



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 *Hor – Nica*, ubicada en el municipio de Jinotepe, Carazo, durante el segundo semestre del año 2017.

Autores:

Br. López Peña Meyling Nazareth

Br. Ureña García Axcell José

No. de Carné

13 –09203 – 7

13 – 09495 – 2

Tutor:

Msc. Mariano Isidoro Gaitán Chávez

Jinotepe, 13 de diciembre del año 2017

Dedicatorias

“Mira que te mando que te esfuerces y seas valiente; no temas ni desmayes, porque Jehová tu Dios estará contigo donde quiera que vayas”

Josué 1:9

El esfuerzo continuo es parte de la vida diaria y es la principal herramienta para tener éxito. Con esfuerzo y esmero hemos realizado este trabajo y lo dedicamos con mucho amor a nuestro Dios quien ha sido, es y será la piedra angular de nuestra vida, el motor que nos impulsa y nos da fuerza y la principal fuente de inspiración.

A nuestras madres que nos dieron la vida, y nos han encaminado por ella con mucho amor. Gracias a ese amor, a esa dedicación y desempeño hemos llegado hasta donde hoy estamos y seguiremos alcanzando más éxitos.

A la FAREM - Carazo, y a los docentes quienes nos han transmitido sus enseñanzas y experiencia que marcaran la pauta en nuestro desarrollo profesional.

Br. López Peña Meyling Nazareth

Br. Ureña García Accell José

Agradecimientos

Damos gracias principalmente al autor y consumidor de todas las cosas. Dios señor nuestro, gracias a él a su bondad, amor, misericordia y lealtad nuestras luchas han rendido frutos.

Agradecemos profundamente a nuestras madres cuyo amor en toda nuestra vida ha sido incuestionable, irremplazable y sumamente vital para nosotros.

Agradecemos el apoyo del tutor, Msc. Mariano Isidoro Gaitán Chaves, quien con su paciencia y conocimientos estuvo apoyándonos hasta el final de culminación del presente trabajo. Y a todas aquellas personas que anónimamente nos han brindado su ayuda, nos han acompañado y nos han hecho sentir el amor de Dios a través de ellos, a nuestros amigos y familiares.

¡A todos y cada uno de ellos desde lo más profundo de nuestro corazón les decimos,

Gracias!

Br. López Peña Meyling Nazareth

Br. Ureña García Accell José

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”*

04 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 los bachilleres:

Nº	Apellidos y Nombres	Carné
1	Br. Lopez Peña Meyling Nazareth	13-09203-7
2	Br. Ureña Garcia Axcell José	13-09495-2

Siendo el subtema: Propuesta de plan de emprendimiento para la micro empresa *Hor - Nica*, ubicada en el municipio de Jinotepe, 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. Mariano I. Gaitán 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.ceconom.faremc@unan.edu.ni | www.faremcCarazo.unan.edu.ni

Resumen

El presente trabajo desarrolló una propuesta de emprendimiento orientada a la Creación de una micro empresa que se dedicará a la producción y comercialización de rosquilla saborizada. El carácter innovador del negocio consiste en ofrecer al cliente un producto único en el mercado que va a satisfacer los gustos y preferencias de los consumidores, esta microempresa estará ubicada en la ciudad de Jinotepe.

La realización de este plan de emprendimiento incorpora aspectos mercadológicos, aspectos de producción, de gestión administrativa y financiero, como se describen a continuación:

En lo que respecta al plan de mercadotecnia se desarrolló un estudio de mercado, para lograr tener una noción clara de los principales clientes y nuestra demanda total, los gustos y preferencias de los posibles compradores con respecto a la rosquilla saborizada. Parte fundamental de los aspectos mercadológicos fueron el diseño de la comercialización del producto y estrategias de Marketing.

En lo que respecta al plan de producción, contiene el proceso de elaboración del producto, especificaciones de tiempo, requerimientos de materia prima y proveedores de la pequeña empresa. Todo esto con el objetivo de tener una visión clara de lo que es necesario para que el producto se comercialice.

Así mismo el plan de organización especifica la gestión y ejecución administrativa de la pequeña empresa, comenzando por la definición de la razón social, la estructura legal con la que la empresa operara de manera formal; estructura organizacional, en donde se estableció el número de colaboradores así como las funciones de cada uno de ellos y los gastos administrativos que respectan a este plan.

Finalmente en el plan financiero, se reflejan y desglosan los costos en los que se debe incurrir durante todo el proceso, así como el costo total del plan de negocio. En lo que respecta al análisis financiero se conoce la rentabilidad del pequeño negocio por

medio de los indicadores financieros VAN y TIR los que mostraron la viabilidad económica-financiera del plan de negocio de la pequeña empresa *Hor - Nica*.

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.	6
4.1.3	Mercado/ Zona comercial.	8
4.1.4	Segmentación de mercado (clientes potenciales).	9
4.1.5	Demanda total.	12
4.1.6	Participación de mercado esperada.....	14
4.1.7	Estrategia de mercado.	15
4.1.8	Estimación de venta.....	25
4.1.9	Presupuesto de mercadotecnia.	27
4.2	Plan de producción.....	29
4.2.1	El proceso de producción.	29
4.2.2	Proveedores y condiciones de compra de los equipos.....	32
4.2.3	Capital fijo y vida útil.	35
4.2.4	Capacidad planificada.	36
4.2.5	Ubicación y distribución física de la empresa.....	36
4.2.6	Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad.	38
4.2.7	Mano de obra, su costo y disponibilidad.	39
4.2.8	Gastos generales de producción.	41
4.3	Plan de organización y gestión	41
4.3.1	Marco legal (forma natural).	41
4.3.2	Estructura de la organización.....	50
4.3.3	Experiencia y habilidades básicas del empresario.	52
4.3.4	Actividades y gastos preliminares.	56

5.3.5 Equipos de oficina.....	56
4.3.6 Gastos administrativos.....	58
4.4 Plan financiero	59
4.4.1 Inversión y fuente de financiamiento.....	59
4.4.1.1 Activos fijos.....	59
4.4.1.2 Activos intangibles.....	59
4.4.1.3 Capital de trabajo.....	60
4.4.1.4 Inversión total.....	60
4.4.1.5 Estructura del financiamiento.....	61
4.4.2 Ingresos, egresos y costos.....	61
4.4.2.1 Presupuesto de ingreso.....	61
4.4.2.2 Presupuesto de egresos.....	62
4.4.2.3 Presupuesto de costos.....	62
4.4.2.4 Punto de equilibrio.....	63
4.4.2.5 Flujo de caja.....	64
4.4.3 Análisis financiero.....	65
4.4.3.1 Flujo de fondo.....	65
4.4.3.2 Valor actual neto (VAN).....	66
4.4.3.3 Tasa interna de retorno (TIR).....	66
5. Conclusiones.....	67
6. Bibliografía.....	68
7. Anexos	69

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Mapa político de Carazo.	8
Ilustración 2 Mapa satelital Jinotepe	9
Ilustración 3 Canal de distribución Directa	21
Ilustración 4 Canal de distribución indirecta	21
Ilustración 5 comportamiento de ventas	26
Ilustración 6 Plano	36
Ilustración 7 Diagrama de flujo del proceso de producción de las rosquillas	31
Ilustración 8 Organigrama	50
Ilustración 9 Punto de equilibrio	63

Índice de tablas

Tabla 1 Competencia.....	7
Tabla 2: Bases para la segmentación de mercados de consumidores.....	9
Tabla 3 Ingresos promedio del mercado potencial.....	11
Tabla 4 proyección del crecimiento poblacional.....	12
Tabla 5 Discriminantes.....	13
Tabla 6 Demanda real.....	13
Tabla 7 Oferta real directa.....	13
Tabla 8 Calculo de la demanda insatisfecha.....	14
Tabla 9 Consumo mensual según la frecuencia de compra.....	14
Tabla 10 Participación de mercado.....	14
Tabla 11 Precios de la competencia.....	19
Tabla 12 Plan de medios.....	24
Tabla 13 Ventas unidades físicas.....	25
Tabla 14 Ventas unidades monetarias.....	25
Tabla 15 Presupuesto de diseño del producto.....	27
Tabla 16 Presupuesto de costos en el producto.....	27
Tabla 17 Presupuesto de distribución.....	28
Tabla 18 Presupuesto de promoción y publicidad.....	28
Tabla 19 Presupuesto maestro.....	29
Tabla 20 Simbología ANSI.....	30
Tabla 21 Flujo del proceso productivo.....	30
Tabla 22 Ficha técnica.....	32
Tabla 23 Costos de maquinaria y equipos.....	34
Tabla 24 Depreciación.....	35
Tabla 25 Capacidad planificada.....	36
Tabla 26 Materia prima directa e indirecta.....	38
Tabla 27 Mano de obra directa e indirecta.....	39
Tabla 28 Gastos de producción.....	41
Tabla 29 Ficha de cargo administrador.....	52

Tabla 30 Ficha de cargo vendedor.....	55
Tabla 31 Ficha de cargo Responsable de producción.....	53
Tabla 32 Ficha de cargo operarios.....	54
Tabla 33 Costos preliminares.....	56
Tabla 34 Equipo requerido.....	56
Tabla 35 Gastos de administración.....	58
Tabla 36 Activos Fijos.....	59
Tabla 37 Activos intangibles.....	60
Tabla 38 Inversión total.....	60
Tabla 39 Amortización.....	61
Tabla 40 Presupuesto de ingresos.....	61
Tabla 41 Costos de producción, gastos de administración, pago de amortización.....	62
Tabla 42 Estructura de costo.....	62
Tabla 43 Punto de equilibrio.....	63
Tabla 44 Comprobación punto de equilibrio.....	63
Tabla 45 Flujo de caja.....	64
Tabla 46 Flujo de fondo.....	65
Tabla 47 VAN.....	66
Tabla 48 TIR.....	66
Tabla 49 Pilotaje.....	70

Índice de anexos	
Anexo 1 Diseño metodológico	69
Anexo 2 Conoce un producto similar o parecido al que está proponiendo	78
Anexo 3 Edad	78
Anexo 4 Estado civil.....	78
Anexo 5 Ocupación.....	78
Anexo 6 Demanda	79
Anexo 7 Costo de venta	79
Anexo 8 Página en Facebook	80
Anexo 9 Nomina de pago	81
Anexo 10 Formato inscripción de INSS	82
Anexo 11 Formato de solicitud.....	83
Anexo 12 Tasa para el pago de impuesto en la alcaldía municipal.....	84
Anexo 13 Plan de inversión	85
Anexo 14 Tarifa de impuesto de cuota fija	86
Anexo 15 Balance general.....	87
Anexo 16 Estado de resultado	88
Anexo 17 Cronograma de trabajo	89

1. Introducción del tema y subtema

La Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua FAREM-Carazo está impulsando a los estudiantes de las distintas carreras, los planes de negocio e innovación para la cuarta región del país, dando la oportunidad de elaborar un plan de negocio que permita finalizar seminario de graduación, brindando la oportunidad de poner en práctica nuestros conocimientos adquiridos en el transcurso de su formación profesional.

Razón por la cual UNAN-FAREM-Carazo se interesa en promover a los estudiantes planes de emprendimiento, para que, al incursionarse al ámbito laboral, puedan iniciar y establecer una micro empresa, con el fin de ser generadores de empleo.

El presente trabajo de seminario de graduación se realizó siguiendo la temática de crear un plan de emprendimiento e innovación, en el que se pretende constituir una pequeña empresa productora y comercializadora de rosquilla saborizada, en el municipio de Jinotepe considerándola como una de fuente de ingreso.

Para la realización de éste producto fue necesario medir la cantidad de personas que demandarían este producto, conocer la competencia directa, el precio del producto final, así como la creación e implementación de estrategias mercadológicas que promuevan y vendan de manera atractiva el producto a nuestro mercado meta.

En el plan de producción, se determinó el proceso de elaboración del producto final, la materia prima necesaria para la producción de las rosquillas, las maquinarias y equipos a utilizar en su elaboración y los costos y gastos en los que se incurren en este plan.

En el aspecto administrativo y de gestión, se define el marco legal de la pequeña empresa *Hor - Nica*, estructura organizativa, las distintas actividades que realizara cada colaborador y los gastos administrativos de cada una de las actividades a realizarse en este plan.

En el plan financiero, se determinó el costo de la inversión inicial, se realizó el flujo de caja, flujo de fondos, punto de equilibrio, VAN y TIR analizando así la rentabilidad y

Seminario de Graduación

viabilidad de la pequeña empresa para poner en marcha lo planeado y alcanzar nuestros objetivos propuesto.

2. Justificación

El presente plan de emprendimiento, se ha realizado debido a la oportunidad existente de crear una micro empresa dedicada a la producción y comercialización de rosquilla saborizada, aprovechando la ventaja que actualmente en el mercado de alimentos tradicionales, no existe un producto similar en cuanto al sabor que este contendrá, el cual será mejorado con ingredientes menos perjudiciales para la salud.

El equipo emprenderá con la micro empresa denominada “*Hor - Nica*”, nombre que se le ha otorgado en referencia a los productos tradicionales que se elaboran en Nicaragua a base de maíz (cosa de horno), destacando de este modo la identificación cultural del departamento de Carazo, en cuanto a la especialidad y calidad de este tipo de productos, dirigido al sector alimenticio.

Con la producción artesanal y comercialización de rosquilla saborizada, la empresa asume la responsabilidad de ofrecer un producto que permita alimentarse de forma saludable, contribuyendo de esta manera a mitigar el consumo de productos perjudiciales para la salud.

Para poder llevar a cabo este plan de innovación y emprendedurismo es necesario la aplicación de métodos e instrumentos de investigación, para recopilar información que den a conocer el grado de aceptación que tendrá el producto en el mercado a penetrar, teniendo presente la aplicación de conocimientos adquiridos durante el tiempo de estudio, los cuales aportaran en gran medida a la elaboración de una guía para la micro empresa a través de un plan de negocio que permita el logro de sus objetivos y metas.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Proponer un plan de emprendimiento para la micro empresa *Hor - Nica*, 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 *Hor - Nica*, 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 *Hor - Nica*.

Seminario de Graduación

4. Desarrollo del subtema

4.1 Plan de Mercadotecnia

4.1.1 Descripción de la innovación.

La idea de innovación, consiste precisamente en crear un producto innovador y creativo que tenga características que se diferencien de los productos similares ofertados en el mercado, la idea nace con la necesidad que demandan los consumidores por un producto atractivo en cuanto a empaque, tamaño, consistencia y diferenciación de sabor siendo este menos perjudicial para la salud del consumidor debido a que no posee grasa animal (manteca de cerdo).

La rosquilla saborizada contará con un empaque práctico que le permitirá tener mejor conservación, el cual será de un tamaño estándar (100 gr); que contendrá una rosquilla de un color atractivo y con un grado de cocimiento adecuado dándole una consistencia crujiente.

Este producto contará con el sabor natural del coco, lo cual representa una ventaja competitiva en el mercado, esto permitirá que se dé a conocer como un producto innovador, debido a que en el mercado actual no existe otra rosquilla con las mismas características, lo que da pauta a que se genere y produzca esta nueva alternativa de sabor de acuerdo a los gustos y preferencia de los consumidores.

La idea de “Sabor Caraceño”, se enfoca en transformar y revolucionar la rosquilla ordinaria en una que posea un sabor totalmente diferente a lo acostumbrado, tomando en cuenta que este mercado es muy amplio, tanto a nivel nacional como internacional, lo que representa una oportunidad para este producto que pretende darle otro gusto al paladar del consumidor.

4.1.2 Comparación del producto con la competencia.





En el mercado nicaragüense, debido a la cultura y costumbres por el consumo de productos tradicionales como la rosquilla, existen productos semejantes, pero no poseen las características del que se está proponiendo, el cual es una rosquilla saborizada, con un proceso de elaboración artesanal, con características y valores agregados innovadores. (Ver anexo 2)

Teniendo en cuenta que el mercado meta para este producto es la ciudad de Jinotepe, zona urbana, siendo este el lugar donde se realizó el estudio para conocer y determinar la competencia directa que tiene la rosquilla saborizada denominadas sabor caraceño.

Donde se llegó a conocer las personas que consumen un producto parecido en cuanto al concepto y forma ya sean industrial o artesanal, así como aquellos que no se inclinan a un producto específico. No obstante, este nuevo producto se diferenciará por su sabor y empaque.

Seminario de Graduación

Tabla 1 Competencia

Marca	Producto	Presentación	Precio	Plaza
	Rosquillas Hojaldras	110 gr	36.25	<ul style="list-style-type: none"> • Súper mercado Santiago. • La Colonia • Mini súper La Económica
	Rosquilla Hojaldras	100 gr	33.75	<ul style="list-style-type: none"> • Súper mercado Santiago. • La Colonia
	Rosquilla	100 gr	28.50	<ul style="list-style-type: none"> • Súper mercado Santiago.
	Rosquilla Hojaldra	100 gr	32.75	<ul style="list-style-type: none"> • La Colonia

Elaborado por: Equipo de trabajo

Seminario de Graduación

4.1.3 Mercado/ Zona comercial.

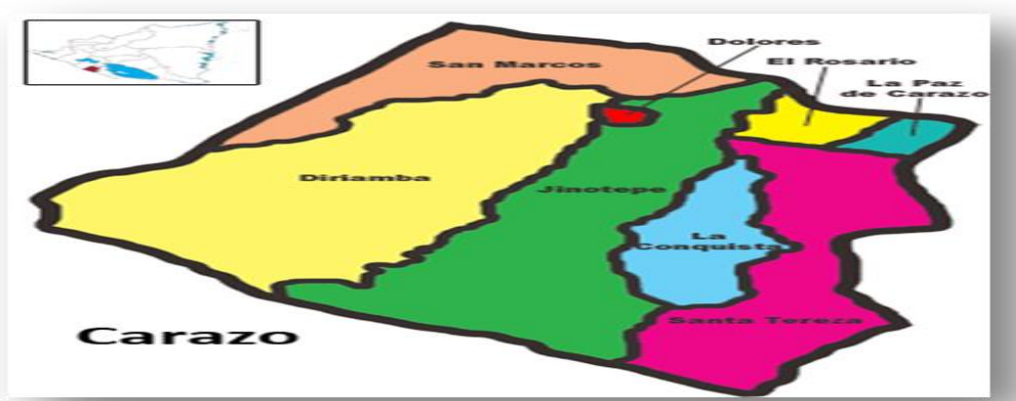
Macro Localización

La micro empresa de rosquilla denominada *Hor - Nica*, se establecerá en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, debido a que hay ciertos factores que han sido determinados para la adecuada localización en este municipio, entre los cuales se destacan los siguientes:

- Acceso a la materia prima
- Zona central de la ciudad
- Clima
- Disponibilidad de comunicación
- Disponibilidad de servicios básicos
- Facilidad de transporte
- Distribución del Producto
- Amplio comercio

De igual manera se toma en cuenta debido a que Jinotepe es la cabecera departamental de Carazo, ocupándolo como una zona muy frecuentada tanto como por comerciantes, compradores y turistas lo que da paso a captar nuevos mercados.

Ilustración 1 Mapa político de Carazo.



Fuente: (INDE, 2005).

Seminario de Graduación

Micro Localización

La planta de producción del negocio estará ubicada en el Municipio de Jinotepe, Departamento de Carazo por las características comerciales que beneficia al producto. La dirección será de la policía nacional ½ cuadra al este, 1 ½ cuadas al sur.

Ilustración 2 Mapa satelital Jinotepe



Fuente: Google Maps 2017

4.1.4 Segmentación de mercado (clientes potenciales).

Tabla 2: Bases para la segmentación de mercados de consumidores

Base para la segmentación	Posibles segmentos de mercado
Geografía	
Región	IV Región.
Tamaño de la ciudad	Población de menos de 12,242-21,764
Jinotepe, Carazo	Urbano
Demográfica	
Ingreso	De C\$500.00-C\$1500.00; C\$1501.00-C\$2500.00; C\$2501.00-C\$3000.00; C\$3001 a más.
Edad	De 20-30; 31-40; 41-50; 51-60.
Sexo	Masculino, Femenino.

Ciclo de vida	Joven soltero o soltera; Adulto Casado o Casada con hijos o sin Hijos.
Ocupación	Estudiante; labora en una empresa; comerciante; jubilado; desempleado
Psicografica	
Por comportamiento Beneficios deseados	Producto innovador; sabor; Empaque; Elaborado con productos menos perjudiciales.

Fuente: (Stanton, Etzel, & Walker, 2007)

Basado en el resultado de la investigación de mercados se utilizan los siguientes criterios de segmentación; geográfica; se tomó en cuenta el segmento de mercado al cual está dirigido el producto, siendo este el sector urbano con una población de 21,895 los cuales conforman las personas económicamente activas ocupadas; de la ciudad de Jinotepe, Carazo, siendo estos el universo de estudio pertenecientes a la IV región del país.

De igual manera en lo que respecta a los datos demográficos, se determinaron las características más comunes de los consumidores a los cuales está dirigido el producto, como principales clientes se encuentran las personas de 31-40 años, con un 58.2% equivalente a 12,742 individuos, así mismo se encuentran las personas de 20-30 años con el 33.3% correspondientes a 7,291 seguido por las personas de 41-50 años con un 6.6% equivalente a 1,445 personas y por último las personas de 51-60 años con 0.5% los cuales representan 109 individuos del universo de estudio. (Ver anexo 3)

Otra de las características que se tomaron como base de estudio fueron los ingresos mensuales promedio, donde se determinó parte del mercado potencial, a continuación, la siguiente tabla.

Seminario de Graduación

Tabla 3 Ingresos promedio del mercado potencial

Ingresos Mensuales en promedio	Porcentaje	Cantidad (personas)
C\$500.00-C\$1,500	11.1	2,430
C\$1,501.00-C\$2,500.00	11.4	2,496
C\$2,501.00-C\$3,000	33.1	7,247
C\$3,001.00 a mas	43.1	9,437
Total	100	21,610

Fuente: Base de datos SPSS 2017

De acuerdo a la tabla presentada se determinan los ingresos mensuales pertenecientes a las personas que demandarán el producto, donde se establece que las personas que cuentan con un salario de C\$3,001.00 – a más, serán las que más demandarán las rosquillas saborizadas, así también aquellas que cuentan con los siguientes ingresos: C\$2,501.00-C\$3,000, C\$1,501.00-C\$2,500.00, C\$500.00-C\$1,500, las cuales forman parte de nuestro mercado potencial, siendo parte esencial del enfoque comercial de sabores del sur.

De igual manera por medio del estudio realizado, de acuerdo al estado civil, se determinó que las personas que más demandarán el producto serán aquellas que se encuentran casadas con el 68.3%, así también aquellas personas que están solteras con un 30.4%. (Ver anexo 4)

En cuanto a la ocupación, los individuos que más demandarán la rosquilla saborizada serán aquellos que:

1. Laboran en una empresa
2. Comerciantes
3. Estudiante
4. Jubilado

De acuerdo a los criterios anteriormente mencionado se determinó que las personas demandarán más el producto serán las que laboran en empresas. (Ver anexo 5)

Seminario de Graduación

Así también se reflejó que es un producto de amplio consumo sin importar el sexo, edad o ingreso debido a que es de fácil adquisición, y con características únicas como el sabor, además está elaborado con productos menos perjudiciales para la salud del consumidor, lo que lo hace diferente de otros productos que se ofertan tanto de venta libre como aquellos que solo cuentan con un empaque y una marca.

En lo anteriormente expuesto se determina que todas estas personas entre las diferentes bases para la segmentación conformarán el mercado potencial de la rosquilla saborizada, denominados “sabor caraceño”.

4.1.5 Demanda total.

De acuerdo al estudio que se realizó en la ciudad de Jinotepe, Carazo por medio de un instrumento aplicado al sector urbano, se determinó que este producto tiene una demanda significativa del 98.7% equivalente a 21,610 individuos del universo. (Ver anexo 6)

Para el cálculo de la demanda, se tomó en cuenta la población económicamente activa ocupada (PEAO) de la zona urbana de Jinotepe, Carazo, según las estadísticas del censo realizado por el Instituto Nacional de Investigación y Desarrollo Económico, INIDE en el año 2005, con un crecimiento poblacional del 1.6% anual, considerándose un rango de edades de 20 – 60 años.

Tabla 4 proyección del crecimiento poblacional

AÑO	Población Jinotepina	PEA urbana (74%)	PEAO urbana (95%)	PEAO urbano entre 20 a 60 (46%)
2005	42,109	31,161	29,914	13,761
2006	42,699	31,597	30,333	13,953
2007	43,297	32,040	30,758	14,149
2008	43,903	32,488	31,189	14,347
2009	44,518	32,943	31,626	14,543
2010	45,141	33,404	32,068	14,751
2011	45,773	33,872	32,517	14,958

Seminario de Graduación

2012	46,414	34,343	32,973	15,167
2013	47,064	34,827	33,434	15,380
2014	47,723	35,315	33,902	15,595
2015	48,391	35,809	34,377	15,813
2016	49,069	36,311	34,859	16,035
2017	67,000	49,580	47,597	21,895

Fuente: Alcaldía Municipal 2017

Al calcular la demanda se tomó en cuenta el universo de estudio, donde se discriminó de la siguiente manera:

Tabla 5 Discriminantes

	Porcentaje	Cantidad (Personas)
No consume este tipo de productos	0.8%	175
No le agrada el sabor	0.5%	110
Total	1.3%	285

Elaborado por: Equipo de trabajo

Demanda real = demanda total – discriminante

Tabla 6 Demanda real

Demanda total		discriminante		Demanda Real
21,895	-	285	=	21,610

Elaborado por: Equipo de trabajo

Demanda insatisfecha = demanda potencial – oferta real

Tabla 7 Oferta real directa

Competencia	Porcentaje %
Rosquilla Industrial	8.2
Rosquilla Artesanal	11.6
Total	19.8

Fuente: Base de datos SPSS 2017

Seminario de Graduación

Tabla 8 Calculo de la demanda insatisfecha

Demanda Potencial		Oferta Real (directa)	Oferta Real%	Demanda insatisfecha	
21,895	-	4,279	19.8	=	17,616

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla 9 Consumo mensual según la frecuencia de compra

Frecuencia	Compras Mensuales	Porcentaje	Total personas
Diario	30	12.4	2,715
Dos veces por semana	8	31.5	6,897
Quincenal	2	15.9	3,481
Mensual	1	38.9	8,517
Total		98.7	21,610

Fuente: Base de datos SPSS 2017

4.1.6 Participación de mercado esperada.

Tabla 10 Participación de mercado

Marca	Total ventas mensual	PM
Artesanal	2,043	44%
Industrial	1,445	31%
Sabor caraceño	1,060	23%
Total	4,548	

La tabla número diez, determina el porcentaje de participación de la competencia directa que actualmente existe en el mercado, donde la rosquilla artesanal participa un 44%, seguido de la rosquilla industrial con un 31%, donde la empresa *Hor - Nica*, participará con un 23%, debido a que es una empresa que está empezando a establecerse en el mercado.

Seminario de Graduación

4.1.7 Estrategia de mercado.

Producto

El concepto de Sabor Caraceño, se basa en la creación de una nueva rosquilla saborizada, siendo esta una nueva alternativa para el mercado de consumo de este tipo de alimentos, lo que permitirá que se distinga de la rosquilla tradicional que se consume de costumbre. El objetivo de la rosquilla sabor caraceño; es satisfacer los gustos y preferencias de aquellas personas que desean darle un nuevo sabor a su paladar.

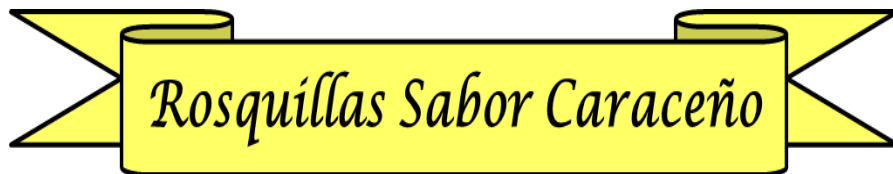
Nombre de la empresa:



Nombre del producto

Rosquilla saborizada

Marca del producto



Clasificación de la empresa

Sector al que pertenece: Micro Empresa, artesanal.

Diseño del producto

Logotipo



Eslogan

Tradicional y Original

Empaque



La rosquilla saborizada constará con un empaque de bolsa plástica transparente de 100 gramos, denominado celofán, con un abre fácil adhesivo debido a que esto permitirá mejor conservación y durabilidad del producto, debido al sello de garantía que contendrá.

Seminario de Graduación

Etiqueta



La etiqueta se realizó de acuerdo al tipo de producto, teniendo en cuenta el impacto que causa la psicología de los colores al momento de visualizar el producto, así como también la opinión de las personas encuestadas.

La etiqueta poseerá las características principales que contendrá el producto; eslogan, logotipo, Marca, sabor, ingredientes, tabla nutricional, peso en gramos, fecha de caducidad, dirección, contactos telefónicos, nombre de la empresa.

Cada uno de los colores posee un significado diferente, los cuales se explican a continuación.

Amarillo: es un color que representa innovación, además causa sensación de hambre e impacta por su luminosidad, además que este es un color vivo, por lo tanto atrae al consumidor.

Rojo: provoca un impacto visual, y por ser un color que causa sensaciones de hambre en el consumidor, además que da volumen y dinamismo.

Negro: simboliza poder, formalidad y elegancia.

Blanco: refleja pureza, optimismo, frescura, limpieza.

Café: representa humildad, confort, equilibrio y se asocia con lo acogedor.

Celeste: expresa armonía, serenidad, fidelidad.

Salmón: expresa dinamismo, alegría e innovación.

Seminario de Graduación

Embalaje

Para una mejor conservación y distribución de la rosquilla, de acuerdo al tipo de embalaje se definió que este será en cajas de cartón de 26 cm de ancho y 20 cm de alto, las cuales contendrán un total de 25 paquetes, con un peso total de 2500 gr equivalente a 5.51 libras.



Estrategia de producto

La empresa *Hor - Nica* dedicada a producir y comercializar rosquillas saborizada, implementara dos estrategias:

1. Estrategia de diferenciación; consiste en vender productos considerados únicos en el mercado y que ofrezcan algo que les permita diferenciarse o distinguirse de sus competidores, y así posicionarse en la mente del consumidor.

A través de la aplicación de esta estrategia se busca principalmente que los consumidores se inclinen a este producto, siendo este el objetivo de sabor caraceño, implementar el sabor a coco en la rosquilla y así poder llegar al punto de aumentar los precios en caso de que estos reconozcan las características diferenciadoras del producto.

2. Estrategia de penetración; *Hor - Nica* es una empresa que aún no existe en el mercado por lo cual debe implementar la estrategia de penetración con la que pueda ganar participación en el mercado al cual pretende llegar y posicionarse, dicha

Seminario de Graduación

estrategia implica vender más producto a los clientes potenciales con precios de mercados accesibles, esta estrategia tendrá una duración de 1 año.

Precio

Tabla 11 Precios de la competencia

Análisis de precio de mercado		
Marcas	Presentación en gr	Precio
Vílchez Tinoco	110	C\$ 37
Valdez	100	C\$ 28.5
Mimí	100	C\$ 33.75
Delicias del norte	100	C\$ 32.75
Sabor Caraceño	100	C\$ 30

Elaborado por: Equipo de trabajo

Con respecto a los precios de los competidores actuales en el mercado de rosquilla, se investigaron y analizaron todos y cada uno de ellos para poder establecer un precio de acuerdo a la competencia y los costos de producción de sabor caraceño, donde se determinó el precio de C\$ 30.

Para establecer el precio se realizó lo siguiente:

Unidades producidas

Paquetes producidos mensual * cantidad de unidades que contiene

$$1,060 * 18 = 19,080$$

Costo unitario de la rosquilla sabor caraceño

Costo de venta mensual / unidades producidas

$$13,270.80 / 19,080 = 0.70$$

Costo de un paquete de rosquillas sabor caraceño

Seminario de Graduación

Costo de venta mensual / paquetes producidos

$$13,270.80 / 1,060 = 12.51$$

(Ver anexo 7)

Margen de utilidad

Costo de producción / precio de venta

$$1 - (12.51 / 30) = 0.58 * 100 = 58\%$$

Estrategia de precio

La empresa *Hor - Nica*, lanzará al mercado su producto, con una estrategia de precio accesible y cómodo al consumidor, con relación a sus competidores directos, dicho precio será compensado con la calidad del producto y con su sabor único (coco), de esta manera el consumidor final encontrará satisfacción en el producto y con la marca de la empresa, logrando de esta manera el posicionamiento en la mente del consumidor final.

La estrategia de precio a implementar se basa en:

- Precio accesible
- Respaldo por calidad
- Alcanzar el posicionamiento de la marca

Dicha estrategia durara 1 año.

Plaza

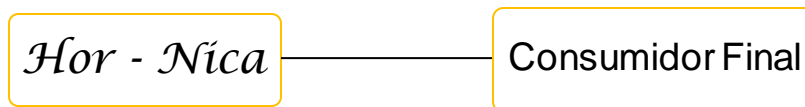
Canales de distribución que utilizará la rosquilla saborizada.

Se utilizará dos canales de distribución:

Seminario de Graduación

1. Canal directo (del productor o fabricante a los consumidores): la distribución directa consistirá en que el cliente llegará a al establecimiento y será atendido, o bien se llevará el producto a través de vehículo designado para la distribución a clientes mayoristas que demanden el bien. Se decidió utilizar este canal de distribución debido a que es la vía más corta para que el producto llegue al consumidor, ahorrando así la participación de intermediarios y poder tener mayor contacto con los clientes y así brindarles una mejor atención y mejor precio.

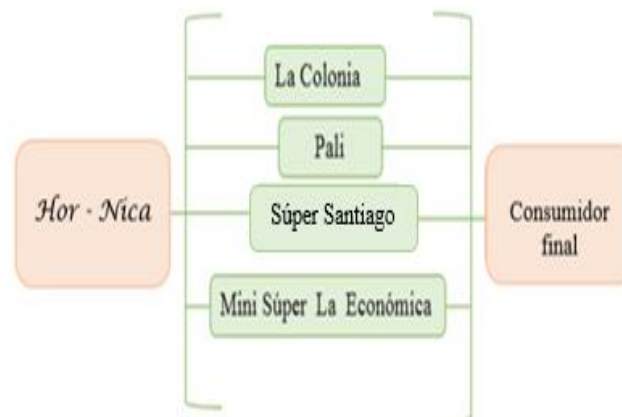
Ilustración 3 Canal de distribución Directa



Elaborado por: Equipo de trabajo

2. Canal indirecto (productor, intermediario, consumidor final): la comercialización será efectuada por aquellos negocios a los que se distribuirá el producto de una forma directa siendo estos los intermediarios entre el productor y el consumidor.

Ilustración 4 Canal de distribución indirecta



Elaborado por: Equipo de trabajo

Seminario de Graduación

Estrategia de plaza o distribución

Durante la etapa de introducción de mercado de la rosquilla saborizada para una mayor atracción de los clientes mayoristas y consumidores finales, se implementará, una estrategia selectiva, ya que se seleccionarán los establecimientos con mayor frecuencia de compra y volúmenes de venta. Esta estrategia permite diferenciarse al situar los productos en sitios seleccionados.

Dicha distribución permitirá minorar los costos de distribución, esta estrategia se centrará en los puntos de ventas donde la empresa pueda volverse más fuerte y posicionarse en el mercado.

Promoción

Estrategias de promoción

Hor - Nica implementará la estrategia pull, la cual se basa en acciones de marketing, que buscan la atracción del consumidor hacia la marca, la cual suele dirigirse al cliente final, tomando las siguientes acciones:

Realizar degustaciones para dar a conocer las cualidades del nuevo producto, con el objetivo de que las personas al probar las rosquillas, les agraden y comprendan el producto consiguiendo la aceptación y con el tiempo tener una mayor participación en el mercado.

La publicidad a utilizar es de tipo local ya que está dirigida al municipio de Jinotepe, la cual será de manera informativa, enfocada en las características y diferenciación del producto, con el objetivo de atraer a los posibles intermediarios y consumidores finales, de igual manera se hará uso de la publicidad creando páginas de interacción con los clientes, ejecutadas en los medios masivos (redes sociales) Facebook. (Ver anexo 8)

Esto debido al impacto que tendrán las estrategias publicitarias una vez implementadas en la etapa de introducción de los productos tomando en cuenta las temporadas altas siendo los meses de marzo y abril y temporadas bajas de igual manera

Seminario de Graduación

se aprovechara el mes de octubre donde en la ciudad de Jinotepe se festeja tradicionalmente la feria del maíz, donde *Hor - Nica* pretende hacer presencia con su producto.

El mercado meta al que se enfoca la publicidad de *Hor - Nica* está conformado por hombres y mujeres de 20 – 60 años de la zona urbana de la ciudad de Jinotepe, Carazo, que acostumbran sintonizar la radio en horarios matutinos.

Seminario de Graduación

Tabla 12 Plan de medios

 <i>Hor - Nica</i>								
Plan de medio radial para la rosquilla saborizada								
Objetivo	Acción	Medio	Cobertura	Frecuencia	Veces	Tiempo	Costo Semanal	Costo total
Dar a conocer el producto rosquilla saborizada denominada "Sabor Caraceño".	Captar a los receptores que sintonizan la radio en horario matutino de 6:00 am – 7:00 am. Y por las tardes animación musical de 3:00 pm- 6:00 pm	Radio OK FM	Zona urbana de la ciudad de Jinotepe, Carazo.	De lunes a viernes por la mañana.	3 veces al día	1 mes	C\$ 560.00	C\$ 2,240.00 al mes

Elaborado por: Equipo de trabajo

Seminario de Graduación

4.1.8 Estimación de venta

Tabla 13 Ventas unidades físicas

<i>Hor - Nica</i>													
Ventas en Unidades Físicas Paquetes													
Año 2018													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Rosquilla Saborizada	1060	1060	1166	1166	1060	1060	1060	1060	1060	1060	1060	1060	12932
Total	1060	1060	1166	1166	1060	1060	1060	1060	1060	1060	1060	1060	12932

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla 14 Ventas unidades monetarias

<i>Hor - Nica</i>														
Ventas en Unidades Monetarias														
Descripción	P. de Vta.	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Rosquilla Sabor a coco	30	31800	31800	34980	34980	31800	31800	31800	31800	31800	31800	31800	31800	387960
Total		31800	31800	34980	34980	31800	31800	31800	31800	31800	31800	31800	31800	387960

Elaborado por: Equipo de trabajo

Ilustración 5 comportamiento de ventas



Elaborado por: Equipo de trabajo

Como se puede apreciar en el gráfico anterior la empresa *Hor - Nica*, según el comportamiento de las ventas en los meses de introducción de enero y febrero se estima vender 1060 unidades, con respecto al mes de febrero la empresa pretende incrementar sus ventas un 10%, lo que aumentará la producción en los meses de marzo y abril teniendo en cuenta que es una temporada del año en la cual aumenta la demanda por este tipo de productos, a partir del quinto mes las ventas se mantendrán en 1060 paquetes.

Seminario de Graduación

4.1.9 Presupuesto de mercadotecnia.

El presupuesto se elaboró mensualmente.

Tabla 15 Presupuesto de diseño del producto

Detalle	Costo	Cantidad	Total
Material Directo			
Empaque	C\$ 0.35	1,060	C\$ 371
Etiqueta	C\$ 1.50	1,060	C\$ 1,590
Material Indirecto			
Detalle	Costo	Cantidad	Total
Embalaje	C\$ 3	43	C\$ 129
Total			C\$ 2,090

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla 16 Presupuesto de costos en el producto

Detalle	Costo	Cantidad	Total
Mano de Obra Directa (MOD)			
Operarios	C\$ 3,000	2	C\$ 6,000
Mano de Obra Indirecta			
Jefe de producción	C\$ 3,500	1	C\$ 3,500
Materia Prima Directa (MPD)			
Maíz	C\$ 4	211 lb	C\$ 844.80
Queso	C\$ 25	30 lb	C\$ 750
Coco	C\$ 2	28 unid	C\$ 56
Materia Prima Indirecta			
Mantequilla	C\$ 240	1 caja	C\$ 240
Leña	C\$ 300	½ carreta	C\$ 300
Gas	C\$ 30	½ galón	C\$ 30
Fósforos	C\$ 50	1 paq	C\$ 50
Costos Indirectos de Fabricación (CIF)			

Seminario de Graduación

Agua	C\$ 150	-	C\$ 150
Luz	C\$ 150	-	C\$ 150
Depreciación de horno	C\$ 90	1	C\$ 5,910
Depreciación de sartenes	C\$ 16.8	16	C\$ 1,119
Depreciación del local	C\$ 50,000	1	C\$ 520.83
Total			C\$ 19,655.83

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla 17 Presupuesto de distribución

Detalle	Costo	Cantidad	Total
combustible	C\$29.50	4 lt	C\$118
Seguro obligatorio	C\$1075	1	C\$1,075
Mantenimiento de la moto	C\$ 100	1	C\$100
Depreciación de equipo de reparto	C\$ 315	1	C\$ 315
Total			C\$ 1,608

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla 18 Presupuesto de promoción y publicidad

Detalle	Costo	Cantidad	Total
Degustaciones	C\$ 0.70	400 U	C\$280
Viñeta radial	C\$ 2,240	1	C\$ 2,240
Total			C\$2,520

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla 19 Presupuesto general de marketing

Descripción	Total
Diseño del producto	C\$ 2,090
Costos en el producto	C\$ 19,655.83
Distribución	C\$ 1,608
Publicidad	C\$ 2,520
Total	C\$ 25,873.83

Elaborado por: Equipo de trabajo

4.2 Plan de producción

4.2.1 El proceso de producción.

El proceso de producción de la rosquilla saborizada consta de diferentes sub procesos que de manera detallada se explica a continuación:

1. Compra de materia prima al proveedor.
2. Evaluar la materia prima para poder determinar si cumple con los requerimientos de calidad para poderse llevar al siguiente paso, si la materia prima no cumple con los requerimientos necesarios se hacen las devoluciones correspondientes al proveedor.
3. Nesquizar el maíz
4. Aplicar métodos de limpieza a los materiales que los necesiten y posteriormente almacenarlos conforme los requerimientos de cada uno.
5. Limpieza de las herramientas de producción a utilizar.
6. Preparación y medición de la porción de materiales a utilizar.
7. Elaboración del producto.
8. Cocción del producto a través de un horno.
9. Enfriado del producto.
10. Selección del producto que cumpla con los requerimientos establecidos para su venta.
11. Empacado y etiquetado
12. Embalaje y almacenamiento del producto terminado






Seminario de Graduación

Tabla 20 Simbología ANSI



Fuente: (Mideplan, 2009)

Tabla 21 Flujo del proceso productivo

Actividad	Responsable						Tiempo
Compra de materia prima	Jefe de producción	●			→	●	27 minutos
Evaluar la materia prima	Jefe de producción		●				5 minutos
Nesquizar el maíz	Operarios		●				40 minutos
Limpieza de materiales	Operarios		●				3 minutos
Moler el maíz	Operario 1		●				5 minutos
Preparación y mezcla de porción	Operarios		●				10 minutos
Elaboración del producto	Operarios		●				1 hora
Cocimiento del producto	Operarios 2		●				30 minutos
Enfriado del producto	Operarios		●				10 minutos
Selección de producto	Jefe de producción		●				10 minutos
Empacado y etiquetado	Operarios		●				30 minutos
Embalaje / Almacenamiento	Operarios / Jefe de producción				→	●	10 minuto
Fin		●					
Tiempo de terminación de las rosquillas							4 horas

Elaborado por: Equipo de trabajo

Seminario de Graduación

Ilustración 6 Diagrama de flujo del proceso de producción de las rosquillas



Elaborado por: Equipo de trabajo

Seminario de Graduación

Según el proceso de producción, acorde al tiempo estimado de todos y cada uno de los procesos requeridos para la elaboración del producto final, rosquillas saborizada, se determinó que el tiempo final para elaborar 8 sartenes será de 4 horas.




La jornada laboral será de cinco días a la semana (lunes – viernes), donde cada día se laborará ocho horas con un intervalo de dos cortes de 4 horas cada uno, al final del día se producirán 16 sartenes que proporcionan 53 paquetes de rosquilla.

4.2.2 Proveedores y condiciones de compra de los equipos.

Tabla 22 Ficha técnica

Equipo Requerido	Descripción	Estado	Proveedor
16 Sartenes 	<ul style="list-style-type: none"> • Dimensión: 37cm largo x 36 cm ancho. • Lamina aluminizada. 	Nuevo	Mercado Masaya
2 mesones 	<ul style="list-style-type: none"> • Medias: 2mtrs x 5mtrs. • Material: Madera, forrada en formica. 	Nuevo	Mercado Masaya

Seminario de Graduación

<p>1 Horno artesanal</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Medias: • Material: arcilla de barro, ladrillos, concreto, piedra cantera y lamina de acero. 	<p>Nuevo</p>	<p>Construcción artesanal</p>
<p>1 moto</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Marca: DAYUN • Cilindro: 1 • Motor: 125 	<p>Nueva</p>	<p>Aporte de accionista</p>
<p>1 Caja de transportación</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Material: poroplast • Medidas: 42cm ancho, 53 cm largo 	<p>Nueva</p>	<p>Elaboración artesanal</p>

Elaborado por: Equipo de trabajo

Seminario de Graduación

Tabla 23 Costos de maquinaria y equipos

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Sartenes	16	C\$70.00	C\$1,120
Mesones	2	C\$1,000	C\$2,000
Horno	1	C\$ 6,000	C\$ 6,000
Moto	1	C\$ 21,000	C\$ 21,000
Caja de transportación	1	C\$ 800	C\$ 800
Total		C\$ 28,870	C\$30,920

Elaborado por: Equipo de trabajo

Seminario de Graduación

4.2.3 Capital fijo y vida útil.

Bajo este rubro se incluyen los bienes obtenidos de una sola vez en la etapa de implementación del plan de emprendimiento, que se utilizará a lo largo de su vida útil a continuación se detalla cada uno de sus componentes.

Tabla 24 Depreciación

Activo	Coefficiente de depreciación	Valor del activo	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Equipo de venta															
Exhibidor	1.5%	C\$ 800.00	C\$ 12.00	C\$ 12.00	C\$ 12.00	C\$ 12.00	C\$ 12.00	C\$ 12.00	C\$ 12.00	C\$ 12.00	C\$ 12.00	C\$ 12.00	C\$ 12.00	C\$ 12.00	C\$ 144.00
Motocicleta Dayun 125cc	1.5%	C\$ 21,000.0	C\$ 315.00	C\$ 315.00	C\$ 315.00	C\$ 315.00	C\$ 315.00	C\$ 315.00	C\$ 315.00	C\$ 315.00	C\$ 315.00	C\$ 315.00	C\$ 315.00	C\$ 315.00	C\$ 3,780.00
Total		C\$ 21,800.0	C\$ 327.0	C\$ 327.0	C\$ 327.0	C\$ 327.0	C\$ 327.0	C\$ 327.0	C\$ 327.0	C\$ 327.0	C\$ 327.0	C\$ 327.0	C\$ 327.0	C\$ 327.0	C\$ 3,924.00
Equipo de Oficina															
Local	1.0%	C\$ 50,000.0	C\$ 520.83	C\$ 520.83	C\$ 520.83	C\$ 520.83	C\$ 520.83	C\$ 520.83	C\$ 520.83	C\$ 520.83	C\$ 520.83	C\$ 520.83	C\$ 520.83	C\$ 520.83	C\$ 6,250.00
sillas	1.0%	C\$ 500.0	C\$ 5.21	C\$ 5.21	C\$ 5.21	C\$ 5.21	C\$ 5.21	C\$ 5.21	C\$ 5.21	C\$ 5.21	C\$ 5.21	C\$ 5.21	C\$ 5.21	C\$ 5.21	C\$ 62.50
Escritorio	1.0%	C\$ 500.0	C\$ 5.21	C\$ 5.21	C\$ 5.21	C\$ 5.21	C\$ 5.21	C\$ 5.21	C\$ 5.21	C\$ 5.21	C\$ 5.21	C\$ 5.21	C\$ 5.21	C\$ 5.21	C\$ 62.50
Computadora portatil	1.5%	C\$ 14,000.0	C\$ 210.00	C\$ 210.00	C\$ 210.00	C\$ 210.00	C\$ 210.00	C\$ 210.00	C\$ 210.00	C\$ 210.00	C\$ 210.00	C\$ 210.00	C\$ 210.00	C\$ 210.00	C\$ 2,520.00
Total		C\$ 65,000.0	C\$ 741.3	C\$ 741.3	C\$ 741.3	C\$ 741.3	C\$ 741.3	C\$ 741.3	C\$ 741.3	C\$ 741.3	C\$ 741.3	C\$ 741.3	C\$ 741.3	C\$ 741.3	C\$ 8,895.00
Maquinaria de produccion															
Sartenes	1.5%	C\$ 70.0	C\$ 1.05	C\$ 1.05	C\$ 1.05	C\$ 1.05	C\$ 1.05	C\$ 1.05	C\$ 1.05	C\$ 1.05	C\$ 1.05	C\$ 1.05	C\$ 1.05	C\$ 1.05	C\$ 12.60
Mesones	1.5%	C\$ 1,000.0	C\$ 15.0	C\$ 15.0	C\$ 15.0	C\$ 15.0	C\$ 15.0	C\$ 15.0	C\$ 15.0	C\$ 15.0	C\$ 15.0	C\$ 15.0	C\$ 15.0	C\$ 15.0	C\$ 180.00
Hormno artesanal	1.5%	C\$ 6,000.0	C\$ 90.0	C\$ 90.0	C\$ 90.0	C\$ 90.0	C\$ 90.0	C\$ 90.0	C\$ 90.0	C\$ 90.0	C\$ 90.0	C\$ 90.0	C\$ 90.0	C\$ 90.0	C\$ 1,080.00
Total		C\$ 7,000.0	C\$ 105.0	C\$ 105.0	C\$ 105.0	C\$ 105.0	C\$ 105.0	C\$ 105.0	C\$ 105.0	C\$ 105.0	C\$ 105.0	C\$ 105.0	C\$ 105.0	C\$ 105.0	C\$ 1,260.00
Total general		C\$ 87,800.0	C\$ 1,083.3	C\$ 1,083.3	C\$ 1,083.3	C\$ 1,083.3	C\$ 1,083.3	C\$ 1,083.3	C\$ 1,083.3	C\$ 1,083.3	C\$ 1,083.3	C\$ 1,083.3	C\$ 1,083.3	C\$ 1,083.3	C\$ 12,999.00

Elaborado por: Equipo de trabajo

Seminario de Graduación

4.2.4 Capacidad planificada.

De acuerdo a la producción de la rosquilla saborizada la producción planificada se presenta a continuación:

Tabla 25 Capacidad planificada

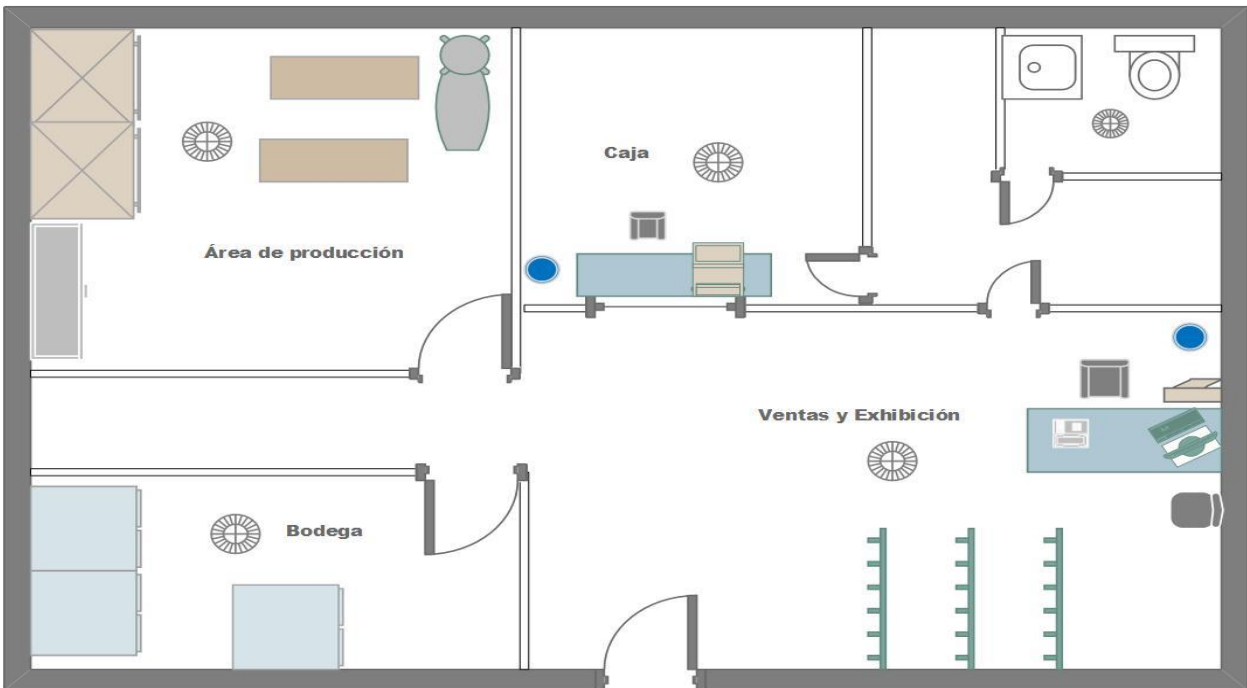
paquetes	Producción
Día	53
Semana	265
Enero - Febrero	1,060
Marzo – Abril	1,166
Mayo – Diciembre	1,060
Año	12,932

Elaborado por: Equipo de trabajo

De acuerdo a la temporada en los meses de marzo y abril aumenta la producción un 10%, debido a la costumbre y tradición de consumir la rosquilla en estos meses del año.

4.2.5 Ubicación y distribución física de la empresa.

Ilustración 7 Plano



Elaborado por: Equipo de trabajo

Seminario de Graduación

De acuerdo a la ilustración anterior se determina que la distribución del establecimiento de la empresa estará dividido en 4 áreas fundamentales:

Área de producción: equipada con los utensilios y herramientas necesarias para la elaboración del producto desde su inicio hasta su etapa final.

Bodega: lugar exclusivo para el almacenamiento de materia prima y producto terminado empacado.

Caja: exclusiva para facturación y pagos de pedidos al por mayor y al detalle.

Área de ventas y exhibición: donde los clientes serán recibidos por el encargado de ventas, con el cual pueden solicitar sus pedidos o cualquier otro tipo de negociación.

4.2.6 Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad.

Tabla 26 Materia prima directa e indirecta

Materia prima directa						
Material	U/M	Cantidad	Costo	Costo Total	Proveedor	Frecuencia de compra
Maíz	Lb	220	4	880	Pequeño productor	Mensual
Queso	Lb	30	25	750	Mercado Masaya	Semanal
Coco	Unidad	28	2	56	Mercado Masaya	Mensual
Materia prima indirecta						
Material	U/M	Cantidad	Costo	Costo Total	Proveedor	Frecuencia de compra
Mantequilla	Caja	5	240	1,200	Agri - corp.	Mensual
Leña	Carreta	0.5	300	300	Comerciante de leña	Mensual
Gas	Galón	1/2	30	30	Mercado Masaya	Mensual
Fósforo	paquete	1	50	50	Mercado Masaya	c/d 6 meses
Bolsas	unidad	1,060	0.35	371	Mercado Masaya	Mensual

Elaborado por: Equipo de trabajo

4.2.7 Mano de obra, su costo y disponibilidad.

Tabla 27 Mano de obra directa e indirecta

Mano de obra directa			
Mano de obra	Funciones	Costo de mano de obra	Tiempo
Operario 1	<ul style="list-style-type: none"> • Limpieza de materiales y herramientas de producción • Nesquizar el maíz • Moler el maíz • Prepara y mezcla porción a producir • Elabora rosquillas • Empaque y etiquetado • Embalaje y almacenamiento 	C\$ 3,000	3 min / diario
			40 min / diario
			5 min/ diario
			10 min/ diario
			1 hora
			30 min / diario
			10 min / diario
Operario 2	<ul style="list-style-type: none"> • Limpieza de materiales y utensilios • Elabora rosquilla • Encargado de la cocción de las rosquillas • Empaque y etiquetado 	C\$ 3,00	3 minutos / diario
			1 hora / diario
			30 min / diario
			30 min / diario

Seminario de Graduación

	<ul style="list-style-type: none"> • Embalaje 		10 min / diario
Mano de obra indirecta			
Mano de obra	Actividad	Costo de mano de obra	Tiempo / Día
Jefe de producción	<ul style="list-style-type: none"> • compra de materia prima 	C\$ 3,500	27 minutos / 1 vez al mes
	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar la materia prima 		5 min / diario
	<ul style="list-style-type: none"> • Selección del producto. (control de calidad) 		10 minutos / diario
	<ul style="list-style-type: none"> • Encargado de almacenamiento 		10 minutos / diario
	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisor de operarios 		8 horas / diario
	<ul style="list-style-type: none"> • Vender y distribuir el producto 		2 horas / 1 vez por semana

Elaborado por: Equipo de trabajo

4.2.8 Gastos generales de producción.

Tabla 28 Gastos de producción

Mano de obra directa	C\$ 6,000
Mano de obra indirecta	C\$ 3,500
Materia prima directa	C\$ 1,686
Materia prima indirecta	C\$ 1,951
Agua	C\$ 150
Luz	C\$ 150
Total	C\$ 13,437

Elaborado por: Equipo de trabajo

4.3 Plan de organización y gestión**4.3.1 Marco legal (forma natural).**

La forma de constitución de la empresa (*Hor-Níca*) será como persona natural, registrada bajo el nombre de la responsable de la Administración Meyling Nazaret López Peña. Integrándose como mipyme.

Requisitos para matricular negocio de forma NATURAL

Rosquillas Saborizadas

(Hor - Níca)

Art, 8, 9,10 según reglamento nacional.

(Constitución política y código de trabajo)

Regido por procesos de inscripción por las siguientes instituciones: DGI, INSS, MAGFOR, MINSA, entre otras.

Seminario de Graduación

Son muchas las actividades que requieren estos trámites, por lo que será necesario consultar cada caso particular. En general, todas las actividades clasificadas, y en concreto, destacan actividades legales y sanitarias para su debido funcionamiento.

Pasos para constituir una actividad empresarial como persona natural con negocio.

Para poder iniciar las actividades del negocio como persona natural se deberá tramitar el registro único del contribuyente (RUC) en la sunat. (Incluye selección de régimen tributario y solicitud de emisión de tickets, boletas y/o facturas). Las personas naturales con o sin negocio pueden tramitar el RUC a través de internet.

Requisitos

Persona natural comerciante es aquella que ejerce esta actividad de manera habitual y profesional a título personal. Asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la actividad comercial que ejerce.

Documentos necesarios para registrarse como persona natural

1. Original del documento de identidad.
2. Formulario del Registro Único Tributario (RUT).
3. Formularios disponibles en las sedes de la CCB.
4. Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES) 2017
5. Carátula única empresarial y anexos, según corresponda (Persona Natural)

Acudir a las instituciones que ejecutan y facilitan estos trámites con su respectiva documentación.

1. Presentar copia de cedula de identidad del responsable.
2. Carta de solicitud de matricula

Seminario de Graduación

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 a Apertura, o bien para los locales donde se encuentren establecidos.

4. Llenar formato de solicitud de matrícula

5. Inventario inicial para nueva apertura de actividad (cuota fija)

6. Permiso sanitario de funcionamiento para el uso de los trabajadores de la empresa.

8. Permiso de MAGFOR, INAFOR, para mayor seguridad de los clientes. Que no se está haciendo uso de madera de forma ilegal.

9. Copia de escritura de constitución estatutos y poder general para las personas naturales.

10. Inscripción de registro mercantil en caso de personas que prestan dinero ambulante.

Matricula Alcaldía

Para comenzar operaciones la pequeña empresa *Hor-Nica* se deberá solicitar la matrícula municipal que tiene un costo de C\$600.00 córdobas, según el monto de la inversión total para la ejecución del proyecto y el IMI de C\$ 300.00 córdobas.

Registro sanitario

Dirección de Regulación de Alimentos. Departamento de Registro Sanitario.

Requisitos para la obtención del Registro de Inscripción Sanitario de Alimentos y Bebidas “El Registro Sanitario es el aval sanitario que otorga el MINSA a los productos que cumplen con las normas sanitarias de inocuidad y sanidad”

Seminario de Graduación

La Licencia Sanitaria es la autorización que extiende el MINSA a través de los SILAIS (Sistemas Locales de Atención Integral en Salud), a todos aquellos establecimientos de alimentos que cumplen con las normativas sanitarias establecidas. Para el establecimiento es importante porque demuestra a los consumidores, que es un local que está regulado por el órgano rector de la salud en nuestro país.

Requisitos para la obtención de la licencia sanitaria

1. Solicitud por escrito.
2. Autorización para la ubicación y construcción del establecimiento otorgada por la autoridad competente (alcaldía municipal).
3. Cumplir con los requisitos establecidos en material ambiental de acuerdo a la legislación nacional.
4. Croquis y distribución del establecimiento.
5. Constitución legal de la empresa, cuando se trate de personas jurídicas.
6. Lista de productos a ser elaborados en el establecimiento.
7. Cumplir con las Buenas Prácticas de Manufactura para fábricas en funcionamiento, de acuerdo al reglamento Centroamericano.
8. Pago de los aranceles establecidos.

Mecanismo para la obtención de la licencia sanitaria

Para obtener la Licencia Sanitaria de un establecimiento y/o bodegas de alimentos, el interesado presenta la solicitud en el Centro de Salud más cercano a su establecimiento. Esta no será recibida sino se acompaña de toda la documentación requerida.

La Autoridad Sanitaria revisa la documentación y verifica su cumplimiento.

Seminario de Graduación

La Autoridad Sanitaria procede a realizar la inspección para verificar el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM). La Licencia Sanitaria está sujeta al cumplimiento de las BPM.

Vigencia de la licencia sanitaria

La Licencia Sanitaria para establecimientos y/o bodegas será de dos (2) años a partir de su entrega.

Requisitos para obtener el registro sanitario de productos nacionales e importados

El registro sanitario es el acto administrativo mediante el cual el MINSA evalúa y certifica un alimento procesado conforme a las normas y reglamentos de inocuidad alimentaria

Requisitos para obtener el registro sanitario

1. Llenar la solicitud de registro sanitarios, por tipo de producto, esta tiene un valor de C\$ 50.00 (Cincuenta Córdoba).
2. Llenar la Ficha Técnica del producto a registrar.
3. Copia de la Licencia Sanitaria vigente para el establecimiento del producto nacional o de la bodega para productos fabricados en el extranjero.
4. Certificado de Libre Venta para productos importados y nacionales que ya estén en el mercado. Proyecto de etiquetas para nuevos productos.
5. Comprobante de pago de Análisis.
6. Comprobante de pago de Certificado, este tiene un costo de C\$ 500.00 (Quinientos Córdoba).

Vigencia del registro sanitario

El Registro Sanitario tiene una vigencia de cinco (5) años.

Mecanismo para la obtención del registro sanitario

1. El interesado presenta ante la Autoridad Sanitaria los requisitos completos establecidos.
2. La Autoridad Sanitaria verifica el cumplimiento de la documentación presentada.
3. La Autoridad Sanitaria ingresa los expedientes con la documentación completa.
4. Remisión de las muestras al laboratorio para su respectivo análisis.
5. Como constancia de que un producto ha sido registrado, la Autoridad Sanitaria extenderá una Certificación en la que consta el número de Registro Sanitario.
6. A los productos de un mismo fabricante, que tienen la misma fórmula y que varían únicamente en su forma, presentación, nombre o marca, se les asignará un único número de registro.
7. Para los productos que desea inscribir deberá presentar tres (3) muestras de 500 gramos cada una para productos sólidos o tres (3) litros para productos líquidos.

Solicitud de Inscripción de la pequeña empresa

Para la inscripción de la pequeña empresa *Hor-Nica* se requiere la información siguiente:

1. Documento de identidad (copia simple) Cédula de identidad (representante legal)
2. Cédula de registro único de contribuyente (RUC) (copia simple) (Persona natural y jurídica)
3. Escritura pública de constitución de la pequeña empresa
4. Permisos en el MINSA

Organización para la Operación.

Seminario de Graduación

Para que la pequeña empresa pueda constituirse y pueda operar en la ciudad de Jinotepe Carazo es necesario seguir los siguientes pasos que se presentan a continuación:

Paso 1: Se debe tener una asesoría legal y formato de solicitud.

Se debe ir al ministerio del trabajo (MITRAB).

Se obtendrá un formulario de solicitud de licencia HST el cual deberá ser llenado en tiempo y forma.

Paso 2: Se deberá solicitar una constancia.

Se solicita al ministerio del trabajo (MITRAB).

Se obtendrá una cita para la asignación o retiro de dicha constancia.

Se debe suministrar la siguiente información para este paso:

Formulario de solicitud de licencia HST llenado (original)

Escritura pública de constitución y estatutos de la empresa (copia simple) inscrita en el Registro Público de la Propiedad Inmueble y Mercantil

Constancia de registro o última planilla del INSS (copia simple)

Carta del empleador expresando los motivos de la solicitud de constancia (original)

Documento de identidad (copia simple)

También si se cuenta con un asesor legal se deberá presentar lo siguiente:

Poder de representante legal (copia simple)

Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS)

Seminario de Graduación

¿Qué obtendrá?

Formulario firmado y sellado por parte de los colaboradores de la institución

¿Qué información y documentos debe suministrar?

1. Formulario de inscripción del trabajador
2. Documento de identidad (original)

¿Cuánto dura?

Tiempo de atención: Max. 10 minutos

Es bueno saber...

La solicitud se puede realizar presentándose en las delegaciones o con una visita de un afiliado.

Una vez afiliado tiene que solicitar su carnet de asegurado y de los beneficiarios, y una vez presentado el formulario el empleador espera recibir la factura correspondiente con el detalle del monto a pagar por nómina. Por cada nómina hay una factura, en la cual se detalla el reporte mensual del trabajador (subsidios, bajas, aumentos de salario, etc.).

Requisitos para la obtención de código de barras

1. Obtener la hoja de solicitud en el INC.
2. Entregarla llena y firmada por el presidente legal de la empresa.
3. Presentar copia del número RUC de la empresa (si lo tiene)
4. Cancelar US\$500 o su equivalente en córdobas si va a codificar más de 15 productos. (las pequeñas industrias que codifican menos, deberán cancelar US\$25 por cada uno).
5. Al cancelar puede hacerlo con cheque, siempre que este se emita a nombre del instituto nicaragüense de codificación y/o EAN Nicaragua.

Seminario de Graduación

6. Llevar en listado de todos los productos de su empresa.

Si usted entrega todo lo requerido, el mismo día en menos de una hora se le entregara el código para cada uno de sus productos.

Hay que tener muy presente que el código es de uso únicamente de quien lo solicite y no tienen que ser transferido, ya que al ser solicitado se asume responsabilidad sobre la calidad de determinado producto. Cualquier alteración a las características antes definidas puede significar la suspensión.

Inscripción o registro de la marca

La tramitación para el registro de marca en Nicaragua pasa generalmente por estas etapas:

1. Presentación de la solicitud.
2. Examen de forma (jurídica, legal).
3. Publicación: en la gaceta diario oficial y plazo de 2 meses a partir de la publicación de la solicitud para oposiciones.
4. Examen de fondo.
5. Resolución de concesión y emisión de certificado.
6. Clasificación de marca.
7. Estudios de viabilidad de marca en Nicaragua.

Requisitos para este tramite

Los documentos que tanto las personas naturales como jurídicas deben presentar para este trámite son los siguientes:

1. Persona natural / jurídica.
2. Fotocopia de cedula RUC.
3. y/o cedula de identidad del contribuyente

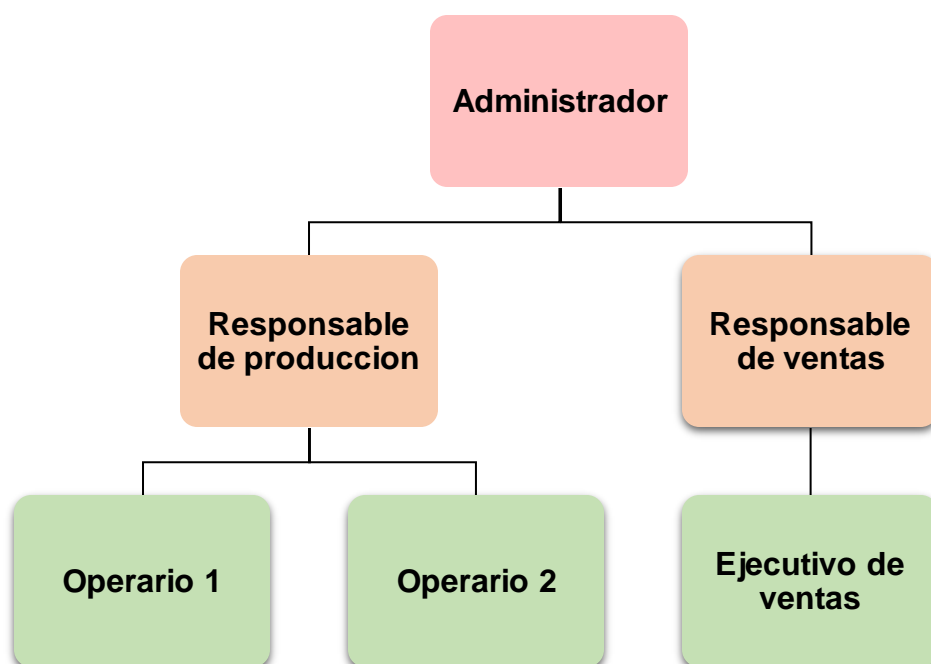
Seminario de Graduación

4. carta poder (si actúa en representación del contribuyente)
5. foto copia de cedula de identidad del representante legal o de la persona autorizada para realizar el tramite
6. costo de registrar una marca en Nicaragua es de U\$100

Para el plan legal lo que no se tomó en cuenta fue; inscripción de marca y código de barra.

4.3.2 Estructura de la organización.

Ilustración 8 Organigrama



Elaborado por: Equipo de trabajo

(Ver anexo 9,10)

Seminario de Graduación

Misión de la Empresa

Somos una empresa dedicada a la producción y comercialización de rosquilla saborizada, con niveles altamente competitivos de calidad, creando relaciones sólidas con nuestros clientes y consumidores.

Visión de la Empresa

Consolidarnos en el mercado regional como la única y principal empresa de producción y comercialización de rosquilla saborizada.

Valores:

Comprometidos con lo que hacemos

Responsabilidad con nuestros clientes y consumidores

Profesionalismo

Trabajo en equipo

Excelencia

Responsabilidad social

4.3.3 Experiencia y habilidades básicas del empresario.

Tabla 29 Ficha de cargo administrador

<i>Hor - Nica</i>	
Nombre del cargo:	Administrador
Dependencia Jerárquica:	socio
Cargos dependientes:	Encargado de caja, Encargado de pago de nómina, Encargado de la contabilidad de la empresa.
Objetivo:	Planificar, organizar, dirigir y controlar el trabajo de la empresa.
Funciones	
Horario: de 8:00 am a 4:00 pm (lunes a viernes)	
Perfil del Cargo	
Nivel académico:	Licenciado
Experiencia laboral:	1 años en cargos similares
Requisitos del cargo	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Licenciado en Administración de empresas, ingeniería industrial, o Licenciado en mercadotecnia o Economía o carreras afines. 2. Mayor de 22 años 3. Uso de programas informáticos de Windows y Office 4. Buenas relaciones humanas 	
Habilidades	
Liderazgo Trabajo en equipo Capacidad de comunicación verbal y escrita. Relaciones Humanas y laborales con amplia capacidad para solución de conflictos.	
Relaciones del Cargo	
nivel interno: Responsable de producción, Contador, nivel externo: Proveedores de materia prima, INSS, MITRAB,DGI, Alcaldía municipal de Jinotepe	

Elaborado por: Equipo de trabajo

Seminario de Graduación

Tabla 30 Ficha de cargo Responsable de producción

<i>Hor - Nica</i>	
Nombre del cargo:	Responsable de producción
Dependencia Jerárquica:	Administrador
Cargos dependientes:	Responsable de ventas
Objetivos:	Lograr que los operarios cumplan con sus funciones
Funciones:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Compra de materia prima 2. Evaluar la materia prima 3. Control de calidad 4. Encargado de almacenamiento 5. Supervisor de operarios
Horario:	lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm
Perfil del Cargo	
Nivel académico:	secundaria aprobada.
Experiencia laboral:	1 año en cargos similares
Requisitos del cargo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Carta de recomendación de la empresa donde antes laboro. 2. Cedula de identidad 3. Mayor de 21 años 4. buenas relaciones humanas
Habilidades	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vocación para el trabajo 2. Responsabilidad por naturaleza 3. Capacidad para ejercer el cargo sin problema

Elaborado por: Equipo de trabajo

Seminario de Graduación

Tabla 31 Ficha de cargo operarios

<i>Hor - Nica</i>	
Nombre del cargo:	operarios
Dependencia Jerárquica:	Responsable de producción
Objetivos:	Lograr que el producto quede con un color, sabor y calidad único e inigualable
Funciones:	6. Cumplir con la producción del día.
Horario: lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm	
Perfil del Cargo	
Nivel académico:	secundaria aprobada.
Experiencia laboral:	1 año en cargos similares
Requisitos del cargo	
	5. Carta de recomendación de la empresa donde antes laboro.
	6. Cedula de identidad
	7. Mayor de 21 años
	8. buenas relaciones humanas
Habilidades	
	4. Vocación para el trabajo
	5. Responsabilidad por naturaleza
	6. Capacidad para ejercer el cargo sin problema

Elaborado por: Equipo de trabajo

Seminario de Graduación

Tabla 32 Ficha de cargo vendedor

<i>Hor - Nica</i>	
Nombre del cargo:	Ejecutivo de ventas
Dependencia Jerárquica:	Responsable de ventas
Cargos dependientes:	Vendedor
Objetivo:	efectividad de ventas
Funciones:	Vender el producto
Horario: de 8:00 am a 5:00 pm (lunes a viernes)	
Perfil del Cargo	
Nivel académico:	Técnico
Experiencia laboral:	2 años en cargos similares
Requisitos del cargo	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Licenciado mercadotecnia 2. Mayor de 22 años 3. Uso de programas informáticos de Windows y Office 4. Buenas relaciones humanas 5. Licencia de conducir categoría 1, 2,3.
Habilidades	
	<p>Liderazgo Trabajo en equipo Capacidad de comunicación verbal y escrita. Relaciones Humanas y laborales con amplia capacidad para solución de conflictos.</p>

Elaborado por: Equipo de trabajo

4.3.4 Actividades y gastos preliminares.

Tabla 33 Costos preliminares




Costos preliminares para la inscripción de la empresa <i>Hor-Nica</i>	
Acta de constitución	C\$ 500
Matricula municipal	C\$ 600
Impuesto municipal (IMI)	C\$ 300
Solicitud de registro sanitario	C\$ 50
Comprobante de pago de certificado de salud	C\$ 500
Permiso sanitario	C\$ 1,500
Total	C\$ 3,450

Elaborado por: Equipo de trabajo


(Ver anexo 11,12)

5.3.5 Equipos de oficina.

Tabla 34 Equipo requerido

Equipo	Descripción	Costo
1 escritorio 	<ul style="list-style-type: none"> • Escritorio de madera • Gaveta para archivar • Carpintería Sandoval • Medidas: 1.20 mtr largo por 75 cmtr de ancho 	C\$ 500.00
2 sillas 	<ul style="list-style-type: none"> • Sillas de madera • Carpintería Sandoval • 1.10 mtr de alto de espaldar por 40 cmtr de base 	C\$ 250.00 C/U
1 computadora 	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo laptop • Marca Samsung • Compu star 	C\$ 14,000.00

Seminario de Graduación

<p>1Exhibidor</p> 	<ul style="list-style-type: none">• Exhibidor metálico• Acero inoxidable• Tamaño 1. 50 de alto por 80 cmtr de ancho• Industrias López	<p>C\$ 800.00</p>
---	--	-------------------

Elaborado por: Equipo de trabajo

Seminario de Graduación

4.3.6 Gastos administrativos.

Tabla 35 Gastos de administración

<i>Hor - Nica</i>													
Proyecciones de Gastos de Administración													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Salarios	C\$ 4,500.00	C\$ 4,500.00	C\$ 4,500.00	C\$ 4,500.00	C\$ 4,500.00	C\$ 4,500.00	C\$ 4,500.00	C\$ 4,500.00	C\$ 4,500.00	C\$ 4,500.00	C\$ 4,500.00	C\$ 4,500.00	C\$ 54,000.00
Vacaciones	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 4,500.00
Treceavo mes	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 4,500.00
Indemnización	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 4,500.00
Inss Patronal	C\$ 810.00	C\$ 810.00	C\$ 810.00	C\$ 810.00	C\$ 810.00	C\$ 810.00	C\$ 810.00	C\$ 810.00	C\$ 810.00	C\$ 810.00	C\$ 810.00	C\$ 810.00	C\$ 9,720.00
Depreciación	C\$ 741.25	C\$ 741.25	C\$ 741.25	C\$ 741.25	C\$ 741.25	C\$ 741.25	C\$ 741.25	C\$ 741.25	C\$ 741.25	C\$ 741.25	C\$ 741.25	C\$ 741.25	C\$ 8,895.00
Amortización	C\$ 3,491.63	C\$ 3,491.63	C\$ 3,491.63	C\$ 3,491.63	C\$ 3,491.63	C\$ 3,491.63	C\$ 3,491.63	C\$ 3,491.63	C\$ 3,491.63	C\$ 3,491.63	C\$ 3,491.63	C\$ 3,491.63	C\$ 41,899.52
Total	C\$ 9,926.63	C\$ 9,926.63	C\$ 9,926.63	C\$ 9,926.63	C\$ 9,926.63	C\$ 9,926.63	C\$ 9,926.63	C\$ 9,926.63	C\$ 9,926.63	C\$ 9,926.63	C\$ 9,926.63	C\$ 9,926.63	C\$ 119,119.52

Elaborado por: Equipo de trabajo

4.4 Plan financiero

4.4.1 Inversión y fuente de financiamiento.

4.4.1.1 Activos fijos.

La microempresa *Hor - Nica* necesita de Activos fijos para su funcionamiento administrativo y para esto requiere de Mobiliario y Equipo de Oficina, además para cumplir con la demanda de producción necesita de Maquinaria y Herramientas que se detallan a continuación:

Tabla 36 Activos Fijos

Descripción	Unidades	Costo unitario	Costo total
Sartenes	16	C\$ 70.00	C\$ 1,120.00
Mesones	2	C\$ 1,000.00	C\$ 2,000.00
Horno artesanal	1	C\$ 6,000.00	C\$ 6,000.00
Escritorio	1	C\$ 500.00	C\$ 500.00
Computadora portátil	1	C\$ 14,000.00	C\$ 14,000.00
Silla	2	C\$ 500.00	C\$ 1,000.00
Papelerías y útiles	1	C\$ 200.00	C\$ 200.00
Motocicleta	1	C\$ 21,000.00	C\$ 21,000.00
Local	1	C\$ 50,000.00	C\$ 50,000.00
Exhibidor	1	C\$ 800.00	C\$ 800.00
Caja de transportación	1	C\$ 800.00	C\$ 800.00
Total	28	C\$ 102, 170.00	C\$ 104,720.00

Elaborado por: Equipo de trabajo

4.4.1.2 Activos intangibles.

Los Activos intangibles son todos aquellos bienes que la empresa necesita para efectuar sus operaciones tales como: Gastos de Organización, publicidad, gastos legales etc.

Tabla 37 Activos intangibles

Inversión Diferida				
Acta de constitución	1	C\$	500.00	C\$ 500.00
Matricula municipal	1	C\$	200.00	C\$ 200.00
Solicitud de registro sanitario	1	C\$	50.00	C\$ 50.00
Anuncio radial	1	C\$	2,240.00	C\$ 2,240.00
Total	4	C\$	2,990.00	C\$ 2,990.00

Elaborado por: Equipo de trabajo

4.4.1.3 Capital de trabajo.

La empresa *Hor - Nica* requiere de un Capital de trabajo de C\$ 32,015.75, para iniciar sus operaciones.

4.4.1.4 Inversión total.

La inversión que la empresa requiere es de C\$ 132,825.75, la cual está distribuida en Activo Fijo, Activo Intangible y capital de trabajo a continuación detallamos en la siguiente tabla. (Ver anexo 13)

Tabla 38 Inversión total

Inversión Fija	C\$ 97,420.00
Inversión Diferida	C\$ 3,390.00
Capital de Trabajo	C\$ 32,015.75
Inversión total	C\$ 132,825.75

Elaborado por: Equipo de trabajo

Seminario de Graduación

4.4.1.5 Estructura del financiamiento.

La empresa realizará un préstamo al banco BDF por un monto de C\$50,000.00, la cual trabaja con un interés anual del 20% a continuación la siguiente tabla.

Tabla 39 Amortización

Periodo Año	Capital	Amortizaciones		Cuota	Saldo al principal
		Principal	Intereses		
0					C\$(50,000.00)
1	C\$ 50,000.00	C\$ (25,000.00)	C\$7,727.27	C\$ 32,727.27	C\$25,000.00
2	C\$ 25,000.00	C\$ (25,000.00)	C\$7,727.27	C\$ 32,727.27	C\$ -
TOTAL		C\$ 50,000.00	C\$15,454.55	C\$ 65,454.55	

Elaborado por: Equipo de trabajo

4.4.2 Ingresos, egresos y costos.

4.4.2.1 Presupuesto de ingreso.

La microempresa se dedicará a la elaboración de rosquilla saborizada y el costo unitario es de C\$ 30.00, estipula Ventas Totales anuales de 12,193 unidades según la demanda analizada esto generara C\$ 387,960 de Ingresos totales en un año.

Tabla 40 Presupuesto de ingresos

<i>Hor - Nica</i>														
Ventas en Unidades Monetarias														
Descripción	P. de Vta.	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Rosquilla Saborizada	30	31800	31800	34980	34980	31800	31800	31800	31800	31800	31800	31800	31800	387960
Total		31800	31800	34980	34980	31800	31800	31800	31800	31800	31800	31800	31800	387960

Elaborado por: Equipo de trabajo

Seminario de Graduación

4.4.2.2 Presupuesto de egresos.

Tabla 41 Costos de producción, gastos de administración, pago de amortización

Egresos	
costos de producción	C\$ 160,562.76
gastos operativos	C\$ 176,547.00
Adquisición de activos	C\$ 97,420.00
Impuesto cuota fija	C\$ 8,400.00
Pago amortización	C\$ 32,721.27
Total Egresos	C\$ 475,651.03

Elaborado por: Equipo de trabajo

La tarifa mensual de cuota fija de la empresa será de C\$ 700.00, anualmente se pagarán C\$ 8,400.00, debido a que las ventas mensuales son de C\$ 31,800.00. (Ver anexo 14)

4.4.2.3 Presupuesto de costos.

En los costos se reflejan el costo directo de producción tales como materia prima directa, mano de obra directa, y los cif ya que son necesarios para la elaboración del producto.

Tabla 42 Estructura de costo

Descripción	Año 1
Materia Prima Directa	
Maíz	C\$ 10,306.56
Queso	C\$ 8,540.00
Coco	C\$ 618.00
Sub total Materia Prima Directa	C\$ 19,464.56
Mano de Obra Directa	
Operario 1	C\$ 36,000.00
Operario 2	C\$ 36,000.00
Sub total MOD Directa	C\$ 72,000.00
Costos Indirectos de Fabricación	
Costos Fijos	C\$ 4,860.00

Seminario de Graduación

Costos Variables	C\$ 64,238.20
Sub total CIF	C\$ 69,098.20
Costo Total Anual	C\$ 160,562.76

Elaborado por: Equipo de trabajo

4.4.2.4 Punto de equilibrio.

Tabla 43 Punto de equilibrio

Costo fijo anual	181,407
Precio de venta unitario	C\$ 30.00
Costo variable unitario	C\$ 4.97
X	7247
Costo variable total	64,238.2
Ingresos totales	387,960

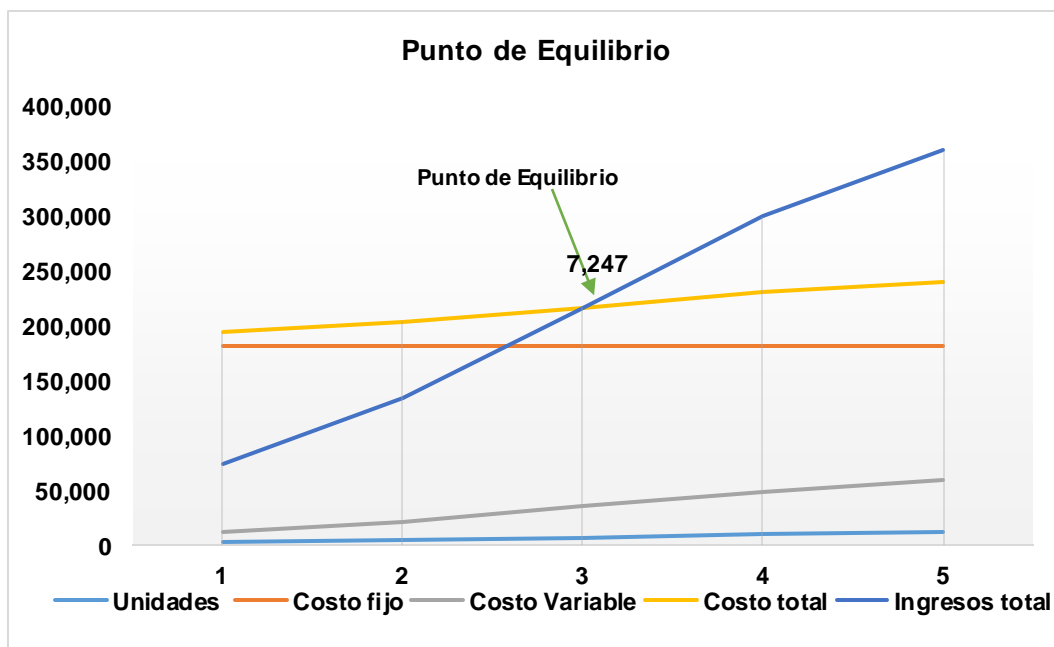
Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla 44 Comprobación punto de equilibrio

Unidades	Costo fijo	Costo Variable	Costo total	Ingresos total
7,247	C\$18,1407	C\$35,997.76	C\$217,404.76	C\$ 217,404.76

Elaborado por: Equipo de trabajo

Ilustración 9 Punto de equilibrio



Elaborado por: Equipo de trabajo

Seminario de Graduación

El punto de equilibrio La microempresa *Hor - Nica* deberá ser la venta de 7,247 paquetes al año, a un costo unitario de C\$ 30.00 y mantener sus gastos fijos en C\$ 181,407 la capacidad de producción de *Hor - Nica* es 12,932 paquetes de rosquilla al año.

4.4.2.5 Flujo de caja.

Tabla 45 Flujo de caja

<i>Hor - Nica</i> Flujo de Caja Proyectado			
Concepto	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Saldo Inicial	C\$ 97,420.00	C\$ 34,722.97	C\$ 76,541.59
Ingresos	C\$ 387,960.00	C\$ 407,358.00	C\$ 427,725.90
Disponibilidad	C\$ 485,380.00	C\$ 442,080.97	C\$ 504,267.49
Egresos			
costos de producción	C\$ 160,562.76	C\$ 168,590.90	C\$ 177,020.44
gastos operativos	C\$ 176,547.00	C\$ 180,821.21	C\$ 155,203.20
Adquisición de activos	C\$ 97,420.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00
Impuestos	C\$ 8,400.00	C\$ 8,400.00	C\$ 8,400.00
Gastos financieros	C\$ 7,727.27	C\$ 7,727.27	
Total Egresos	C\$ 450,657.03	C\$ 365,539.38	C\$ 340,623.65
Disponibilidad Efectiva	C\$ 34,722.97	C\$ 76,541.59	C\$ 163,643.84
Caja Mínima Requerida	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00
Excedente o Déficit sobre la caja mínima	C\$ 29,722.97	C\$ 71,541.59	C\$ 158,643.84
Disponibilidad Neta Final	C\$ 34,722.97	C\$ 76,541.59	C\$ 163,643.84

Elaborado por: Equipo de trabajo

El flujo de caja de la empresa *Hor - Nica*, es de C\$ 43,122.97, esto se debe al ingreso y salida real del efectivo. (Ver anexo 15,16)

Seminario de Graduación

4.4.3 Análisis financiero.

4.4.3.1 Flujo de fondo.

Tabla 46 Flujo de fondo

<i>Hor - Nica,</i> Flujo de Fondos				
Descripción	Años			
	0	Año 2017	Año 2018	Año 2020
Ingresos por Ventas		C\$ 387,960.00	C\$ 407,358.00	C\$ 427,725.90
Costos de Producción		C\$ 160,562.76	C\$ 168,590.90	C\$ 177,020.44
Utilidad bruta		C\$ 227,397.24	C\$ 238,767.10	C\$ 250,705.46
Gastos Administrativos		C\$ 102,220.00	C\$ 104,264.40	C\$ 76,349.69
Gastos de Venta		C\$ 74,327.00	C\$ 76,556.81	C\$ 78,853.51
Utilidad antes de Impuesto		C\$ 50,850.24	C\$ 57,945.89	C\$ 95,502.25
Depreciación		C\$ 12,675.00	C\$ 12,675.00	C\$ 12,675.00
Amortización		C\$ 25,000.00	C\$ 25,000.00	C\$ 0.00
Inversión Fija	-C\$ 97,420.00			
Inversión Diferida	-C\$ 3,390.00			
Capital de Trabajo	-C\$ 32,015.75			
Flujo Neto de Efectivo	-C\$ 132,825.75	C\$ 88,525.24	C\$ 95,620.89	C\$ 108,177.25

Elaborado por: Equipo de trabajo

(Ver anexo 15,16)

Seminario de Graduación

4.4.3.2 Valor actual neto (VAN).

Tabla 47 VAN

VAN	CC\$ 69,951.26
------------	-----------------------

La microempresa es aceptable de acuerdo al Valor Actual Neto, ya que es C\$ 69,951.26 o sea mayor a 0 esto indica que la inversión producirá ganancias.

4.4.3.3 Tasa interna de retorno (TIR).

Tabla 48 TIR

TIR	50.47%
------------	---------------

La microempresa que se encargará a la elaboración de rosquilla saborizada, es atractiva debido a que la Tasa Interna de Retorno da como resultado un 50.47% que representa el porcentaje de recuperación respecto a la inversión.

5. Conclusiones

Al finalizar el plan de mercado del producto rosquilla saborizada, se determinó la aceptación por parte de los consumidores, la cual es equivalente a 98.7% del universo que se tomó como base para la realización del estudio; dicho resultado indica que existe un mercado potencial para el establecimiento de la micro empresa *Hor - Nica* en la ciudad de Jinotepe – Carazo, gracias a su giro innovador con calidad, imagen y sabor, que lo diferencian de la competencia.

Mediante la estructuración de cada actividad que se realiza en el proceso productivo se logró identificar cada uno de los tiempos, así como definir las cantidades necesarias de materia prima directa e indirecta para la producción de la rosquilla saborizada. En cuanto a los recursos el cultivo de maíz es una de las principales actividades de los productores de este país, por tal razón existe disponibilidad de materia prima y la facilidad de acceder a ella, se cuenta con la mano de obra calificada para garantizar la calidad del producto además de los equipos de trabajo necesarios para la producción de la rosquilla.

La microempresa cuenta con una estructura organizativa adecuada para el correcto funcionamiento una vez iniciando sus operaciones, cada cargo con sus respectivas funciones y responsabilidades dentro de la organización para garantizar la eficiencia y eficacia en las gestiones, procesos y demás actividades que se realizan dentro de la organización garantizando la estabilidad operativa en cada área de la microempresa.

Con referencia al aspecto financiero se determinó que el plan de emprendimiento es rentable, ya que al aplicar indicadores financieros (VAN; TIR), presenta resultados positivos; esto también se puede apreciar en los estados financieros (estado de resultado, balance general, flujo de fondos, flujo de caja), ya que se generan utilidades desde el primer año.

6. Bibliografía

- Alcaraz Rodriguez, R. (Mexico). *El emprendedor de éxito*. 2011: Mc Graw Hill.
- Best, R. J. (2007). *Marketing estratégico*. Madrid: PEARSON.
- Fisher, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Herrera González, R. (2011). *Conocimiento, Innovación y Desarrollo*. Costa Rica: I.G.E. .
- INDE. (2005). Mapa político de carazo. Managua, Nicaragua.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing*. Mexico: PEARSON.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principios de marketing*. Madrid, España: PEARSON.
- Kotler, P., & Gary, A. (2012). *Marketing*. México: Pearson.
- Kotler, P., & Keller , K. L. (2006). *Dirección de marketing*. Mexico: PEARSON.
- Mideplan. (2009). Guía para elaboración de diagramas de flujos.
- Mirchandani, A. (2005). *Marketing Financiero*. España: Mc Graw Hill.
- Parkin, M., Powel, M., & Matthews, K. (2013). *Introducción a la economía*. Madrid: PEARSON.
- Rivera, F. (16 de Febrero de 2016). La "mejor" rosquilla. *La prensa*, págs. 7,8,9,10.
- Sanchez, C. (2012). *Administración y Estrategias de precios*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Comportamiento del consumidor*. Mexico: PEARSON.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de marketing*. Mexico: Mc Graw Hill.

7. Anexos

Anexo 1 Diseño metodológico

- **Universo**

Universo cualitativo:

El universo estará conformado por hombres y mujeres económicamente activas del casco urbano de la ciudad de Jinotepe, Carazo entre las edades 20 - 60 años.

Universo cuantitativo:

El universo estará conformado por 21,895 personas que constituyen la población entre las edades 20-60 años del casco urbano de Jinotepe.

- **Marco muestral.**

Elemento Muestral: Rosquilla Saborizada.

Unidades Muéstrales: 21,895

Alcance: Conocer la aceptación del producto denominado “Sabor Caraceño” entre la población de 20 y 60 años del casco urbano de la ciudad de Jinotepe, Carazo.

Tiempo: Periodo comprendido desde el 25 de julio hasta el de 13 de Diciembre del 2017.

- **Muestreo.**

Tipo de muestreo

Muestreo probabilístico.

- **Muestra**

Leyenda:

n= Tamaño de la muestra

N = universo

Seminario de Graduación

P= proporción de la población en estudio (será el 5% ya que no se conoce el tamaño de la proporción)

E= error de la investigación (equivalente al 5%)

Z= desviación estándar (equivalente a 1.96 o 95%)

N= 21,895

n=?

Z= 95%

E= 5%

Formula:
$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * P * Q)}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 21,895 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (21,894) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5)} = \frac{3.8416 * 21,895 * 0.5 * 0.5}{54.735 + 0.9604}$$

$$n = \frac{21,027.958}{55.6954} = 377.55 = \mathbf{378}$$

- **Pilotaje**

Tabla 49 Pilotaje

N	Pilotaje	Nr
378	10	368

Elaborado por: Equipo de trabajo

Seminario de Graduación

- **Tipo de investigación.**

Se considera que la investigación es de carácter exploratorio debido a que por primera vez descubriremos hechos del entorno del mercado del producto, de igual manera saber si los productos rosquillas saborizadas serán aceptados por los posibles consumidores, así mismo se formuló una hipótesis con relación a la oportunidad de estudio, esta es un supuesto que será comprobado en el desarrollo de la investigación, también se explica la relación y correlación entre las variables.

- **Fuentes de información.**

Fuentes Secundarias: SILAIS, fichas municipales, alcaldía municipal, libros, documentos, informes, noticias presentadas en periódicos.

Fuentes Primarias: Entrevistas informales realizadas a la población de la ciudad de Jinotepe, encuestas aplicadas a la población de estudio.

- **Forma de procesamiento de la información.**

La información obtenida se va se va a presentar mediante análisis acompañados de algunas tablas y gráficos que ayudaran al lector a entender más la investigación.

Lo mencionado anteriormente se realizara con la ayuda del programa matemático Excel y software estadístico SPSS como medios para procesar la información y obtener un resultado más exacto y concreto.

La información se va recolectar mediante la aplicación de cuestionarios a la población urbana y rural para conocer la aceptación del producto por parte de los posibles consumidores de la ciudad de Jinotepe.

- Plan de Operacionalización de variables

Variables independiente	Variables dependiente	Sub variables	Indicador
1.Demografia	1.Genero	-	1.Femenino 2.Masculino
	2. Edad	-	1.20 – 30 2.31 – 40 3.41 – 50 4.51 – 60
	3.Ocupacion	-	1.Estudiante 2.Labora en una empresa 3.Comeriante 4.Jubilado
	4.Ingresos	-	1.De C\$ 500.00-C\$1500.00 2.De \$1501.00-C\$2500.00 3.DeC\$2501.00-C\$3500.00 4.DeC\$3501- A mas
	5.Estado Civil	-	1.Soltero 2.Casado
	6. Número de hijos	-	1.Ninguno 2.De 1-3 3.De 3 a mas
2.Demanda	1. Disposición de compra	-	1.Si 2.No
	3. Frecuencia de compra	-	1. Semanal 2.Dos veces por semana 3.Mensual
	4.Gustos y preferencias	-	1. Precio 2. Calidad 3.Sabores 4. Fácil adquisición 5.Todas las anteriores
	5. Nivel de aceptación	-	1.Exelente 2.Muy Bueno 3.Bueno 4.Regular

Seminario de Graduación

3.Oferta	1.Oferta directa	-	1.Si 2.No
			1.Productos industriales 2.Productos artesanales
	3. Canales de distribución	-	1. Establecimiento fijo 2.Pulperia 3.Súper
4.Producto	1.Presentacion del Producto	-	1.50 gr 2.100 gr 3. Todas las anteriores
	2.Empaque	-	1.Bolsa plástica transparente 2.Bolsa abre fácil 3.Panitas plásticas
	3.Características de producto	-	1.Producto innovador 2.Variedad de producto 3.Presentaciones 4.Elaborado a base de ingredientes naturales 5.Todas las anteriores
5.Marca	1.Nombre	-	1. Sabor Caraceño 2. Sabores del sur 3.Rosquillas “La abuelita”
	2. Color	-	1.Amarillo 2. Café 3. Multi color
6. Precio	1.Nivel de adquisición	-	1.De C\$25 - C\$30 2.De C\$31 - C\$35
7. Publicidad	1.Captacion de clientes	-	1.Medios televisivos 2.Medios radiales 3.Redes sociales 4.Volantes 5.Mantas

Elaborado por: Equipo de trabajo

- **Cuestionario**



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Caso N° _____

**Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo
Farem– Carazo**

La presente encuesta tiene como objetivo, recolectar información para conocer el grado de aceptación que tendrá la rosquilla saborizada, por parte de los consumidores de la ciudad de Jinotepe, Carazo, durante el primer semestre del año 2017.

Marque con una “x” la respuesta que considere conveniente.

De antemano se le agradece su colaboración y tiempo al llenar este cuestionario

1. Aspecto sobre la Demanda de mercado

1. ¿Estaría dispuesto usted a comprar la rosquilla Saborizada?

1. Si____ 2. No____

Si su respuesta es no conteste la siguiente pregunta:

2. ¿Por qué no compraría los productos?

1. No consume este tipo de productos____ 2.No le agrada el sabor____

3. ¿Con que frecuencia compraría usted el producto?

Seminario de Graduación

1. Diario ____ 2. Semanal ____ 3. Dos veces por semana ____ 4. Quincenal ____
5. Mensual ____

4. ¿Qué elementos tomaría en cuenta para adquirir este producto?

1. Precio ____ 2. Calidad ____ 3. Sabor ____ 4. Presentación ____

5. Fácil adquisición ____ 6. Todas las anteriores ____

5. ¿Qué tan atractiva considera la propuesta de la rosquilla Saborizada?

1. Excelente ____ 2. Muy bueno ____ 3. Bueno ____ 4. Regular ____

2. Aspectos Demográficos.

1. Género

1. Masculino ____ 2. Femenino ____

2. Estado civil

1. Soltero ____ 2. Casado ____

3. ¿En qué rango de edad se encuentra?

1. De 20 a 30 años ____ 2. De 31 a 40 ____ 3. De 41 a 50 ____

4. De 50 a 60 ____

4. ¿A qué se dedica actualmente?

1. Estudiante ____ 2. Labora en una empresa ____ 3. Comerciante ____ 4. Jubilado ____

5. Desempleado ____

5. A cuánto ascienden sus ingresos mensuales en promedio

Seminario de Graduación

1. De C\$500.00 a C\$1500.00 _____ 2. De C\$ 1501.00 a C\$ 2500.00 _____ 3. De C\$2501.00 a C\$3000.00 _____ 4. De C\$ 3001.00 a mas _____

6. Número de hijos

1. Ninguno _____ 2. De 1 a 3 _____ 3. De 4 a mas _____

3. Aspectos de oferta

1. ¿Ha consumido usted una rosquilla similar o parecida al que se le está proponiendo?

1. Si _____ 2. No _____

Si su respuesta es sí conteste la siguiente pregunta:

2. ¿Qué tipo de rosquilla ha consumido usted?

1. Rosquilla industriales _____ 2. Rosquilla artesanales _____

3. ¿Dónde le gustaría adquirir el producto?

1. Establecimiento fijo _____ 2. Puperias _____ 3. Súper _____

4. Producto

1. ¿En qué presentación le gustaría adquirir la rosquilla saborizada?

1. 50 gr _____ 2. 100gr _____ 3. Todas las anteriores _____

2. ¿Qué tipo de empaque cree usted más conveniente para el producto?

1. Bolsa plástica transparente _____ 2. Bolsa abre fácil _____ 3. Panita plástica _____

3. ¿Qué aspectos considera usted en este producto que lo hacen diferente a los demás?

Seminario de Graduación

1. Producto innovador_____ 2.Sabor original _____ 3.Empaque_____
4. Elaborado con ingredientes menos perjudiciales_____ 5.Todas las anteriores_____

5. Marca

1. ¿Qué nombre considera usted más apropiado para el producto rosquilla saborizada?

1. Sabor Caraceño_____ 2.Sabores del sur_____ 3.Rosquillas “la abuelita”_____

2. ¿Qué colores considera más adecuado para la etiqueta del producto?

1. Amarillo _____ 2.Cafe_____ 3. Multi color_____

6. Precio

1. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?

1. De C\$25.00 a C\$30.00____ 2.De C\$ 31.00 a C\$35.00____

5. Publicidad

1. ¿cuál de estos medios sería más conveniente para promocionar el producto?

1. Mantas_____ 2.volantes_____ 3.radio_____ 4. Redes sociales _____

¡Muchas Gracias!

Seminario de Graduación

Anexo 2 Conoce un producto similar o parecido al que está proponiendo

	Frecuencia	Porcentaje
Si	149	39.4
No	224	59.3
Total	373	98.7
Sistema	5	1.3
	378	100.0

Fuente. Base de datos SPSS 2017

Anexo 3 Edad

	Frecuencia	Porcentaje
20 - 30 años	126	33.3
31 - 40 años	220	58.2
41 - 50 años	25	6.6
51 - 60 años	2	.5
Total	373	98.7
Sistema	5	1.3
	378	100.0

Fuente: Base de datos SPSS 2017

Anexo 4 Estado civil

	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	115	30.4
Casado	258	68.3
Total	373	98.7
Sistema	5	1.3
	378	100.0

Fuente: Base de datos SPSS 2017

Anexo 5 Ocupación

	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	17	4.5
Labora en una empresa	239	63.2
Comerciante	115	30.4
Jubilado	2	.5
	378	100.0

Fuente: Base de datos SPSS 2017

Seminario de Graduación

Anexo 6 Demanda

	Frecuencia	Porcentaje
Si	373	98.7
No	5	1.3
Total	378	100.0

Fuente: Base de datos SPSS 2017

Anexo 7 Costo de venta

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	total
Ventas	31800	31800	34980	34980	31800	31800	31800	31800	31800	31800	31800	31800	387960
Costo de Ventas	13270.8	13270.8	13924.38	13924.38	13276.8	13270.8	13270.8	13270.8	13270.8	13270.8	13270.8	13270.8	160562.8

Elaborado por: Equipo de trabajo

Seminario de Graduación

Anexo 8 Página en Facebook



Elaborado por: Equipo de trabajo

Seminario de Graduación

Anexo 9 Nomina de pago

<i>Hor - Nica</i>										
Nómina Mensual										
N°	Nombres y Apellidos	Cargo	Salario Base	Deducciones	Salario Neto	INSS Patronal	Prestaciones Sociales			Firma
				INSS Laboral			Vacaciones	Treceavo Mes	Indemnización	
Administración										
1	Meyling López	Admon	C\$ 4,500.00	C\$ 281.25	C\$ 4,218.75	C\$ 855.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	
Sub Total Administración			C\$ 4,500.00	C\$ 281.25	C\$ 4,218.75	C\$ 855.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	C\$ 375.00	
Ventas										
4	David Prado	Vendedor	4,100.00	256.25	3,843.75	738.00	341.67	341.67	341.67	
Sub Total Ventas			C\$ 4,100.00	C\$ 256.25	C\$ 3,843.75	C\$ 738.00	C\$ 341.67	C\$ 341.67	C\$ 341.67	
Producción										
7	Axcell Ureña	Jefe de prod	3,500.00	218.75	3,281.25	630.00	291.67	291.67	291.67	
8	Linda Sanchez	Operario 1	3,000.00	187.50	2,812.50	540.00	250.00	250.00	250.00	
9	Laura Arbizú	Operario 2	3,000.00	187.50	2,812.50	540.00	250.00	250.00	250.00	
Sub Total Gastos de Venta			C\$ 9,500.00	C\$ 593.75	C\$ 8,906.25	C\$ 1,710.00	C\$ 791.67	C\$ 791.67	C\$ 791.67	
Total			C\$ 18,100.00	C\$ 1,131.25	C\$ 16,968.75	C\$ 3,303.00	C\$ 1,508.33	C\$ 1,508.33	C\$ 1,508.33	

Elaborado por: Equipo de trabajo

Seminario de Graduación

Anexo 10 Formato inscripción de INSS

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

Fuente: INSS

Seminario de Graduación

Anexo 11 Formato de solicitud



Alcaldía Municipal de Jinotepe
"ESTAMOS DESARROLLANDO JINOTEPE PARA BENEFICIO DE TODOS"
DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA



SOLICITUD DE MATRICULA

RUC: J1330000035088 Nº 0194

DIA	MES	AÑO

I. DATOS PERSONALES DEL CONTRIBUYENTE.

Nombre o Razón Social: _____
 RUC: _____ Cédula: _____
 Dirección del negocio: _____
 N.º de teléfono del negocio: _____ Fax: _____
 Correo electrónico: _____
 Nombre del comercio (conocido como): _____
 Nombre del propietario: _____
 Dirección del propietario: _____

II. ACTIVIDAD ECONÓMICA.

Nombre de la actividad: _____
 Monto de inversión inicial: _____
 Modalidad de pago: _____
 Ingreso mensual por ventas, servicios y otros conceptos: _____
 Observaciones: _____

III. OTROS IMPUESTOS Y TASAS ANUALES

RÓTULO N.º _____ DIMENSIÓN: _____
 Bienes Inmuebles N.º de registro: _____
 Rodamiento: Tipo de vehículo: _____ Placa: _____
 Rampas (mts) _____ Reservas de aparcamiento (mts) _____

Basura
 Tramo en mercado
 Cementerio
 Fierros
 Otros

Firma del contribuyente.

Presunción de Verdad.


Las funciones que desarrolla la Administración Pública Municipal, están sujetas al principio de presunción de veracidad, que rige en las relaciones de aquella, con sus funcionarios, servidores y con el público, y que consiste en suponer que las personas dicen la verdad. Este principio de credibilidad en el contribuyente, se expresa en los datos que registra en los formularios oficiales. La presunción de veracidad admite prueba en contrario.

200. 13021 07-0001 - 1300 00-000

Fuente: Alcaldía municipal


Seminario de Graduación

Anexo 12 Tasa para el pago de impuesto en la alcaldía municipal



Alcaldía Municipal de Jinotepe

El Pueblo Alcalde
2015: VAMOS ADELANTE!
RUC: J1330000035088



CATEGORIA	DESDE	HASTA	MATRICULA-2%	IMI- 1%
A	1.00	10,000.00	200.00	100.00
B	10,001.00	20,000.00	400.00	200.00
C	20,001.00	30,000.00	600.00	300.00
D	30,001.00	40,000.00	800.00	400.00
E	40,001.00	50,000.00	1,000.00	500.00
F	50,001.00	60,000.00	1,200.00	600.00
G	60,001.00	70,000.00	1,400.00	700.00
H	70,001.00	80,000.00	1,600.00	800.00
I	80,001.00	90,000.00	1,800.00	900.00
J	90,001.00	100,000.00	2,000.00	1,000.00
K	100,001.00	110,000.00	2,200.00	1,100.00
L	110,001.00	120,000.00	2,400.00	1,200.00
M	120,001.00	130,000.00	2,600.00	1,300.00
N	130,001.00	140,000.00	2,800.00	1,400.00
Ñ	140,001.00	150,000.00	3,000.00	1,500.00
O	150,001.00	200,000.00	4,000.00	2,000.00
P	200,001.00	250,000.00	5,000.00	2,500.00
Q	250,001.00	300,000.00	6,000.00	3,000.00
R	300,001.00	350,000.00	7,000.00	3,500.00
S	350,001.00	400,000.00	8,000.00	4,000.00
T	400,001.00	500,000.00	10,000.00	5,000.00


Arto. 6.- Liquidación o pago:

--Toda persona natural o jurídica que según lo establecido deba pagar una cantidad de dinero en concepto de matrícula, cumplirá su obligación enterándola a Caja cuando inicie a ejercer su actividad comercial o prestación de servicios en el municipio, y luego durante el mes de enero de cada año.

--Toda persona natural o jurídica que según lo establecido en la presente ordenanza, deba pagar una cantidad de dinero en concepto de cuota fija por impuesto municipal de ingresos cumplirá su obligación enterándola a caja durante el mes de realice las ventas o la prestación de servicios.

- El pago se realizara en base a la cuota asignada, de conformidad con el tipo de categoría en que se le ubico.

CRISTIANA SOCIALISTA Y SOLIDARIA



Fuente: Alcaldía municipal

Seminario de Graduación

Anexo 13 Plan de inversión

<i>Hor - Nica</i> Plan de Inversión	
Descripción	Total
Inversión Fija	
Mobiliario y Equipo de Oficina	17,300.00
Maquinaria	9,120.00
Vehículo para distribución	21,000.00
Edificio	50,000.00
Sub total Inversión Fija	C\$ 97,420.00
Inversión Diferida	
Publicidad al inicio de las operaciones	2,240.00
Acta de constitución	500.00
Matricula municipal	600.00
Solicitud de registro sanitario	50.00
Sub total Inversión Diferida	C\$ 3,390.00
Capital de Trabajo	
Compra de materia prima directa	1,686.00
Compra de materia prima indirecta	2,330.00
Sueldos y Salarios	16,968.75
Seguro Social	3,303.00
Gastos Administrativo	6,435.00
Gastos de Venta	1,293.00
Menos % venta de contado (3 meses)	95,400.00
Menos % venta de crédito (3 meses)	-
Sub total Capital de Trabajo	C\$ 32,015.75
Inversión Total	C\$ 132,825.75

Elaborado por: Equipo de trabajo

Anexo 14 Tarifa de impuesto de cuota fija

LA GACETA - D

anteriores, no podrán pertenecer a este régimen y deberán tributar el IR de actividades económicas, o régimen general, establecidas en el Capítulo III del Título I de la presente Ley.

Art. 252 Base imponible.

La base imponible para aplicar la tarifa del impuesto de **cuota fija**, serán los ingresos brutos percibidos por ventas mensuales del pequeño contribuyente.

Art. 253 Tarifa del impuesto de **cuota fija.**

La tarifa mensual de cuota fija aplicable a cada uno de los estratos de ventas mensuales, de los contribuyentes inscritos en este régimen es la siguiente:

Estratos	Ingresos Mensuales Córdobas		Tarifa Mensual Rangos
	Desde C\$	Hasta C\$	Córdobas C\$
1	0.01	10,000.00	Exento
2	10,000.01	20,000.00	200.00 - 500.00
3	20,000.01	40,000.00	700.00 - 1,000.00
4	40,000.01	60,000.00	1,200.00 - 2,100.00
5	60,000.01	80,000.00	2,400.00 - 3,600.00
6	80,000.01	100,000.00	4,000.00 - 5,500.00

Art. 254 Pago de la tarifa.

La tarifa deberá pagarse mensualmente en el lugar, forma, monto y plazos que se establezcan en el reglamento de la presente Ley.

Fuente: La Gaceta

Seminario de Graduación

Anexo 15 Balance general

<i>Hor - Nica</i>		
Balance General Proyectado		
Al 31 de _____ del 2018		
Expresado en Córdoba		
<u>Activos</u>		
Corriente		
Efectivo en Caja y Banco	C\$ 34,722.97	
Cuentas por Cobrar	C\$ 0.00	
Inventarios	C\$ 12,832.50	
		C\$ 50,955.47
No Corriente		
Mobiliario y Equipo de Oficina	17,300.00	
Edificio	50,000.00	
Maquinaria	9,120.00	
Vehículo para distribución	21,000.00	
Depreciación de activo no corriente	(12,999.00)	
		C\$ 84,421.00
Otros Activos		
Gastos Organización	3,090.00	
Publicidad al inicio de las operaciones	2,240.00	
Amortización de otros activos	-	
		C\$ 5,330.00
Total Activos		C\$ 140,706.47
<u>Pasivo</u>		
Corriente		
Proveedores	C\$ 0.00	
No Corriente		
Crédito (BDF)	C\$ 25,000.00	
Total Pasivos		C\$ 25,000.00
<u>Patrimonio</u>		
Capital Contable	C\$ 69,183.50	
Utilidad o Perdida del Ejercicio	C\$ 43,122.97	
Total Patrimonio		C\$ 115,706.47
Total Pasivo más capital		C\$ 140,706.47
Elaborado por: Equipo de trabajo		

Hor-Nica


Anexo 16 Estado de resultado

<i>Hor - Nica</i>			
Estado de Resultado Proyectado			
Expresado en Córdoba			
Descripción	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Ventas Totales	387,960.00	407,358.00	427,725.90
Venta Netas	387,960.00	407,358.00	427,725.90
Costos de Producción	160,562.76	168,590.90	177,020.44
Utilidad Bruta	227,397.24	238,767.10	250,705.46
<u>Gastos de Operación</u>			
Gastos de Venta	74,327.00	76,556.81	78,853.51
Gastos de Administración	102,220.00	104,264.40	76,349.69
Total gastos operativos	176,547.00	180,821.21	155,203.20
Gastos financieros	7,727.27	7,727.27	-
Utilidad de Operación	43,122.97	50,218.62	95,502.25
Otros Ingresos	-	-	-
Otros Gastos	-	-	-
Utilidad antes de impuesto	43,122.97	50,218.62	95,502.25
Cuota fija	C\$ 8,400.00	C\$ 8,400.00	C\$ 8,400.00
utilidad neta	C\$ 34,722.97	C\$ 41,818.62	C\$ 87,102.25

Elaborado por: Equipo de trabajo

Seminario de Graduación

Anexo 17 Cronograma de trabajo

 <p style="text-align: right;">UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA, MANAGUA UNAN-MANAGUA</p>																				
Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo																				
FAREM-CARAZO																				
SEMINARIO DE GRADUACION																				
V AÑO MERCADOTECNIA																				
Tutor: Msc. Mariano Isidoro Gaitán Chávez																				
Tema: Plan de emprendimiento para la creación de empresas en la IV región del país																				
Autores: López Peña Meyling Nazareth # carnet 13-09203-7																				
Ureña García Axcell José # carnet 13-09495-2																				
Meses																				
Actividades	Agosto				Septiem.				Oct.				Nov.							
	Semanas				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Lectura y análisis de la normativa de seminario de graduación																				
Título del Tema y Subtema																				
Dedicatoria																				
Agradecimiento																				
Valoración docente																				
Índice																				
Resumen																				
1. Introducción																				
2. Antecedentes																				
3. Justificación																				
4. Objetivos																				
5. Desarrollo del subtema																				
5.1. Plan de mercadotecnia																				
5.1.1. Descripción de la innovación																				
5.1.2. Comparación del producto con la competencia																				
5.1.3. Mercado/Zona comercial																				
5.1.4. Segmentación de mercado																				

