley 453 Ley de acuerdo ministerial y equidad fiscal, arto. 62.

Estado de resultado proyectado a cinco años (ver anexo 10)

### Balance General Projectado

El siguiente balance general muestra la situación financiera de la microempresa EcoBag a un año a una fecha fija, este refleja los activos que son los recursos y derechos necesarios para el cumplimiento de los objetivos de la empresa, los pasivos que son las deudas apreciables en dinero que la empresa se compromete a pagar y por último el patrimonio y los beneficios utilidades que ha obtenido la empresa.

Tabla 52 Balance General Projectado a un año

<b>EcoBag</b>	
<b>Balance General Projectado</b>	
Del 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2018	
Expresado en Córdoba	
<b><u>Activos</u></b>	
<b>Corriente</b>	
Efectivo en Caja y Banco	C\$200,722.53
Cuentas pagadas por anticipado	C\$23,400.00
Inventarios	C\$ 25,506.00
<b>Sub total Activo Corriente</b>	<b><u>C\$249,628.53</u></b>
<b>No Corriente</b>	
Mobiliario y Equipo de Oficina	9,600.00
Maquinaria	9,198.00
Herramientas y enseres	6,700.00
Depreciación de activo no corriente	(6,748.38)
<b>Sub total No Corriente</b>	<b><u>C\$16,749.62</u></b>
<b>Otros Activos</b>	

<b>Sub total Otros Activos</b>			
<b>Total Activos</b>			<b>C\$266,378.15</b>
<b><u>Pasivo</u></b>			
<b>Corriente</b>			
préstamo bancario	C\$ 62,936.70		
<b>Total Pasivos</b>		<b>C\$ 62,936.70</b>	
<b><u>Patrimonio</u></b>			
<b>Capital Contable</b>	C\$126,630.87		
<b>Utilidad o Perdida del Ejercicio</b>	C\$76,810.58		
<b>Total Patrimonio</b>		<b>C\$203,441.45</b>	
<b>Total Pasivo más capital</b>			<b>C\$266,378.15</b>

Fuente: Equipo investigador



### 4.4.3 Análisis financiero.

#### 4.4.3.1 Flujo de fondo.

Según Viscione (2010) define el flujo de fondo como “Este concepto se refiere a la cantidad de capital de trabajo neto (es decir, activo circulante menos pasivo circulante) generada por las operaciones. El flujo de fondos de una empresa proporciona información que ayuda de muchas maneras a los que toman decisiones, siendo la más importante la que indica hasta qué punto pueden tomar las operaciones soportar el crecimiento.”

**Nota:** Para las proyecciones del flujo de fondo se calculó un 10% en los ingresos, de acuerdo al crecimiento en ventas de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) según Freddy Cruz, vicepresidente del consejo Nicaragüense de la Micro, Pequeña, y Mediana empresa (Conimipyme).

Para proyectar los egresos se calculó un 6% tomando como referencia la tasa de inflación en precios.

Tabla 53 Flujo de Fondos

<b>EcoBag Flujo de Fondos</b>						
<b>Descripción</b>	<b>Años</b>					
	<b>0</b>	<b>Año 2018</b>	<b>Año 2019</b>	<b>Año 2020</b>	<b>Año 2021</b>	<b>Año 2022</b>
Ingresos por Ventas		C\$ 828,000.00	C\$ 910,800.00	C\$ 1,001,880.00	C\$1,102,068.00	C\$1,212,274.80
ingresos por venta de yute		C\$ 9,000.00	C\$ 9,540.00	C\$ 10,112.40	C\$10,719.14	C\$11,362.29
total de ingresos		C\$ 837,000.00	C\$ 920,340.00	C\$ 1,011,992.40	C\$ 1,112,787.14	C\$ 1,223,637.09
Costos de Producción		C\$ 500,639.52	C\$ 530,677.89	C\$ 562,518.56	C\$596,269.68	C\$632,045.86
Utilidad bruta		C\$ 336,360.48	C\$ 389,662.11	C\$ 449,473.84	C\$ 516,517.47	C\$ 591,591.23
Gastos Administrativos		C\$ 122,391.80	C\$ 127,827.30	C\$ 135,496.94	C\$143,626.75	C\$152,244.36
Gastos de Venta		C\$ 93,160.00	C\$ 98,749.60	C\$ 104,674.58	C\$110,955.05	C\$117,612.35
Gastos financieros		C\$ 15,213.70	C\$ 11,328.50	C\$ 6,749.10		
<b>Utilidad antes de Impuesto</b>		<b>C\$ 105,594.98</b>	<b>C\$ 151,756.71</b>	<b>C\$ 202,553.22</b>	<b>C\$261,935.66</b>	<b>C\$321,734.52</b>
<b>impuestos</b>		<b>C\$ 7,200.00</b>	<b>C\$ 7,200.00</b>	<b>C\$ 7,200.00</b>	<b>C\$ 7,200.00</b>	<b>C\$ 7,200.00</b>
<b>utilidad neta</b>		<b>C\$ 98,394.98</b>	<b>C\$ 144,556.71</b>	<b>C\$ 195,353.22</b>	<b>C\$ 254,735.66</b>	<b>C\$ 314,534.52</b>
Depreciación		C\$ 6,235.92	C\$ 6,235.92	C\$ 6,235.92	C\$ 6,235.92	C\$ 6,235.92
Amortización		C\$ 884.60	C\$ 884.60	C\$ 884.60	C\$ 884.60	C\$ 884.60
Inversión Fija	-C\$ 25,498.00					
Inversión Diferida	-C\$ 3,930.00					
Capital de Trabajo	-C\$ 181,823.45					
Prestamo	C\$ 84,520.58					
Pago del principal		-C\$ 21,583.90	-C\$ 25,469.10	-C\$ 37,467.30		
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>-C\$ 126,730.87</b>	<b>C\$ 83,931.60</b>	<b>C\$ 126,208.13</b>	<b>C\$ 165,006.44</b>	<b>C\$ 261,856.18</b>	<b>C\$ 321,655.04</b>

Fuente: Equipo investigador

#### 4.4.3.2 Valor actual neto (VAN).

Viscione (2010) dice que “El valor actual neto es una medida diseñada para determinar si el rendimiento que se espera de una inversión es mayor o menor que el nivel determinado con anticipación.”

neto se realiza con la siguiente fórmula:

$$VAN = -A + \frac{F1}{(1+i)} + \frac{F2}{(1+i)^2} + \frac{F3}{(1+i)^3}$$

Donde:

F: Flujo neto de efectivo en cada año

i: tasa de descuento

A: inversión inicial

Tabla 54 Datos de VAN

Datos	
Número de periodos	5
Tipo de periodo	Anual
Tasa de descuento	30%

Fuente: Equipo investigador

Tabla 55 Tasa de descuento

TASA DE DECUESTO	
INTERESES	4%
INFLACION	5%
RIESGO	5%
DEVALUACION	6%
RENTABILIDAD	10%
TOTAL	30%

Fuente: Equipo investigador

Tabla 56 VAN

Descrip	Años					
	0	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
<b>Inversión Inicial</b>	-C\$ 126,730.87	C\$ 83,931.60	C\$ 126,208.13	C\$ 165,006.44	C\$ 261,856.18	C\$321,655.04
<b>VAN</b>	<b>C\$ 265,930.79</b>					

Fuente: Equipo investigador

Después de haber realizado el cálculo de la VAN, descontando los C\$ 211,301.45 del plan de inversión, dio como resultado un monto de C\$ 265,930.79 lo cual quiere decir que al día de hoy la inversión es viable por tener un margen de utilidad alto y significativamente mayor que cero. Este indicador del VAN es el valor actual por el cual se puede negociar la nueva empresa.

#### 4.4.3.3 Tasa interna de retorno (TIR).

Según Baca (2010) La tasa interna de retorno “es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a 0. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.”

Para el caso del negocio EcoBag la TIR del 95.82% supera la tasa de descuento utilizada para actualizar los flujos y calcular el VAN. Esto significa que el nuevo negocio retorna utilidades superiores al margen de exigibilidad que se le impuso para la evaluación (30%).

Si el negocio se financiara en un 100% con fondos de un programa de crédito, 95.82% sería la tasa que se podría pagar por los fondos prestados. Por lo tanto, de acuerdo al criterio de la TIR el negocio es factible financieramente.

Tabla 57 TIR

<b>Tasa de descuento</b>	<b>30%</b>
<b>TIR</b>	<b>95.82%</b>

Fuente: Equipo investigador

## 5. Conclusiones

Concluyendo con el presente plan de emprendimiento para la micro empresa EcoBag se puede decir que se cumplieron los objetivos propuestos en el presente documento.

Se realizó un plan de mercadotecnia en el cual se describió detalladamente en qué consistía el producto YuBa, cuáles son los beneficios de obtenerlo y el segmento al que se está dirigiendo. De igual modo, mediante la aplicación del instrumento de investigación (encuesta) se logró conocer que existe una amplia demanda que no está siendo atendida por la competencia, siendo esto información valiosa para la empresa. Se determinó cuáles eran las expectativas de los posibles clientes en cuanto al Bolso-Mochila, lo cual es información crucial para la toma de decisiones en cuanto al desarrollo de estrategias que estuvieran orientadas a los clientes, tomando en cuenta las diferentes opiniones emitidas por los mismos.

Se estructuró el plan de producción el que contiene los costos en los que se debe incurrir para la elaboración del Bolso-Mochila en base a los tiempos y a la capacidad de producción diaria, la cual es de 10 productos al día. Se detalló cual será la maquinaria que se necesita y las herramientas para la producción y todos aquellos aspectos operativos que están directamente relacionados con el proceso para la obtención del producto terminado.

La elaboración del plan de organización y gestión fue de gran importante puesto que a través del mismo se determinó cuáles eran los procesos legales en los que la empresa debía incurrir para ser establecida como persona natural. Se determinó que es una micro empresa por contar con cinco colaboradores, para los cuales se diseñaron fichas de cargo, especificando en qué consistía el puesto y las características del colaborador al igual que la conformación de la estructura organizativa.

Mediante el establecimiento del plan financiero se definió el monto que la empresa necesita para iniciar sus operaciones siendo este la cantidad de C\$211,301.45

obtenida a través del aporte de las socias (60%) y la solicitud de un financiamiento al BANPRO Jinotepe (40%). Del mismo modo, se conocieron cuáles son los ingresos, egresos y costos con los que cuenta la empresa. Mediante la realización de los diferentes estados principales proyectados a cinco años evidenciaron que es rentable la creación de dicha empresa puesto que en todos los años se generan ganancias. Para finalizar se realizó el cálculo de él VAN y la TIR los cuales reflejaron que este plan de negocio es aceptado y con grandes posibilidades de posicionarse en el mercado caraceño.

## 6. Bibliografía

- Espejo, L. F. (2004). *Mercadotecnia*. Mexico: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Fisher, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. Mexico D.F: Mc Graw Hill.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. Mexico, Mexico: McGraw-Hill.
- Johnston, M. W., & Marshall, G. (2009). *Administracion de venta*. Mexico : Mac Graw Hill.
- kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing*. Mexico: Pearson Educacion.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principios de Marketing*. Madrid (España): Pearson Educacion, S.A.
- Kotler, P., & Lane keller, K. (2006). *Direccion de Marketing*. Mexico, Mexico: PEARSON EDUCACION.
- Kotler, P. y. (2008). *Fundamentos de marketing*. Mexico: PEARSON EDUCACION.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principios de Marketing*. Madrid (España): Pearson Educacion.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (s.f.). *Fundamentos de marketing*. Mexico, Mexico : PEARSON EDUCACION.
- Kotler, P., & Gary Armstrong. (2007). *Marketing*. Mexico: PEARSON EDUCACION.
- Kotler, P., & Gary Armstrong. (2008). *Principios de marketing*. PEARSON EDUCACION.
- Kotler, P., & keller, k. (2012). *Direccion de Marketing*. mexico: Pearson Educacion.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Direccion de Marketing*. Mexico: Pearson Educacion.
- Laura, F., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. Mexico D.F: Mc Graw Hill.
- Lazar Kanuk, L., & Schiffman, L. G. (2010). *Comportamiento del consumidor*. Mexico: Pearson.
- Mendez, C. (2001). *Metodologia diseño y desarrollo del proceso de investigacion*. Mc Graw Hill.
- Moreno, B. P., Aguilar Conde, P., & Santidrian Arroyo, A. (2006). *Contabilidad de costes y de gestion: un enfoque practico*. Madrid España: Delta Publicaciones.
- Moreno, B., Aguilar, P., & Santidrian, A. (2006). *Contabilidad de costes y de gestion; un enfoque practico*. Madrid España: Delta publicaciones.

Philip, K. (s.f.). *Mercadotecnia* . PHH Prentice Hall .

Philip, K., & Keller, K. L. (2006). *Direccion de Marketing*. Mexico: Pearson Educacion.

Phillip, K., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. Mexico, Mexico: PEARSON EDUCACION.

Phillip, K., & Keller, K. L. (2006). *Direccion de marketing* . Mexico, Mexico: PEARSON EDUCACION .

Samuelson , P., & Nordhaus, W. (1996). *Economia*. España: McGRA-HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA.

Schiffman , L., & Lazar Kanuk, L. (2010). *Comportamiento del Consumidor*. Mexico: Pearson

Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2007). *Fundamentos de marketing*. Mexico D.F, Mexico: Mc Graw Hill.

Tirado, D. M. (2013). *Fundamentos de Marketing* . Universitat Jaume I.

Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de Proyectos* . Mexico : McGRAW-HILL.

Villegas, C. F. (2001). *Contabilidad de Costros, enfoque gerencial y de gestion* . Bogota, Colombia: Prentice Hall.

Viscione, J. A. (2010). *Analisis financieros: Principios y metodos* . Mexico : Limusa .



## 7. Anexos

## Anexo 1 Cronograma de trabajo

Actividades	Agosto					Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
	Semanas																				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	
<b>Reforzamiento del diseño metodológico</b>																					
<b>Aplicar encuestas</b>																					
<b>Plan de mercadotecnia/</b> descripción de la innovación/ comparación del producto con la competencia/ mercado zona comercial																					
segmentación de mercado/ clientes potenciales/ demanda total/ participación de mercado																					
Estrategia de mercado/ medidas promocionales/ estimación de venta/ presupuesto de mercado																					
<b>Plan de producción/</b> el proceso de producción/ proveedores y condiciones de compra de los equipos/ capital fijo y vida útil																					
Capacidad planificada/ ubicación y distribución física de la empresa																					
Materia prima necesaria/ mano de obra/ gastos generales de la fabrica																					
<b>Plan de organización y gestión/</b> marco legal/ estructura de la organización/ experiencias y habilidades del empresario																					
Actividades y gastos preliminares/ equipos de oficina/ gastos administrativos																					
<b>Plan financiero/</b> inversión y fuente de financiamiento/ activos fijos/ activos intangibles																					
Capital de trabajo/inversión total/ estructura del																					



## Anexo 2 Diseño Metodológico

### Tipo de estudio

De acuerdo con Méndez (2001)

“La investigación en ciencias sociales se ocupa de la descripción de las características que identifica los diferentes elementos y componentes, y su interrelación. En el caso de la economía, la administración y las ciencias contables, es posible llevar a cabo un conocimiento de mayor profundidad que el exploratorio. Este lo define el estudio descriptivo, cuyo propósito es la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación”.

En el caso particular de esta investigación se hará uso de una investigación descriptiva por las siguientes razones:

- ❖ Se describirán las características particulares del grupo de consumidores que se piensa atender.
- ❖ Se calculará el porcentaje de la población seleccionada que muestra cierta conducta en su comportamiento de compra.
- ❖ Se determinará la percepción de las características del producto por parte de la población consultada.
- ❖ Se hará una predicción de los volúmenes de ventas probables.
- ❖

### Método y técnicas de investigación

Méndez (2001) señala que “El análisis inicia su proceso de conocimiento por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad; de este modo podrá establecer las relaciones causa-efecto entre los elementos que componen su objeto de investigación”.

Se hará uso del método analítico en cada una de las partes que conforman la estructura del mercado, en que se verá inmersa la propuesta de investigación para finalmente sacar una conclusión de los resultados del análisis hecho, respecto a la viabilidad comercial del nuevo negocio.

Por su duración en el tiempo, el método de la investigación es de tipo transversal, debido a que se obtendrá información de los encuestados por una sola vez.

Para realizar esta investigación, se hizo uso de las siguientes técnicas:

**Observación:** Esta técnica se realizó en la Universidad FAREM-Carazo, consistió en observar todos los diseños y estilos de bolsos que las jóvenes utilizan, logrando de esta manera, conocer un poco sobre los gustos y preferencias de las jóvenes en cuanto al producto a investigar.

Los ítems a observar fueron los siguientes:

- Rango de edades
- Colores de bolsos o mochilas que más usan las jóvenes estudiantes
- Como usan el producto
- El diseño que predomina entre las jóvenes

**Entrevista:** Se utilizó esta técnica al inicio de la investigación, a diferentes mujeres entre quince a veinticinco años de edad, del casco urbano de Jinotepe, entrevista que fue muy útil para seleccionar las variables de estudio, dicha entrevista se hizo utilizando preguntas abiertas y de una manera informal.

Las preguntas que se realizaron fueron las siguientes:

¿Qué te gusta utilizar más una mochila o un bolso?

¿Preferís los colores neutros o los llamativos?

¿Qué tamaño de bolso o mochila usas?

¿Te gusta combinar tu bolso o mochila con tu atuendo?

¿Te gustaría usar un producto que sea dos en uno?

**Encuesta:** Como una técnica de investigación para poder recopilar información certera de los clientes potenciales, la encuesta se realizara de manera escrita con un listado de preguntas a mujeres de quince a veinticinco años de edad del municipio de Jinotepe, a través de la hoja de resultado, esto con el propósito de determinar la viabilidad del producto “bolso-mochila.

**Fuentes primarias.**

Entrevistas y encuestas a mujeres de quince a veinticinco años de edad, del municipio de Jinotepe.

**Fuentes secundarias.**

Se consultaron libros de mercadotecnia, técnicas de investigación, contabilidad, finanzas y evaluación de proyecto para la realización del trabajo.

**Población**

**Cualitativo:** La población en estudio estará representada por las mujeres entre las edades de quince a veinticinco años, del casco urbano del municipio de Jinotepe, departamento de Carazo.

**Cuantitativo: 3,626 mujeres**

Informe del año 2008, distribución poblacional SILAIS Carazo, entrevista a la Lic. Ángela Álvarez, responsable de estadísticas.

**Proyección demográfica poblacional al año 2017**

$$Pp = Po (1 + TAC)^n$$

Dónde:

Pp= Población proyectada

Po= población actual

TAC= Tasa de crecimiento

n= Intervalo de años

$$Pp = 3,626 (1 + 0.011)^9$$

$$Pp = (3,626) (1.1034)$$

$$Pp = 4,000.9 \sim 4,001$$

Grupo de edad	Población (Mujeres)
15-25	4,001
Total	4,001

Tabla 1 Fuente: SILAIS Jinotepe

### Nuevo universo de estudio

Se ha determinado que la población de mujeres de 15 a 25 años de edad proyectadas al año 2017 es de 4,001 mujeres. El trabajo de campo se basara en este total proyectado.

### Muestra.

Para definir la muestra se utilizó la siguiente fórmula

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

Con un nivel de confianza del 95% y un error del 5%

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (4,001)}{(4,000) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5)} \\ &= \frac{(3.84) (1,000)}{(10) + (0.96)} \\ &= \frac{3,840}{10.96} = 350.36 \sim 350 \end{aligned}$$

### Muestra: 350

Para efectos del trabajo de campo, se calcula la estratificación tomando como referencia la densidad poblacional de los barrios en estudio que forman parte del objeto de investigación, los cuales determinaran la cantidad de encuestas a aplicar en cada uno de estos.

Esto se conoce a través de la siguiente formula:

$$ni = \left[ \frac{Ni}{N} \right]$$

Donde

$n = 350$

$N = 4,001$

$N_i =$  Población por barrio

Trabajo de campo

Barrio	Cálculo	Total	Porcentaje
<b>San Antonio</b>	$ni = 350 \frac{(483)}{4,001}$	73.7 ~ 74	21%
<b>San Felipe</b>	$ni = 350 \frac{(1143)}{4,001}$	99.9~ 100	28%
<b>San Juan</b>	$ni = 350 \frac{(605)}{4,001}$	52.9~ 53	15%
<b>San José</b>	$ni = 350 \frac{(1231)}{4,001}$	107.6~ 108	30%
<b>Colonia Santiago</b>	$ni = 350 \frac{(133)}{4,001}$	15 ~ 15	6%

Fuente: Equipo investigador

## Plan de Operacionalización de variables

<b>Variables independiente</b>	<b>Variables dependientes</b>	<b>Sub variables</b>	<b>Indicador</b>
1. Demografía	1. Edad	_____	1. 15-20 2. 21-25
	2. Lugar de procedencia	_____	1. San Felipe 2. San Antonio 3. San José 4. Colonia Santiago 5. San Juan
	3. Ocupación	_____	1. Estudiante de secundaria 2. Universitario 3. Trabajador 4. Otros, especifique
2. Oferta	1. Compra actual	Competencia	1. Si 2. No
	2. Marca	_____	1. Especifique
	3. Poder adquisitivo	Decisión de compra	1. _____
3. Demanda	1. Frecuencia de compra	_____	1. Cada seis meses 2. Cada año 3. Cada dos años 4. Otros, especifique
	2. Cantidad de compra	Consumo	1. Un bolso-mochila 2. Dos bolso-mochila
	3. Clientes	Motivo de compra	1. Moda 2. Comodidad 3. Práctico 4. Otros, especifique
	1. Diseño	_____	1. Compartimentos con zipper 2. Compartimentos con botones 3. compartimentos con velcro 4. Liso, sin



4. Producto			compartimentos
	2. Presentación	Estilo	1. Cuero 2. Tela 3. Otros, especifique
		Empaque	1. Plástico 2. Papel
		Color	1. Café 2. Crema 3. Negro 4. Otros, especifique
	3. Comportamiento de compra	Gustos y preferencias	1. Tamaño 2. Calidad 3. Material 4. Precio 5. Diseño 6. Textura 7. Versatilidad 8. Todas las anteriores
	4. Marca		1. YuBa 2. MAJA Bags 3. MaGartucis
5. Precio	1. Calificación de precio	Disposición de compra	1. C\$350.00 2. C\$400.00 3. C\$450.00
6. Comercialización	2. Minoristas		1. Centros comerciales 2. Tiendas 3. Ferias de artesanía 4. Online
7. comunicación	1. publicidad	Medios	1. TV Canal 121/28 2. Radio 3. Redes sociales 4. Material impreso 5. Mantas

## Diseño de instrumento de investigación



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua**

**UNAN-Managua**

**Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo**

**FAREM-Carazo**

**Objetivo:** Somos estudiantes de V año de la carrera de mercadotecnia de la UNAN, Managua- FAREM-Carazo, la presente encuesta tiene como objetivo: Proponer un plan de emprendimiento para la micro empresa EcoBag, ubicada en el municipio Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2017. Así mismo conocer la aceptación que tendría el nuevo producto bolso-mochila, elaborado con material de yute.

Marque con una X la respuesta que usted crea conveniente. De ante mano le agradecemos por su valioso tiempo y colaboración.

¿Compraría usted un bolso-mochila, hecho a base de yute? Si su respuesta es no, indique una de las justificaciones

1. Si \_\_\_\_ 2. No \_\_\_\_

2. 1 Fidelidad a otra marca \_\_\_\_

2.2 No le gustan los productos ecológicos \_\_\_\_

2.3 Poca confianza por ser un producto nuevo el mercado \_\_\_\_

### 1. Aspectos demográficos

1. Edad

1.15 años a 20 años \_\_\_\_ 2. 21 años a 25 años \_\_\_\_

2. Lugar de procedencia

1. \_\_\_\_\_

3. Ocupación

1. Estudiante Secundaria \_\_\_\_ 2. Universitario \_\_\_\_ 3. Trabajador \_\_\_\_

4. Otros, especifique \_\_\_\_\_

### 2. Aspectos de la oferta

1. ¿Compra usted actualmente un bolso-mochila?

1. Si \_\_\_\_ 2. No \_\_\_\_

**Nota:** Si su respuesta es no, salte al ítem 4: Aspecto del producto

2. ¿Qué marca de bolso-mochila compra?

1. Especifique\_\_\_\_\_

3. ¿Cuál es el precio que paga actualmente por el bolso-mochila que compra?

1. \_\_\_\_\_

### 3. Aspectos de demanda

1. ¿Con que frecuencia compraría usted el bolso mochila elaborado con materiales de yute?

1. Cada seis meses\_\_\_ 2. Cada año\_\_\_ 3.Cada dos años\_\_\_

4. Otros, especifique\_\_\_

2. ¿Qué cantidad del bolso-mochila estaría dispuesto a comprar usted?

1. Un bolso \_\_\_ 2. Dos bolsos\_\_\_ 3. Otros, especifique \_\_\_

3. ¿Por qué motivo compraría usted el bolso-mochila? Puede seleccionar más de una opción

1. Moda\_\_\_ 2. Comodidad\_\_\_ 3. Práctico\_\_\_ 4. Necesidad \_\_\_

5. Otros\_\_\_

### 4. Aspectos del producto

1. ¿Qué diseño le gustaría que presentara el nuevo bolso-mochila?

1. Compartimentos con zipper\_\_\_ 2. Compartimentos con botones\_\_\_

3. Compartimento con velcro (cierre mágico) \_\_\_

4. Sin compartimentos\_\_\_

2. ¿Con que otro tipo de material le gustaría que se combinara el bolso-mochila?

1. Cuero\_\_\_ 2. Tela\_\_\_ 3. Otros, especifique\_\_\_

3. ¿Qué tipo de material de empaque prefiere para un bolso-mochila de yute?

1. Plástico\_\_\_ 2. Papel \_\_\_

4. ¿Qué color le parece más atractivo para un bolso-mochila de yute?

1. Café\_\_\_ 2. Crema\_\_\_ 3. Negro\_\_\_ 4. Otros, especifique \_\_\_

5. ¿Qué nombre considera más atractivo para ser asignado a un producto femenino y juvenil, como lo es el bolso-mochila?

1. YuBa \_\_\_ 2. MAJA Bags \_\_\_ 3. Magartucis\_\_\_

6. ¿Qué atributos toma en cuenta al momento de comprar un bolso o una mochila? Puede seleccionar más de una opción

1. Tamaño\_\_\_ 2. Material\_\_\_ 3. Precio\_\_\_  
 4. Diseño \_\_\_ 5. Textura\_\_\_ 6. Versatilidad\_\_\_  
 7. Todas las anteriores\_\_\_

#### 5. Aspecto del precio

1. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el producto bolso-mochila de yute?

1. C\$350.00\_\_\_ 2. C\$400.00\_\_\_ 3. C\$450.00\_\_\_

#### 6. Aspecto de comercialización

1. ¿En cuál punto de venta le gustaría adquirir el producto? Puede seleccionar más de una opción

1. Centros comerciales\_\_\_ 2. Tiendas\_\_\_ 3. Ferias de artesanías\_\_\_  
 4. Online\_\_\_

#### 7. Aspectos de comunicación

1. ¿De los siguientes medios, en cuales considera conveniente publicitar el Bolso-Mochila? puede seleccionar más de una opción

1. TV canal121/28\_\_\_ 2. Radio\_\_\_ 3. Redes sociales\_\_\_  
 4. Material impreso\_\_\_ 5. Mantas\_\_\_

¡Gracias por su colaboración!

**Anexo 3 Proyección demográfica poblacional al año 2017**

$$Pp = Po (1 + TAC)n$$

**Dónde:**

Pp= Población proyectada

Po= población actual

TAC= Tasa de crecimiento

n= Intervalo de años

Pp= 3,626 (1+0.011)<sup>9</sup>

Pp= (3,626) (1.1034)

Pp= 4,000.9 ~ 4,001

## Anexo 4 Diseño de empaque



### **Anexo 5 Plan publicitario:**

Mediante una encuesta realizada a jóvenes del municipio de Jinotepe, entre las edades de quince a veinticinco años, estudiantes de secundaria y universidades, expresaron que el mejor medio para publicitar un producto nuevo, era la televisión, de manera que podían ver el diseño y darse cuenta si el producto cumple con sus expectativas o no.

El tipo de publicidad que se realizara para el nuevo bolso-mochila YuBa es televisivo, ideal para difundir un mensaje ya que se puede combinar imágenes, y sonidos de tipo informativo, el cual consiste en transmitir un mensaje, con una breve duración, generalmente centrado en una idea, en este caso informar la existencia de un nuevo producto,

La meta de este spot publicitario, es informar y de igual manera persuadir a los clientes potenciales a realizar la compra de los bolsos-mochilas YuBa.

### **Estrategia:**

Se implementará una estrategia publicitaria para todo el departamento de Carazo, con un mensaje informativo musical, resaltando los atributos del nuevo producto.

A quien se dirige: A todas las jóvenes estudiantes de secundaria y/ universidades

Que dice: Mensaje informativo musical dando a conocer los atributos y las razones por el cual debería comprarlo.

Como lo dice: La voz de una persona, con una canción de fondo.

Donde lo dice y cuando lo dice: En el departamento de Carazo, en el periodo de Enero a Febrero del año 2018

### **Diseño del mensaje publicitario**

“Con el tiempo las necesidades de los jóvenes han ido evolucionando, desde estar listos siempre para una selfi a estar activos constantemente a internet y sobre todo realizar acciones con un propósito social.

La comodidad, estilo y originalidad es lo primordial, sobre todo si a la vez ayuda al medio ambiente ¿Cómo es esto posible?

EcoBag ha creado los bolsos mochilas YuBa de yute bajo la línea de calidad, exclusividad y sobre todo ecofriendly.

¿Qué esperas para obtener tu YuBa? Ya disponibles en tienda Bella Mafia Jinotepe, y online con delivery solamente en el municipio de Jinotepe.”

Eslogan: ¡Salvemos el ambiente con estilo!

### Estrategia de comunicación

1. Estrategia del mensaje: En la pantalla se mostrará el producto y forma de utilizarlo, al mismo tiempo en que se escuchará la voz del presentador hablando sobre los atributos y ventajas de utilizar YuBa. El precio, ubicación de los puntos de venta, servicios ofrecidos, redes sociales y número telefónico para realizar pedidos aparecerán en la pantalla
2. Promesa básica: Venta de bolsos-mochilas versátiles y ecológicos.
3. Razonamiento de apoyo: servicio delivery, empaque reutilizables.
4. Tono del mensaje: Se transmitirá a través de una música juvenil y ritmo contagioso fácil de recordar y así posicionarse en la mente del usuario.
5. Estrategia de medios: Se publicitará por televisión en el canal 121 Caravisión, ya que es un medio masivo que es visto y escuchado con mucha frecuencia por la población juvenil.

Medio	Localización	Impacto esperado	Veces repetir	Duración del spot	Costo unitario en córdobas	Costo total en córdobas
Televisivo	Canal 121 caravisión Jinotepe, Carazo.	Por ser un canal visto en todos los municipios de Carazo y con televidentes en su mayoría jóvenes por el tipo de programación que presentan, al anunciar los bolsos-mochilas YuBa, por este canal, podrá llegar la información a todos los municipios de Carazo, captando la	Dos veces por día, en la tarde y por la noche, de lunes a viernes durante un mes.	20 segundos	Contrato con el canal: 200 Spot: 3,200	3,400



		atención de clientes potenciales jóvenes y así lograr persuadirlos a realizar la compra.				
--	--	--	--	--	--	--

**Control**

Se dará un seguimiento a la publicidad audiovisual, de manera que se verificara que el anuncio se presente, en el tiempo, hora y duración establecida, esperando un gran éxito para la micro empresa y los bolsos-mochila YuBa.

## Anexo 6 Publicidad en internet

### Página de Facebook

**Página** Bandeja de entrada Notificaciones Estadísticas Herramientas de publicación

**YuBa**  
Solvemos el ambiente con estilo

**Agrégate al equipo de YuBa** Configuración Ayuda

Permite que tu público de YuBa vea quién forma parte de tu equipo para inspirar confianza en la página.  
**Agregarte al equipo**

**EcoBag**

Te gusta Siguiendo Compartir + Agregar un botón

Te damos la bienvenida a tu nueva página

¿Tienes amigos a los que les puede gustar tu página?  
Invita a amigos a indicar que les

YuBa  
Crear nombre de usuario de la página

**Inicio**  
Publicaciones  
Grupos  
Opiniones  
Videos  
Fotos  
Información  
Comunidad

Llegar a más personas  
Administrar

**Página** Bandeja de entrada Notificaciones Estadísticas Herramientas de publicación

Te gusta Siguiendo Compartir + Agregar un botón Configuración Ayuda

**YuBa**  
Publicado por Jania Matus (?) · 22 min ·

Busca publicaciones en e:

**Publicaciones de visitantes**

“”  
Sé el primero en agregar una publicación.  
**Crear publicación**

Español · English (US) · Português (Brasil) · Français (France) · Deutsch

Privacidad · Condiciones ·

YuBa  
Crear nombre de usuario de la página

**Publicaciones**  
Grupos  
Opiniones  
Videos  
Fotos  
Información  
Comunidad

## Roles de página existentes

### Administrador

Puede administrar todos los aspectos de la página, por ejemplo, enviar mensajes y publicar en nombre de la página, responder comentarios y eliminarlos, crear anuncios, ver qué administrador creó una publicación o un comentario, ver estadísticas, responder comentarios de Instagram desde la página y eliminarlos, editar la información de la cuenta de Instagram y asignar roles de página.



**Maria Maya**  
Administrador

Editar



**Jania Matus**  
Administrador

Editar

## Publicidad en Instagram

Pu

Instagram | Buscar

tiendaecobag [Editar perfil](#) ⚙️

2 publicaciones 2 seguidores 6 seguidos

YuBa

**YuBa**  
Solovemos el ambiente con eco!

**EcoBag**

## Anexo 7 Salario mínimo

### Salario mínimo, según el ministerio de trabajo (MITRAB)

Sector de Actividad	Porcentaje	Mensual C\$
Agropecuario (más Alimentación)	4.125%	3,773.82
Pesca	4.125%	5,738.20
Minas y Canteras	4.125%	6,777.61
Industria Manufacturera	4.125%	5,074.31
Industria Sujeta a Régimen Fiscal	0.0%	5,044.69
Micro y Pequeña Industria Artesanal y Turística Nacional Artesanal	4.125%	4,054.76
Electricidad, gas y agua; Comercio, Restaurantes-Hoteles; Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	4.125%	6,921.93
Construcción, Establecimientos Financieros y Seguros	4.125%	8,445.44
Servicios Comunales Sociales y Personales (incluyendo I@s trabajador@s doméstic@s)	4.125%	5,290.48
Gobierno Central y Municipal	4.125%	4,706.12

**Notas:**



Romanos 13:7-8

7. Así que páguenle a cada uno lo que deben pagarle...  
8. No le deban nada a nadie...

# MITRAB

## Salarios Mínimos

Del 01-Sep-2017 al 28-Feb-2018

Comisión Nacional de Salario Mínimo / Acta No. 2 / CNSM-17/08/17



George Antonio Lazo Sánchez

Solicita 2 libros en PDF  
Completamente Gratis al  
8483-3963 (vía SMS o WhatsApp)  
1. Libro "Consultas de Interés-  
Tributas" Edición 3  
2. Libro sobre Derecho Laboral

## **Anexo 8 Registro de marca**

La solicitud de registro de una Marca, nombre comercial, emblema o señal de propaganda y cualquier otra solicitud, se presenta ante la secretaria del Registro de la propiedad intelectual, en el formulario correspondiente, todo de conformidad con el Artículo 9 de la Ley 380 Ley de marcas y otros signos distintivos:

Este formulario debe de incluir:

1. Nombre y dirección del solicitante.
2. Lugar de constitución de domicilio del solicitante, cuando fuese una persona jurídica.
3. Nombre del representante legal cuando fuese el caso.
4. Nombre y dirección del apoderado en el país, cuando se hubiera designado.
5. Denominación de la marca o nombre comercial, cuyo registro se solicita si fuese denominativa sin grafía, formal ni color especial.
6. Etiquetas con la reproducción de la marca, emblema o señal de publicidad, cuando tuviera grafía, forma o colores especiales, o fuese figurativa, mixta o tridimensional con o sin color.
7. Señalar si en interesado reivindica derecho de prioridad.
8. Una lista de productos o servicio para los cuales se desea registrar la marca, agrupados por clase conforme a la clasificación internacional de productos y servicios.
9. La firma del solicitante o de su apoderado.

Adjunto al formulario correspondiente se debe presentar:

- El poder para registro de propiedad intelectual, que acredite la representación, cuando el interesado lo hiciera a través de apoderado.
- En caso de ser marca sonora, acompañar muestra de sonido en soportes de CD o DVD.
- Comprobante de pago de la tasa establecida.

Una vez realizado el formulario, se deben seguir estos procedimientos:

Acudir al MIFIC (Ministerio de Fomento, Industria y Comercio) y seguir los siguientes pasos:

- Solicitud de marca
- Examen de forma
- Orden de pago
- Publicación
- Examen de fondo
- Resolución de examen de fondo
- Inscripción de certificado

## Anexo 9 Financiamiento

**COMISIÓN BANCARIA + HONORARIOS LEGALES** (2%)

\$ 55.42

**MONTO A RECIBIR** (Incluye Comisión Bancaria)

\$ 2,715.58

**CUOTA NIVELADA MENSUAL**

(sin seguro)

\$ 100.54

**MONTO MENSUAL APROXIMADO DEL SEGURO DE VIDA SALDO**

**DEUDOR** (0.15% sobre saldo, mínimo \$2)

\$ 04.16

**CUOTA NIVELADA MENSUAL** (incluye seguro de vida)

\$ 104.70

**Nota:** El Banco podrá gestionar la contratación del seguro de vida sin costo adicional para el cliente.

**CALCULAR**

## Anexo 10 Estado de resultado proyectado.

<b>Estado de Resultado Proyectado</b>					
<b>Expresado en Córdoba</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Año 2018</b>	<b>Año 2019</b>	<b>Año 2020</b>	<b>Año 2021</b>	<b>Año 2022</b>
Ventas Totales	828,000.00	910,800.00	1,001,880.00	1,102,068.00	1,212,274.80
Venta Netas	828,000.00	910,800.00	1,001,880.00	1,102,068.00	1,212,274.80
Costos de Producción	500,639.52	530,677.89	562,518.56	596,269.68	632,045.86
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>327,281.50</b>	<b>380,582.63</b>	<b>440,390.21</b>	<b>507,437.98</b>	<b>582,511.75</b>
<b><u>Gastos de Operación</u></b>					
Gastos de Venta	93,160.00	98,749.60	104,674.58	110,955.05	117,612.35
Gastos de Administración	122,391.80	127,827.30	135,496.94	143,626.75	152,244.36
Gastos financieros	15,213.70	11,328.50	6,744.70		
Total gastos operativos	230,765.50	237,905.40	246,916.21	254,581.80	269,856.71
<b>Utilidad de Operación</b>	<b>96,594.98</b>	<b>142,677.23</b>	<b>193,473.99</b>	252,856.18	312,655.04
<b>Otros Ingresos</b>	<b>9,000.00</b>	<b>9,000.00</b>	<b>9,000.00</b>	<b>9,000.00</b>	<b>9,000.00</b>
<b>principal</b>	<b>21,584.40</b>	<b>25,469.10</b>	<b>37,467.55</b>		
<b>Utilidad antes de impuesto</b>	<b>83,931.60</b>	<b>126,208.13</b>	<b>165,006.44</b>	<b>261,856.18</b>	<b>321,655.04</b>
<b>IR por pagar (Cuota fija)</b>	<b>7,200.00</b>	<b>7,200.00</b>	<b>7,200.00</b>	<b>7,200.00</b>	<b>7,200.00</b>
<b>Utilidad neta</b>	<b>76,810.58</b>	<b>119,008.13</b>	<b>157,806.44</b>	<b>254,656.18</b>	<b>314,455.04</b>



## Anexo 11 Nomina de pago

EcoBag										
Nómina Mensual										
N°	Nombres y Apellidos	Cargo	Salario Base	Deducciones	Salario Neto	INSS Patronal	Prestaciones Sociales			Firma
				INSS Laboral			Vacaciones	Treceavo Mes	Indemnización	
<b>Administración</b>										
1	Maria Maya Garcia López	Admin	C\$ 5,000.00	C\$ 312.50	C\$ 4,687.50	C\$ 950.00	C\$ 416.67	C\$ 416.67	C\$ 416.67	
<b>Sub Total Administración</b>			<b>C\$ 5,000.00</b>	<b>C\$ 312.50</b>	<b>C\$ 4,687.50</b>	<b>C\$ 950.00</b>	<b>C\$ 416.67</b>	<b>C\$ 416.67</b>	<b>C\$ 416.67</b>	
<b>Ventas</b>										
4	Jania del Carmen Matus Brenes	Resp. de ventas	4,500.00	281.25	4,218.75	810.00	375.00	375.00	375.00	
<b>Sub Total Ventas</b>			<b>C\$ 4,500.00</b>	<b>C\$ 281.25</b>	<b>C\$ 4,218.75</b>	<b>C\$ 810.00</b>	<b>C\$ 375.00</b>	<b>C\$ 375.00</b>	<b>C\$ 375.00</b>	
<b>Producción</b>										
7	Allan Jose Martinez	Jefe de producción	4,500.00	281.25	4,218.75	810.00	375.00	375.00	375.00	
8	Francisco de Jesús Vargas	Operario 1	4,200.00	262.50	3,937.50	756.00	350.00	350.00	350.00	
9	Norlan Ernesto Gonzáles	Operario 2	4,200.00	262.50	3,937.50	756.00	350.00	350.00	350.00	
<b>Sub Total Gastos de Venta</b>			<b>C\$ 12,900.00</b>	<b>C\$ 806.25</b>	<b>C\$ 12,093.75</b>	<b>C\$ 2,322.00</b>	<b>C\$ 1,075.00</b>	<b>C\$ 1,075.00</b>	<b>C\$ 1,075.00</b>	
<b>Total</b>			<b>C\$ 22,400.00</b>	<b>C\$ 1,400.00</b>	<b>C\$ 21,000.00</b>	<b>C\$ 4,082.00</b>	<b>C\$ 1,866.67</b>	<b>C\$ 1,866.67</b>	<b>C\$ 1,866.67</b>	

## Anexo 12 Proyecciones de inventario final

EcoBag												
Proyecciones de Inventario Final												
Descripción	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
<b>Materia Prima Directa</b>												
yute	C\$ 1,440.00	C\$ 1,360.00	C\$ 560.00	C\$ 560.00	C\$ 560.00	C\$ 1,440.00	C\$ 560.00	C\$ 80.00	C\$ 80.00	C\$ 1,200.00	C\$ 1,520.00	C\$ 10,880.00
cuero	270.00	255.00	105.00	105.00	105.00	270.00	105.00	15.00	15.00	225.00	285.00	2,040.00
<b>Materia Prima indirecta</b>												
Hilo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tela de forro	135.00	135.00	60.00	60.00	60.00	135.00	60.00	120.00	60.00	120.00	150.00	1,245.00
zipper	180.00	170.00	70.00	70.00	70.00	180.00	70.00	70.00	70.00	150.00	190.00	1,480.00
broches	126.00	119.00	49.00	49.00	49.00	126.00	49.00	49.00	49.00	105.00	133.00	1,036.00
reguladores	288.00	272.00	112.00	112.00	112.00	288.00	112.00	112.00	112.00	192.00	304.00	2,320.00
cargadores	504.00	476.00	196.00	196.00	196.00	504.00	196.00	196.00	196.00	420.00	532.00	4,144.00
baqueta	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	420.00
cartulina												
agujas	-	14.00	14.00	14.00	14.00	-	14.00	14.00	14.00	14.00	-	112.00
papel kraff	126.00	119.00	49.00	49.00	49.00	126.00	49.00	49.00	49.00	105.00	133.00	1,276.00
pegamento	-	30.00	30.00	30.00	30.00	-	30.00	30.00	30.00	30.00	-	240.00
cintas	63.00	63.00	28.00	28.00	28.00	63.00	28.00	28.00	28.00	56.00	70.00	553.00
<b>Total</b>	<b>C\$ 3,167.00</b>	<b>C\$ 3,048.00</b>	<b>C\$ 1,308.00</b>	<b>C\$ 1,308.00</b>	<b>C\$ 1,308.00</b>	<b>C\$ 3,167.00</b>	<b>C\$ 1,308.00</b>	<b>C\$ 798.00</b>	<b>C\$ 738.00</b>	<b>C\$ 2,652.00</b>	<b>C\$ 3,352.00</b>	<b>C\$ 25,506.00</b>

Anexo 13



Anexo 14

