



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua

UNAN- Managua

Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

FAREM, Carazo

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

Proyecto de Graduación

**Proyecto de graduación para optar el título de Licenciado en Administración
Turística y Hotelera**

Tema: Proyectos de graduación con enfoque de emprendimiento.

Subtema: Elaboración de un plan de emprendimiento para la microempresa **Sabor Nica** dedicada a la venta de **Tamugas** nicaragüense, ubicado en el Barrio San Juda, en el municipio de Managua departamento Managua, durante el segundo semestre del año 2021.

Integrantes:

- Br. Álvarez Mora Martin Rafael 17902704
- Br. Narvaez Sánchez Marling Francela 17905960
- Br. Romero Reyes Ericsson Bismarck 17905707

Tutores:

MSc. Tania Mai Yen Mojan Gago

MSc. Cela del Carmen Mendieta Baltodano

MSc. Ner David Arauz Carrillo

Jinotepe, Diciembre 2021

Dedicatorias

Dedicamos el presente trabajo:

El presente trabajo lo dedicamos principalmente a Dios, que nos ha dado la vida y la salud, por habernos permitido llegar a este momento tan importante de nuestra formación profesional, Gracias a su infinito amor nos ha dado la fortaleza, sabiduría, capacidad y perseverancia durante todo este periodo.

A nuestras familias, por su amor, sus consejos, por el apoyo recibido durante el transcurso de la carrera, por el apoyo económico y moral A nuestros maestros:

Gracias por su tiempo, paciencia y su sabiduría que nos transmitieron hasta llegar a la culminación de este trabajo, principalmente a los tutores por habernos guiado en el desarrollo de este trabajo.

A nuestros docentes, gracias por su tiempo, por su apoyo, así como por la sabiduría que nos han transmitido en el desarrollo de nuestra formación académica hemos logrado llegar a la finalización de este trabajo, especialmente a los tutores por habernos guiado en el desarrollo de esta labor.

- Br. Álvarez Mora Martin Rafael
- Br. Narvaez Sánchez Marling Francela
- Br. Romero Reyes Ericsson Bismarck

Agradecimiento

Agradecemos como primera instancia a Dios, Por habernos dado sabiduría, salud, y la fuerza necesaria para continuar durante todo este período, hasta culminar la carrera y que a pesar de todos los obstáculos interpuestos a lo largo del proceso de la formación académica, siempre ha estado presente.

A nuestros **padres Máximo Rafael Álvarez y Rocibel Mora Vargas, Carmela Chávez Estrada, María Esmilce Reyes Chávez y Bismarck Romero Jirón, Juan Narváez Romero y Rosa Sánchez Hernández** Por el apoyo incondicional que nos han brindado, desde el momento que empezamos a existir, por guiar nuestros primeros pasos, por la educación que nos enseñaron, y ser ellos nuestro motivo principal de continuar adelante, como una mejor persona.

Del mismo modo a toda nuestra familia, que de parte de ellos recibimos sus motivaciones y apoyo incondicional para continuar a pesar de todos los obstáculos puestos durante el proceso de la formación académica.

Finalmente a nuestros tutores **Msc. Tania Mai Yen Mojan Gago, Msc. Ner David Arauz Carrillo y Msc. Cela del Carmen Mendieta Baltodano**, por compartir sus enseñanzas y sus conocimientos con el fin de ser mejores dentro de un mercado laboral.

- Br. Álvarez Mora Martin Rafael
- Br. Romero Reyes Ericsson Bismarck
- Br. Narváez Sánchez Marling Francela

Resumen

El presente proyecto con enfoque de emprendimiento da a conocer la viabilidad de la implementación de la microempresa Sabor Nica, dedicada a la elaboración y comercialización de servicios de Tamugas Nicaragüenses en el barrio San Judá, municipio de Managua. Como todo proyecto de inversión que se quiere realizar, es importante conocer la manera de utilizar bien los recursos disponibles, la buena distribución de la inversión que se va a utilizar para empezar a operar con el fin de disminuir riesgos.

De tal manera la ejecución de la microempresa se basa en las siguientes etapas como lo es el plan de mercadeo, se identifica la aceptación de servicio por parte de los pobladores del barrio San Judá, las cantidades de personas que aceptaron y rango de edades. La siguiente etapa es el Plan técnico se verifica los aspectos como es, la Capacidad planificada que se posee en cuanto a producción y la disponibilidad.

Plan de organización y gestión importante saber los requisitos necesarios para operar legalmente y así evitar problemas.

Finalmente el plan financiero, una estructura clara y ordenada que nos brinda toda la información necesaria de manera detallada para dar respuestas a todas aquellas incógnitas que se tiene para empezar un negocio. También nos refleja de manera específica la inversión para poner en marcha el negocio, presentando análisis de indicadores financieros tales como la tasa interna de retorno (TIR), valor actual neto (VAN), cuyos resultados ayudan a obtener conclusiones y recomendaciones objetivas de la factibilidad que podría presentar el proyecto.



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

09 de diciembre del año 2021

D.Sc. César Augusto Arévalo Cuadra
Director
Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas
Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

Estimado Doctor.

Por este medio entregamos formalmente informe de proyecto de graduación, bajo el Tema: Proyecto de emprendimiento en la IV región del país, presentado por los (as) bachilleres:

Nº	Apellidos y Nombres	Carné
1	Br Ericsson Bismarek Romero Reyes	17905707
2	Br Marling Francela Narvaez Sánchez	17905960
3	Br Martín Rafael Álvarez Mora	17902704

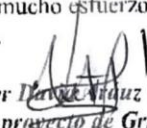
Siendo el subtema: Elaboración de un plan de emprendimiento para la microempresa Sabor Nica dedicada a la venta de Tamugas nicaragüense, ubicado en el Barrio San Juda, en el municipio de Managua, departamento Managua, durante el segundo semestre del año 2021.


El cual ha cumplido con los requisitos científico-técnicos y metodológicos establecidos de acuerdo a la normativa de modalidad de graduación, proyecto de graduación (Arto. 86 Estructura del Proyecto de Emprendimiento). Este trabajo contribuye a desarrollar habilidades y obtener conocimientos relacionados al perfil de la carrera y sobre todo se ajusta a las exigencias del entorno socioeconómico y laboral actual.


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

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

Atentamente.


MSc. Ner David Méndez Carrillo
Tutor de proyecto de Graduación


MSc. Tania María Yeri Mojan Gago
Tutor de proyecto de Graduación


MSc. Celia del Carmen Mendieta Baltodano
Tutor de proyecto 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 2666 / Ext. 7712-7723 | depto.economia.faremic@unan.edu.ni | www.faremicarazo.unan.edu.ni

Índice de contenido

1. Introducción	1
2. Objetivos del Proyecto	2
2.1 Objetivo General	2
2.2 Objetivos Específicos	2
3 Generalidades Del Proyecto	2
3.1 Solución	2
3.2 Diseño o modelo en 3D	4
3.3 Oportunidad en el Mercado	5
3.4 Propuesta de Valor	6
3.4.1 La novedad del proyecto desde la base de la Propiedad Intelectual	7
4. Plan de Negocios	10
4.1. Plan de Mercadotecnia	10
4.1.1. Ubicación de la empresa	10
4.1.2. Mercado/ Zona Comercial	10
4.1.3. Macro localización	10
4.1.4. Micro localización	12
4.1.5. Principales Clientes	12
4.1.6. Demanda insatisfecha	14
4.1.7. Participación del mercado	16
4.1.8. Precio de Venta	18
4.1.9. Estimado de venta	19
4.1.10. Estrategias de Mercado y presupuesto (4P)	22
4.2. Plan Técnico	25
4.2.1 Proceso de Producción/Servicio	25
4.2.2. Proveedores y condiciones de compra de los equipos	29
4.2.3. Capital Fijo y Vida Útil del Capital Fijo	33
4.2.4. Mantenimiento y Reparaciones	35
4.2.5 Capacidad planificada y a futuro	35
4.2.6. Ubicación y distribución física de la planta	37

4.2.7.	Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad.....	37
4.2.8.	Mano de obra, su costo y disponibilidad.....	38
4.2.9.	Gastos generales de producción.....	39
4.3.	Plan de organización y gestión.....	39
4.3.1	Marco Legal (Forma Jurídica).....	39
4.3.2.	Estructura Organizacional (fichas de cargo)	45
4.3.3.	Actividades y gastos preliminares.....	50
4.3.4.	Equipos de oficina	51
4.3.5.	Gastos Administrativos.....	55
4.4	Plan Financiero	56
4.4.1	Inversión y fuente del proyecto	56
4.4.2	Fija	56
4.4.3	Inversión diferida	57
4.4.4	Capital de trabajo.....	58
4.4.5	Inversión total.....	60
4.4.6.	Estructura de financiamiento.....	61
4.4.7.	Estado de situación Financiera inicial.....	61
4.5.	Presupuestos de Ingresos, egresos y costos	62
4.5.1.	Punto de Equilibrio	62
4.5.2.	Presupuesto de ingreso.....	64
4.5.3.	Presupuesto de Egreso	65
4.5.4.	Estructura de costo.....	67
4.6	Presupuesto Financiero	68
4.6.1.	Flujo de Caja	68
4.6.2.	Estado de Resultado Proyectado	69
5.6.3.	Estado de Situación Financiera proyectado.....	70
4.7.	Evaluación Financiera	71
4.7.1.	Flujo de Fondo.....	71
4.7.2.	Valor Actual Neto (VAN).	71
4.7.3.	Tasa interna de retorno (TIR).....	72
4.7.4.	Período de recuperación de la inversión (PRI).....	72

4.7.5. Relación Beneficio Costo	72
4.7.6. Análisis Financiero.....	73
5. Cronograma de trabajo	75
6. Bibliografía.....	78
7. Anexos.....	79
7.1 Estructura de costo	79
7.2 Nominas mensual	81
7.3 Encuestas	82

Índice de grafico

Grafico 1: Aceptación del Servicio	13
Grafico 2: Población de Interés	16
Grafico 3: Porcentaje de participación en el mercado	17
Grafico 4: Participación en el mercado	17
Grafico 5: cantidades de servicios a producir por lotes.....	36
Grafico 6: punto de equilibrio	64

Índice de tablas

<i>Tabla 1: Receta estándar.....</i>	<i>18</i>
<i>Tabla 2: Estimación de ventas de servicios de Tamuga y unidades monetarias.</i>	<i>21</i>
<i>Tabla 3: Estrategias del mercado 4P.....</i>	<i>22</i>
<i>Tabla 4: Presupuesto de marketing.....</i>	<i>24</i>
<i>Tabla 5: Diagrama horizontal de flujo del proceso del servicio de la Tamuga</i>	<i>28</i>
<i>Tabla 6: condiciones de compra de equipo.....</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 7: Depreciaciones de activos de la microempresa Sabor Nica.</i>	<i>33</i>
<i>Tabla 8: Materia prima</i>	<i>38</i>
<i>Tabla 9: Mano de obra, su costo y disponibilidad.....</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 10: Costo total de material directo, costo mano de obra y costos indirectos.....</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 11: Clasificación MIPYME.</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 12: Fichas de cargo</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 13: Fichas de cargo</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 14: Fichas de cargo</i>	<i>49</i>
<i>Tabla 15: Actividades preliminares.</i>	<i>50</i>
<i>Tabla 16: Equipos de oficina.</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 17: Depreciaciones de equipos de oficina</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 18: Gastos Administrativo.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 19: Inversión Fija.....</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 20: Inversión Diferida.....</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 21: Capital de Trabajo.....</i>	<i>58</i>
<i>Tabla 22: Plan de Inversión</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 23: Estructura de Financiamiento</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 24: Estado de situación Financiera</i>	<i>62</i>
<i>Tabla 25: presentación del punto de Equilibrio.....</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 26: Presupuesto de ventas en unidades físicas</i>	<i>64</i>
<i>Tabla 27: Presupuesto de ventas en unidades monetarias</i>	<i>65</i>
<i>Tabla 28: presupuesto de compra de materia prima en unidades físicas</i>	<i>65</i>
<i>Tabla 29: Presupuesto de compra de materia prima directa en unidades monetarias</i>	<i>65</i>
<i>Tabla 30: Presupuesto de compra de materia prima indirecta en unidades física.....</i>	<i>66</i>
<i>Tabla 31: Compra de materia prima indirecta en unidades monetaria.....</i>	<i>66</i>
<i>Tabla 32: Presupuesto de Mano de Obra Directa</i>	<i>66</i>
<i>Tabla 33: Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 34: Resumen del Costo de Producción</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 35: Estructura de costo</i>	<i>67</i>

<i>Tabla 36: Flujo de Caja</i>	68
<i>Tabla 37: Estado de Resultado Proyectado</i>	69
<i>Tabla 38: Estado de Situación Financiera proyectado</i>	70
<i>Tabla 39: Flujo de Fondo</i>	71
<i>Tabla 40: Valor Actual Neto</i>	72
<i>Tabla 41: Tasa interna de retorno</i>	72
<i>Tabla 42: periodo de recuperación de la inversión</i>	72
<i>Tabla 43: Relación Beneficio Costo</i>	72

1. Introducción

En el presente documento se realiza un análisis del proceso de investigación de mercado, para conocer la aceptación de una microempresa que lleva por nombre Sabor Nica, dedicada a la producción y comercialización de tamugas en el departamento de Managua, barrio San Judas. Este trabajo del mismo modo permite determinar la factibilidad del proyecto de inversión, con el fin de identificar los aspectos mercadológicos que permita a la microempresa posicionarse en el mercado ofreciendo servicio de Tamugas. Además se describe el origen y las generalidades del plan de emprendimiento en mención, los objetivos que plantean el fin del estudio, de manera general y específica, los cuales sustentan la investigación.

Esta idea surge tras observar la necesidad de consumir un servicio diferente a lo habitual a lo que el mercado del barrio San Juda ofrece, idea que fue sustentada a través de la herramienta de las encuesta donde la ideas es aceptada con un alto porcentaje por los habitantes del barrio San Juda.

Servicio que está orientado en la producción y venta de Tamugas tradicionales nicaragüenses ofertadas para todas las edades, dándonos la oportunidad de situarnos en un segmento de mercado donde seamos aceptados por los clientes, ya que a las personas les gusta consumir la gastronomía tradicional, es por eso que hemos encontrado la oportunidad de emprender con nuestra idea de negocio.

El proyecto de emprendimiento de elaboración y comercialización de Tamugas, ha sido diseñado desde varios puntos de vista, en el que se evidencia un plan de mercado, un técnico, uno de organización y gestión y un financiero, para determinar su viabilidad y factibilidad para la toma de decisión de ser implementado.

2. Objetivos del Proyecto

2.1 Objetivo General

- Diseñar proyecto de emprendimiento para la microempresa **Sabor Nica** dedicada a la creación y venta de servicios de tamuga nicaragüense, ubicada en el Barrio San Juda, en el municipio de Managua departamento Managua, durante el segundo semestre del año 2021.

2.2 Objetivos Específicos

- Identificar los aspectos mercadológicos que permita a la microempresa **Sabor Nica** posicionarse en el mercado ofreciendo servicio de Tamugas.
- Determinar el proceso productivo que conlleva la realización de los servicios a ofrecer en el establecimiento.
- Establecer los aspectos legales y organizacionales de la microempresa **Sabor Nica** para el desempeño de una forma legítima y reglamentaria.
- Presentar plan financiero de micro empresa **Sabor Nica** para un mayor control, que ayudaran a la toma de decisiones futura

3 Generalidades Del Proyecto

3.1 Solución

Para seleccionar nuestro proyecto de emprendimiento basado en crear servicios de Tamuga nicaragüenses, se parte de las diferentes herramientas necesarias para identificar las necesidades y las oportunidades de mercado referente que si existe una demanda a cubrir y si es aceptado lo que se va a ofrecer para poder emprender la idea de negocio y determinar si se estará brindando una solución a la necesidad.

Macro Filtro: para seleccionar nuestro plan de emprendimiento iniciamos con una lluvia de ideas pasándolas por el macro filtro ya que con la ayuda de esta herramienta se le dio una puntuación de acuerdo a varios criterios de gran importancia para seleccionar a las que obtuvieran mayor puntuación en necesidad y aceptación en el mercado.

Micro filtro: Después de haber realizado la selección de las mejores ideas en el macro filtro se pasaron por micro filtro donde nuevamente se establecieron ciertos criterios y se le dio una puntuación, para identificar la idea más viable debido a ello se seleccionó la idea de emprender.

El plan de emprendimiento para la micro empresa **Sabor Nica, surge del estudio en base a las ideas seleccionadas en el macro y micro filtro, nuestro servicio** está orientado en la producción y venta de Tamuga tradicionales nicaragüenses ofertadas para todas las edades, ya que se identificó que en el Barrio San Judas no se encuentra ningún negocio que se dedique a la comercialización de tamugas dándonos la oportunidad de situarnos en un segmento de mercado donde seamos aceptados por los clientes, beneficiando a personas que no disponen de tiempo en la espera de un servicio por diferentes situaciones, ya que nuestro producto es para llevar lo cual agiliza y optimiza el tiempo de los clientes y a la vez nos estamos protegiendo ante el covid-19 evitando las aglomeraciones de personas.

3.2 Diseño o modelo en 3D

Ilustración 1: Diseño o modelo 3D



Eslogan:

El eslogan que la microempresa Sabor Nica va ser reconocido en el mercado donde pretende operar es el siguiente:

Disfruta el sabor que te hace feliz.

El diseño 3D nos muestra la marca en la que se va identificar la microempresa sabor Nica, en el mercado, frente a su competencia a la que se enfrenta en el barrio San Judá departamento de Managua. La marca de distinción está compuesta por un icono y tipografía lo cual está clasificada en la sección de isologo que el icono como la tipografía no puede separarse.

La marca de la microempresa Sabor Nica pretende transmitir con su diseño a todos los clientes potenciales al que va dirigido lo siguiente:

Con el diseño circular quiere transmitir la seguridad y confianza sobre el servicio que ofrece, el nombre que se encuentra en el centro es para darse a reconocer de manera más rápida con un nombre corto y fácil de recordar, con el fin de que las personas de una manera natural lo mencionen nuestra marca, en cuanto a los colores que se utilizaron en la marca, va enfocado en los colores amarillo y verde porque son colores que afecta en la percepción de los clientes a la hora de la compra de alimentos de consumo, que resultan ser llamativo y de mucha atracción, por el otro lado se logra concordar con el servicio a ofrecer

de la tamugas nicaragüenses, ya que su color de es amarillo y verde con su empaque primario.

Fuente: Elaborado por grupo investigado



Ilustración 2: Empaque

3.3 Oportunidad en el Mercado

En la actualidad en el departamento de Managua existen gran variedad de puestos de comidas donde los diversos platillos que se ofrecen son aceptados por parte de los clientes ya que a las personas les gusta consumir la gastronomía tradicional nicaragüense, es por eso que hemos encontrado la oportunidad de emprender con nuestra idea de negocio dedicada a la creación de servicio venta de tamuga , ya que en el entorno donde va estar ubicada la microempresa Sabor Nica es, en el barrio San Juda, perteneciente al municipio de Managua, no se encuentran establecimientos que se dediquen especialmente a comercializar este servicio. Además, no existe una competencia directa, de lo contrario la competencia indirecta es la que más está presentes. Esta una variable identificada para la creación del emprendimiento, ya que podríamos ser aceptados por los consumidores y posicionarlos en el mercado, y brindar la oportunidad que el cliente conozca y pruebe algo

nuevo ya que para algunos no saben lo que es una tamuga y se sienten con la necesidad y ganas de degustar el patillo, puesto que nuestro producto/servicio no va dirigido a un límite de edad sino que puede ser consumido por personas de todas las edades.

Partiendo de lo escrito anteriormente, nace la idea de brindar algo diferente y de calidad, haciendo referencia al grado en el que el servicio satisfaga la necesidad o expectativa del cliente al momento que compre y consuma nuestro platillo, esto permitirá captar la atención de los clientes ya que es un servicio diferente al que se ofrece en otros puestos de comidas. De tal manera, se implementó unas de las herramientas básicas “la encuesta”, en cuanto a la investigación de mercado para determinar la aceptación y viabilidad de nuestro producto-servicio, que pueda llegar a tener en el mercado.

3.4 Propuesta de Valor

La microempresa **Sabor Nica** desarrolla su propuesta de valor mediante la necesidad y la oportunidad de brindar un servicio de calidad a sus clientes potenciales que les ayude a minimizar el tiempo de espera en la atención brindada, lo que se busca es crear un proyecto de emprendimiento que alcance con los objetivos propuesto y así tener éxito siendo aceptados por los consumidores posicionándolos con gran aceptación en el mercado, es por eso que se busca captar la atención de los pobladores del barrio San Judas ubicado en el municipio de Managua, con el fin de generar utilidades mediante la venta de nuestro servicio y contribuir a la economía de nuestro país.

Nuestra propuesta al valor consiste, en que la microempresa a diferencia de la competencia ofrece su servicio al cliente solo para llevar, lo que quiere decir que el cliente compra y no consume en el local maximizando el tiempo del consumidor, además para protección de ellos como del personal y así prevenir los efectos de contaminación ante cualquier virus.

Sabor Nica además se diferencia de otros establecimientos por las características cuantitativas empleadas en sus servicios que se mencionan a continuación:

Precio: Los precios que se ofertan son de gran accesibilidad para todas aquellas personas que deseen comprar y degustar tamugas con el fin de dar la oportunidad a todos que prueben la diferencia de nuestro servicio.

3.4.1 La novedad del proyecto desde la base de la Propiedad Intelectual

Al hablar de propiedad intelectual, se hace referencia al derecho de autor de parte de la persona creadora para el beneficio de su obra, invención, nombre e imágenes que se utilizan en el comercio.

Según el Ministerio de Industria y Comercio (MIFIC, 2021) el proceso a seguir para el registro de una Marca, Nombre Comercial, Emblema o Señal de Propaganda y cualquier otra solicitud, se presenta ante la Secretaría del Registro de la Propiedad Intelectual, en el Formulario correspondiente, todo de conformidad con el Artículo 9 de la Ley 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos:

Este formulario debe incluir:

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

Adjunto al Formulario correspondiente se debe presentar: El poder para registro de propiedad intelectual, que acredite la representación, cuando el interesado lo hiciera a través de apoderado.

➤ **Examen de forma**

Consiste en la revisión de la solicitud de registro de marca, que cumpla con todos los requisitos establecidos en los Artículos 10 y 11 de la Ley 380, Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos. En caso de observarse alguna omisión o deficiencia, se notificará al solicitante dándole un plazo de dos meses para efectuar la corrección, bajo apercibimiento de considerarse abandonada de pleno derecho la solicitud y archivarse de oficio.

Una vez efectuado el examen de forma satisfactoriamente, el Registro de la Propiedad Intelectual, ordenará se publique la solicitud en La Gaceta Diario Oficial o en el medio de publicación del Registro, por una sola vez, a costa del interesado.

➤ **Periodo de oposición:**

Cualquier persona interesada podrá presentar oposición contra el registro de una marca, nombre comercial, emblema o señal de propaganda dentro del plazo de dos meses contados a partir de la publicación de la Solicitud. Esta oposición debe contener los fundamentos de hecho y derechos en que se basa, acompañando u ofreciendo las pruebas que fuesen pertinentes.

En caso de haber vencido este periodo de presentación de oposiciones, y no existir oposición a la solicitud, se realiza el Examen de Fondo.

➤ **Examen de fondo:**

Consiste en verificar que la marca no infrinja ninguna de las prohibiciones contenidas en el artículo 7 e Incisos a), b), y d) del artículo 8 de la Ley 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, por existir ya otorgado algún Registro concedido o solicitado anteriormente en el país, a favor de otro Titular. Esta verificación se realiza con el auxilio del Sistema Informático y Base de Datos de Marcas concedidas o en trámite de concesión con que cuenta el Registro de la Propiedad Intelectual.

Una vez realizado el examen de fondo el registro de la propiedad intelectual notificará al solicitante o interesado por medio de resolución motivada, la aceptación o negación de la solicitud. En caso de negación de la marca, por infringir alguna de las prohibiciones, el

registro de la propiedad intelectual, notificará al solicitante indicando las razones de la objeción quien tendrá el plazo de dos meses para presentar un escrito de contestación de objeción alegando lo que tuviere a bien en defensa de la solicitud. En caso de contestar la objeción dentro del plazo establecido el registro denegará la concesión de la marca mediante resolución fundamentada. En caso de aceptar la solicitud de registro de marca, nombre comercial, emblema o señal de publicidad, el registro de la propiedad intelectual expedirá un certificado.

➤ **Emisión de certificado:**

En este certificado se hace contar la titularidad y vigencia de la marca registrada, el que se publicará en la gaceta diario oficial o en el medio de publicación oficial del registro de la propiedad intelectual, el certificado debe contener, entre otros, lo siguiente:

El número de registro de la marca, nombre comercial, emblema o señal de publicidad. La fecha de la resolución por la cual se concedió el registro. La fecha de vencimiento del registro de la marca, que se determinará a partir de la fecha de resolución por la cual se concedió el registro de marca.

- El nombre y la dirección del titular
- El lugar de constitución y domicilio del titular, cuando fuese una persona jurídica, así como el nombre del apoderado en el país, cuando lo hubiera.
- El número y la fecha de la solicitud de registro de marca, nombre comercial, emblema o señal de publicidad.
- La marca registrada cuando fuese denominativa, sin grafía, forma ni colores especiales.
- Reproducción de la marca registrada cuando fuese denominativa con grafía, forma, colores especiales, figurativa, mixta, tridimensional, con o sin color.
- La lista de los productos y servicios para los cuales se usa o se usara la marca, agrupados por clases conforme a la clasificación internacional de productos y servicios, con indicación del número de cada clase.
- La fecha de inscripción de la marca en el registro respectivo y la firma autógrafa del registrador o del registrador suplente en su caso, del secretario, el sello del registro y timbres de ley.

4. Plan de Negocios

4.1. Plan de Mercadotecnia

4.1.1. Ubicación de la empresa

La ubicación del proyecto será en el municipio de Managua barrio San Juda, distrito tres del departamento de Managua ya que se considera ciertos factores en las cuales pueden favorecer una mayor actividad económica y maximizar los beneficios, por las facilidades de comprar todos aquellos insumos que son necesarios para realizar los servicios a un menor costo, de transporte por las distancia de los proveedores, mayor escogencia de los proveedores de los que nos ofrezcan materia prima con mejor calidad.

4.1.2. Mercado/ Zona Comercial

La Microempresa **Sabor Nica** ubicado en el barrio San Juda, del municipio de Managua, posee grandes ventajas competitivas para ofrecer nuestros servicios, las cuales son mencionadas a continuación.

Fácil acceso para todos aquellos clientes potenciales que desean consumir nuestros servicios, pueden llegar por diferentes medios: a pies, motocicletas, taxis, vehículos particulares.

La micro empresa Sabor Nica esta visible para todas aquellas personas que transitan por el lugar por estar ubicada en un punto de la carretera principal del barrio San Juda, se encuentra en la parte más céntrica del barrio y existe mayor afluencia de clientes potenciales.

La diversificación de proveedores permite seleccionar el mejor candidato para elegir todos aquellos insumos necesarios para la producción de servicios y no encarecer los servicios.

4.1.3. Macro localización

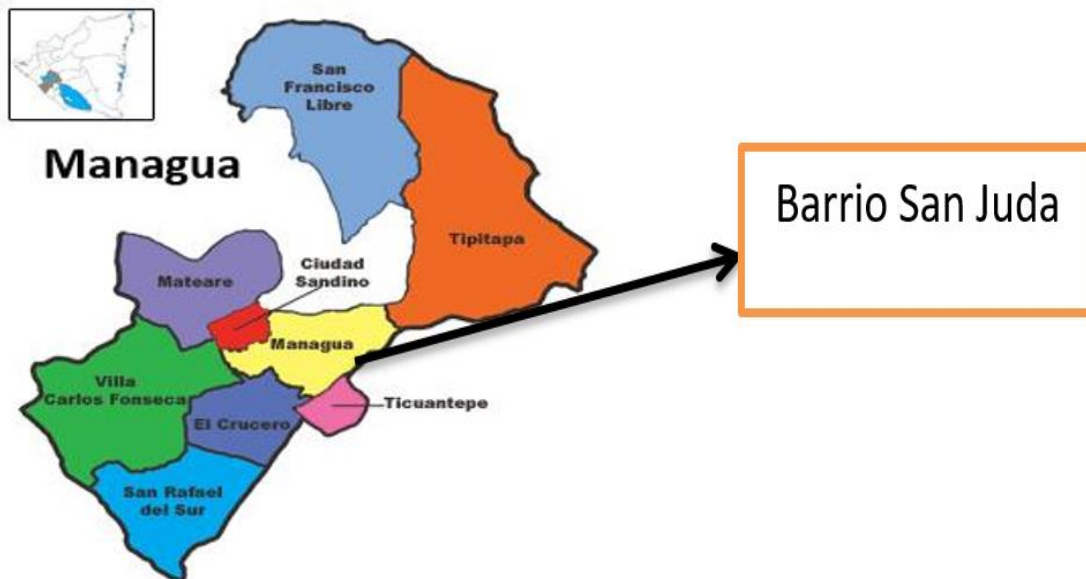
La macro localización para el establecimiento, es en el municipio de Managua departamento de Managua por ver la oportunidad de lograr un mayor desarrollo de **Sabor Nica** generando una mayor recuperación de inversión.

La macro localización es la zona general en donde se instalará el establecimiento, que estará ubicado en el municipio de Managua departamento de Managua, ya que es posible ubicar el proyecto, porque ofrece los máximos beneficios y mejores costos, para obtener máximas ganancias, ya que se observó la oportunidad de lograr un mayor desarrollo para la micro empresa Sabor **Nica** y lograr encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto, es decir cubriendo las exigencias o requerimientos, contribuyendo a minimizar los costos de inversión y los costos y gastos de producción durante el periodo productivo del proyecto, generando una mayor recuperación de inversión..

Tomando en cuenta los siguientes aspectos:

- ❖ Localización del mercado, Disponibilidad.
- ❖ Condiciones de vida
- ❖ Leyes y reglamentos
- ❖ Condiciones sociales y culturales.

Ilustración 3: Macro localización



Fuente: Elaborado por grupo investigado

4.1.4. Micro localización

La microempresa Sabor Nica estará ubicado específicamente en el barrio San Juda, del ceibo 20 varas al lago, elegido por punto estratégico ya que esta visible por todas las personas que transitan a pies, vehículos particulares, rutas, por estar a la orilla de la carretera. Dentro de los beneficios es que también existe una proximidad con los clientes y proveedores, esto permite que la microempresa Sabor Nica entre en contacto directo con los clientes potenciales y con los proveedores tenga la diversidad de escogencia, con el fin de obtener una materia prima de calidad y a un precio más económico.

Ilustración 4: Micro localización



Fuente: Elaborado por grupo investigador

4.1.5. Principales Clientes

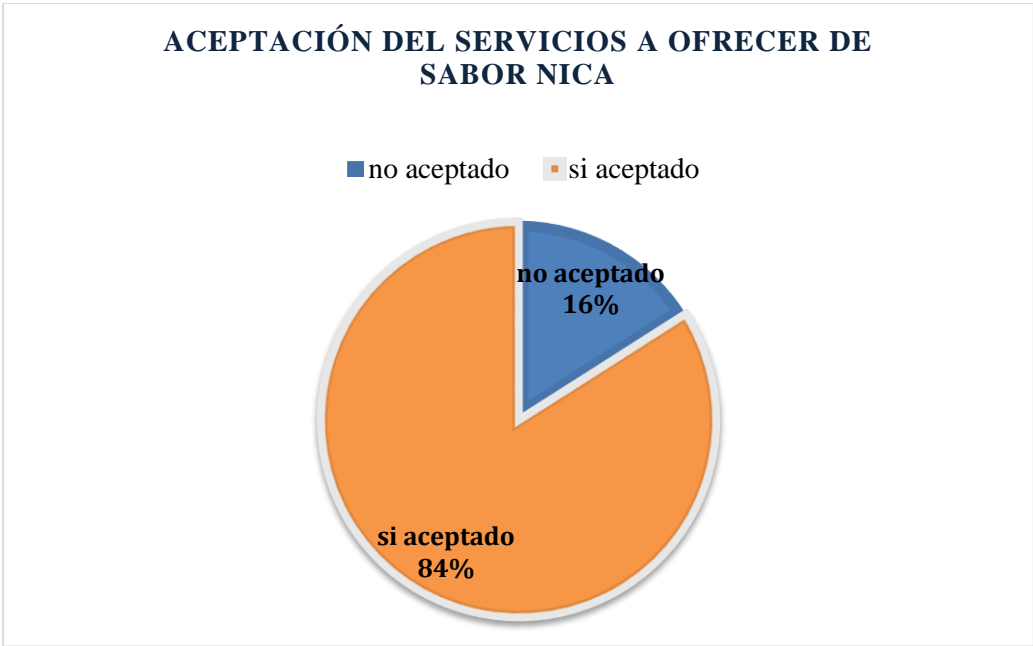
La microempresa Sabor Nica ubicadas en el barrio San Juda, municipio de Managua. Dentro de la segmentación de mercado que realizo tomo ciertos factores para elegir sus principales clientes, como la demografía que selecciono que va en un rango las edades

entre 20 años a 60 años donde se considera que la población está económicamente activa y que puedan comprar el servicio que se ofrece sin ningún problema.

Dentro de las características que se considera psicológica de los clientes a que vamos dirigidos, lo que incentiva a comprar el servicio de tamuga considera, la motivación ya sea por un gusto, una necesidad, precio accesible y que cubra o superes la perspectiva de lo que consume.

Con respecto al sexo está diseñado el servicio tanto hombre como mujer y como se ha mencionado con anterioridad estará operando en el municipio de Managua, barrio San Juda, departamento de Managua.

Grafico 1: Aceptación del Servicio



Fuente: Elaborado por grupo investigador

El anterior grafico refleja los resultados obtenido, utilizando el instrumento de recolección de datos las encuesta y al ser aplicada, tomando como muestra de 100 personas encuestadas en el barrio San Judas, nos revela que el 16% de la muestra encuestada no acepta la introducción del proyecto de emprendimiento de comidas nicaragüenses, sin embargo, el 84% de la muestra nos da conocer, la aceptación del proyecto que si estaría dispuesto a consumir.

4.1.6. Demanda insatisfecha

Para dar respuesta a la demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que puede ser cubierta, se deben hacer una serie de cálculos y procedimiento para obtener resultados concretos, claros que nos serán de mucha ayuda en la realización del proyecto. Como primer punto se identifica nuestra demanda total es decir nuestra población meta a los que va dirigido nuestros servicios. Posteriormente la demanda real y finalmente la demanda insatisfecha.

Demanda total (DT)

La demanda total nos permite saber la cantidad de personas quien adquirirá nuestro servicio en el establecimiento **Sabor Nica** en la elaboración de tamugas nicaragüenses en el área geográfica que se está desempeñando. El dato presentado en la demanda total está basado de la fuente de información de (INIDE) donde se presenta la cantidad de personas que viven en el barrio San Juda que asciende a 17,445 las edades de interés son de 20 años a 60 años es lo que lograra captar la microempresa lo que descende a 11,500 personas.

DT= 11,500

Demanda Real

La demanda real es obtenida a través de la siguiente operación de la demanda total de la población de interés del barrio San Juda, menos la población que no acepto la idea a emprender todo basado en las encuestas realizadas. Al realizar la operación se determina lo siguiente que de la población segmentada el 16% no lo acepta por ende se realiza una operación de resta dando como resultado 9,660 posibles consumidores.

DR= DT - % de la población que acepto el servicio de ofrecer tamugas en el barrio San Juda.

DR= 11,500- 16%

DR= 11,500- 1,840

DR= 9,660

La demanda insatisfecha viene a dar un resultado final, en el cual se sabe completamente lo que se va cubrir en el mercado siguiendo una formula donde la demanda insatisfecha es igual a la resta de, la demanda real menos el porcentaje de la competencia. Realizando la operación se obtiene que la microempresa Sabor Nica tiene la oportunidad de ofertar sus servicios al cubrir una demanda y posibilidad para lograr posicionarse en el mercado del barrio San Juda.

DI: demanda insatisfecha.

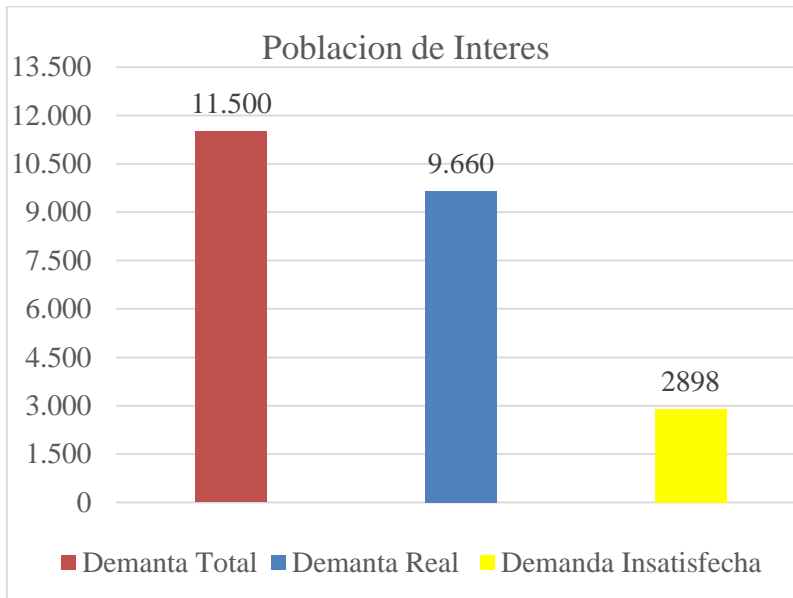
DI= DR-% de la competencia

DR= 9,660- 70%

DI= 2,898

En el siguiente grafico se muestra los resultados obtenidos, sobre la demanda insatisfecha donde se refleja cómo se va discriminando la población de interés, en cuanto a la totalidad de la población del barrio San Juda al que se pretende dirigir, identificando como primera instancia la demanda total posteriormente la demanda real y finalmente saber la demanda insatisfecha que va cubrir la microempresa Sabor Nica.

Grafico 2: Población de Interés



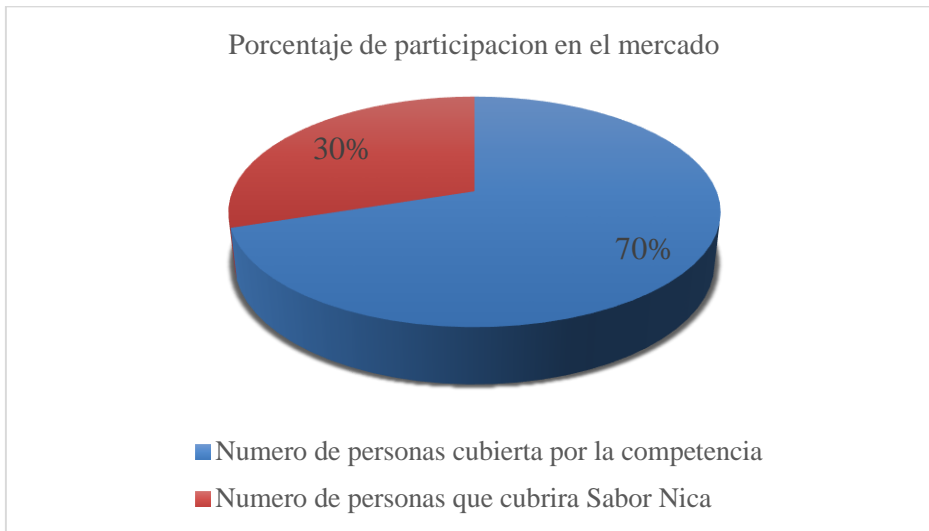
Fuente: Elaborado por grupo investigador

4.1.7. Participación del mercado

La micro empresa **Sabor Nica** al hacer un análisis en el mercado, en el barrio San Juda ubicado en el departamento de Managua, logra concretar la participación en el mercado los resultados han sido positivo ya que se ha encontrado una demanda que cubrir, en la demanda insatisfecha refleja que la competencia que cubre el segmento de interés es de 70% de las cuales son competencia indirecta, ya que sus servicios no son igual al de Sabor Nica, la competencia indirecta por otro lado se dedican a ofertar servicios, de pollos en su mayoría asados, venta de tajadas con queso y de pollo, quesillos. Muchos de los establecimientos se encuentran de manera informal, no poseen una marca ni diferenciación, por lo que se considera que Sabor Nica se va a lograr identificar ante su competencia de una manera más rápida.

Como se dijo anteriormente en el mercado que se pretenden establecer Sabor Nica está cubierto el 70% por lo que significa que existe una participación de mercado por parte de la microempresa Sabor Nica del 30% que la competencia ha descuidado y no ha logrado captar, o por los servicios que ofrece no los satisfacen.

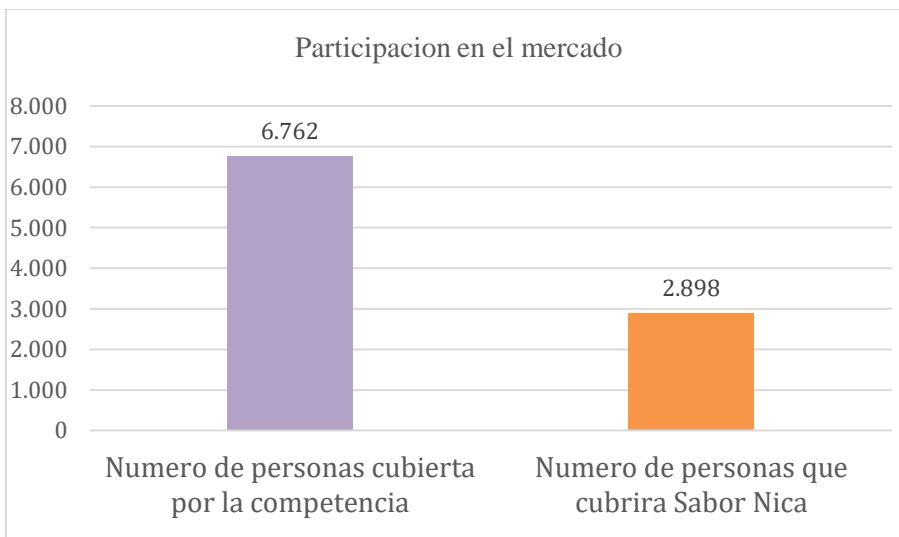
Grafico 3: Porcentaje de participación en el mercado



Fuente: *Elaborado por grupo investigador*

En termino especifico de la cantidad de clientes potenciales que pretende cubrir la microempresa Sabor Nica, equivale a 2,898 un 30% de la población ya segmentadas de las cuales son de interés y que son posibles consumidores del barrio San Judas, dato que se obtuvo al identificar en primera instancia la selección del segmento posteriormente el rango de edades a quien va dirigido y hacer una relación con la muestra realizada que fue de 100 personas de los clientes de esta manera se sabe de forma más concreta y aproximada.

Grafico 4: Participación en el mercado



Fuente: *Elaborado por grupo investigador*

4.1.8. Precio de Venta

Para calcular el precio de venta del producto que oferta Sabor Nica se realizó una receta estándar para determinar el costo por porción, se tomaron en cuenta los costos estimados en cuanto la obtención de materia prima necesaria, y otro punto de mucha importancia para establecer el precio de venta es, saber todos los precios de la competencia, con el fin de entrar al mercado y ser aceptado.

Tabla 1: Receta estándar

Receta estándar de la tamuga para		1 persona				
Detalle	Costo Unitario	Cantidad	Unidad	Costo por Unidad a usar	Unidad a Utilizar	Total
Carne de res	C\$ 75	16	Onza	C\$4,69	2,0	C\$9,38
Papa	C\$ 12	16	Onza	C\$0,75	2,0	C\$1,50
Zanahorias	C\$ 10	16	Onza	C\$0,63	0,4	C\$0,47
Chiltoma	C\$ 10	8	Onza	C\$1,25	0,2	C\$0,25
Tomates	C\$ 10	16	Onza	C\$0,63	0,4	C\$0,25
Cebolla	C\$ 15	16	Onza	C\$0,94	0,3	C\$0,28
Diente de ajo	C\$ 20	4	Onza	C\$5,00	0,2	C\$1,00
Achiote	C\$ 30	16	Onza	C\$1,88	0,4	C\$ 0,75
Arroz	C\$ 15	16	Onza	C\$0,94	3,0	C\$2,81
Naranja agria	C\$ 3	1	Unidad	C\$3,00	0,3	C\$ 0,90
Hoja plátano	C\$ 25	12	Docena.	C\$2,08	0,5	C\$1,04
Sal	C\$ 3	16	Onza	C\$0,19	0,3	C\$0,05
Manteca de cerdo	C\$ 30	1	Litro	C\$30,00	0,1	C\$3,75
Empaque	C\$ 65	100	Unidad	C\$0,65	1,0	C\$0,65
Precio de costo						C\$24,08

Margen de utilidad		C\$31
Precio de venta		C\$ 55,0

Fuente: Elaborado por grupo investigador

4.1.9. Estimado de venta

Las estimaciones de ventas proyectadas es lo que se estima vender durante los tres primeros años, tomando en consideración de la capacidad planificada que nos va señalar con una mayor exactitud lo que se puede producir, con la capacidad de maquinaria, mano de obra, las horas que se va laborar, de esta manera se determina lo que producirá anualmente. Además las ventas mensuales tienen un mayor volumen de ventas que otros por su naturaleza en cuanto los días festivos y efemérides. Donde el primer año las ventas se estima en 7,836 servicios de tamuga, en los días que la empresa ofertara, que serán los siguientes: miércoles, jueves, viernes, sábado y domingo.

La cantidad de servicios de tamugas que se estima vender en los días que venderá la microempresa Sabor Nica son aproximadamente 32 servicios cada día. Esto va para el primer año, en los siguientes dos año se pretende incrementar las ventas, en el segundo año se incrementara un 3.2% en comparación al año uno. Para año tres tendrá un crecimiento del 3.5% en comparación al año dos todo va acorde siempre a la capacidad que se posee.

Tabla 2: Estimación de ventas de servicios de Tamuga y unidades monetarias.

Sabor Nica													
Proyecciones de venta unidades Física													
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Año 1	585	660	665	640	653	630	670	700	680	653	635	665	7836
Año 2	674	650	674	680	681	674	650	750	645	670	664	675	8087
Año 3	680	670	700	705	710	708	680	760	680	660	690	727	8370
													24293
Sabor Nica													
Proyecciones de venta unidades Física													
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Año 1	32,175	36,300	36,575	35,200	35,915	34,650	36,850	38,500	37,400	35,915	34,925	36,575	C\$430,980
Año 2	37,070	35,750	37,070	37,400	37,455	37,070	35,750	41,250	35,475	36,850	36,520	37,125	C\$ 444,785
Año 3	37,400	36,850	38,500	38,775	39,050	38,940	37,400	41,800	37,400	36,300	37,950	39,985	C\$ 460,350
													C\$1,336,115

Fuente: Elaborado por grupo investigador

4.1.10. Estrategias de Mercado y presupuesto (4P)

(Kotler, 2020) Define la mercadotecnia como la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo por un beneficio. La mercadotecnia identifica las necesidades insatisfechas y deseos. Se define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el potencial de ganancias. Señala qué segmentos la compañía es capaz de servir mejor y diseña y promueve los productos y servicios adecuados.

Tabla 3: Estrategias del mercado 4P

producto				
Estrategia	Objetivo	Responsable	Impacto esperado	Recurso
Introducción de servicios de tamuga al mercado.	Visualizar la calidad del servicio de tamuga ofrecido asociado con una marca diferenciadora, de la competencia directa.	Administrador Producción	De los posibles clientes potenciales se logre captar la mayor parte posible, para así tener fidelidad con un servicio de calidad.	Computadora.

Precio				
Estrategias	Objetivo	Responsable	Impacto esperado	Recurso
Estrategia de penetración.	Captar una mayor cantidad de nuevos clientes potenciales. A un precio accesible. Adaptado a los precios de mercado.	Administrador Venta.	las ganancias a largo plazo Precio de penetración generan altos volúmenes de venta. Por la compra de tres Tamuga a más una a mitad de precio.	Computadora.

Plaza				
Estrategia	Objetivo	Responsable	Impacto esperado	Recurso
Realización de estrategia de distribución selectiva.	Crear la facilidad de hacer llegar el servicio de tamuga a los clientes.	ventas	Ser reconocido por la diferencia.	Internet

Promoción					
Estrategia	Objetivo	Acción	Responsable	Impacto esperado	Recurso
Utilización de redes sociales Facebook, Instagram, Whatsapp.	Atraer más cliente.	Se harán publicaciones de las promociones que se están ofreciendo donde el cliente pueda interactuar con nosotros, abierto a cualquier petición.	Administrador Venta	Inducir a los clientes potenciales a la compra del servicio de tamugas.	Internet, computadora

Tabla 4: Presupuesto de marketing

Presupuesto de Marketing			
Mensual			
Afiches	C\$ 200		
Internet	C\$ 525		
Total	C\$ 725		

Fuente: Elaborado por grupo investigado

4.2. Plan Técnico

4.2.1 Proceso de Producción/Servicio

✓ Elaboración de la receta estándar

Posteriormente se enlistarán los ingredientes de la receta a ofrecer para determinar la cantidad de ingrediente que conlleva la elaboración de las mismas.

✓ Especificación estándar de compra de insumos y materia prima.

Este es el punto de adquisición de los productos que se utilizarán la compra se hará mediante la selección de los productos en cuanto a su tamaño, color, peso, cantidad, calidad y que estén frescos ya que es aquí donde nos daremos a diferenciar por ofrecer un servicio de calidad.

En el diagrama de flujo del producto/servicio se describe el proceso que se realizan desde que llega el cliente al establecimiento **Sabor Nica** hasta que recibe su pedido con amabilidad y cortesía.







En el diagrama de operaciones se realiza una descripción necesaria de las fases del proceso de manera sistemática en la elaboración de los alimentos.

Flujo grama del producto: Área de operaciones.

En los siguientes diagramas de flujo del producto/servicio se describen los procesos que se realizan en el establecimiento **Sabor Nica** para elaborar el servicio que oferta.







En el diagrama de operaciones se realiza una descripción necesaria de las fases del proceso de manera sistemática en la elaboración de los alimentos y proceso de atención. En nuestros diagramas se muestran los principales procesos que se llevan a cabo en la microempresa, su orden y sus interrelaciones. Muestran la secuencia e interacción de las actividades del proceso a través de símbolos gráficos, que proporcionan una mejor visualización del funcionamiento del proceso, ayudando a su entendimiento y haciendo su descripción más visual e intuitiva. Y así, Analizar y ver en qué aspectos se pueden introducir mejoras, especialmente para aumentar la productividad de los empleados, delimitar la responsabilidad de cada tarea y en general, aclarar el propio flujo de trabajo, Que ayuda a llevar una mejor gestión dentro dela micro empresa.

Ilustración 5: Diagrama horizontal de flujo del proceso de obtención de la materia prima.

Diagrama Horizontal de flujo de proceso de obtención de la materia prima (simbología ANSI)								
Nº	Actividades	Terminal	Actividad	Documento	Decisión	Archivo	Demora	Tiempo en minutos
								
1	Inicio	●						
2	Compra de la materia prima		●					60
3	Recepción de la materia prima		●					20
4	Clasificación de la materia prima		●					10
5	Lavado y esterilización		●					20
6	Almacenamiento de la materia prima		●					10
7	Verificación de maquinarias y herramientas		●					15
8	FIN	●						135

Fuente: Elaborado por grupo de investigador

Tabla 5: Diagrama horizontal de flujo del proceso del servicio de la Tamuga

Diagrama Horizontal de flujo sobre el proceso de Tamuga								
Nº	Actividades	Terminal	Actividad	Documento	Decisión	Archivo	Demora	Tiempo en minutos
								
1	Inicio							
2	Verificación de la materia prima necesaria							6
3	Preparar la mise place de los insumos necesarios							160
4	Tomar la hoja de plátano							18
5	Agregar arroz							18
6	Agregar cebolla, chiltoma, tomate.							18
7	Enrollar y amarrar							60
	Cocción por lote de producción							160
8	FIN							440

Fuente: Elaborado por grupo de investigado

4.2.2. Proveedores y condiciones de compra de los equipos

Un proveedor es aquella persona física o jurídica que provee o suministra profesionalmente de un determinado bien o servicio a otros individuos o sociedades, como forma de actividad económica y a cambio de una contra prestación.




Política de Precios: El precio establecido en la Cotización y lo que la microempresa puede pagar para adquirirlo.

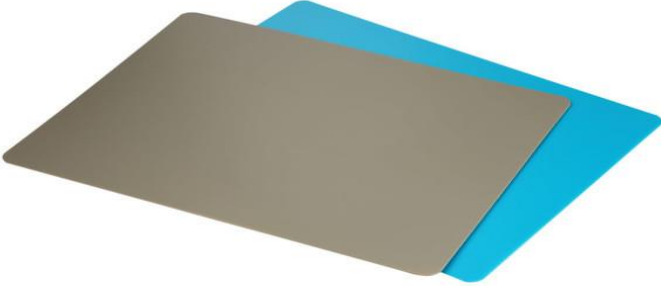


Capacidad Necesaria: Referente, al espacio en que cada equipo ocupa para su debido funcionamiento.




La microempresa Sabor Nica, no cuenta con proveedores específicos, debido que sus compras seran al contado en diferente supermercado, distribuidoras, tiendas comerciales, para la elaboración del servicio a ofrecer.

Tabla 6: condiciones de compra de equipo

	Refrigeradora semiautomática Telstar 4CP Proveedor Gallo más Gallo	C\$ 7,599.09
	Fogón de leña	C\$ 2500

	<p>Hecha de acero inoxidable sus usos son múltiples.</p>	<p>C\$ 4,422.52</p>
	<p>Pana plástica Proveedor Distribuidora Jirón</p>	<p>C\$ 36.00</p>
	<p>Granit Stone con santoku más pelador con cubrimiento antiadherente para un corte perfecto y más cómodo.</p>	<p>C\$ 706.55</p>

	<p>Tablas de polímero Alimenticio fácil de limpiar.</p>	<p>C\$ 66.89</p>
	<p>Pana plástica Grandes proveedor mercado oriental</p>	<p>C\$ 72.00</p>
	<p>Medio Barril Proveedor Mercado Oriental</p>	<p>C\$600</p>

	<p>Pana pequeña Proveedor: Mercado Oriental</p>	<p>C\$ 20</p>
	<p>Proveedor: Mercado Oriental</p>	<p>30</p>
		<p>1,968</p>

Fuente: Elaborado por grupo de investigador

4.2.3. Capital Fijo y Vida Útil del Capital Fijo

El capital fijo son los bienes que pertenecen, a la micro empresa Sabor Nica cuales serán utilizada para la producción y elaboración de los servicios de platillos, se presenta el valor de la obtención del capital fijo, y la depreciación con respecto del tiempo su vida útil.

Tabla 7: Depreciaciones de activos de la microempresa Sabor Nica.

No.	Descripción del activo	Cantidad	Costo de adquisición	Total	Valor residual	Valor depreciable	Años de vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
Maquinaria de producción									
1	Refrigeradora	1	C\$7,600	C\$7,600	C\$760	C\$6,840	5	C\$ 1,368	C\$ 114
2	Fogón	1	C\$2,000	C\$2,000			4	C\$ -	C\$ -
3	Mesa de trabajo	1	C\$4,422	C\$4,422	C\$442	C\$3,980	4	C\$ 995	C\$ 83
4	Pana plástica	2	C\$36	C\$72		C\$72	2		C\$ -
5	cuchillo	1	C\$707	C\$707		C\$707	4		C\$ -
6	Cuchara	2	C\$30	C\$60		C\$60	2		C\$ -
7	Medio barril	1	C\$600	C\$600		C\$600	8		C\$ -
8	Tablas para picar	2	C\$67	C\$134		C\$134	2		C\$ -
9	Pesa digital	1	C\$1,968	C\$1,968	C\$197	C\$1,771	3	C\$ 590	C\$ 49
10	Pana plástica pequeña	3	C\$20	C\$60		C\$60	2		C\$ -
11	Pana plástica	2	C\$72	C\$144		C\$144	2		C\$ -
			C\$17,521	C\$17,766	C\$1,399	C\$14,367		C\$ 2,953	C\$ 246

Mobiliario y Equipo de Oficina									
5	Escritorio	1	C\$2,500	C\$2,500	C\$250	C\$2,250	5	C\$ 450	C\$ 38
6	silla	2	C\$800	C\$1,600	C\$160	C\$1,440	4	C\$ 360	C\$ 30
7			C\$3,300	C\$4,100	C\$410	C\$3,690		C\$ 810	C\$ 68
Equipo de computo									
8	Computadora	1	C\$4,515	C\$4,515	C\$452	C\$4,064	4	C\$ 1,016	C\$ 85
Total de inversión fija				C\$					
				26,381.23					

Fuente: Elaborado por grupo de investigado

4.2.4. Mantenimiento y Reparaciones

La microempresa Sabor Nica no contara con mantenimiento y reparaciones, porque las principales maquinarias y equipos de cómputo son de naturaleza semi nueva y nuevas por lo que se encuentran en perfectas condiciones.

4.2.5 Capacidad planificada y a futuro

Para obtener la capacidad planificada de la microempresa Sabor Nica, es necesario saber la capacidad instalada, capacidad efectiva y por último la capacidad real. De esta manera de determina cual es lo máximo que puede producir acorde a la mano de obra, maquinaria que posee. Los días que se van a producir los servicios se tamuga a la semana son tres días los cuales se considera los de existe más afluencia.

$$\text{Capacidad Instalada} = \frac{\text{Horas disponibles de producción}}{\text{Promedio de Horas para producir una unidad}}$$

$$\text{Capacidad instalada} = 7,248 / 7.33 \text{ horas en lotes}$$

Capacidad instalada = 988 lotes anuales se producirían si no hubiese ninguna interrupción en el año.

$$\text{capacidad efectiva} = \frac{\text{Horas disponibles de producción} - \text{Horas inactivas}}{\text{Promedio de Horas para producir una unidad}}$$

$$\text{Capacidad efectiva} = 7,248 - 451 / 7.33 \text{ horas}$$

$$\text{Capacidad efectiva} = 927 \text{ lotes}$$

La capacidad efectiva representa la cantidad de lotes de servicios de tamugas anualmente dicha operación se realiza a las horas disponible de producción se restar el tiempo inactivo en horas laborales y ser dividido las horas promedio para producir.

$$\text{Capacidad real} = \frac{\text{Horas disponibles} - \text{Horas no productivas} - \text{Horas inactivas}}{\text{Promedio de Horas para producir una unidad}}$$

$$\text{Capacidad real} = 7,248 - 451 - 6,080 / 7.33$$

$$\text{Capacidad real} = 717 / 7.33$$

La capacidad real se basa en lo que la microempresa Sabor Nica va a producir anualmente y que se encuentra por sus horas disponible, horas no productivas, horas inactivas y el promedio de horas a producir esto influye directamente la cantidad de servicios de a producir además de la capacidad de mano de obra y maquinaria que en caso especial al empezar operaciones el proceso de la elaboración de tamugas es totalmente manual.

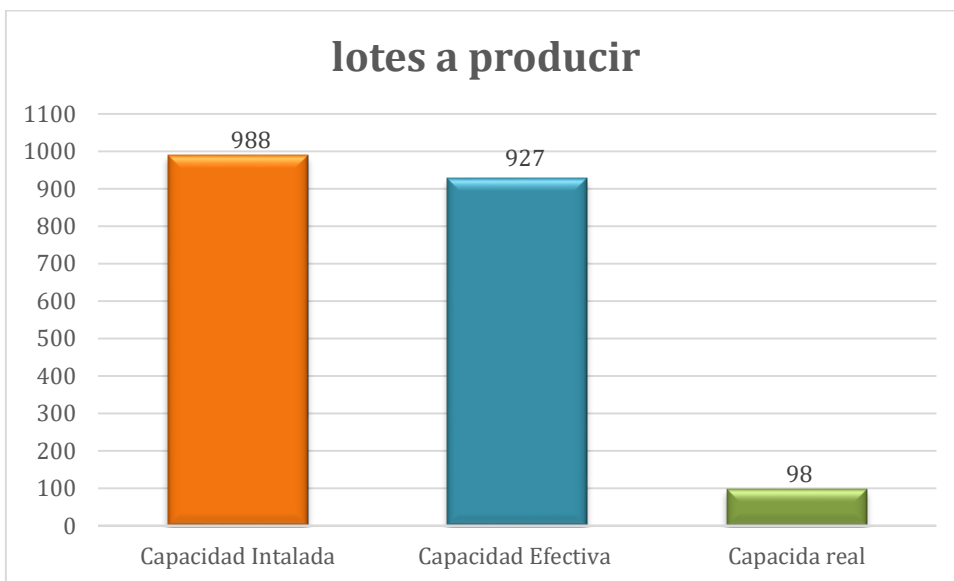
$$\text{Capacidad efectiva} = 98 \text{ lotes anuales de tamugas} * 90 \text{ tamuga cada lote.}$$

$$\text{Capacidad efectiva} = 8,820 \text{ tamugas al año}$$

Representa la capacidad real multiplicada por la cantidad de servicio de tamugas que posee cada lote con un total de 8,820 servicios de tamugas anualmente.

Con un promedio de servicios de tamugas al mes.

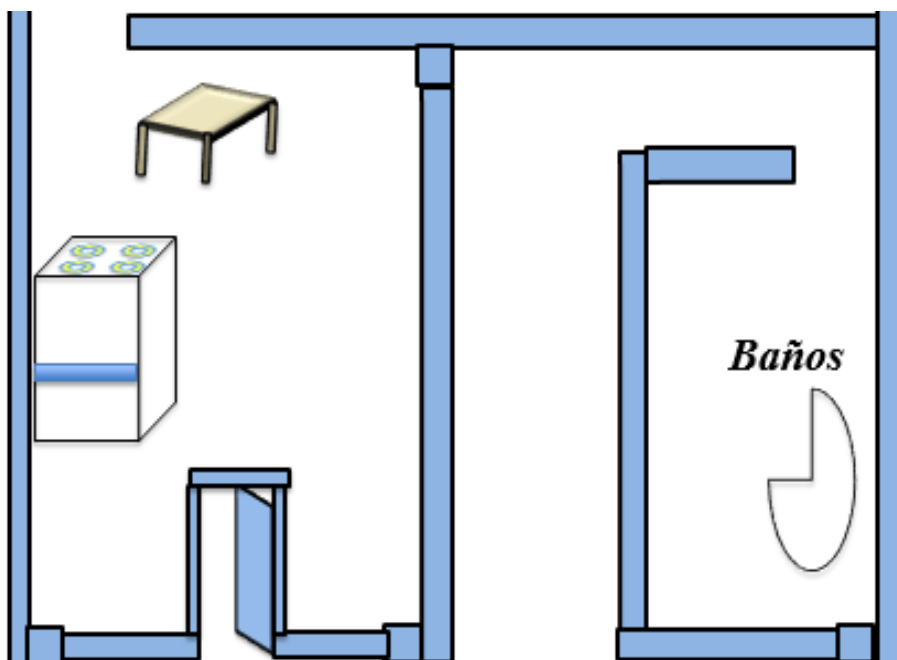
Grafico 5: cantidades de servicios a producir por lotes



Fuente: Elaborado por grupo investigado

4.2.6. Ubicación y distribución física de la planta

Ilustración 6: Distribución física de la planta



Fuente: Grupo investigador

4.2.7. Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad.

El insumo disponible, para la elaboración de los servicios de tamuga se obtendrá de los proveedores del mercado local que está bajo el nombre de Israel Levite, donde es más conveniente para la microempresa Sabor Nica, por poder escoger la mejor calidad a un menor precio.

La tabla que se muestra a continuación presenta los insumos necesarios, que se necesitan para la elaboración de 472 tamugas mensuales, en promedio esto tomado en cuenta la capacidad que posee la microempresa de, mano de obra y su maquinaria que dispone para su elaboración.

Tabla 8: Materia prima

Materia prima					
No.	Descripción del activo	Cant.	Costo unitario	Costo Total	Proyección a 3 meses
Materiales directos					
	Arroz	123	C\$15.00	C\$1,845.00	C\$5,535.00
	Carne de res	81	C\$75.00	C\$6,075.00	C\$18,225.00
	Tomate	13	C\$10.00	C\$130.00	C\$390.00
	cebolla	12	C\$12.00	C\$144.00	C\$432.00
	Chiltoma	8	C\$10.00	C\$80.00	C\$240.00
	Zanahoria	12	C\$10.00	C\$120.00	C\$360.00
	Sal	12	C\$2.50	C\$30.00	C\$90.00
	manteca	32	C\$30.00	C\$960.00	C\$2,880.00
	Ajo	4	C\$5.00	C\$20.00	C\$60.00
	naranja	70	C\$3.00	C\$210.00	C\$630.00
	Achiote	12	C\$30.00	C\$360.00	C\$1,080.00
Materiales Indirectos					
	Etiqueta	653	C\$2.00	C\$1,306.00	C\$2,612.00
	Empaque	653	C\$0.68	C\$444.04	C\$301.95
	Amarra	653	C\$0.50	C\$326.50	C\$163.25
	Hoja de plátano	261	C\$2.08	C\$542.88	C\$1,129.19
	Leña	274	C\$3.00	C\$822.00	C\$2,466.00
Total Materiales necesarios para la producción				C\$13,415.42	C\$36,594.39

Fuente: Grupo investigador

4.2.8. Mano de obra, su costo y disponibilidad.

Según (Rayburn, 2013) Indica los costos referentes a la mano de obra son los sueldos ganados por los trabajadores que transforman el material desde su estado natural hasta convertirlo en un producto terminado.

Se presenta la mano de obra directa que interviene en el proceso de producción de la elaboración de servicios de tamugas nicaragüenses.

La cantidad monetaria de la mano de obra está basada en cuanto a los días laborables al mes, ya que los días de producción va ser de tres días a la semana dando como resultado 12

días mensuales. Y la cantidad de dinero que será remunerado por días, está bajo el salario mínimo del sector.

Tabla 9: Mano de obra, su costo y disponibilidad

Descripción	Cantidad de la MOD	Costo Mensual de la MOD	MOD Por Día	MOD Por Hora
Área de Producción	1	C\$ 1,860	C\$ 153.35	C\$ 30.67
Total, MOD	1	C\$ 1,860	C\$ 153.35	C\$ 30.67

Fuente: Grupo investigado

4.2.9. Gastos generales de producción.

Para (León, 2012) El conjunto de pagos, obligaciones contraídas, consumos, depreciaciones, amortizaciones y aplicaciones atribuibles a un periodo determinado, relacionadas con las funciones de producción, distribución, administración y financiamiento

Tabla 10: Costo total de material directo, costo mano de obra y costos indirectos.

Materia Prima: C\$ 9,974.00				
MO,D: C\$ 1,860				
Costos indirectos de fabricación				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo Total por mes.
Energía		Watts	200	C\$200
Agua		Mts	270	C\$270
Empaque	653		0.65	424
Subtotal de Costo Indirectos de Fabricación:			C\$	
Total Costo de material Directo, Costo Mano de Obra y Costos Indirectos: C\$ 19,342.5				

Fuente: Grupo investigador

4.3. Plan de organización y gestión

4.3.1 Marco Legal (Forma Jurídica)

- LEY DE PROMOCION FOMENTO DESARROLLO E LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (MIPYME) 645

- LEY DE CONCERTACION TRIBUTARIA
- LEY CRADORA DEL REGISTRO UNICO N°850

Marco legal o forma jurídica

La micro empresa Sabor Nica, se registrará bajo el marco legal de la ley de promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME) N°.645 que tiene por objeto establecer las disposiciones para la aplicación de la misma. En su reglamento manifiesta las características, combinación y ponderación de los parámetros de clasificación que se muestran a continuación en la siguiente ilustración en el artículo 3 de su reglamento.

Tabla 11: Clasificación MIPYME.

VARIABLE	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	MEDIANA EMPRESA
Parámetros			
Número Total de Trabajadores	1-5	6-30	31-100
Activo Totales (córdobas)	Hasta 200 mil	Hasta 1.5 millones	Hasta 6.0 millones
Venta Totales anuales (córdobas)	Hasta 1 millón	Hasta 9 millones	Hasta 40 millones.

Fuente: Grupo investigador

Dado los anteriores parámetros ilustrados Sabor Nica estará clasificada como una Micro empresa y se constituirá como persona natural, para ello debe cumplir con las siguientes disposiciones legales de acuerdo a las leyes, normas y decretos jurídicos pertinentes.

Proceso para Formalizar la Micro empresa:

Para inscribirse ante la DGI la persona natural debe acudir a la administración de rentas más cercana al domicilio donde realizara su actividad económica, presentando y cumpliendo las formalidades siguientes.

1. Llenar el formulario de inscripción proporcionado gratuitamente;
2. Tener la edad de 18 años cumplidos;
3. Documento de identificación ciudadana:
 - a Nacionales: Cédula de Identidad Ciudadana, de acuerdo a lo establecido en el literal f) del artículo 4, de la Ley N° 152 Ley de Identificación Ciudadana.
 - b Nacionales residentes en el exterior: Pasaporte y/o Cédula de Residencia en el extranjero, en base al artículo 1 de la Ley N° 514 Ley de Reforma a la Ley N° 152, Ley de Identificación Ciudadana.
 - c Extranjeros: Pasaporte extendido por la autoridad competente de su país de nacionalidad, de conformidad a lo establecido en Artos. 87, 89 y 213 de la Ley N° 761, Ley General de Migración y Extranjería; Arto. 65, inciso 2 y Arto. 69, inciso 1.3 de su reglamento. La Cédula de residencia permanente condición 1 (A TRABAJAR) queda de manera opcional, o sea si la persona solicita que la inscriban con dicho documento.
4. Documentos para hacer constar el Domicilio Fiscal:

Debe presentar al menos una de las siguientes facturas de servicios básicos: agua, energía eléctrica, teléfono o contrato de arriendo del inmueble. Si la factura no está a su nombre, debe adjuntarle constancia de la persona que aparece reflejada en la misma.

5. En caso de ser una tercera persona quien realiza el trámite, la representación deberá ser mediante un escrito simple, presentando original y fotocopia de su cédula de identidad

Declaraciones como Pequeño Contribuyente

No tiene obligación con respecto a presentar declaraciones, pero si debe pagar una cuota fija mensual, con base a la tarifa establecida por Ley. Base Legal: art.7 del Decreto N° 850 Ley Creadora del Registro Único del Ministerio de Finanzas.

Pago de la Cuota Fija

La cuota fija establecida para un mes, según tarifa, se deberá cancelar durante los primeros quince días del mes siguiente. El incumplimiento del pago dará lugar a recargos moratorios.

Base Legal: art. 254 de la Ley de Concertación Tributaria y art. 167 de su Reglamento.

Se clasifican como principales contribuyentes, las personas naturales o jurídicas con Rentas brutas anuales de actividades económicas iguales o mayores a C\$60, 000,000.00 (Sesenta millones de córdobas) y menores a C\$160, 000,000.00 (ciento sesenta millones De córdobas) declaradas en el periodo fiscal inmediato.

Cuota fija Está diseñado para pequeños contribuyentes (personas naturales) cuyos ingresos no excedan de C\$100,000 mensuales y C\$500,000 en inventario.

Obligaciones

- Pago de cuota mensual, según ingresos del mes, oscila entre C\$200 a C\$5,500.
- Se declara y paga dentro de los primeros 15 días del mes siguiente.
- Emitir factura por ventas o servicio

Organización para la Operación.

Para constituir la micro empresa y de inicio con sus operaciones en el departamento de Managua barrio San Judas es necesario que todo empleador está en la obligación de obtener una licencia en materia de higiene y seguridad en el trabajo al momento de iniciar sus operaciones en Nicaragua de acuerdo a la ley No, 618, ley General de Higiene y seguridad del Trabajo su reglamento, decreto 96-2007. A continuación, se mencionan los siguientes requisitos y procedimientos que se presentan a continuación: El empleador o su representante deberá personarse al Departamento de Normación y Capacitación de la Dirección General de Higiene y Seguridad del Trabajo y/o Inspectorías Departamentales y Regionales del Ministerio del Trabajo (MITRAB) Esto con el fin de entregar el formato de solicitud, de acuerdo al sector económico que le corresponda (Construcción, Eléctrico e Industria y Servicio), para solicitar el trámite de la Licencia en materia de higiene y

seguridad del trabajo. Y así la micro empresa Sabor al Nica pueda comenzar a operar en el barrio San Judas

- ✓ Llenar formato para el trámite de Licencia, en duplicado, debidamente firmado y sellado.
- ✓ Fotocopia de escritura de constitución de la empresa, debidamente inscrita ante el Registro Público de la Propiedad Inmueble y Mercantil (si es persona jurídica).
- ✓ Carta firmada por el representante legal de la empresa, gerente general y/o propietario, facultando a un representante de él (tramitante), para que realice los tramites de dicha Licencia ante el MITRAB.
- ✓ Fotocopia de cédula de identidad del tramitante de la licencia
- ✓ Fotocopia de cédula de identidad del representante empleador
- ✓ Fotocopia de planilla del INSS actualizada y/o constancia en donde aparece registrado todo el personal de la empresa, incluyendo los contratistas y/o sub-Contratistas, y del último proyecto ejecutado.
- ✓ Comisión Mixta de Higiene y Seguridad del Trabajo debidamente constituida y registrada ante el MITRAB.
- ✓ Apertura de Libro de actas de la Comisión Mixta por el MITRAB.
- ✓ Reglamento Interno de Funcionamiento de la Comisión Mixta (RIF), aprobado por el Departamento de Normación de la Dirección General de Higiene y Seguridad del Trabajo.
- ✓ Elaboración del Plan Anual de Trabajo de Higiene y Seguridad del Trabajo, firmado por los representantes del trabajador y del empleador.
- ✓ Proyecto de Reglamento Técnico Organizativo (RTO)
- ✓ Evaluación de los riesgos con su mapa y plan de intervención
- ✓ Formato del registro de inspecciones implementados por la Comisión Mixta
- ✓ Certificado de capacitación de primeros auxilios, evacuación, prevención de incendios, uso de extintores y brigadas.
- ✓ Certificación del plan de emergencia por la Dirección General de Bomberos
- ✓ Fotocopias de capacitaciones en materia Higiene y Seguridad impartidas a los trabajadores; dichas capacitaciones se realizarán con personal debidamente capacitado con dominio en esta materia y debidamente acreditado por el MITRAB.

Requisitos para inscribirse en la alcaldía de Managua

Cuota fija: Los siguientes documentos en original y dos copias

- N° de RUC
- Inscripción definitiva de la DGI
- Fotocopia de cedula de identidad
- Poder y fotocopia de cedula de identidad (si se actúa en representación del contribuyente)
- Fotocopia de recibo de agua, luz o teléfono, y contrato de arrendamiento (caso de alquiler)
- Para las actividades de bar y restaurante, casino, billares, servicios de diversión y talleres en general y actividades a fines, escuela de manejo requieren resolución de las políticas NAC. Y AVAL de la Dirección General de Medio Ambiente y Urbanismo.
- Las farmacias y laboratorios, deben presentar constancia del MINSA

Registro Sanitario

Debes realizar pre solicitud de tu registro sanitario en línea, Recibirás una notificación al correo que proporciones, donde se te indicará la fecha para presentar las muestras del producto a registrar. Una vez notificada la fecha, deberás acudir al Complejo Nacional de Salud. Conchita Palacios, a la Dirección de Alimento.

Debes presentar lo siguiente:

- Licencia Sanitaria vigente.
- Bosquejo de la etiqueta del producto.
- Ficha técnica del producto.
- En el caso de que el producto sea sólido, 3 muestras de 500 gramos cada uno.
- En el caso de que sea líquido 3 muestras de 1 litro cada uno.
- Pago de arancel, C\$ 50.00 córdobas por la pre solicitud, C\$1,500.00 a

C\$2,000.00 córdobas por el análisis de laboratorio y C\$500.00 córdobas del Registro Sanitario.

Los resultados de los análisis estarán disponibles en máximo de 20 días, esto se te notifica mediante correo electrónico indicando la fecha para retirar el certificado de libre venta.

4.3.2. Estructura Organizacional (fichas de cargo)

Misión:

Ofrecer un nuevo concepto de comida típica nicaragüense (Tamugas), con receta única y original, que satisfagan las necesidades y gustos culinarios de nuestros consumidores, asegurando la calidad de nuestros servicios.

Visión:

Es ser una empresa líder local en el sector de comida típica nicaragüense que se distinga por la calidad de los alimentos saludables nutritivos y balanceados en respuesta a las necesidades de las personas.

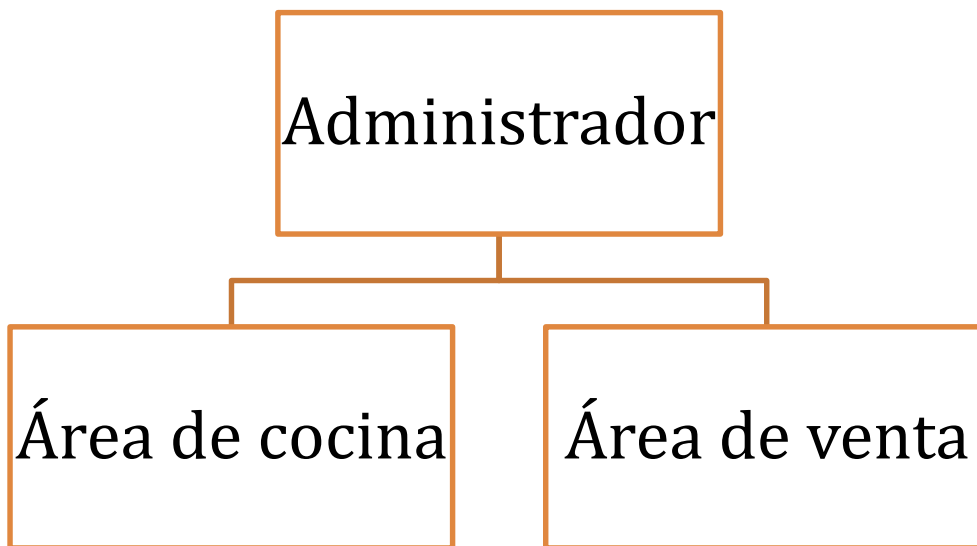
Valores:

- Cliente: darle atención y servicio de calidad
- Respeto: por los compañeros y clientes
- Humildad: Somos conscientes de que siempre se puede mejorar y aprender.
- Empatía: Nos ponemos en lugar del cliente para tratarle tal y como nos gustaría que nos trataran a nosotros.
- Esfuerzo y dedicación: Aplicamos todo nuestro esfuerzo y dedicación diariamente, para que todo aquel que visite nuestro local, salga más contento de lo que entró.

Para (Franklin, 2012) autor del libro Organización de Empresas define que el **organigrama** es "la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen

Para el funcionamiento de la microempresa Sabor Nica es necesario las delegaciones de trabajo para que se cumpla en tiempo y forma, por tal motivo se presenta la estructura organizacional apegado al sus cargo y funciones.

Ilustración 7: Fuente: Grupo investigador



Fuente: Grupo investigador

Tabla 12: Fichas de cargo

I. Nombre del cargo: Administrador
II. Cargos Dependientes: Área de producción y ventas
III. Dependencia jerárquica: Ninguna
IV. Objetivos: Maximizar el valor de la empresa, apoyar a los que tiene a su cargo
V. Funciones.
<ol style="list-style-type: none"> 1. Dirigir a la empresa Sabor Nica al progreso con la buena toma de decisiones. 2. Planificar objetivos, metas visión, misión, y estrategias a corto y mediano plazo. 3. Organizar la estructura actual de la empresa y así como también las funciones de los cargos de los colaboradores. 4. Dirigir a la empresa hacia el progreso con la buena toma de decisiones. 5. Controlar cada actividad planificada. 6. Analizar problemas de la empresa en el aspecto financiero. 7. Gestionar la compra de materia prima necesaria, así como también la búsqueda de nuevos proveedores con el objetivo e a maximizar el efectivo. 8. Analizar los aspectos mercadológico de la microempresa Sabor Nica.
VI. Horario: 8: 00 am a 7: 00 pm.
VII. Perfil del Cargo.
Nivel Académico: Lic. Administración Turística.
Experiencia Laboral: Mínimo 1 años, prácticas de profesionalización.
VIII. Requisitos del cargo.
<ol style="list-style-type: none"> 1. Lic. Administración Turística, empresa 2. Mayor de 23 3. Uso de programas informáticos Microsoft Office. <p>V. Habilidades.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Liderazgo. 2. Responsable. 3. Comunicación asertiva.

Fuente: Grupo investigado

Tabla 13: Fichas de cargo

I. Nombre del cargo: Área de Cocina.
II. Cargos dependientes: Ayudante de cocina.
III. Objetivos: Coordinar todos los procesos, actividades para la prestación de servicios con la mejor calidad.
IV. Funciones. Garantizar la inocuidad de los alimentos. Verificar la existencia de materia prima. Tener presente la seguridad e higiene en todo el proceso de producción.
Horario: 10: 00 am a 6: 00 pm.
V. Perfil del Cargo.
Nivel Académico:
Experiencia Laboral: Mínimo 1 años, prácticas de profesionalización.
VI. Requisitos del cargo.
1. Mayor de 23
VII. Habilidades.
4. Liderazgo.
5. Responsable
6. Comunicación asertiva.
7. Abierto a nuevas críticas constructivas.

Fuente: Grupo investigador

Tabla 14: Fichas de cargo

I. Nombre del cargo: Venta
II. Cargos pendientes: ninguna
III. Dependencia jerárquica: Administrador
IV. Objetivos: Garantizar que los clientes potenciales se sientan satisfecho durante el proceso de adquirir los servicios de up decoraciones.
V. Funciones. Brindar atención al cliente Llevar un adecuado control y análisis de venta Presentar propuestas mercadológicas para la mejora continua de la microempresa Sabor Nica
VI. Horario: 8: 00 am a 7: 00 pm.
VII. Perfil del Cargo. Nivel Académico 5to año de bachiller o más.
VIII. Experiencia Laboral: Ninguna
IX. Requisitos del cargo. 1. Mayor de 23 años. 3. Uso de programas informáticos Microsoft Office

Fuente: Grupo investigador

4.3.3. Actividades y gastos preliminares

Tabla 15: Actividades preliminares.

ARANCELES	
Inscripción de Constitución	
- Capital menor o igual a C\$100,000: C\$1,000	
- Capital mayor a C\$100,000: 1% del capital	
Hasta un máximo de C\$30,000	
Solicitud de Comerciante	C\$300.00
Sellado de libros contables	Libros de 200 páginas C\$ 100.00 c/u Más de 200 páginas C\$ 0.50 c/página
Inscripción de Poder	C\$300.00

Fuente: Grupo investigador

4.3.4. Equipos de oficina

Tabla 16: Equipos de oficina.

Cantidad	Equipo	Descripción	Proveedor	Precio
1		Escritorios de madera varios acabados.	Walmart	C\$2,500.00
1		Silla de madera	Comtech	C\$ 800.00
1		Computadora Dell de 17 pulgadas	BestComputer	C\$ 4,515.00

Fuente: Grupo investigador

Tabla 17: Depreciaciones de equipos de oficina

Equipos de oficina							
Descripción	cantidad	Valor unitario	Valor Total	Vida útil	V. De rescate 10%	Dep. Anual	Dep. Mensual
Mesa de escritorio	1	C\$2,500.00	C\$2,500.00	2	C\$ 250.00	C\$ 1,125.00	C\$ 93.75
Silla	2	C\$ 800.00	C\$ 800.00	2	C\$ 105.00	C\$ 472.00	C\$ 39.33
Computadora	1	C\$ 4,515.00	C\$ 4,515.00	2	C\$ 451.00	C\$ 2,047.00	C\$ 170.58
Total				7,815			

Fuente: Grupo investigador

4.3.5. Gastos Administrativos

Microempresa Sabor Nica tendrá únicamente a un colaborador en el área administrativa desempeñándose en el cargo de administrador de la microempresa, el cual velará por el cumplimiento de los estándares de producción y llevar control de la contabilidad de la misma. Los gastos que conforman los gastos administrativos son: pago de salario, prestaciones sociales establecidas por ley, como también de servicios básicos.

Tabla 18: Gastos Administrativo

Gastos Administrativo	
Nomina	
Salarios	C\$ 4,651.00
Vacaciones	C\$ 387.58
Treceavo mes	C\$ 387.58
Indemnización	C\$ 387.58
Inss Patronal	C\$ 999.97
Servicios Básicos	
Servicios de Luz	C\$ 100.00
Agua potable	C\$ 150.00
Otros gastos	
Internet	C\$ 262.50
Mantenimiento de PPE	
Depreciación	C\$ 76.08
Amortización	C\$ 130.76
Material de aseo y limpieza	C\$ 250.00
Papelería y útiles	C\$ 50.00
Total	C\$ 7,833.06

Fuente: Grupo investigad

4.4 Plan Financiero

Según (Westreicher, 2020) define al plan financiero como un documento que contiene los objetivos de una persona natural o jurídicas así como las estrategias para alcanzar dichas metas. Es decir, un plan financiero nos permite alcanzar un determinado monto de ahorro o ganancias. Esto partiendo de un punto inicial y en un determinado punto de inversión.

4.4.1 Inversión y fuente del proyecto

4.4.2 Fija

La inversión fija de la microempresa Sabor Nica está representada por la maquinaria de producción, mobiliario equipo de oficina y equipo de cómputo las cuales son necesario para empezar a ofrecer el servicio de Tamugas a los habitantes del barrio San Juda.

Tabla 19: Inversión Fija

No.	Descripción del activo	Cant	Costo de adquisición	Total	Valor residual	Valor depreciable	Años de vida útil	Depre. anual	Depre. mensual
Maquinaria de producción									
1	Refrigerador a	1	C\$7,600	C\$7,600	C\$760	C\$6,840	5	C\$1,368	C\$114
2	Fogón	1	C\$2,000	C\$2,000			4	C\$ -	C\$ -
3	Mesa de trabajo	1	C\$4,422	C\$4,422	C\$442	C\$3,980	4	C\$995	C\$83
4	Pana plástica	2	C\$36	C\$72		C\$72	2		C\$ -
5	cuchillo	1	C\$707	C\$707		C\$707	4		C\$ -
6	Cuchara	2	C\$30	C\$60		C\$60	2		C\$ -
7	Medio barril	1	C\$600	C\$600		C\$600	8		C\$ -
8	Tablas para picar	2	C\$67	C\$134		C\$134	2		C\$ -
9	Pesa digital	1	C\$1,968	C\$1,968	C\$197	C\$1,771	3	C\$ 590	C\$ 49
10	Pana plástica pequeña	3	C\$20	C\$60		C\$60	2		C\$ -
11	Pana plástica	2	C\$72	C\$144		C\$144	2		C\$ -
			C\$17,521	C\$17,766	C\$1,399	C\$14,367		C\$2,953	C\$ 246
Mobiliario y Equipo de Oficina									
5	Escritorio	1	C\$2,500	C\$2,500	C\$250	C\$2,250	5	C\$450	C\$38

				00					
6	silla	2	C\$800	C\$1,600	C\$160	C\$1,440	4	C\$360	C\$30
7			C\$3,300	C\$4,100	C\$410	C\$3,690		C\$810	C\$68
Equipo de computo									
8	Computadora	1	C\$4,515	C\$4,515	C\$452	C\$4,064	4	C\$1,016	C\$85
Total de inversión fija				C\$26,381					

Fuente: Grupo investigador

4.4.3 Inversión diferida

Tabla 20: Inversión Diferida

No.	Descripción del gasto	Importe	Años de amortización	Amort. anual	Amort. mensual
Investigación y desarrollo					
1	copias	C\$300.00	3	C\$100.00	C\$8.33
2	pasaje	C\$200.00	3	C\$66.67	C\$5.56
Gastos de organización e instalación					
5	pasaje	C\$200.00	3	C\$66.67	C\$5.56
6	Alimentación	C\$120.00	3	C\$40.00	C\$3.33
Licencias y patentes					
8	Matricula en la alcaldía	C\$1,000.00	3	C\$333.33	C\$27.78
9	licencia sanitaria	C\$5,500.00	3	C\$1,833.33	C\$152.78
10	Registro de libros contable	C\$1,370.00	3	C\$456.67	C\$38.06
Publicidad inicial					
10	Internet	C\$525.00	3	C\$175.00	C\$14.58
11	Volante	C\$200.00	3	C\$66.67	C\$5.56

Fuente: Grupo investigador

4.4.4 Capital de trabajo

Tabla 21: Capital de Trabajo

Materia prima					
No.	Descripción del activo	Cant.	Costo unitario	Costo Total	Proyección a X meses
Materiales directos					
	Arroz	123	C\$15.00	C\$1,845.00	C\$5,535.00
	Carne de res	81	C\$75.00	C\$6,075.00	C\$18,225.00
	Tomate	13	C\$10.00	C\$130.00	C\$390.00
	cebolla	12	C\$12.00	C\$144.00	C\$432.00
	Chiltoma	8	C\$10.00	C\$80.00	C\$240.00
	Zanahoria	12	C\$10.00	C\$120.00	C\$360.00
	Sal	12	C\$2.50	C\$30.00	C\$90.00
	manteca	32	C\$30.00	C\$960.00	C\$2,880.00
	Ajo	4	C\$5.00	C\$20.00	C\$60.00
	naranja	70	C\$3.00	C\$210.00	C\$630.00
	Achiote	12	C\$30.00	C\$360.00	C\$1,080.00
Materiales Indirectos					
	Etiqueta	653	C\$2.00	C\$1,306.00	C\$2,612.00
	Empaque	653	C\$0.68	C\$444.04	C\$301.95
	Amarra	653	C\$0.50	C\$326.50	C\$163.25
	Hoja de plátano	261	C\$2.08	C\$542.88	C\$1,129.19
	Leña	274	C\$3.00	C\$822.00	C\$2,466.00
Total Materiales necesarios para la producción				C\$13,415.42	C\$36,594.39
Salarios y Seguro Social					
No.	Puesto	Salario mensual	Aporte patronal	Total	Proyección a 3 meses

Administración		C\$ 4,651.00	C\$ 999.97	C\$ 3,651.04	C\$ 10,953
Ventas		C\$ 3,100.00	C\$ 666.50	C\$ 2,433.50	C\$7,300.50
Producción		C\$ 1,860.00	C\$ 399.90	C\$ 1,460.10	C\$4,380.30
Total		C\$ 9,611.00	C\$ 2,066.37	C\$ 7,544.64	C\$ 22,634
Gastos operativos y Costos indirectos					
No.	Concepto		Importe	Total	Proyección a 3 meses
Administración					
	Salarios		C\$4,651.00	C\$4,651.00	C\$13,953.00
	Vacaciones		C\$387.58	C\$387.58	C\$1,162.75
	Treceavo mes		C\$387.58	C\$387.58	C\$1,162.75
	Indemnización		C\$387.58	C\$387.58	C\$1,162.75
	Inss Patronal		C\$999.97	C\$999.97	C\$2,999.90
	Energía Elec.		C\$100.00	C\$100.00	C\$300.00
	Agua potable		C\$150.00	C\$150.00	C\$450.00
	Internet		C\$262.50	C\$262.50	C\$787.50
	Depreciación		C\$76.08	C\$76.08	C\$228.23
	Amortización		C\$130.76	C\$130.76	C\$392.29
	Material limpieza		C\$250.00	C\$250.00	C\$750.00
	Papelería y útiles		C\$50.00	C\$50.00	C\$150.00
Ventas					
	Salarios		C\$3,100	C\$3,100	C\$9,300
	Vacaciones		C\$258	C\$258	C\$775
	Treceavo mes		C\$258	C\$258	C\$775

	Indemnización	C\$258	C\$258	C\$775
	Inss Patronal	C\$667	C\$667	C\$2,000
	Servicios de Luz	C\$100	C\$100	C\$300
	Agua potable	C\$150	C\$150	C\$450
	Internet	C\$263	C\$263	C\$788
	Depreciación	C\$76	C\$76	C\$228
	Amortización	C\$131	C\$131	C\$392
	Cuotas Alcaldía	C\$500	C\$500	C\$1,500
	Cuota DGI	C\$550	C\$550	C\$1,650
	Publicidad	C\$725	C\$725	C\$2,175
		C\$14,869	C\$14,869	C\$44,607
Total			C\$29,738	C\$89,213
Total Capital de Trabajo			C\$50,698	C\$148,442

Fuente: Grupo investigador

4.4.5 Inversión total

En la siguiente tabla se presenta el plan de inversión de la microempresa, donde se detalla lo que se requiere para empezar a iniciar operaciones.

Tabla 22: Plan de Inversión

Sabor Nica Plan de Inversión

Descripción	Total
Inversión Fija	
Maquinaria	17,766.23
Mobiliarios	4,100.00
equipo de computo	4,515.00
Sub total Inversión Fija	C\$ 26,381.23

Inversión Diferida	
Investigación y desarrollo	500.00
Gastos de organización e instalación	320.00
Licencias	7,870.00
Publicidad	725.00
Sub total Inversión Diferida	C\$ 9,415.00
Capital de Trabajo	
Compra de materia prima directa	29,922.00
Compra de materia prima indirecta	10,324.26
sueldo y salario	26,814.69
Seguro social	2,018.31
Sub total Capital de Trabajo	C\$ 69,079.26
Inversión Total	C\$ 104,875.49

Fuente: Grupo investigador

4.4.6. Estructura de financiamiento

Tabla 23: Estructura de Financiamiento

Total Inversión	C\$ 104,875.49
Fondo Propio	100%
Estructura del Financiamiento	Fondo Propio

Fuente: Grupo investigador

4.4.7. Estado de situación Financiera inicial

Para (Jonathan, 2020) el Estado de Situación Financiera o Balance General es un estado financiero que muestra el monto del activo, pasivo y patrimonio en una fecha específica, en otras palabras, dicho estado financiero muestra los recursos que posee el negocio (activo), a lo que debe (pasivo) y el capital aportado por los socios o dueños.

El estado de situación financiera de Sabor Nica que se presenta en su estructura no posee pasivos ya que no contiene deudas ni obligaciones con una entidad financiera, por ende se entiende que el capital que se posee es de fondos propios que son de aportes de socios.

Tabla 24: Estado de situación Financiera

Sabor Nica			
Balance de Apertura			
Al 31 de Enero del 2022			
Expresado en Córdoba			
<u>Activos</u>			
Corriente			
Efectivo en Caja y Banco	C\$ 69,079.26		
Cuentas por Cobrar			
Inventarios			
Sub total Activo Corriente		C\$ 69,079.26	
No Corriente			
Mobiliario y equipo de oficina	C\$ 4,100.00		
Maquinaria	C\$ 17,766.23		
Equipo de computo	4,515.00		
Sub total Activo No corriente		C\$ 26,381.23	
otros activos			
Gasto de organización	C\$ 320.00		
Publicidad y propaganda	C\$ 725.00		
Licencia y patentes	C\$ 7,870.00		
Investigación y desarrollo	C\$ 500.00	C\$ 9,415.00	
Total Activos			C\$ 104,875.49
<u>Pasivo</u>			
Total Pasivos			
<u>Patrimonio</u>			
Capital Contable	C\$ 104,875.49		
Total Patrimonio		C\$ 104,875.49	
Total Pasivo más capital			C\$ 104,875.49
			.

Fuente: Grupo investigador

4.5. Presupuestos de Ingresos, egresos y costos

4.5.1. Punto de Equilibrio

Para (Arias, 2020) el punto de equilibrio, punto muerto o umbral de rentabilidad, es aquel nivel de ventas mínimo que iguala los costes totales a los ingresos totales. Por tanto, el punto muerto no es más que ese mínimo necesario para no tener pérdidas y donde el beneficio es cero. A partir de él, la empresa empezará a obtener ganancias

Es de importancia conocer el punto de equilibrio de la microempresa Sabor Nica, porque de esta manera permite evaluar su rentabilidad y claramente saber cuánto se necesita vender para empezar a vender para generar utilidades.

Dentro los elementos que conforman el punto de equilibrio son:

Costos fijos: Son aquellos que tienen un mismo valor para todos los meses, donde la microempresa Sabor Nica ya ha definido que son los gasto de administración, amortización, servicios básicos, prestaciones sociales, depreciaciones.

Costos variables: Para la microempresa Sabor Nica los costó variable son los que de acuerdo a la producción cambian su resultado dentro de ello se identifican mano de obra, materia prima.

Para calcular el punto de equilibrio de la microempresa se tomó como referencia la siguiente formula:

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

CF: costos fijos

P: Precio unitario

CV: Costo Variable Unitario

Al utilizar la formula se obtiene que para encontrarse en el punto de equilibrio la microempresa debe de vender anualmente la cantidad de 5,727 servicios de tamugas anuales con un con un monto de C\$316,742. Córdobas.

Tabla 25: presentación del punto de Equilibrio

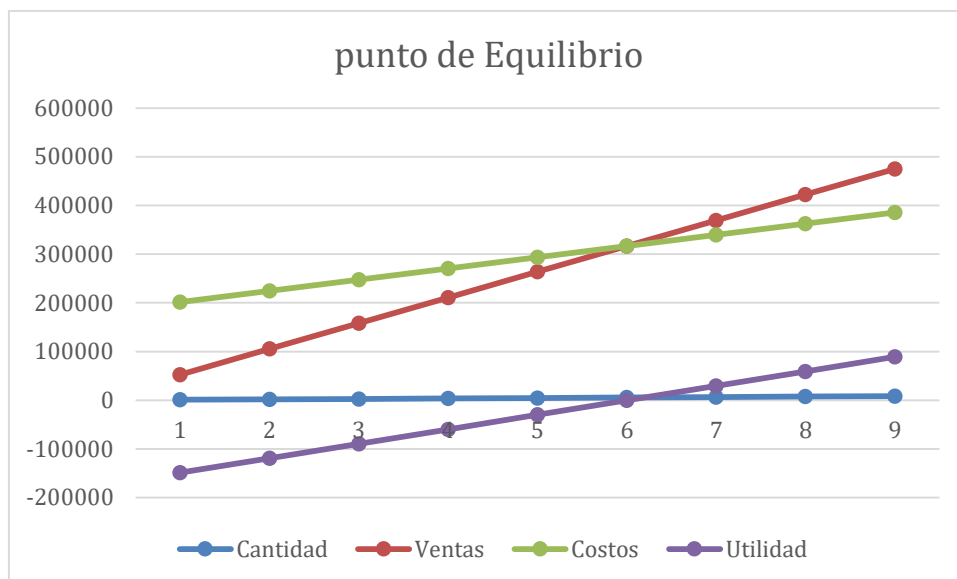
Cantidad	Ventas	Costos	Utilidad
954	52,765	201,468	- 148,703.37
1908	105,530	224,510	- 118,979.95
2862	158,294	247,551	- 89,256.53
3816	211,059	270,592	- 59,533.11
4770	263,824	293,634	- 29,809.70
5724	316,589	316,675	- 86.28

6678	369,354	339,717	29,637.14
7632	422,119	362,758	59,360.56
8586	474,883	385,799	89,083.98

Fuente: Grupo investigador

El siguiente grafico muestra el punto de equilibrio donde los costos y ventas van aumentando hasta llegar a una intercepción donde refleja el punto donde los ingresos son iguales a mis costos y gastos. Y se comienzan a generar utilidades.

Grafico 6: punto de equilibrio



Fuente: Grupo investigador

4.5.2. Presupuesto de ingreso

Para (Jonathan, 2020) El presupuesto de ingresos consiste en aquel documento que engloba los ingresos de una empresa en un periodo determinado. Es decir, el presupuesto de ingresos se encarga de recopilar y a su vez desglosar el origen de los ingresos. En su mayoría los ingresos derivan de las ventas, pero esto no suele ser tan fácil de clasificar, ya que las empresas pueden tener varias líneas de producto.

Los ingresos de la microempresa como se indica en las tablas son las ventas que se realiza en unidades físicas y las unidades monetarias por el valor de venta donde se presenta anualmente los ingresos al vender las cantidades de servicios establecidos.

Tabla 26: Presupuesto de ventas en unidades físicas

	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
Tamuga de Res	7,836.00	8,087.00	8,370.00	24,293.00
Totales	7,836.00	8,087.00	8,370.00	24,293.00

Fuente: Grupo investigador

Tabla 27: Presupuesto de ventas en unidades monetarias

Descripción	Precio de venta	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
Tamuga de Res	C\$55	C\$430,980	C\$444,785	C\$460,350	C\$1,336,170
Totales		C\$430,980	C\$444,785	C\$460,350	C\$1,336,115

Fuente: Grupo investigador

4.5.3. Presupuesto de Egreso

Tabla 28: presupuesto de compra de materia prima en unidades físicas

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
Arroz	1,476	1,523	1,577	4,576
Carne de res	972	1,003	1,038	3,013
Tomate	156	161	167	484
cebolla	144	149	154	446
Chiltoma	96	99	103	298
Zanahoria	144	149	154	446
Sal	144	149	154	446
manteca	384	396	410	1,190
Ajo	48	50	51	149
naranja	840	867	897	2,604
Achiote	144	149	154	446

Fuente: Grupo investigador

Tabla 29: Presupuesto de compra de materia prima directa en unidades monetarias

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
Arroz	C\$22,140	C\$23,793	C\$25,643	C\$71,575
Carne de res	C\$72,900	C\$78,342	C\$84,433	C\$235,675
Tomate	C\$1,560	C\$1,676	C\$1,807	C\$5,043
cebolla	C\$1,728	C\$1,857	C\$2,001	C\$5,586

Chiltoma	C\$960	C\$1,032	C\$1,112	C\$3,104
Zanahoria	C\$1,440	C\$1,548	C\$1,668	C\$4,655
Sal	C\$360	C\$387	C\$417	C\$1,164
manteca	C\$11,520	C\$12,380	C\$13,342	C\$37,242
Ajo	C\$240	C\$258	C\$278	C\$776
naranja	C\$2,520	C\$2,708	C\$2,919	C\$8,147
Achiote	C\$4,320	C\$387	C\$417	C\$5,124
Totales	C\$119,688	C\$124,368	C\$134,036	C\$378,092

Fuente: Grupo investigador

Tabla 30: Presupuesto de compra de materia prima indirecta en unidades física

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
Etiqueta	7,836	8,088	8,376	24,300
Empaque	7,836	8,088	8,376	24,300
Amarra	7,836	8,088	8,376	24,300
Hoja de plátano	3,132	3,233	3,348	9,713
Leña	3,288	3,394	3,515	10,196
Totales	29,928	30,890	31,990	92,809

Fuente: Grupo investigador

Tabla 31: Compra de materia prima indirecta en unidades monetaria

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
Etiqueta	C\$15,672.00	C\$16,176.08	C\$16,752.03	C\$48,600
Empaque	C\$5,328.48	C\$5,499.87	C\$5,695.70	C\$16,524
Amarra	C\$3,918.00	C\$4,044.02	C\$4,188.09	C\$12,150
Hoja de plátano	C\$6,514.56	C\$6,724.15	C\$6,963.63	C\$20,202
Leña	C\$9,864.00	C\$10,181.34	C\$10,543.75	C\$30,589
Totales	C\$41,297	C\$42,625	C\$44,143	C\$128,066

Fuente: Grupo investigador

Tabla 32: Presupuesto de Mano de Obra Directa

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
producción	22,320.00	22,989.60	23,679.29	68,988.89
Totales	22,320.00	22,989.60	23,679.29	68,988.89

Fuente: Grupo investigador

Tabla 33: Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
CIF fijos				
Depreciación de maq.	C\$2,953	C\$2,953	C\$2,953	C\$8,860
Luz	C\$1,200	C\$1,250	C\$1,301	C\$3,751
Agua	C\$1,800	C\$1,800	C\$1,800	C\$5,400
CIF Variables				
Materia prima indirecta	C\$41,297	C\$42,625	C\$44,143	C\$128,066
Totales	C\$47,250	C\$48,628	C\$50,198	C\$146,076

Fuente: Grupo investigador

Tabla 34: Resumen del Costo de Producción

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
Materia Prima	C\$119,688	C\$124,368	C\$134,036	C\$378,091.55
Mano de Obra Directa	C\$22,320	C\$22,990	C\$23,679	C\$68,988.89
Costos Indirectos de Fabricación	C\$47,250	C\$48,628	C\$50,198	C\$146,076.43
Totales	C\$189,258	C\$195,986	C\$207,913	C\$593,156.86

Fuente: Grupo investigador

4.5.4. Estructura de costo

Tabla 35: Estructura de costo

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Costo Total
Materia Prima Directa				
Arroz	C\$22,140	C\$23,793	C\$25,643	C\$71,575
Carne de res	C\$72,900	C\$78,342	C\$84,433	C\$235,675
Tomate	C\$1,560	C\$1,676	C\$1,807	C\$5,043
cebolla	C\$1,728	C\$1,857	C\$2,001	C\$5,586
Chiltoma	C\$960	C\$1,032	C\$1,112	C\$3,104
Zanahoria	C\$1,440	C\$1,548	C\$1,668	C\$4,655
Sal	C\$360	C\$387	C\$417	C\$1,164
manteca	C\$11,520	C\$12,380	C\$13,342	C\$37,242
Ajo	C\$240	C\$258	C\$278	C\$776
naranja	C\$2,520	C\$2,708	C\$2,919	C\$8,147

Achiote	C\$4,320	C\$387	C\$417	C\$5,124
Sub total Materia Prima Directa	C\$119,688	C\$124,368	C\$134,036	C\$378,092
Mano de Obra Directa				
Responsable de producción	C\$22,320	C\$22,320	C\$22,320	C\$66,960
Sub total MOD Directa	C\$22,320	C\$22,320	C\$22,320	C\$66,960
Costos Indirectos de Fabricación				
Costos Fijos	C\$5,953	C\$5,953	C\$5,953	C\$17,860
Costos Variables	C\$41,297	C\$41,297	C\$41,297	C\$123,891
Sub total CIF	C\$47,250	C\$47,250	C\$47,250	C\$141,751
Costo Total Anual	C\$189,258	C\$193,938	C\$203,606	C\$586,803
Costo Total Anual				C\$189,258.37
N° de unidades				7,836.00
Costo Total Unitario				24.15
Margen de Utilidad				129%
Precio de Venta				55

Fuente: Grupo investigador

4.6 Presupuesto Financiero

4.6.1. Flujo de Caja

Para (Kiziryán, 2015) El flujo de caja hace referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa o proyecto en un período determinado.

El flujo de caja representa todos los ingresos anualmente por la venta de tamugas, además aquellos egresos que son necesario para su debido funcionamiento y deja en claro la disponibilidad efectiva que se posee.

Tabla 36: Flujo de Caja

Concepto	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Saldo Inicial	C\$69,079.26	C\$ 155,793.64	C\$ 229,804.33
Ingresos			
ventas al contado	C\$ 430,980.00	C\$ 444,785.00	C\$ 460,350.00
Disponibilidad	C\$ 500,059.26	C\$ 600,578.64	C\$ 690,154.33

Egresos			
Compra de materia prima	C\$ 160,985.04	C\$ 166,993.09	C\$ 178,179.12
Mano de obra directa	C\$ 22,320.00	C\$ 22,989.60	C\$ 23,679.29
costos indirectos	C\$ 3,000.00	C\$ 3,049.56	C\$ 3,101.17
Gasto de ventas	C\$ 75,748.00	C\$ 77,450.94	C\$ 79,207.83
gasto de administración	C\$ 82,212.58	C\$ 84,789.13	C\$ 87,151.48
gasto acumulado por pagar	C\$ 0.00	C\$ 15,502.00	C\$ 15,967.06
Total Egresos	C\$ 344,265.62	C\$ 370,774.31	C\$ 387,285.94
Disponibilidad Efectiva	C\$ 155,793.64	C\$ 229,804.33	C\$ 302,868.38
Caja Mínima Requerida	C\$ 1,100.00	C\$ 1,100.00	C\$ 1,100.00
Excedente o Déficit sobre la caja mínima			
Disponibilidad Neta Final	C\$ 154,693.64	C\$ 228,704.33	C\$ 301,768.38

Fuente: Grupo investigador

4.6.2. Estado de Resultado Proyectado

para (Kiziryan, 2015) muestra los ingresos y gastos cuando se producen, independientemente del momento en que se efectúan los cobros o pagos; por ejemplo, registra una venta o una compra cuando se produce, aunque se cobre o se pague meses después.

Tabla 37: Estado de Resultado Proyectado

Sabor Nica			
Estado de Resultado Proyectado			
Expresado en Córdoba			
Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Ventas Totales	430,980.00	444,785.00	460,350.00
Descuento sobre venta			
Rebajas sobre venta			
Venta Netas	430,980.00	444,785.00	460,350.00
Costos de Producción	189,258.37	195,985.58	207,912.91
Utilidad Bruta	241,721.63	248,799.42	252,437.09

<u>Gastos de Operación</u>			
Gastos de Venta	84,430.10	86,319.04	88,267.51
Gastos de Administración	93,996.68	96,852.30	99,502.07
Total gastos operativos	178,426.79	183,171.34	187,769.59
Utilidad de Operación	63,294.84	65,628.09	64,667.50
Otros Ingresos	-		
Otros Gastos	-		
Utilidad Neta	63,294.84	65,628.09	64,667.50

Fuente: Grupo investigador

5.6.3. Estado de Situación Financiera proyectado

Tabla 38: Estado de Situación Financiera proyectado

Sabor Nica			
Balance General Proyectado			
Al 31 de Enero del 2022			
Expresado en Córdoba			
<u>Activos</u>			
Corriente			
Efectivo en Caja y Banco	C\$ 155,793.64	C\$ 229,804.33	C\$ 302,868.38
Cuentas por Cobrar			
Inventarios		C\$ 0.00	C\$ 0.00
Sub total Activo Corriente	C\$ 155,793.64	C\$ 229,804.33	C\$ 302,868.38
No Corriente			
Mobiliario y Equipo de Oficina	17,766.23	C\$ 17,766.23	C\$ 17,766.23
Maquinaria	4,100.00	C\$ 4,100.00	C\$ 4,100.00
Equipo de computo	4,515.00	C\$ 4,515.00	C\$ 4,515.00
Depreciación de activo no corriente	(4,779.21)	-C\$ 9,558.41	-C\$ 14,337.62
Sub total No Corriente	C\$ 21,602.02	C\$ 16,822.82	C\$ 12,043.61
Otros Activos			
Otros Activos	9,415.00	C\$ 9,415.00	C\$ 9,415.00
Amortización de otros activos	(3,138.33)	-C\$ 6,276.67	-C\$ 9,415.00
Sub total Otros Activos	C\$ 6,276.67	C\$ 3,138.33	C\$ -
Total Activos	C\$ 183,672.33	C\$ 249,765.48	C\$ 314,911.99
<u>Pasivo</u>			
Corriente			
Proveedores			
gastos acumulados por pagar	C\$ 15,502.00	C\$ 15,967.06	C\$ 16,446.07
Total Pasivos	C\$ 15,502.00	C\$ 15,967.06	C\$ 16,446.07

<u>Patrimonio</u>			
Capital Contable	C\$ 104,875.49	C\$104,875.49	C\$104,875.49
Resultados acumulados		C\$63,294.84	C\$128,922.93
Utilidad o Perdida del Ejercicio	C\$ 63,294.84	C\$65,628.09	C\$64,667.50
Total Patrimonio	C\$ 168,170.33	C\$ 233,798.42	C\$ 298,465.92
Total Pasivo más capital	C\$ 183,672.33	C\$ 249,765.48	C\$ 314,911.99

Fuente: Grupo investigador

4.7. Evaluación Financiera

4.7.1. Flujo de Fondo

Tabla 39: Flujo de Fondo

Sabor Nica				
Flujo de Fondos				
Descripción	Años			
	0	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Ingresos por Ventas		C\$ 430,980.00	C\$ 444,785.00	C\$ 460,350.00
Costos de Producción		C\$ 189,258.37	C\$ 195,985.58	C\$ 207,912.91
Utilidad bruta		C\$ 241,721.63	C\$ 248,799.42	C\$ 252,437.09
Gastos Administrativos		C\$ 93,996.68	C\$ 96,852.30	C\$ 99,502.07
Gastos de Venta		C\$ 84,430.10	C\$ 86,319.04	C\$ 88,267.51
Utilidad antes de Impuesto		C\$ 63,294.84	C\$ 65,628.09	C\$ 64,667.50
Depreciación		C\$ 4,779.21	C\$ 4,779.21	C\$ 4,779.21
Amortización		C\$ 3,138.33	C\$ 3,138.33	C\$ 3,138.33
Inversión Fija	-C\$ 26,381.23			
Inversión Diferida	-C\$ 9,415.00			
Capital de Trabajo	-C\$ 69,079.26			
Flujo Neto de Efectivo	-C\$ 104,875.49	C\$ 71,212.38	C\$ 73,545.63	C\$ 72,585.04

Fuente: Grupo investigador

4.7.2. Valor Actual Neto (VAN).

Para (Victor Velayo, 2014)El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN).

Tabla 40: Valor Actual Neto

VAN	C\$ 47,546.75
------------	----------------------

Fuente: Grupo investigador

4.7.3. Tasa interna de retorno (TIR).

(Sevilla A. , 2014)La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

Tabla 41: Tasa interna de retorno

TIR	47.36%
------------	---------------

Fuente: Grupo investigador

4.7.4. Período de recuperación de la inversión (PRI)

Para (Sevilla A. , 2014) El período de recuperación de la inversión (PRI) es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente. Puede revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial.

Tabla 42: periodo de recuperación de la inversión

PRI	6 meses y 12 días
------------	--------------------------

Fuente: Grupo investigador

4.7.5. Relación Beneficio Costo

Para (vasquez, 2016)El análisis coste/beneficio mide la relación entre el coste por unidad producida de un bien o servicio y el beneficio obtenido por su venta. Este concepto se desarrolla en el mundo empresarial y de los negocios, pero también con otro tipo de actividades como son las operaciones en Bolsa.

Visto de otro modo, el ratio de coste/beneficio será más alto cuanto mayor sea el beneficio o margen obtenido por el inversor y menor sea su coste. Así, supone un análisis fundamental en el devenir de toda actividad económica.

Tabla 43: Relación Beneficio Costo

Tasa de descuento	12%				VPN
-------------------	-----	--	--	--	------------

Beneficios		430,980.00	444,785.00	460,350.00	1,067,051.49
costos	- 104,875.49	359,767.62	371,239.37	387,764.96	788,298.79
				Relación B/C	1.35

Fuente: Grupo investigador

4.7.6. Análisis Financiero

Todos los procesos que anteriormente se han realizado con anticipación, como lo que son la parte de mercadeo, que se identificó en cierta parte si era viable llevar a cabo la idea porque son los clientes potenciales los que decidían si tenían la tendencia de consumir el servicio ofertado de emprendimiento, posteriormente el estudio técnico basado en toda aquella materia prima que se necesita para producir los proveedores que ofertan los insumos necesario a un costo viable.

También se refleja la capacidad planificada que ahí se refleja cual es lo máximo que se pueda producir en cuanto lo que uno posee de maquinaria mano de obra directa.

Análisis del Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual Neto o también llamado valor presente neto es el indicador financiero que va a reflejar la microempresa Sabor Nica y va determinar la viabilidad del proyecto. Esto ocurre tras medir los flujos de cajas ingresos y egresos y descontar la inversión inicial de esta manera tras quedar márgenes de ganancias el proyecto es viable, la tasa de descuento es la tasa de rendimiento o rentabilidad mínima que se espera obtener en el caso del proyecto de emprendimiento de elaboración de servicios de tamugas será de un 20% durante los tres primeros años al realizar las respectivas oraciones se obtiene que el valor presente neto es de **C\$ 47,546.75** lo que da como resultado positivo ya que cuando la VAN en mayor a cero es positivo y genera ganancias.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno o tasa de rentabilidad, que genera un proyecto, y se encarga de medir la rentabilidad de una inversión, esto quiere decir el porcentaje de beneficio o perdida que se obtendrá y que va de la mano del valor presente neto, la tasa de descuento es

de 12% la tasa de rendimiento del proyecto a emprender **47.36 %** mayor a la tasa de descuento por lo tanto significa que es aceptado el proyecto de inversión.

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es uno de los momentos centrales para la microempresa Sabor Nica ya que nos permite determinar el nivel de venta necesarios para cubrir los costes totales al determinar todos los costos fijos y variable necesarios para la producción del servicios de tamugas e identificar el precio variable unitario se obtiene que el punto umbral o punto muerto es de **5,727** unidades anualmente a partir de esto se da conocimiento que de ese punto es donde se empieza a generar los márgenes de ganancias además saber este dato es importante nos permite tomar decisiones de manera más correcta y que puedan llevar a una mejor dirección a la microempresa.

5. Cronograma de trabajo

Nº	ACTIVIDADES	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
1	Portada (Marca Institucional, Tema, Subtema, Autores, Tutor y Fecha)					
2	Dedicatoria					
3	Agradecimiento					
4	Valoración del Docente (Carta aval del tutor)					
5	Resumen (Resumen de 250 palabras como máximo)					
6	Índices (cada índice en páginas separadas)					
7	Índice de contenidos					
8	Índice de gráficos					
9	Índice de tablas					
10	Índice de Ilustraciones					
11	Introducción					
12	Objetivos del Proyecto					
13	Objetivo General					
14	Objetivos Específicos					
15	Generalidades Del Proyecto					
16	Solución (identificación de necesidades y oportunidades, segmento o protagonista beneficiado)					
17	Diseño o modelo en 3D					
18	Oportunidad en el Mercado					
19	Propuesta de Valor (descripción del cliente potencial y beneficiario, aspectos de valor en la propuesta de solución y diferencias con respecto a la competencia, ventajas o beneficios del proyecto)					
20	La novedad del proyecto desde la base de la Propiedad Intelectual (describir el proceso de registro del proyecto en las instancias correspondientes según sea marcas, patentes, propiedad intelectual, derecho de autor puntualizando las etapas que lleva el proceso)					
21	Plan de Negocios					
22	Plan de Mercadotecnia					
23	Ubicación de la empresa					
24	Mercado/ Zona Comercial					
25	Macro localización					

26	Micro localización					
27	Principales Clientes					
28	Demanda insatisfecha					
29	Participación del mercado (oferta y competencia)					
30	Precio de Venta					
31	Estimado de ventas					
32	Estrategias de Mercado y presupuesto (4P)					
33	Plan Técnico					
34	Proceso de Producción/Servicio					
35	Proveedores y condiciones de compra de los equipos					
36	Capital Fijo y Vida Útil del Capital Fijo					
37	Mantenimiento y Reparaciones					
38	Capacidad planificada y a futuro					
39	Ubicación y distribución física de la planta					
40	Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad.					
41	Mano de obra, su costo y disponibilidad.					
42	Gastos generales de producción.					
43	Plan de organización y gestión					
44	Marco Legal (Forma Jurídica)					
45	Estructura Organizacional (fichas de cargo)					
46	Actividades y gastos preliminares					
47	Equipos de oficina					
48	Gastos Administrativos					
49	Plan Financiero					
50	Inversión del Proyecto					
51	Activos fijos.					
52	Activos intangibles.					
53	Capital de trabajo.					
54	Balance de apertura					
55	Ingresos, egresos y costos.					
56	Punto de Equilibrio					
57	Presupuesto de ingreso.					
58	Presupuesto de egresos.					
59	Presupuesto de costos.					
60	Estructura de costo					
61	Flujo de caja					
62	Valor actual neto (VAN).					
63	Tasa interna de retorno (TIR).					
64	Período de recuperación de la inversión					
65	Estados Financieros proyectados					
66	Análisis Financiero					

67	Cronograma de trabajo					
68	Bibliografía					
69	Anexos					
70	Entrega Final del Proyecto					

6. Bibliografía

- Arias, E. R. (6 de Mayo de 2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/punto-de-equilibrio.html>
- Franklin, E. B. (2012). Obtenido de <https://www.promonegocios.net/organigramas/definicion-organigramas.html>
- Jonathan. (9 de 12 de 2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/presupuesto-de-ingresos.html>
- Kiziryan, M. (28 de Abril de 2015). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>
- Kotler, P. (23 de Octubre de 2020). Obtenido de <https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/31-definiciones-de-mercadotecnia-9>
- León, O. P. (2012). Obtenido de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Costos_historicos.pdf
- MIFIC. (2021).
- Rayburn, G. (2013). Obtenido de <https://jtorresrivero.wordpress.com/tag/mano-de-obra/>
- Sevilla, A. (15 de Junio de 2014). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Sevilla, A. (2017 de Enero de 2014). Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas/>
- vasquez, R. (2016 de febrero de 2016). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/analisis-costebeneficio.html>
- Victor Velayo. (15 de Junio de 2014). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- Westreicher, G. (26 de Abril de 2020). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/plan-financiero.html#>

7. Anexos

7.1 Estructura de costo

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Costo Total Anual
Materia Prima Directa													
Arroz	1,845	1,845	1,845	1,845	1,845	1,845	1,845	1,845	1,845	1,845	1,845	1,845	22,140
Carne de res	6,075	6,075	6,075	6,075	6,075	6,075	6,075	6,075	6,075	6,075	6,075	6,075	72,900
Tomate	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	1,560
Cebolla	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	1,728
Chiltoma	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
Zanahoria	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1,440
Sal	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Manteca	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	11,520
Ajo	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
Naranja	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	2,520
Achiote	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	4,320

Sub total Materia Prima Directa	9,974	9,974	9,974	9,974	9,974	9,974	9,974	9,974	9,974	9,974	9,974	9,974	9,974	119,688
Mano de Obra Directa														
Responsable de producción	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	22,320
sub total de MOD	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	22,320
costos indirectos de fabricación														
Costos Fijos	496	496	496	496	496	496	496	496	496	496	496	496	496	5,953
Costos Variables	3,441	3,441	3,441	3,441	3,441	3,441	3,441	3,441	3,441	3,441	3,441	3,441	3,441	41,297
Sub total CIF	3,938	3,938	3,938	3,938	3,938	3,938	3,938	3,938	3,938	3,938	3,938	3,938	3,938	47,250
Costo Total Mensual	15,772	15,772	15,772	15,772	15,772	15,772	15,772	15,772	15,772	15,772	15,772	15,772	15,772	189,258

7.2 Nominas mensual

Sabor Nica 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		ADMON	C\$4,651	C\$325.57	C\$4,325	C\$999.9	C\$ 387.5	C\$387.5	C\$ 387.5	
Sub Total Administración			C\$4,651.	C\$325.5	C\$4,325	C\$999.9	C\$ 387.58	C\$387.5	C\$387.58	
Ventas										
4		VENDEDOR	3,100.00	217.00	2,883.00	666.50	258.33	258.33	258.33	
Sub Total Ventas			C\$3,100.	C\$ 217.00	C\$2,883	C\$666.5	C\$ 258.33	C\$258.3	C\$ 258.33	
Producción										
7		COCINA	C\$1,860	C\$130.20	C\$1,729.	C\$399.	C\$155.00	C\$155.00	C\$155.00	
Sub Total Gastos de producción			C\$1,860	C\$ 130.20	C\$1,729.	C\$399.9	C\$155.	C\$155.	C\$155.	
Total			C\$9,611	C\$ 672.77	C\$8,938.	C\$2,066	C\$800.92	C\$800.9	C\$800.92	

7.3 Encuestas



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Universidad autónoma de Nicaragua, Managua

UNAN- Managua

Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

FAREM, Carazo

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

Encuesta

El objetivo de la presente encuesta es obtener información por parte de usted acerca de ofrecer servicios de comidas rápidas para llevar, para determinar su consumo potencial y medir el grado de factibilidad que tendría una MYPE al ofertar este tipo de servicios

Le pedimos veracidad en las respuestas en cada pregunta, según sus gustos, preferencias y cultura de compra, ya que nos será de gran utilidad.

Marque con una x la respuesta de su preferencia

a. **Edad**

- | | |
|---------------------|----------------------|
| 1. De 20 _____ | 5. De 40 a 50 _____ |
| 2. De 21 a 30 _____ | 6. DE 50 a mas _____ |
| 3. De 31 a 35 _____ | |
| 4. De 35 a 40 _____ | |

b. Sexo

1. Masculino _____ 2. Femenino _____

c. Composición Familiar

1. Casado con hijo _____ 3. Soltero con hijo _____
2. Casado sin hijo _____ 4. Soltero _____

d. Ingreso mensual

1. De C\$ 5,500 _____
2. De C\$ \$ 5,500 a \$ 6,500 _____
3. De C\$ 6,500 a C\$ 8,000 _____
4. De C\$ 8,000 a C\$ 10,000 _____
5. De 10,000 a mas _____

I. ASPECTO RELACIONADO CON LA DEMANDA

1. ¿Usted estaría dispuesto a consumir comidas rápidas elaboradas en el establecimiento Sabor Nica ubicado en barrio san Juda del ceibo 20 varas al lago?
Sí _____ No _____

Si su respuesta es NO responda la pregunta N° 2 y la pregunta N° 9

Si su respuesta es SI pase a la pregunta N° 3

2. ¿Por qué razones no compraría comida rápida?

1. No le apetecen _____
2. Prefiere comprar otro tipo de servicios _____
3. Por tener una dieta balanceada _____
4. Por su alto grado en grasa _____

3. ¿Por qué razones compraría comida rápida?

- | | |
|--|--------------------------------|
| 1. Porque le gustan _____ | 3. Por ser más económico _____ |
| 2. Por poseer poca disponibilidad de tiempo_____ | 4. Por un antojo _____ |

4. ¿Cuál de los siguientes tipos de servicios de comida estaría dispuesto a comprar?

- | | |
|------------------------------|------------------------------------|
| 1. Quesillo _____ | 5. Quesadilla _____ |
| 2. Papa Rellenas _____ | 6. Pupusa _____ |
| 3. Empanadas de Maduro _____ | 7. Tamugas _____ |
| 4. Tajadas con pollo _____ | 8. Tortitas de carne Molidas _____ |

5. ¿Cuál sería la frecuencia de consumo que compraría nuestros servicios mencionados?

- | | |
|-------------------------------|-----------------------|
| 1. Diario _____ | |
| 2. 2 a 3 veces x semana _____ | 5. Mensualmente _____ |
| 3. Semanalmente _____ | 6. Nunca _____ |
| 4. Quincenalmente _____ | |

6. ¿Cada vez que frecuenta un establecimiento de venta de comida cuanto servicio consume?

- | | |
|---------------|------------------|
| 1. Uno _____ | 4. Cuatro _____ |
| 2. Dos _____ | 5. Ninguno _____ |
| 3. Tres _____ | |

7. ¿Qué tipo de empaque para los servicios de comida rápida considera más cómodo y practico?

1. Bandeja _____
2. Bolsas de plásticos _____

II. ASPECTO RELACIONADO CON LA PUBLICIDAD DE LOS SERVICIOS

8. ¿Cuál de la siguiente medio de comunicación atrae más su atención y prefiere ver?

1. Afiches _____
2. Redes sociales _____
3. Volantes

III. ASPECTO RELACIONADO CON LA OFERTA DE MERCADO

9. ¿Cuál de los siguientes establecimientos concurre más?

- | | |
|-------------------|---|
| 1. El Ceibo _____ | 3. Fritanga Angelita_____ |
| 2. Fast Food_____ | 4. Carritos móvil de comida rápida_____ |

10. ¿Con qué frecuencia compra usted estos servicios?

- | | |
|------------------------------|----------------------|
| 1. Diario_____ | 5. Mensualmente_____ |
| 2. 2 a 3 veces x semana_____ | 6. Nunca_____ |
| 3. Semanalmente_____ | |
| 4. Quincenalmente_____ | |

11. ¿Qué cantidad de servicios compraría cada vez que visite el establecimiento Sabor Nica ubicado en el barrio san Juda?

1. Uno_____
2. Dos_____
3. Tres_____
4. Cuatro_____
5. Ninguno _____

12. ¿Qué aspectos considera a la hora de realizar una compra de servicio?

1. Porque es de calidad_____
2. Le gusta su presentación_____
3. Le ofrece a un buen precio_____
4. Porción _____
5. Por su sabor _____
6. Atención_____
7. Higiene__

Muchas Gracia