



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

**Facultad regional multidisciplinaria de Carazo
FAREM-Carazo**

Departamento de ciencias económicas y administrativas

Proyecto de graduación para optar al título de Licenciado en Banca y Finanzas

TEMA: Proyecto de graduación con enfoque de emprendimiento.

SUBTEMA: Proyecto de emprendimiento para la creación de la microempresa PLUS SIZE FASHION dedicada a la Producción y comercialización de blusas tallas grandes en el municipio de Jinotepe, Departamento de Carazo, durante el año 2021

Banca y Finanzas

AUTORES:

N.º Carne

Espinoza González Fransheska Alejandra	1790-3298
Murillo Martínez Lillieth Auxiliadora	1790-3100
Sánchez Ruiz Reyna Judith	1790-0636

TUTOR:

Lic. Luis Alberto Acuña Ramírez

Jinotepe, diciembre 2021.

CARTA AVAL DEL DOCENTE



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

2021: "Año del Bicentenario de la Independencia de Centroamérica"

03 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	Espinoza González Fransheska Alejandra	17903298
2	Murillo Martínez Lillieth Auxiliadora	17903100
3	Sánchez Ruiz Reyna Judith	17900636


Siendo el subtema: Proyecto de emprendimiento, para la creación de la microempresa PLUS SIZE FASHION, dedicada a la producción y comercialización de Blusas Tallas Grandes, ubicado en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el 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 Banca y Finanzas.

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.


Lic. Luis Alberto Acuña Ramírez
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 2668 / Ext. 7712-7723 | depto.econom.faremo@unan.edu.ni | www.faremcarazo.unan.edu.ni

DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto a Dios que nos ha otorgado salud, sabiduría y tiempo de vida por haber cumplido nuestras metas de culminar nuestros estudios universitarios con éxito.

A nuestros padres y madres que siempre han estado con nosotros apoyándonos económicamente y sentimental en los momentos que más le hemos necesitado, animándonos a seguir adelante con empeño, esmero y por permitirnos ser las personas que somos hoy en día para poder cumplir todas nuestras metas y sueños en esta vida.

AGRADECIMIENTO

A Dios primeramente por su eterna bondad y las gracias de permitirnos llegar hasta este momento tan honorable de la defensa de nuestro título de licenciatura para poder terminar con satisfacción una meta más en nuestras vidas.

A nuestro tutor que nos dio su apoyo incondicionalmente en todo momento y a cada uno de los docentes que a lo largo de nuestra carrera nos entregaron de manera desinteresada sus conocimientos supieron guiarnos para la culminación de este proyecto.

Resumen

El presente documento corresponde a un requisito establecido para la modalidad de proyecto de graduación para optar al título de Licenciado en Banca y Finanzas, que consta en la realización de un proyecto de innovación, durante el segundo semestre de dos mil veintiuno, con el objetivo de crear un producto con enfoque de emprendimiento en la realización y comercialización de Blusas tallas grandes.

Este proyecto está basado en una propuesta de creación de una tienda para mujeres de talla grande que se dedica a la producción y comercialización de blusas, el propósito es brindar una solución a la ausencia de tiendas exclusivas para esta población de mujeres, pues hoy en día la industria de la moda las ha dejado a un lado del mercado y así olvidando suplir las necesidades como mujeres.

“Plus Size Fashion” se desarrollará en el municipio de Jinotepe Departamento de Carazo, este contara con un buen servicio de atención al cliente y de alta calidad, con los cuales pueden destacar su belleza y así ayudarlas a sentirse únicas en cada ocasión sin importar la talla de ropa que usen, el objetivo es poder generar un impacto social a las mujeres de tallas grandes y agregar valor a la economía del país, a través de la creación de una tienda que tendrá diferentes diseños de ropa permitiendo elevar el autoestima de las mujeres a la hora de vestir para diferentes ocasiones.

Además de eso se realizó un análisis de mercado para relacionar la microempresa con el entorno, identificando de esta manera algunas fortalezas y debilidades de la misma, de igual manera las oportunidades y amenazas que afectan dentro del mercado potencial.

El impacto que genera este nuevo emprendimiento es positivo debido que para su operación requiere de mano de obra y por supuesto el buen manejo de los residuos de las telas para la conservación del medio ambiente.

Las estrategias que fueron diseñadas para el lanzamiento de Plus Size Fashion en cuanto a la estructura organizativa de la empresa (Misión, Visión, Objetivos y Políticas) y las estrategias a utilizar enfocadas al marketing, sirvieron para poder conocer la inversión que tendrá la creación de la nueva tienda de ropa tallas grandes y así poder entrar a un mercado insatisfecho, todo esto con la finalidad de posicionarse en el mercado.

INDICE

1. Introducción	7
2. Objetivos del Proyecto	8
2.1 Objetivo General	8
2.2 Objetivos Especificos	8
2.3 Razón Social.....	9
2.4 Misión	9
2.5 Visión.....	9
2.6 Valores	9
2.7 Politicas	10
2.8 Factores Externos	11
2.9 Justificación del Proyecto.....	12
3. Generalidades del Proyecto.....	13
3.1 Solución	13
3.2 Diseño o modelo en 3d.....	14
3.3 Oportunidad en el Mercado.....	15
3.4 Propuesta de Valor	15
3.5 Diseño del Producto	16
3.4.1 Proceso de Registro del Proyecto	19
4. Plan de Negocios.....	22
4.1 Plan de Mercadotecnia	23
4.1.1 Ubicación de la Empresa	24
4.1.1.1 Macro Localización	24
4.1.1.2 Micro Localización.....	25
4.1.2 Mercado/ Zona Comercial	26
4.1.3 Principales Clientes (demanda).....	27
4.1.4 Demanda Insatisfecha.....	31
4.1.5 Participación del Mercado	32
4.1.6 Población y Muestra	33
4.1.7 Mercado Competidor.....	35
4.1.8 Mercado Distribuidor	36
4.1.7 Precio de Venta	37
4.1.8 Estimado de Ventas	39

4.1.9 Estrategias competitiva de mercado y presupuesto	41
4.1.10 Analisis FODA	48
4.1.11 Garantía de Suministro	49
4.2 Plan Técnico	49
4.2.1 Proceso de Producción/Servicio	50
4.2.2 Proveedores y Condiciones de compra de los equipos.....	53
4.2.3 Capital fijo y vida útil del capital fijo	54
4.2.4 Mantenimiento y reparaciones para los equipos	55
4.2.5 Capacidad planificada y a futuro	56
4.2.6 Ubicación y distribución física de la planta	59
4.2.7 materia prima necesaria, su costo y disponibilidad	60
4.2.8 Mano de obra, su costo y disponibilidad.....	61
4.2.9 Gastos generales de producción.....	62
4.3 Plan de organización y gestión	63
4.3.1 Marco Legal	63
4.3.2 Estructura Organizacional	71
4.3.3 Actividades y Gastos Preliminares	75
4.3.4 Equipos de Oficina	76
4.3.5 Equipos de Producción	80
4.3.6 Gastos Administrativos	84
4.3.7 Gastos de Venta.....	85
4.4 Plan Financiero	86
4.4.1 Inversión y Fuente del Financiamiento.....	86
4.4.1.1 Inversión Fija.....	87
4.4.1.2 Inversión Diferida.....	88
4.4.1.3 Capital de Trabajo.	89
4.4.1.4 Inversión Total	91
4.4.1.5 Estructura del Financiamiento	92
4.4.1.6 Estado de Situación Financiera Inicial	93
4.4.2 Presupuesto de ingresos y egresos	94
4.4.2.1 Punto de Equilibrio.....	94
4.4.2.2 Presupuesto de Ingreso.	96
4.4.2.3 Presupuesto de Egresos.....	98
4.4.2.4 Estructura de Costo.....	100

4.4.3 Presupuesto Financiero.....	104
4.4.3.1 Flujo de Caja	104
4.4.3.2 Estado de Resultado Proyectado	105
4.4.3.3 Estado de Situación Financiera Proyectada	106
4.4.4 Evaluación Financiera	107
4.4.4.1 Flujo de Fondo.....	107
4.4.4.2 Valor actual neto (van) y tasa interna de retorno (tir).	108
4.4.4.3 Período de Recuperación de la Inversión	109
4.4.4.4 Relación Beneficio Costo	110
4.4.4.5 Análisis Financiero	111
5. Cronograma de Trabajo	111
6. Glosario	112
Bibliografía.....	114
ANEXOS	116

INDICE DE ILUSTRACION

<i>Ilustración 1 Blusas Plus Size</i>	14
<i>Ilustración 2 Logo Plus Size Fashion</i>	16
<i>Ilustración 3 Marca de la Microempresa</i>	17
<i>Ilustración 4 Etiquetas de Cuello</i>	17
<i>Ilustración 5 Etiqueta de Marca</i>	18
<i>Ilustración 6 Etiquetas de Lavado</i>	18
<i>Ilustración 7 Empaque de entregas</i>	19
<i>Ilustración 8 Inscripción de Marca</i>	21
<i>Ilustración 9 Macro localización</i>	24
<i>Ilustración 10 Micro localización</i>	25
<i>Ilustración 11 Canal Directo</i>	36
<i>Ilustración 12 Publicidad en Línea</i>	46
<i>Ilustración 13 Planos de la Microempresa</i>	59
<i>Ilustración 14 Salario Mínimo</i>	70
<i>Ilustración 15 Estructura Organizacional</i>	71

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Consolidado de Datos</i>	28
<i>Tabla 2 Muestra</i>	34
<i>Tabla 3 Mercado Competidor</i>	36
<i>Tabla 4 Precio de venta</i>	38
<i>Tabla 5 Proyecciones de venta unidades físicas</i>	39
<i>Tabla 6 Proyecciones de ventas en unidades monetaria</i>	40
<i>Tabla 7 Estrategia del Producto</i>	42
<i>Tabla 8 Estrategia de precio</i>	43
<i>Tabla 9 Estrategia de Plaza</i>	44
<i>Tabla 10 Estrategia de Publicidad</i>	46
<i>Tabla 11 Análisis FODA</i>	48
<i>Tabla 12 Flujograma de proceso (Ver anexo n°3 flujograma en imágenes)</i>	52
<i>Tabla 13 Proveedores y condición de compra de los equipos</i>	53
<i>Tabla 14 Capital Fijo</i>	55
<i>Tabla 15 Capacidad de Producción mensual</i>	57
<i>Tabla 16 Capacidad Futura a un Año</i>	58
<i>Tabla 17 Materia prima necesaria</i>	60
<i>Tabla 18 Mano de Obra Directa</i>	61
<i>Tabla 19 Costo de Mano de Obra</i>	61
<i>Tabla 20 Mano de Obra Indirecta</i>	61
<i>Tabla 21 Marco Legal de la Microempresa</i>	64
<i>Tabla 22 Tarifa de impuesto cuota fija</i>	66
<i>Tabla 23 Inscripción de constitución</i>	70
<i>Tabla 24 Número de Trabajadores</i>	71
<i>Tabla 25 Ficha de cargo Administrador</i>	72
<i>Tabla 26 Ficha de cargo Vendedor</i>	73
<i>Tabla 27 Ficha de cargo Costurera</i>	74
<i>Tabla 28 Actividades preliminares</i>	75

<i>Tabla 29 Gastos preliminares.....</i>	<i>75</i>
<i>Tabla 30 Equipo de oficina.....</i>	<i>76</i>
<i>Tabla 31 Equipo de producción.....</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 32 Inversión Fija.....</i>	<i>87</i>
<i>Tabla 33 Inversión Diferida.....</i>	<i>88</i>
<i>Tabla 34 Capital de Trabajo.....</i>	<i>89</i>
<i>Tabla 35 Capital de Trabajo.....</i>	<i>90</i>
<i>Tabla 36 Inversión Total.....</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 37 Estructura de Financiamiento.....</i>	<i>92</i>
<i>Tabla 38 Balance de Apertura.....</i>	<i>93</i>
<i>Tabla 39 Presupuesto de ingreso.....</i>	<i>96</i>
<i>Tabla 40 Ventas unid monetarias.....</i>	<i>96</i>
<i>Tabla 41 Presupuesto de Compra de Materiales.....</i>	<i>98</i>
<i>Tabla 42 Proyecciones de materiales enviadas a producción.....</i>	<i>99</i>
<i>Tabla 43 Flujo de caja.....</i>	<i>104</i>
<i>Tabla 44 Estado de Resultado proyectado.....</i>	<i>105</i>
<i>Tabla 45 Balance General proyectado.....</i>	<i>106</i>
<i>Tabla 46 Flujo de Fondo.....</i>	<i>107</i>
<i>Tabla 47 VAN, TIR.....</i>	<i>108</i>
<i>Tabla 48 Periodo de recuperación.....</i>	<i>109</i>
<i>Tabla 49 Relación Beneficio Costo.....</i>	<i>110</i>
<i>Tabla 50 Proyecciones en unidades físicas.....</i>	<i>140</i>
<i>Tabla 51 Proyecciones de unidades a producir.....</i>	<i>142</i>
<i>Tabla 52 Proyecciones de Unidades Monetarias.....</i>	<i>143</i>
<i>Tabla 53 Proyecciones de compras.....</i>	<i>146</i>
<i>Tabla 54 Proyecciones de inventario requerido.....</i>	<i>147</i>
<i>Tabla 55 Proyecciones de Materiales a utilizar.....</i>	<i>149</i>
<i>Tabla 56 Proyecciones de Mano de Obra Directa.....</i>	<i>149</i>
<i>Tabla 57 Proyecciones de costos indirectos de fabricación.....</i>	<i>150</i>
<i>Tabla 58 Proyecciones de costos de producción mensual.....</i>	<i>150</i>
<i>Tabla 59 Proyecciones de gastos de venta.....</i>	<i>151</i>
<i>Tabla 60 Proyecciones de gastos administrativos.....</i>	<i>151</i>
<i>Tabla 61 Proyecciones de otros ingresos.....</i>	<i>152</i>
<i>Tabla 62 Estado de Resultado mensual.....</i>	<i>152</i>
<i>Tabla 63 Yardas a Utilizar.....</i>	<i>153</i>
<i>Tabla 64 Nomina del Personal.....</i>	<i>153</i>
<i>Tabla 65 Punto de Equilibrio.....</i>	<i>154</i>
<i>Tabla 66 Presupuesto de MOD anual.....</i>	<i>155</i>
<i>Tabla 67 Presupuesto CIF anual.....</i>	<i>156</i>
<i>Tabla 68 Presupuesto de venta y adm anual.....</i>	<i>157</i>
<i>Tabla 69 Resumen costo de producción.....</i>	<i>158</i>
<i>Tabla 70 Proyecciones de inventario anuales.....</i>	<i>158</i>

INDICE DE GRAFICAS

Graficas 1 Edades	27
Graficas 2 ¿Estaría dispuesto a comprar nuestro producto?	28
Graficas 3 ¿Le gustaría que exista una tienda donde encuentre blusas tallas grandes?	29
Graficas 4 ¿Que talla de blusa buscaría más?.....	29
Graficas 5 ¿Con que frecuencia compra blusas?	30
Graficas 6 ¿Qué cantidad de Blusas Compra?	30
Graficas 7 ¿En qué lugar compra sus blusas?	31
Graficas 8 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?	37
Graficas 9 ¿Porque redes sociales le gustaría saber sobre nuevas colecciones?.....	45
Graficas 10 Punto de Equilibrio	95
Graficas 11 ¿Que tipo de blusa utiliza más?.....	121
Graficas 12 ¿Qué color le gusta más?	121
Graficas 13 ¿Qué tipo de blusa utiliza más?.....	122
Graficas 14 ¿Que problemas presenta al momento de comprar una blusa?	122
Graficas 15 ¿De qué manera le gustaría que el producto le fuese entregado?	123
Graficas 16¿Considera usted que existe ausencia de blusas tallas plus?	123
Graficas 17 ¿Cuándo usted compra una blusa lo que observa primer en ella es?	124
Graficas 18 ¿Nivel de ingresos?	124
Graficas 19 ¿La atención que recibe es?	125
Graficas 20 ¿Al momento de buscar una tienda la determina por?	125
Graficas 21 ¿En qué lugar le gustaría poder comprar nuestro producto?.....	126
Graficas 22 ¿Dónde le gustaría que nuestra tienda estuviera ubicada?	126
Graficas 23 ¿Conoce alguna tienda que ofrezca exclusivamente blusas tallas grandes?	127
Graficas 24 ¿Como considera los precios que ofrecemos?	127
Graficas 25 ¿Considera que deberíamos implementar planes de crédito en nuestra tienda?.....	128
Graficas 26 ¿Que promociones le gustaría encontrar en nuestra tienda?	128
Graficas 27 PE CAMPESINA Y CAMISETAS.....	154

INDICE DE ANEXO

Anexos 1 Resultados de las encuestas	121
Anexos 2 Formatos para la constitución de la microempresa.....	129
Anexos 3 Flujo de procesos con imágenes	138
Anexos 4 Ilustración de Banner	139
Anexos 5 Cedulas Mensuales.....	140
Anexos 6 Yardas a Utilizar	153
Anexos 7 Nomina del Personal	153
Anexos 8 Punto de Equilibrio	154
Anexos 9 Presupuestos anuales	155

1. Introducción

El presente proyecto busca evaluar económicamente la rentabilidad de una microempresa orientada a la producción y comercialización de blusas para mujeres talla grande, donde se pretende ofrecer al mercado una nueva opción de compra.

Las blusas en talla grande es un mercado muy olvidado por las empresas de confección, es por eso, que surge la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de blusas, el objetivo principal es poder entrar en el mercado y lograr posicionarse en la mente del consumidor.

El plan de negocio es una herramienta la cual nos permite plasmar la idea y analizar para poder generar alternativa en el momento de desarrollar la microempresa por mucho tiempo. Además de eso surge la necesidad debido a que existe una complejidad a la hora de comprar este tipo de blusas, la variante en cuanto a tela, color, calidad y diseño.

Por lo anterior, surge crear una microempresa debido a que las mayorías de las tiendas de ropa del municipio de Jinotepe se limitan a ofrecer blusas talla grande por tal no le dan al mercado un estilo innovador dedicada a la venta de este producto con diseños actuales donde puedan sentirse bellas y cómodas al usar este producto

2. Objetivos del Proyecto

“PLUS SIZE FASHION” tiene como objetivo principal poder satisfacer todas las necesidades de las mujeres tallas grandes, cultivando relaciones leales y duraderas con nuestras clientas, dejando una huella positiva en cada una de las personas que usaran nuestro producto.

Lograr un incremento en las ventas y poder expandir locales en cada departamento del país, además de eso poder generar un impacto social a las mujeres de tallas grandes y agregar valor a la economía del país,

Crear una nueva línea de ropa donde no solo dispongamos de blusas, si no de diferente tipo de prendas como pantalones, vestidos, shorts, faldas para que nuestras clientas sigan teniendo preferencias en nuestro local.

2.1 Objetivo General

Diseñar proyecto de emprendimiento para la creación de la microempresa “Plus Size Fashion” dedicada a la Producción y comercialización de blusas tallas grandes en el municipio de Jinotepe, Departamento de Carazo, durante el año 2021.

2.2 Objetivos Específicos

1. Identificar los aspectos mercadológicos que permita a la microempresa posicionarse en el mercado para estimular el crecimiento de la producción y obtener márgenes de ganancias.
2. Determinar el proceso productivo de Plus Size Fashion que conlleva a la elaboración de las blusas tallas grandes y poder diseñar los mejores estilos.
3. Establecer los aspectos legales y organizacionales de Plus Size Fashion para el buen funcionamiento y regulación de las leyes y normas jurídicas.
4. Presentar los costos y gastos de Plus Size Fashion para evaluar los precios y tener el control de los mismo.

2.3 Razón Social

“PLUS SIZE FASHION” es una microempresa productora y comercializadora de blusas tallas grande, se denomina microempresa de acuerdo a la ley N° 645 Ley de promoción, fomento y desarrollo de MYPYME, debido a que poseerá un numero de colaboradores de 1 a 4 personas. Con el objetivo de aprovechar los beneficios que otorga la ley 645, se procederá a inscribir a la microempresa en calidad de persona natural ante las instancias correspondiente, DGI, Alcaldía Municipal de Jinotepe, Registro Mercantil. (Ver anexo n°2)

2.4 Misión

Somos una microempresa dedicada a la producción y comercialización de blusas tallas grandes de calidad con un alto nivel de confección y excelencia en el servicio, logrando una plena satisfacción por nuestras mujeres plus de Jinotepe por encima de sus expectativas, contribuyendo al desarrollo económico de nuestro país.

2.5 Visión

Ser reconocidos como una microempresa líder de confección de blusas tallas grandes para mujeres en el municipio de Jinotepe departamento de Carazo, a través de una alta calidad de confección y excelencia en el servicio para lograr una posición en la mente del consumidor y siempre buscando nuevas oportunidades de mercado en el país.

2.6 Valores

- Trabajo en equipo

Al trabajar en equipo se alcanzarán mejores resultados a través de los esfuerzos en conjunto.

- Respeto

Es conocer los intereses y necesidades de los demás, aceptando las diferencias y las perspectivas de los que opinan diferente.

- Innovación

Tener la capacidad de poder hacer cambios y mejoras a nuestro producto con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad.

- Responsabilidad

Es un valor que está en la conciencia de la persona que estudia la Ética sobre la base de la moral.

- Ética-Integridad

Guiados por nuestros principios éticos y trabajando con honestidad y lealtad, dentro del más alto nivel de respeto hacia nosotros mismos, nuestros compañeros y clientes.

2.7 Políticas

POLITICAS DE PRECIO

La política de precio se define con forme a la estructura de costos de la microempresa por lo tanto se detallan cuanto se incurrió en costos de producción y al final se determina el margen de ganancia y el precio de venta para el consumidor, los precios estarán en dependencia del diseño, tela y materiales utilizados por lo tanto se considerarán precios elásticos.

POLITICAS DE VENTA

- El horario de atención a clientes es de 8:00 AM a 5:00 PM, de lunes a viernes, y los días sábado de 8:00 AM a 12:00 PM.
- Las ventas del producto serán al contado.

POLÍTICAS DE PAGO

- El pago a proveedores se realizará de contado, cada vez que se compre la materia prima.
- El pago a nuestros colaboradores se hará de manera mensual.

POLÍTICAS SALARIALES

- Los salarios serán determinados en base a la ley de salario mínimo.
- Los salarios serán pagados mensualmente.
- Los sueldos se fijarán de acuerdo al cargo que posea.
- De los salarios de los empleados se retendrá aportaciones correspondientes al INSS.

POLITICAS DE SERVICIO

Ofrecer una buena calidad de atención al cliente, aunque esta es intangible, es la que genera mayores beneficios tanto a la microempresa como a los consumidores que nos visitan, debido a que en estos tiempos y en mercados saturados de negocios similares y con una mínima diferencia de precio, la calidad de entrega del producto y servicio es lo que marca la diferencia en la empresa.

Para el servicio en delivery se entregarán en tiempo y forma en lo establecido por ambas partes.

2.8 Factores Externos

Impacto social del proyecto

PLUS SIZE FASHION es una microempresa dedicada a la producción y comercialización de blusas tallas grandes que se preocupa por satisfacer las necesidades de todas las mujeres grandes, ofreciéndoles un producto necesario para las consumidoras, además de eso le ofrecemos precios accesibles los cuales fueron determinados en base a un pilotaje realizado en el municipio de Jinotepe departamento de Carazo

Impacto ambiental y económico

Los problemas ambientales han aumentado considerablemente en los últimos años. Desde la perspectiva ambiental PLUS SIZE FASHION no pretende causar daños al medio ambiente por lo que se ha tomado la decisión de que los desechos textiles serán vendidos a proveedores que reciclan este tipo de materia prima.

2.9 Justificación del Proyecto

El presente proyecto consiste en un plan de emprendimiento para la creación de la microempresa “Plus Size Fashion” que fue diseñada con la finalidad de establecer los planes mercadológicos, producción, organizacional y financieros que son necesarios para el aprovechamiento de las oportunidades en el mercado de Jinotepe por medio de la determinación de la viabilidad y rentabilidad de la microempresa.

Ante la necesidad de brindar un servicio de confección de blusas talla grande que permita cubrir las problemáticas que existe entre este tipo de mujer y sea capaz de satisfacer las necesidades de compra a un corto tiempo y con alta costura de diseños mediante los diferentes tipos de canales de distribución permitiendo el surgimiento de la propuesta de un taller de confección. Asimismo, crear conciencia de invertir en este nuevo campo empresarial.

Para llevarla a cabo la propuesta de emprendimiento Se acude a la aplicación de técnicas de investigación. Cómo son las encuestas, observación y documentación, la utilización de métodos para la obtención de información que permitieron conocer las condiciones para “plus size fashion” por medio de la puesta en práctica de los conocimientos obtenidos hasta la fecha dentro de la carrera de Banca y finanzas Asimismo fortalecerlo y consolidarlo.

Se considera que la investigación sea una fuente de apoyo para el desarrollo de futuros estudios que permitan la creación de nuevas propuestas de Innovación y emprendedurismo en la FAREM, Carazo y en la puesta en marcha de la microempresa permitirá brindar fuentes de empleo permitiendo trabajar de manera directa e indirecta con los clientes y aportar a los ingresos económicos del municipio de Jinotepe y del país mediante el cumplimiento de los impuestos

3. Generalidades del Proyecto

3.1 Solución

Encontrar ropa de talla grande para las mujeres se ha convertido en un problema a nivel nacional y mundial, debido a que la industria del diseño y confección tiene como punto de referencia muy marcado a las mujeres delgadas, dejando de un lado las necesidades de las que no cumplen con estas características, también se puede observar que no sólo es la misma industria la que las discrimina, también la sociedad ya que las hace sentir que el hecho de ser gordas está muy mal visto y esto las induce a que gran parte de ellas se escondan siempre en ropas feas, anchas y poco llamativas. (Lancheros, 2013)

Para (Lancheros, 2019), periodista especializado en moda, a través de nuevas tendencias, las mujeres de talla grande puedan expresar todo tipo de imágenes, pasando desde la más sensual hasta ser alternativas y conceptuales. A través de las redes sociales se está empezando a construir una conversación más allá de ser talla diferente, se sabe que la obesidad es un problema, pero realmente una mujer puede sentirse linda con su cuerpo y la obesidad también implica un contexto médico clínico, explicó Lancheros.

El problema básicamente no radica con el hecho de ser diferente, este inicia al tener que conformarse con lo último de la moda, si son jóvenes a vestirse como señoras adultas, con ropa de tonos oscuros ya que se estigmatizó que las personas de talla grande no pueden vestirse de colores, también son prendas muy anchas que no las dejan mostrar su cuerpo, las hacen vestir para que pasen desapercibidas ante la sociedad.

Pero esto se ha venido confrontando poco a poco con soluciones donde ellas mismas han empezado a tener ideas, como diseñar su propia ropa, asesorarse con personas expertas en moda y a crear tiendas que cubran estas necesidades de las mujeres que son tallas grandes.

Hoy en día la mujer cumple un rol muy importante en la sociedad, demostrando que es multifacética, pues desarrolla varios roles como estudio, trabajo y labores en el hogar teniendo la capacidad para organizarse y efectuar una labor sobresaliente en todas las funciones que ejecuta. Por otro lado, las mujeres ya no se conforman con casarse y tener una familia. Hoy en día reconocen la importancia de su desarrollo académico y laboral, buscando con esto, sentirse empoderadas y valiosas, tomando sus propias decisiones, siendo cabeza de

familia, pero también de grandes empresarias. (González, 2020)

3.2 Diseño o modelo en 3d

Las blusas que diseñara plus size fashion son los siguientes, blusas campesinas de tela Lino rash y Camisetas con tela Algodón americano y por supuesto con las tres diferentes tallas que son la L, XL Y XXL.

Ilustración 1 Blusas Plus Size



Blusa Campesina “L”



Camiseta “XXL”



Blusa campesina “XL”

Elaborado por equipo investigador.

3.3 Oportunidad en el Mercado

Con el pasar de los años se ha observado la gran ausencia de blusas tallas grandes y que actualmente su presencia es más fuerte, debido a que hay poca producción de este tipo de blusas por lo general las grandes empresas que se dedican a la producción de ropa, tienen como punto de referencia a la mujer delgada, dejando de lado a todas las mujeres de tallas grandes.

Las pocas tiendas especializadas en la comercialización de ropa talla grande son un negocio de poca competencia y muchos clientes potenciales es por eso que se ha tomado la decisión de crear una tienda exclusivamente tallas grandes donde podrán obtener blusas de calidad, alta confección y precios accesibles, logrando marcar una diferencia entre la competencia y lograr el objetivo de que las mujeres se sientan a gusto y que están siendo tomadas en cuenta en el mercado actual.

Actualmente existe poca oferta entre la alta demanda de ropa para gorditas. Esta realidad hace que este sector sea una interesante oportunidad de negocio

3.4 Propuesta de Valor

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

PLUS SIZE FASHION es una microempresa dedicada a la confección de blusas tallas grandes para dama la cual se encarga de la producción y la comercialización de las mismas, por lo general las mujeres con tallas grandes tienen que optar en la búsqueda de sus vestimentas en lugares poco atractivos donde no alcanzan a cubrir todas sus necesidades y por ende se sienten excluidas ya que no les permiten tener la opción de una vestimenta de acuerdo a su edad y a su gusto.

Para que una mujer moderna pueda transmitir seguridad, debe sentir comodidad en su día a día y en muchos casos la ropa que llevan tiene una influencia directa e importante para encontrar esta cualidad. De igual forma, la moda y tendencias en lo que a ropa se refiere, son

factores que van de la mano con un buen estado de ánimo de algunas mujeres con estas características. Pero no se puede dejar de lado, la figura y tallas que en promedio de la mujer son grandes, y se encuentra a este nicho de mercado con una necesidad insatisfecha, ya que sienten que no son tomadas en cuenta con ropa y diseños actuales.

Es por esas variables, que se ha considerado desarrollar un proyecto de negocio para la implementación de una tienda donde puedan adquirir blusas que sean exclusivamente de tallas grandes en un lugar agradable, donde puedan sentirse a gusto al momento de la compra.

Este proyecto permitirá el lanzamiento de blusas extra talla en el municipio de Jinotepe, algo que será nuevo para este tipo de personas, además de eso se contará con un servicio “Plus” es decir algo extra, este servicio se refiere a ciertos ajustes a las blusas dependiendo a la necesidad del cliente. Con el fin de poder validar este proyecto se estudiará la viabilidad y rentabilidad de este, para su posterior implementación en el mercado.

3.5 Diseño del Producto

Logo

PLUS SIZE FASHION tendrá de referencia el siguiente logo, el cual se diferencia de los existente porque es un diseño original de la microempresa

Ilustración 2 Logo Plus Size Fashion



Elaborado por equipo investigador.

Slogan

El slogan del producto es ***“Entre curvas y suavidad más elegante no se puede más”***, se escogió este slogan debido a que el producto que ofrece la microempresa va hacer lucir más bellas y elegantes de lo que ya son a todas las consumidoras y esto sin importar su talla.

Marca

La marca del producto es nominativa debido a que se identifica y diferencia el producto por medio del uso de una palabra o conjunto de palabras, por lo tanto, la marca de plus size fashion será el nombre de la empresa, pero únicamente con sus iniciales “PSF”

Ilustración 3 Marca de la Microempresa



Elaborado por equipo investigador.

Etiqueta

➤ Etiqueta de cuello

La etiqueta de las blusas incluye la información básica del nombre de la empresa y la talla

Ilustración 4 Etiquetas de Cuello



Elaborado por equipo investigador.

Etiqueta de marca

- Parte frontal

En esta parte irá únicamente la marca de la microempresa

- Parte Trasera

Se podrá observar que en esta parte se detalla donde fue elaborado, el número de estilo de la blusa, la talla y el precio.

Ilustración 5 Etiqueta de Marca



Elaborado por equipo investigador.

Etiqueta de lavado

Ilustración 6 Etiquetas de Lavado



En esta etiqueta se detalla la forma de lavado, en las blusas de algodón americano para las camisetas, dependiendo del color será en secado en la sombra o a temperatura normal, no se plancha, no usa colorante, el lavado es a mano. En el caso de la tela lino rash en las blusas campesinas se tomará en cuenta lo siguiente: el planchado a temperatura baja, lavado mano, no usar colorante.

Elaborado por equipo investigador.

Empaque

La forma de entrega del producto será en bolsas de papel craft con la marca de la microempresa

Ilustración 7 Empaque de entregas



Elaborado por equipo investigador.

3.4.1 Proceso de Registro del Proyecto

Plus Size Fashion contara con el registro de una marca y una patente, pues de esta manera se identifica fácilmente los productos que se ofrecen, y se evita que otros la utilicen sin autorización.

En Nicaragua, recientemente, se aprobó la Ley número 1024 Ley de Reforma y Adiciones a Ley 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, entrando en vigencia a partir del 3 de abril del año 2020, uno de los aspectos que fueron afectos a reforma, fue precisamente, el proceso de registro que inicia con la presentación de la solicitud y concluye con la obtención del certificado de registro.

Dicha reforma también modifica los plazos, reduciéndolos en la mayoría de ellos, para así conseguir reducción en el tiempo de registro de una marca.

Por medio del presente, se ilustra de forma breve las formalidades, plazos y costos básicos del proceso de registro de marca en Nicaragua, de conformidad con la nueva ley que regula el mismo.

Presentación del formulario de solicitud, que contendrá lo siguiente:

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

Solicitar búsqueda registral

- Pagar tarifa de búsqueda

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

- Obtener constancia minuta de depósito

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

- Presentar documentos de pago

Ley que valido este trámite

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

- Comprar timbres fiscales

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

- Solicitar registro

Se deberá acudir al registro de la propiedad intelectual.

- Obtener orden de pago y aviso de publicación

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

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

El monto determinado es de \$200.00 se cancelará en pesos Centroamericanos, moneda nacional, aplicando la tasa oficial que el Banco Central de Nicaragua fijará fechas de la transacción.

INVERSION PARA LA INSCRIPCION DE MARCA

Ilustración 8 Inscripción de Marca



4. Plan de Negocios

Plus Size Fashion, es una idea emprendedora que nace de las necesidades de la mujer extra talla ya que no existe un lugar específico en nuestro municipio donde sea producido y comercializado este tipo de producto, nuestro producto va dirigido a todas aquellas mujeres jóvenes y adultas que buscan una vestimenta cómoda y de buena calidad con la cual puedan sentirse identificadas, nuestro negocio se fundamenta en diseños juveniles, que satisfagan las expectativas de la mujer dinámica actual que buscan transmitir una imagen atractiva y elegante, donde puedan sentirse bellas y empoderadas con una autoestima alto y de igual manera sentirse libres de usar la ropa que deseen.

PRODUCTO

El producto será exclusivamente ofrecido para mujeres tallas grande, donde nos identificaremos con el nombre de " Plus Size Fashion", con el propósito de transmitir a la mujer seguridad con el lema "Entre curvas y suavidad más elegante no se puede más" las blusas serán elaboradas con tela, lino rash para blusas campesinas, algodón americano para las camisetas, estas telas antes mencionada tienen las características necesarias para las blusas, así como los beneficios que se le brindará con cada una de las telas que serán elaboradas.

El producto tendrá una marca original, estructurada y diseñada por la microempresa, ofreciéndole un servicio con medida higiénica contando con un personal altamente calificado para que sean atendidas, se tomaran en cuenta las opiniones y quejas de las mujeres en cuanto al diseño, calidad y precio de la blusa.

Los diseños que se elaboran estarán como muestra en maniquís y al realizar una compra este se entregara empacado en bolsas que serán con material de papel craft donde tendrá una etiqueta original de la empresa, se tomará en cuenta la forma de entrega directa e indirecta, donde contaremos con un canal de distribución por medio de delivery a todas aquellas mujeres que deseen nuestro producto. El potencial innovador que se propone es de confeccionar blusas tallas extras desde la L a 2XL con nuestra propia marca donde encontraran distintos diseños.

CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO

- Beneficios básicos: Uso de prendas juveniles y modernas a las mujeres que les gusta sentir comodidad a la hora de usar la ropa, variedad de precios justos.
- Beneficio complementario: Prendas con costura resistente y de buena calidad, además tendremos variedades de colores.
- Presentación: Estas prenda vendrán dobladas, marca y talla visible en la parte superior y se entregadas en bolsas de papel craff
- Características Físicas: Telas (lino rash, algodón americano)
- Servicio post venta: Prestar servicio de atención al cliente donde se reciban quejas y reclamos de los consumidores.
- Desarrollos futuros del producto: diseñar una nueva línea de prendas y elaborar blusas que estén acordes a la moda.

4.1 Plan de Mercadotecnia

El proyecto de emprendimiento tiene como propósito lograr el posicionamiento de marca de “*Plus size fashion*” diseñando estrategias que permitan alcanzar los resultados previstos para la aceptación en el mercado objetivo; de acuerdo al estudio de mercado realizado y el estudio financiero que nos brinda la información de los costos de fabricación y comercialización, empaque y distribución

Tipo de camisa	Desde	Hasta
B. campesina	C\$ 270.00	C\$ 370.00
Camisetas	C\$ 200.00	C\$ 270.00

La capacidad de pago de una blusa se obtuvo mediante la implementación de la encuesta que se realizó a las mujeres de talla grande del municipio de Jinotepe, donde ellas indican el rango de precio que están dispuestas a pagar por la compra de una blusa de vestir con un rango entre los C\$ 350 Y C\$ 540. La fijación de precio de cada blusa esta discriminada por las tres tallas que plus size fashion desea lanzar al mercado.

4.1.1 Ubicación de la Empresa

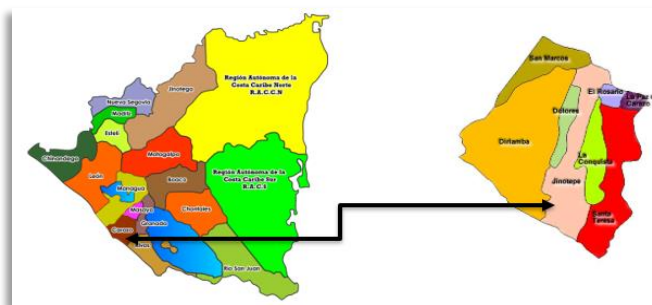
La localización que se elija del proyecto puede ser determinante en su éxito o en su fracaso, ya que esto dependerá en la aceptación o el rechazo que tenga el negocio tanto de los clientes como del personal para su traslado a su localidad y de igual manera a los costos de acopio de la materia prima que será utilizada, entre otros factores.

La selección de la localización del negocio se define en dos ámbitos muy importantes, lo que conlleva a la macro localización, donde se elige la zona, y el de la micro localización, que es donde se determina el lugar específico donde se instalara la tienda PLUS SIZE FASHION

4.1.1.1 Macro Localización

La macro localización de “Plus Size Fashion” estará ubicada en el municipio de Jinotepe Departamento de Carazo, en la zona central del pacifico. debido a que el mercado meta, a quien está dirigido y por las características de nuestra MIPYME.

Ilustración 9 Macro localización



Fuente: Internet

El municipio de Jinotepe está ubicado en la zona pacifica de Nicaragua con una extensión territorial de 280.52 km². Este municipio cuenta con 39,836 personas en la zona urbana y 14,599 personas en zona rural obteniendo un total de 54,435 habitantes en el municipio de Jinotepe.

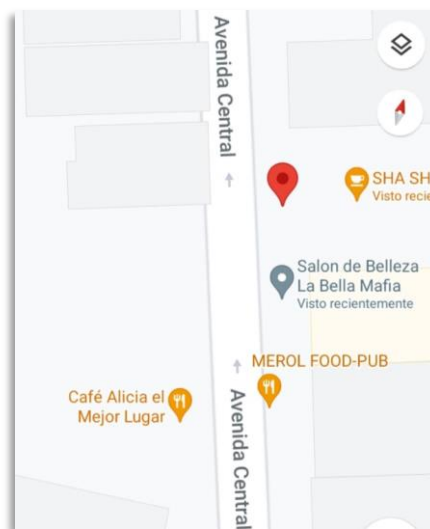
PLUS SIZE FASHION estará cerca de la zona central por lo que otorga muchas ventajas y permite influir sobre las decisiones de compra de las personas del entorno al impacto social de la misma, por tal motivo se ubica donde se encuentra el mercado meta del municipio de Jinotepe departamento de Carazo.

4.1.1.2 Micro Localización

Una vez elegida la macro localización se hace un análisis cuantitativo para llevar a cabo la selección más adecuada del establecimiento, se llegó a los resultados que debe ser la zona céntrica de la ciudad. Por ser las principales vías de acceso y permita al cliente que tenga un fácil acceso a nuestra tienda.

Ilustración 10 Micro localización

PLUS SIZE FASHION estará localizada en la ciudad de Jinotepe se encuentra ubicada a 45km de la capital de Nicaragua en dirección norte con el municipio de San Marcos y Masatepe, al sur con el Océano Pacífico, al este con el municipio del Rosario, Santa Teresa y La Conquista, al oeste con los municipios de Diriamba y Dolores, cabecera departamental de Carazo ubicada en el centro del departamento, nuestro negocio se ubica en la calle del comercio de Jinotepe más frecuentadas por las personas, por esta razón es que nuestra microempresa “plus size fashion”



Fuente: Google Maps Fashion

estará ubicada específicamente frente donde fue el antiguo teatro González.

La microempresa se encuentra en una posición que puede considerarse como estratégica dada su cercanía a las terminales de transporte y a las salidas vecinas de los municipios. Para la empresa es de gran importancia conocer bien el sector donde se va a localizar la marca, ya que se establece estrategias en cuanto a distribución, cercanía a las zonas comerciales, la facilidad de acceso a la zona por su medio de transporte.

4.1.2 Mercado/ Zona Comercial

El mercado que ‘‘Plus Size Fashion’’ se va a dirigir es especialmente a todas las mujeres del municipio de Jinotepe que sean tallas grandes, dentro del rango de 20-65 años de edad.

Nuestra microempresa se define en el segmento de mercado dentro de la industria textil, pues la especialidad es la venta de blusas de tallas grandes, por su parte se pretende el desarrollo de nuevas estrategias de negocio para incursionar en el mercado. De la misma manera este negocio persigue la venta de nuevos productos en el mercado actual, especialmente explotando la situación comercial y la escasa oferta de este tipo de productos, además de eso se tendrá en cuenta la estructura del negocio para obtener una mayor rentabilidad del esfuerzo.

Se considera que la empresa con estos nuevos productos tendrá un gran potencial para todas las personas que se les dificulta buscar blusas de sus tallas, si bien sabemos existen tiendas o sitios que ofrecen este tipo de producto pero que muy difícilmente sea al gusto y a la talla exacta de las consumidoras, Plus Size Fashion sería una de las primeras tiendas en el municipio de Jinotepe la cual ofrezca únicamente blusas para damas de tallas grandes.

El producto que se ofrece se estará comercializando por medio de una tienda física en Jinotepe, además de eso serán ofrecido por medio de las redes sociales, donde se contarán con una atención de calidad para la mejor toma de decisión de nuestras clientas.

4.1.3 Principales Clientes (demanda)

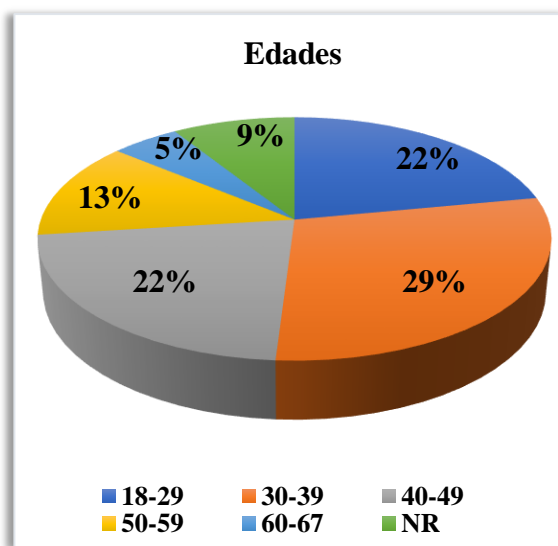
Según (Laura Estela Fisher y Jorge Espejo Callado, 2006) autores del libro "Mercadotecnia", la demanda se refiere a "las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado"

A continuación, se muestra el cálculo de la demanda del proyecto de "Plus Size Fashion" la cual su actividad económica será la fabricación y comercialización de blusas para dama de talla grande en el municipio de Jinotepe.

PLUS SIZE FASHION es un emprendimiento de confección de blusas para dama enfocado en suplir las necesidades y lograr la satisfacción de las mujeres de talla grande entre el rango de las edades de 20-64 años de edad, donde se producirá blusas de las siguientes talla L, XL, XXL, de igual manera tendremos una variedad de colores en nuestras colecciones.

Fuente: Encuestas

De la anterior grafica podemos observar que según el estudio de mercado el 29% están entre el rango de las edades de 30-39, el 22% de las edades 18-29 y 40-49 significativamente, con el 13% de las encuestadas tenemos que son de 50-59, y por último tenemos que el 5% corresponde a mujeres de las edades 60-67, además de eso el 9% de ellas no respondieron a su edad.



Graficas 1 Edades

El estudio de mercado que se realizó fue para poder analizar lo que nuestras mujeres tallas plus demandan en la actualidad con respecto a la implementación de un nuevo emprendimiento de elaboración y confección de blusas tallas grandes, por tal motivo fue de gran importancia el estudio de mercado.

Mujeres de la Zona Urbana de Carazo (2020)

Los datos a continuación fueron tomados del Anuario 2019-2020 presentado por el Instituto Nacional de Información de desarrollo -INIDE de Nicaragua como base para el cálculo de un universo representativo, es decir que nos ayude a obtener los criterios anteriormente mencionados

*Elaborado por equipo investigador
Fuente: INIDE*

CONSOLIDADO DE DATOS	
Total, mujeres en el Departamento de Carazo en la zona urbana y rural	100,690
Total, mujeres de 20-64 años que residen en la zona urbana del departamento de Carazo	40,877
Porcentaje, mujeres de 20-64 años que residen en la zona urbana del departamento de Carazo.	40.59%
Total, mujeres del municipio de Jinotepe	28,059
Porcentaje, mujeres del departamento de Carazo que viven en el municipio de Jinotepe	27.86%
Total, Mujeres de 20-64 años que residen en la zona urbana del municipio de Jinotepe	7,817

Tabla 1 Consolidado de Datos

POBLACION TOTAL

N: 384.16

DR: DEMANDA TOTAL – DISCRIMINACION

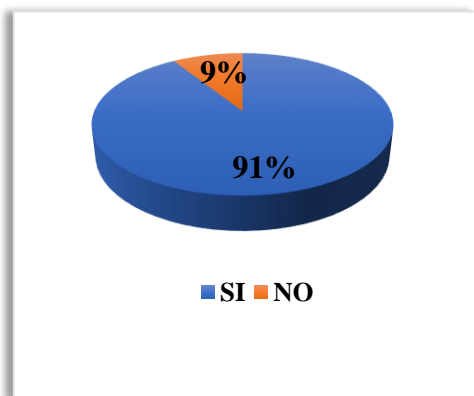
SI: 91%

DR: 7,817 – 704

NO: 9%

DR: 7,113 (Personas que aceptan el producto una vez introducido en el mercado)

Graficas 2 ¿Estaría dispuesto a comprar nuestro producto?

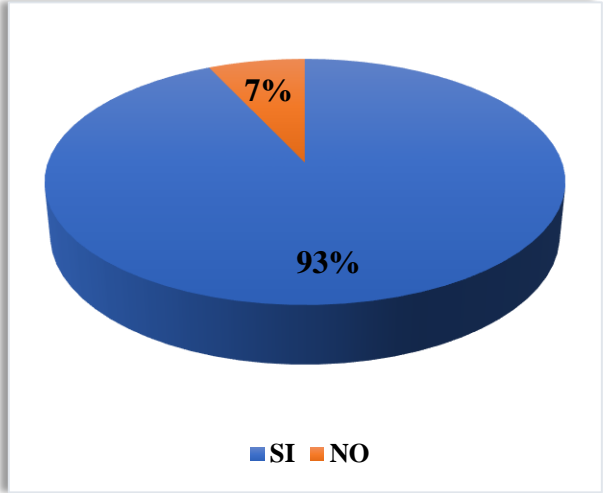


La investigación presenta que la demanda real de acuerdo a las encuestas realizadas en el segmento de mercado en el que quiere incursionar se encontró que un 91% equivalente a 7,113 personas del municipio de Jinotepe estarían dispuestos a comprar nuestro producto.

Fuente: Encuesta

Cabe destacar que este emprendimiento es de gran aceptación por parte de las mujeres de la ciudad de Jinotepe, los beneficios que brindamos son para que estas mujeres se sientan hermosas con cualquier prenda que usen sin importar su talla.

Fuente: Encuestas

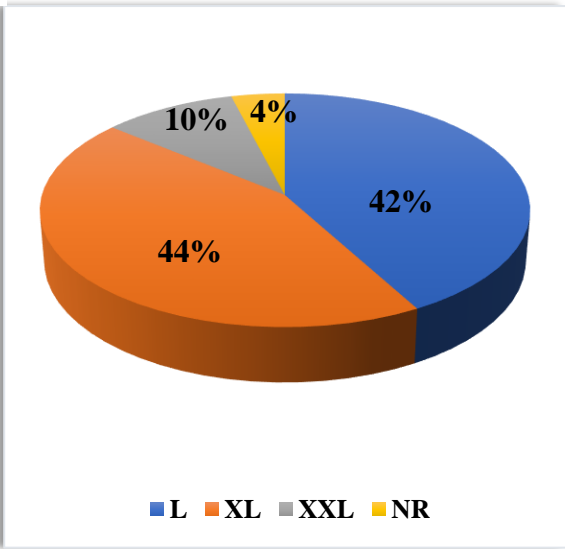


Graficas 3 ¿Le gustaría que exista una tienda donde encuentre blusas tallas grandes?

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio del estudio de mercado satisfactoriamente el 93% de las mujeres encuestadas le gustaría la implementación de una tienda plus size en el municipio de Jinotepe.

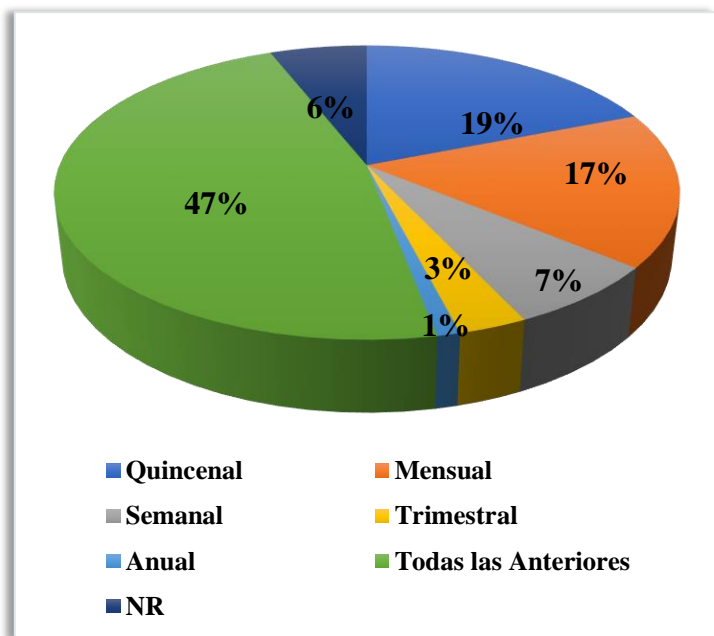
Fuente: Encuesta

Los resultados obtenidos nos demuestran que la talla más demandada por las mujeres de tallas grandes en el municipio de Jinotepe son las L con el 44% mientras que las XL con un porcentaje de 42%



Graficas 4 ¿Que talla de blusa buscaría más?

Fuente: Encuesta

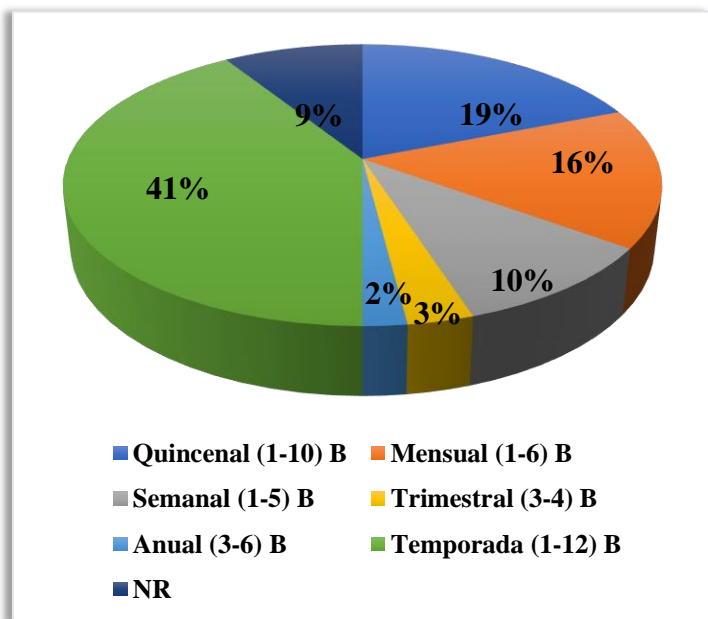


Graficas 5 ¿Con que frecuencia compra blusas?

Lo que se busca con esto es que las mujeres que tengan el deseo de compra de nuestro producto se sientan a gusto y puedan ser ellas mismas, según las tendencias el género femenino siempre ha tenido mayor grado de compra, en la encuesta realizada en el municipio de Jinotepe las mujeres manifestaron con un 47% que la mayor frecuencia con la que compran sus blusas es por

temporada, es decir que solo por ocasiones o eventos importantes.

Fuente: Encuestas



Graficas 6 ¿Qué cantidad de Blusas Compra?

Según los resultados obtenidos por medio de las encuestas la cantidad de blusas que compran las mujeres son del 41% por temporada y compran de 1 a 12 blusas, Quincenal con un 19% la cantidad de blusas son de 1 a 10, semanalmente compran de 1-5 blusas y estas corresponden al 10% de las encuestadas y el 9% de ellas no dio respuesta

alguna.

4.1.4 Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha se da cuando el mercado demanda más de lo que se produce, se da un caso de demanda insatisfecha, por lo que se debería aumentar la producción o bajar la demanda. Si, por el contrario, la producción cubre la demanda, estamos frente a un caso de demanda satisfecha.

Para realizar el cálculo de la demanda insatisfecha primero se determinó las proyecciones de la demanda total la cual se realizaron tomando en cuenta la totalidad de mujeres que viven en la zona urbana entre las edades de 20 a 64 años en el municipio de Jinotepe, tomando este dato del Instituto nicaragüense de INIDE 2019.

DI: DR - % COMPETENCIA

DI: 7,113 – 92%

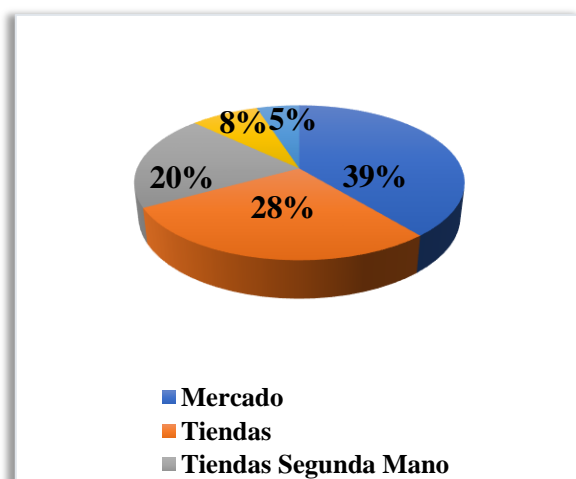
DI: 6,543.96 Personas que abarca la competencia

DI: 7,113 – 6,543.96

DI: 569.04 Personas que componen la demanda insatisfecha.

Por lo tanto, al haber realizado el cálculo de la demanda insatisfecha se concluye que la demanda real está formada por 7,113 personas, los que representan nuestros clientes potenciales.

Fuente: Encuesta



Cabe destacar que el 92% de las personas encuestadas compran sus blusas en diferentes tipos de locales y una de nuestras principales competencias con un 39% son los mercados el 28% con las tiendas nuevas el 20% las tiendas de segunda mano y con un 5% con las tiendas en línea.

Graficas 7 ¿En qué lugar compra sus blusas?

Realizando una visita a las principales calles del municipio de Jinotepe, se realizó un sondeo de las tiendas y marcas de blusas para dama que actualmente se comercializan, se encuentran efectivamente la oferta de blusas hoy en día está dirigida a un tipo de mujer delgada, por lo anterior la población de personas de talla grande se ven excluidas por las empresas que comercializan blusas para dama.

Como un punto importante, queremos indicar que la marca manejará la línea de blusas con materias primas de telas que se ajusten mejor a la apariencia y uso de las mujeres talla grande.

4.1.5 Participación del Mercado

(Andrade, 2006) Autores del libro ‘‘Diccionario de Economía’’. Define la oferta como "el conjunto de propuestas de precios que se hacen en el mercado para la venta de bienes o servicios". Complementando esta definición, Andrade agrega que, en el lenguaje de comercio, "se emplea la expresión estar en oferta para indicar que por un cierto tiempo una serie de productos tiene un precio más bajo del normal, para así estimular su demanda"

‘‘Plus Size Fashion’’, ve como aspecto favorable que actualmente la oferta de blusas para dama de talla grande es muy baja, encontrando como competencia directa los mercados, tiendas nuevas, y tiendas de segunda mano en el municipio de Jinotepe donde la mayoría de mujeres de talla grandes prefieren comprar sus blusas en las de segunda mano pues afirman que le es más fácil conseguir de su talla además de eso que le es más económico.

La oferta potencial directamente es basada a la demanda real menos la oferta potencial la cual representa este nicho de mercado.

OFERTA DIRECTA

Universo: 7,817

Oferta Directa: 92%

Oferta Directa: $7,817 * 92\% = 7,191.64$

Actualmente en el mercado las competencias son con un 39% son los mercados el 28% con las tiendas nuevas el 20% las tiendas de segunda mano y con un 5% con las tiendas en línea.

De acuerdo al análisis de la oferta de las blusas hay un 92 % de personas que compran sus blusas en diferentes tipos de lugares que existen en el mercado pero que son competencias indirectas relacionadas al producto que se pretende comercializar.

Plus Size Fashion atenderá todas las sugerencias de las mujeres que frecuenten la tienda, y se realizará constantemente publicaciones de nuevos diseños para que siempre estemos vigentes y generar recordación de la marca a nuestros clientes.

Las blusas al momento de la venta estarán exhibidas en maniquíes y en percheros, nuestro producto tiene como fortaleza y oportunidad, el hecho de que en la oferta de blusas para dama se tenga en cuenta a la mujer de talla grande tenemos mucho potencial de venta por este aspecto, vamos a cumplir con las necesidades de este mercado objetivo y a largo plazo la marca tendrá posibilidad de expandir sus ventas, Como finalidad y propósito, la idea de negocio pretende que la compra de ropa para mujeres de talla grande, deje de ser un problema y se convierta en un gusto por verse y sentirse bien.

4.1.6 Población y Muestra

Hecho este análisis se determina que el universo poblacional que abarca la investigación es finito, corresponde a 7,817 pero este es muy grande para ser estudiado en su totalidad; por ello fue necesario llevar a cabo el estudio.

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n: \frac{Z^2 pq}{d^2}$$

Fuente: Elaborado por equipo investigador

En donde,	Datos
Z = Nivel de confianza	Z: 95%: 1.96
P = Probabilidad de éxito, o proporción esperada	P: 50%:0.50
Q = Probabilidad de fracaso	Q: 50%: 0.50
D = Precisión	D: 5%: 0.05

Tabla 2 Muestra

$$\frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50)}{(0.05)^2}$$

N= 384.16

Nuestra muestra total es de 384.16 pero para el efecto del trabajo se tomara una muestra 100, para ser aplicadas en nuestra investigación de mercado

4.1.7 Mercado Competidor

PLUS SIZE FASHION tiene competidores directos debido a que existen diferentes lugares que ofrecen este producto, pero cabe destacar que en el mercado la oferta de blusa tallas grandes es muy variada, por ende, la microempresa PLUS SIZE FASHION tiene como competencia directa los mercados, tiendas nuevas, de segunda mano y tiendas en línea, por tal razón se debe de estar preparado para responder a la competencia.

Fuente: Elaborado por equipo investigador

TIENDAS	DESCRIPCION
 	<p>Esta tienda es de variedad de ropa que ofrecen mercaderías nuevas que se mueven en el sector textil con modas existente en la actualidad.</p> <p>PRECIO: C\$ 390 - 450</p>
 	<p>Los mercados específicamente en la ropa americana son las más frecuentadas por las consumidoras.</p> <p>PRECIO: C\$ 1.00 a mas</p> <p>En los mercados de igual manera se encuentran tramos que ofertan ropa nueva con una variedad de talla.</p> <p>PRECIO: C\$ 170 – a mas</p>



Tabla 3 Mercado Competidor

4.1.8 Mercado Distribuidor

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

➤ **Canal Directo**

PLUS SIZE FASHION, tendrá un local de atención al cliente en donde el consumidor pueda comprar el producto.

Fuente: Imagen de Internet

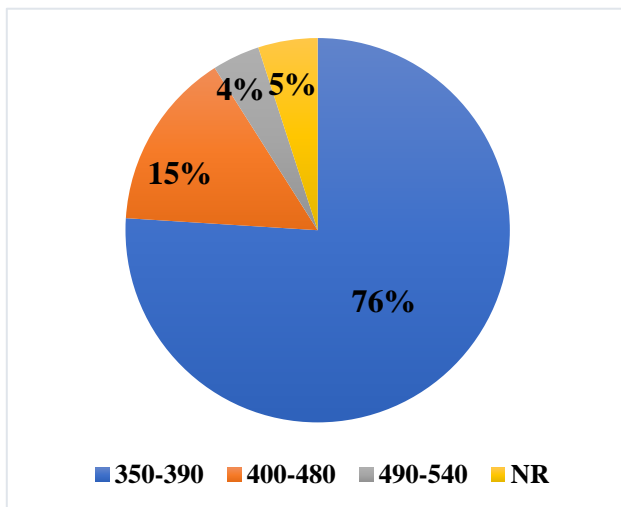


Ilustración 11 Canal Directo

4.1.7 Precio de Venta

Para (Kotler) y (Armstrong), autores del libro "Fundamentos de Marketing", el precio es "(en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio"

Fuente: Encuesta



Graficas 8 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

tienen los clientes a la calidad del negocio

Con base en los precios de la competencia se ha definido que el precio de venta de las blusas varía dependiendo del estilo y la talla.

Se logró identificar por medio del estudio de mercado que el rango de precios que prefirieron las mujeres encuestadas son lógicamente los más accesibles donde se obtuvo un 76% en el rango de 350-390.

En lo referente a los precios se maneja una diversidad de estos relacionados sobre todo a la calidad de los insumos utilizados en la elaboración y confección de blusas tallas plus y a la percepción que

PRECIO DE VENTA BLUSA CAMPESINA

Elaborado por equipo investigador

COSTO UNITARIO

Descripcion del Producto	Unidades a Producir	CU	C\$	PV	
Lino Rasch[Campesina] L	84	142.89	127.11	270.00	89%
Lino Rasch[Campesina] XL	69	163.55	136.45	300.00	83%
Lino Rasch[Campesina] XXL	53	204.04	165.96	370.00	81%
Total	206	510.48		940.00	

PRECIO DE VENTA CAMISETAS

COSTO UNITARIO

Descripcion del Producto	Unidades a Producir	CU	C\$	PV	
Algodón Americano[Camiseta] L	91	103.11	96.89	200.00	94%
Algodón Americano[Camiseta] XL	75	122.09	117.91	240.00	97%
Algodón Americano[Camiseta] XXL	58	144.22	125.78	270.00	87%
Total	224	369.43		710.00	

Tabla 4 Precio de venta

4.1.8 Estimado de Ventas

En la operación de una empresa o negocio, la principal fuente de ingresos son las ventas las cuales generan utilidades, y permiten a la empresa no solamente subsistir, sino producir riqueza y con ello dar empleos y prestar un servicio a la comunidad. A continuación, se presentan las ventas proyectadas para los primeros años de operación de la tienda.



VENTAS PROYECTADAS

PLUS SIZE FASHION

UNIDADES FISICAS

*Elaborado por
equipo investigador*

Descripción	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	TOTAL
L				
		5%	5%	
Lino Rasch[Campesina]	1,029	1,080.45	1,134	3,244
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	1,123	1,179	1,238	3,540
XL				
Lino Rasch[Campesina]	796	836	878	2,509
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	891	936	982	2,809
XXL				
Lino Rasch[Campesina]	663	696	731	2,090
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	698	733	770	2,200
TOTAL	5,200	5,460.00	5,733	16,393
6,416.00	81%	85%	89%	

Tabla 5 Proyecciones de venta unidades físicas

Como se puede observar las ventas del primer año no son lineales, por lo tanto, en algunos meses como marzo, mayo, noviembre y diciembre habrá incrementos. En cuanto a las ventas se pretende producir y comercializar la capacidad planificada, pero en este caso se producirá únicamente para el primer año el 81% de la producción real de la microempresa.



VENTAS PROYECTADAS PLUS SIZE FASHION UNIDADES MONETARIAS

Descripción	P. VTA	AÑO 2022	P. VTA	AÑO 2023	P. VTA	AÑO 2024	TOTAL
L			4%		4%		
Lino Rasch[Campešina]	270	277,830	281	303,390	292	331,302	912,523
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	200	224,600	208	245,263	216	267,827	737,691
XL							
Lino Rasch[Campešina]	300	238,800	312	260,770	324	284,760	784,330
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	240	213,840	250	233,513	260	254,997	702,350
XXL							
Lino Rasch[Campešina]	370	245,310	385	267,879	400	292,523	805,712
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	270	188,460	281	205,798	292	224,732	618,990
TOTAL		1,388,840.00		1,516,613.28		1,656,141.70	4,561,594.98

Tabla 6 Proyecciones de ventas en unidades monetaria

Elaborado por equipo investigador

4.1.9 Estrategias competitiva de mercado y presupuesto

Philip Kotler y Gary Armstrong, (2006), autores del libro Fundamentos de Marketing, la estrategia de mercadotecnia es "la lógica de mercadotecnia con el que la unidad de negocios espera alcanzar sus objetivos de mercadotecnia, y consiste en estrategias específicas para mercados meta, posicionamiento, la mezcla de mercadotecnia y los niveles de gastos en mercadotecnia"

ESTRATEGIA DE PRODUCTO

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

PLUS SIZE FASHION es una microempresa que se dedica a ofertar un producto que satisfagan las necesidades y expectativas de sus clientes, ofreciendo a los consumidores un producto de calidad, las mejores materias primas que se necesitan para la elaboración del producto, además, de la verificación constante en la producción.

La microempresa debe maximizar sus esfuerzos de marketing y buscar de manera constante, alternativas más provechosas en cuanto a materias primas que permitan mejorar cada vez más los bienes, tomando en cuenta la creatividad de sus colaboradores, en la cual radica la eficiencia de la empresa para sostener su rentabilidad en el mercado.

Estrategia de Producto	Justificación	Objetivos	Actividades
Penetración de mercado	Introducir los productos a ofrecer en el segmento de mercado	El objetivo de esta estrategia es poder suministrar información sobre nuestra tienda "Plus Size Fashion" a la demanda potencial de nuestro negocio	Elaboración de blusas tallas grandes con materia prima de calidad, el producto será entregado en bolsas de papel craft
Diferenciación de una nueva marca en el mercado	Esto nos permitirá diferenciar los productos de la empresa y dar prestigio a la misma	El principal objetivo es brindar información a la población de las principales características que tienen nuestras blusas y de igual forma poder posicionar en la mente de nuestros consumidores con nuestra marca	Diseño de una etiqueta que contenga la marca y redes sociales para una mejor interacción entre el cliente y la microempresa.

Tabla 7 Estrategia del Producto

ESTARTEGIA DEL PRECIO

Las blusas que ofrecen al ser un producto únicamente para mujeres de tallas grandes, que ingresa a una industria textil, tiene una demanda alta, pretende entrar al mercado con la estrategia de penetración, que consiste en fijar un precio inicial de tal manera que se pueda ingresar rápidamente en el mercado y de una manera eficaz, es decir, que pueda atraer rápidamente a los consumidores.

Por tanto, PLUS SIZE FASHION lanzará el producto a un precio de C\$270, C\$ 300, C\$ 370, C\$200, C\$240, C\$270 córdobas, con el fin de que este sea acogido y conocido por los consumidores, cabe destacar que, este precio es compensado con un producto de calidad, de esta manera el consumidor final, encontrará satisfacción en el producto con la marca y el precio, logrando de esta forma un posicionamiento de marca en la mente del consumidor.

Por ende, la estrategia de precio a implementar son los siguientes:

- ✓ Precio accesible
- ✓ Calidad del producto
- ✓ Satisfacción de las necesidades del consumidor

Según (kotler, camara, & cruz, 2004) la estrategia de precios de penetración consiste en fijar un precio inicial bajo para conseguir una penetración de mercado rápida y eficaz, es decir, para atraer rápidamente a un gran número de consumidores y conseguir una gran cuota de mercado. El elevado volumen de ventas reduce los costes de producción, lo que permite a la empresa bajar aún más sus precios. (P. 392)

Por tanto, los objetivos de esta estrategia son:

- ✓ Penetrar de inmediato en el mercado masivo, generar un volumen sustancial de ventas.

Estrategia del precio	Justificación	Objetivos	Actividades
Penetración de precios	Establecimiento del precio con base a los costos de la materia prima, mano de obra, materiales de empaque, entre otro	Determinar los precios al alcance de los clientes potencial esto en base a las encuestas	
Diferenciación por precio	Fijación de precios basados en los costos de producción y márgenes de ganancias con el objetivo de lograr una participación en el mercado potencial	Proveer a la clientela un precio que sea diferente de los existentes en el mercado	Ofrecer mayores beneficios que justifiquen el precio igual a los de la competencia.
Fijación de precio discriminativos	Se hace para tomar en cuenta las diferencia en los consumidores, productos y ubicaciones, estas pueden ser con base en el cliente, la forma del producto, el lugar, el tiempo por tal motivo para la fijación de precios se segmento por edades para tener un precio estable no importa el tipo de blusas.	Es brindar seguridad al cliente de la calidad del producto en cuanto al precio	Establecer los precios por segmento.

Tabla 8 Estrategia de precio

- ✓ Lograr una gran participación en el mercado.
- ✓ Atraer nuevos clientes que son sensibles al precio.

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

ESTRATEGIA DE PLAZA

Cabe destacar que, la ventaja de esta distribución es la de maximizar la disponibilidad del producto y proporcionar gran participación en la compra del producto debido a la elevada exposición de la marca.

Elaborado por equipo investigador

Estrategia de plaza	Justificación	Objetivos	Actividades
Plaza	La estrategia de distribución será de manera directa donde estará ubicada la tienda en frente el antiguo cine González e indirecta donde se contará con servicio delivery envíos a otro municipios y departamento por medio de cargotrans. Con un costo adicional el cual dependerá donde sea enviado.	<p>Poder aumentar la cartera de clientes de plus size fashion.</p> <p>Llegar a los consumidores de los municipios y departamentos en un determinado periodo de tiempo</p>	Incrementar la visibilidad con respecto al producto, llegando a tener un mayor número de clientes potenciales.

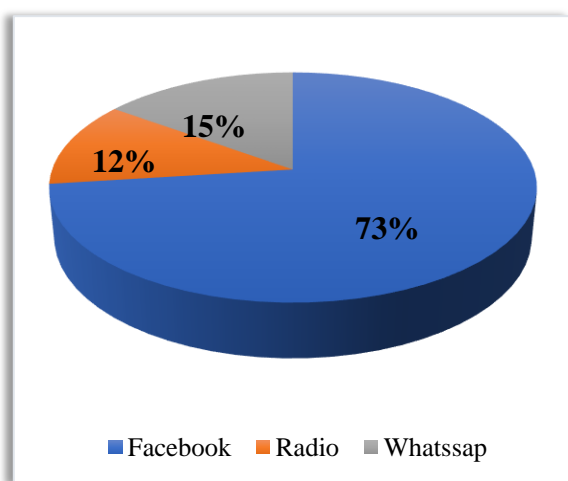
Tabla 9 Estrategia de Plaza

ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD/ PROMOCION

PLUS SIZE FASHION realizará promociones en los meses y días especiales como (Aniversarios de la microempresa, día del amor y la amistad, Día de la madre, Día de la mujer, Navidad,) además de eso cuando el inventario no se haya podido movilizar en su totalidad se considerará esta forma estratégicamente para llamar la atención de los clientes.

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

Fuente: Encuestas



Graficas 9 ¿Porque redes sociales le gustaría saber sobre nuevas colecciones?

PLUS SIZE FASHION debe de comunicar y dar a reconocer la existencia del producto a los consumidores, así como persuadir, motivar e inducir su compra o adquisición.

Por consiguiente, se pretende captar de manera adecuada la atención de los clientes tanto reales como potenciales, diseñando publicidad que permita dar a conocer las blusas de tallas grandes informándoles a los consumidores sobre nuestro producto.

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

Estrategia de publicidad	Justificación	Objetivos	Actividades
Publicidad	<p>Como estrategia de publicidad "plus size fashion" brindará información a todas aquellas personas interesadas en el producto que se va a ofrecer.</p> <p>Diseño de un banner, donde se muestre el producto, marca, slogan y pagina web. Esta publicidad estará ubicada en la tienda.</p>	Diseño de una página web en Facebook con el fin de facilitar un contacto directo entre el cliente y la microempresa.	Dar a conocer las nuevas colecciones
Radio	Al inicio de las operaciones se contará con publicidad por medio de la radio okey de Jinotepe, y esto dará continuidad cada tres meses	El objetivo principal es que todas las personas de este municipio y personas de otros departamentos conozcan de este nuevo emprendimiento.	Darnos a conocer con la población en general

Tabla 10 Estrategia de Publicidad

➤ Publicidad en Línea

Fuente: Facebook



PLUS SIZE FASHION tendrá publicidad en línea ya que por medio de ella se podrá revisar pedidos y mantenerse en contacto con los clientes, cabe destacar que el 73 % de las personas encuestadas prefieren recibir información sobre el producto a través de las redes sociales; y de esta manera se mostrará el producto que se está ofertando y todo lo que respecta a él (producto) la página a utilizar será Facebook medio por el cual la sociedad frecuente.

Ilustración 12 Publicidad en Línea

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

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

Spot publicitario

“Siéntete especial en Plus Size Fashion, una tienda exclusiva para damas de talla grande, ven y descubre tu belleza con los mejores estilos y colores, estamos ubicados frente al antiguo cine González Jinotepe-Carazo, nos encuentras en Facebook como plus size fashion o contáctanos en los teléfonos 88205499 – 81787107

Atendemos de lunes a sábados de 8:00 a 5:00 de la tarde

Plus Size Fashion, entre curvas y suavidad más elegante no se puede más, Visítanos

ESTRATEGIA PLUS

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

Se seleccionó la estrategia plus para persuadir a las consumidoras y llamar su atención, este consta de ofrecer un servicio de ajustado a las blusas si la clienta lo desea o si en algún caso es necesario, este servicio no tiene ningún costo adicional por lo que significa que es totalmente gratis, otro motivo por el cual se propone esta estrategia, es para poder satisfacer todas las necesidades de las consumidoras.

4.1.10 Análisis FODA

Elaborado por equipo investigador

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<p>F1. Producto para mujeres de tallas grandes</p> <p>F2. Atención de calidad.</p> <p>F3. Fácil adquisición de materia prima</p> <p>F4. Equipo de oficina y maquinaria para la producción, actualizados</p> <p>F5. Alta perspectiva de calidad del producto</p>	<p>D1. Precios iguales o más elevados a la competencia</p>
OPORTUNIDADES		
<p>O1. Demanda del producto de blusas talla grande</p> <p>O2. Crear nuevas rutas para la distribución de las blusas.</p> <p>O3. Se cuenta con un personal de calidad para la producción de las blusas.</p>	<p>ESTRATEGIA FO</p> <p>PLUS SIZE FASHION cuenta con un producto de los cuales las consumidoras demandan un producto de calidad por esta razón se contará con un personal capacitado para la realización del producto final para satisfacer un mercado nuevo.</p>	<p>ESTRATEGIA DO</p> <p>Si el producto no satisface al cliente PLUS SIZE FASHION seguirá conquistando nuevos mercados para poder satisfacer al cliente que realmente demande el producto. El precio que mantiene la competencia no será impedimento y que pueda tener demanda el producto.</p>
AMENAZAS		
<p>A1. Presencia de productos similares</p> <p>A2. Competencia directa muy posicionada</p>	<p>ESTRATEGIA FA</p> <p>La alta perspectiva de la calidad del producto hará la diferencia con la competencia además de eso se brindará una excelente atención, la competencia directa posicionada no será un problema</p>	<p>ESTRATEGIA DA</p> <p>Aunque no satisfaga en un 100% el producto y la competencia esté bien posicionada el producto de tallas grandes llamara la atención de otros posibles clientes además de eso se cuenta con una estrategia plus</p>

Tabla 11 Análisis FODA

4.1.11 Garantía de Suministro

La garantía del producto que PLUS SIZE FASHION pretende comercializar a los posibles clientes es la siguiente:

- El producto será entregado en una bolsa de Papel craft.
- Garantizar a los consumidores que el producto se entrega en perfectas condiciones.
- Después de quince días de la compra, si el producto se ha dañado de manera inesperada por la naturaleza del cuerpo de las consumidoras, tendrán la posibilidad de devolver el producto y cambiarlo por otra con el mismo costo que la anterior (Nota: Los productos dañados tendrán la posibilidad de repararlos y si en algún caso no tiene solución se venderán como desechos textiles a los proveedores que necesiten esta materia prima, aunque no se venda al mismo precio, se pretende recuperar los costos de producción y así no obtener pérdidas. Si las unidades defectuosas se venden en forma irregular, por tanto, se consideran los ingresos provenientes de la venta como otros ingresos).

4.2 Plan Técnico

En el plan técnico se establece los procesos de producción de la microempresa plus size fashion, sus proveedores, conocer la vida útil de su capital fijo y de igual manera su capacidad planificada y a futuro.

La determinación y análisis de este punto resulta importante para la posterior realización y evaluación del proyecto porque permitirá en primera instancia llevar a cabo una aproximación de costos involucrados en las inversiones necesarias para la realización y puesta en marcha del proyecto.

4.2.1 Proceso de Producción/Servicio

A continuación, se describirá el proceso de confección de blusas donde se detallan los pasos del proceso de producción (ver flujograma más adelante)

Se detallan los pasos del proceso de producción

I. RECEPCION DE MATERIA PRIMA

La recepción de la materia prima es un punto indispensable en el proceso de elaboración de un determinado producto, en esta etapa el administrador llevara un registro de la cantidad de materia prima requerida para la elaboración de las blusas.

Para producir este producto la microempresa necesita la siguiente materia prima: La Tela, algodón americano para las camisetas y lino rash para las campesinas.

II. ENTREGA DE LA MATERIA

En este punto el proveedor es el encargado de entregar la materia prima a la microempresa y quien lo recibe es el administrador de la empresa el cual debe verificar que el pedido llegue completo y en buen estado

III. SELECCIÓN DE LA MATERIA PRIMA

La selección de la materia prima: en esta función se Escoge la materia prima directa e indirecta a utilizar Cómo es la tela, hilo, elástico, entre otros

- Determinación de la cantidad de la materia prima
- El tipo de materia prima

IV. REALIZACIÓN DEL MOLDE

Dependerá del tipo de blusa que confeccionará la costurera, en este caso serán blusas campesinas y camisetas

- Marcar los puntos de medida en el papel
- Dibujar el tipo de corte en el papel
- Marcar en la tela de acuerdo al molde
- Realizar el corte de tela de acuerdo a los moldes dejando espacio de costura.

V. COLOCACIÓN DE LOS MATERIALES:

Se procede a realizar los siguientes procesos

- Determinar el tipo de hilo por color de tela.
- Enrollamiento del hilo en la bobina.
- Colocación del hilo en la máquina

VI. UNIFICACIÓN DE LA TELA

Consiste en ir uniendo la tela para dar forma a la blusa

- Unir los costados
- Unir mangas
- Colocar cuellos
- Realización del ruedo de la blusa tanto para la parte de abajo como para el ruedo de mangas
- Realizar arreglo de decoración

VII. TRASLADO DEL PRODUCTO:

El vendedor deberá ser el principal responsable de trasladar el producto, quien a su vez deberá colocarlos en la muestra en percha o maniqués para evitar la mala presentación del producto.

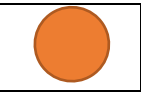

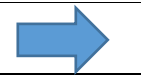







Proceso: Confección de la blusa	Operación					
	Inspección					
	Transporte					
	Retraso o demora					
	Almacenamiento					
Actividad						
Descripción	Tiempo					
Inicio		•				
Selección de la materia prima	1 min		•		•	
Elaboración de moldes	11 min	•				
Colocación de los materiales	2 min		•		•	
Unificación de la tela	30 min		•		•	
Traslado del producto	1 min			•		
Fin		•				
Total	45 minutos					

Tabla 12 Flujograma de proceso

(Ver anexo n°3 flujograma en imágenes)

El flujograma indica que para elaborar una blusa se requiere 45 minutos, por tanto, en el día se elaborarán 16 blusas, a la semana 108 y mensual 430 laborando de lunes a viernes en horarios de 08.00 am a 5:00 pm y sábados de 08:00 am a 12:00 pm.

Es importante destacar que en el proceso de producción participan dos costureras y cada uno de ellos fabricará de manera individual, por lo tanto, la producción total de la microempresa será de: 8 blusas diarias, 52 semanales y 215 mensual.

Ante cualquier ausencia de emergencia de alguna de las costureras por causas de salud u otra enfermedad, la microempresa dará solución de permitir la colaboración de alguno de los miembros de la tienda ya que disponen de pleno conocimiento en cuanto a la elaboración de blusas y poder seguir con la productividad y eficiencia del producto.

4.2.2 Proveedores y Condiciones de compra de los equipos

Para la adquisición de los materiales, equipos, materia etc. Acudimos a los siguientes proveedores, quienes nos facilitaron lo necesario para proceder al funcionamiento de la misma. A continuación, la descripción de los proveedores.

PROVEEDORES	DIRECCION DEL PROVEEDOR	CONDICIONES DE COMPRA DE LOS EQUIPOS	ESTADO DE LOS EQUIPOS, MATERIA, HERRAMIENTAS, PAPELERIA	EQUIPOS
 El gallo mas gallo	Donde fue la esquina del BDF, 1 C AL ESTE	CONTADO	Nuevos y de paquetes	Computadora, maquina de cocer.
 Tienda Fabiola	Bancentro 1 1/2C al Este. Jinotepe, Nicaragua (2) 532-2039	CONTADO	Nuevos y de paquetes	Telas, Herramientas, materiales, insumos.
 Librería santiago	De la parroquia santiago 1 C Y 1/2 al norte	CONTADO	Nuevos y de paquetes	Papeleeria
 Carpintero personalizado	Rprt Belen 1 frente la cancha deportiva	CONTADO	Nuevos y de paquetes	Muebles.
 Vidrialum	Del Calvario (jinotepe) 80 mtr al sur	CONTADO	Nuevos y de paquetes	Espejo
 Soldador personalizado	Nandaime.	CONTADO	Nuevos y de paquetes	Percheros.
 Serigrafía san jose	Costado sur de los semaf. De la unan jinotepe (2) 532-0790	CONTADO	Nuevos y de paquetes	Etiquetas
 Mercado oriental	Managua, Nicaragua	CONTADO	Nuevos y de paquetes	Maniquis, materiales, de limpieza









Elaborado por equipo investigador

Tabla 13 Proveedores y condición de compra de los equipos

4.2.3 Capital fijo y vida útil del capital fijo

A continuación, se presenta el capital fijo que “*plus size fashion*” espera usar a largo plazo y la vida útil del mismo. Permitiendo conocer la cantidad de mobiliario, equipo de oficina, maquinaria y herramientas que estarán distribuidos de acuerdo a las tres áreas que componen la microempresa.

Elaborado por equipo investigador

CAPITAL FIJO							
Descripción del activo	Cantidad	Costo de adquisición	Total	Imagen de Referencia	Proveedor	Funcion	Años de vida útil
		C\$ 4,000.00	C\$ 8,000.00				
Maquina de Coser	2	4,000.00	8,000.00		Gallo mas Gallo	Confeccionar las blusas	5
		C\$ 25,200.00	C\$ 32,400.00				
Archivador	1	2,000.00	2,000.00		Mercado Oriental	Guardar documentacion importante	5
Mesa Madera con gabeta	1	2,500.00	2,500.00		Carpintero	Ser apoyo de los equipos de oficina	5
Silla de Espera	2	900.00	1,800.00		Carpintero	Permite que la gente este mas agusto mientras es atendida	5
Silla Guiratoria	1	1,200.00	1,200.00		Mercado Oriental	Mas comodidad a la hora de trabajar	5
Espejo grande	1	4,000.00	4,000.00		Vidrieria	Este formara parte en el vestidor	5
Maniqui de medio cuerpo	2	1,200.00	2,400.00		Mercado Oriental	Permitira mostrar la blusa mas relevante	5
Mostrador	1	4,500.00	4,500.00		Carpintero	Lugar de atencion al cliente	5







Perchero	3	1,200.00	3,600.00		Herrero	Mantener una variedad de blusas en el área de venta	5
Mesa Larga de corte	1	1,500.00	1,500.00		Carpintero	Soporte al momento de corte de las telas	5
Estante madera	1	3,500.00	3,500.00		Carpintero	Mantener variedad de telas en cuanto a cantidades ej: royos	5
Mesa de trabajo	2	1,500.00	3,000.00		Gallo mas Gallo	Permitira mantener la maquina durante la elaboracion de las blusas	5
Silla de Trabajo Madera	2	1,200.00	2,400.00		Carpintero	Permitira la comodidad de las costureras	5
		C\$ 10,500.00	C\$ 10,500.00				
Computadora	1	10,500.00	10,500.00		Gallo mas Gallo	Llevar un mejor control de las actividades del negocio	2
Total		C\$ 39,700.00	C\$ 50,900.00				

Tabla 14 Capital Fijo

4.2.4 Mantenimiento y reparaciones para los equipos

El mantenimiento debe ser necesario ya que todo equipo sufre por una gran diversidad de causas ya sea por deterioro o desgaste, presión, movimiento o velocidad de operación, temperaturas o vibraciones.

Es por eso que la tienda contará para el área de producción con un mantenimiento correctivo, la maquina recibirá un mantenimiento con periodo de cada 3 meses con el objetivo de que pueda garantizar que la función que desempeña dentro del proceso productivo se cumpla y se pueda proteger, conservar la inversión y la seguridad del servicio, y también cualquier suceso que pase como suspensión de energía eléctrica se vio necesario disponer de mesas de pedal que permitirán seguir con el proceso productivo del negocio.

Mantenimiento preventivo para la computadora cada 6 meses para evitar un mal funcionamiento. Se debe aceptar que el mantenimiento adecuado de los equipos es costoso, pero que más costoso aun es dejar de mantenerlos ya que sin mantenimientos no es posible

producir.

4.2.5 Capacidad planificada y a futuro

La capacidad planificada de los Colaboradores se establecerá y registrará, según las leyes del Ministerio Del Trabajo (MITRAB).

ADMINISTRACION

La jornada laboral tendrá una duración de 8 horas, dicha jornada comprende desde las 8:00 am a 5:00 pm de lunes a sábado, gozando de 1 día de descanso el cual depende de la demanda, tomándose como referencia 1 hora para tiempo almuerzo. Para un total de 1 horas ociosas y 26 días hábiles trabajados al mes.

Para el personal de oficina el pago se registrará bajo ley del salario mínimo y será registrado en planilla el cual gozará de todas las prestaciones de ley.

VENTA

La jornada laboral tendrá una duración de 8 horas, dicha jornada comprende desde las 8:00 am a 5:00 pm de lunes a sábado, gozando de 1 día de descanso el cual depende de la demanda, tomándose como referencia 1 hora para tiempo almuerzo. Para un total de 1 horas ociosas y 26 días hábiles trabajados al mes.

En base a la investigación de mercado la mayor frecuencia de consumo es quincenal, de 1-10 blusas, mensual de 1-6 blusas, semanal 1-5 blusas, y por temporadas 1-12, Por otra parte, se calculan envíos por jornada laboral porque hay consumidores que realizan sus compras diarias y se contara con delivery a otros municipios y departamentos por medio de cargotrans, este envío será un costo adicional que se pagará por lo que el cliente tendrá que asumir ese gasto.

PRODUCCION

La jornada laboral tendrá una duración de 8 horas, dicha jornada comprende desde las 8:00 am a 5:00 pm de lunes a miércoles, gozando de 4 día de descanso el cual depende de la demanda, tomándose como referencia 1 hora para tiempo almuerzo. Para un total de 1 horas ociosas y 12 días hábiles trabajados al mes.

La capacidad mensual detalla la cantidad de blusas a elaborar por día, semana y mes.

Como se muestra en la siguiente tabla para un mes la producción será de 430 blusas, 108 semanal y para la producción diaria se elaborarán 16 blusas, distribuidas para campesinas como camisetas.

CAPACIDAD DE PRODUCCION PLUS SIZE FASHION



CAPACIDAD MENSUAL

Talla L	Dia	Semana	Mensual	% según
Lino Rasch[Campesina]	4	21	84	48
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	5	23	91	52
	9	44	175	100.00

Talla XL	Dia	Semana	Mensual	% según
Lino Rasch[Campesina]	3	17	69	48
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	4	19	75	52
	7	36	144	100%

Talla XXL	Dia	Semana	Mensual	% según
Lino Rasch[Campesina]	0	13	53	48
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	0	15	58	52
		28	111	100%

TOTAL A PRODUCIR AL MES	16	108	430	
--------------------------------	-----------	------------	------------	--

Elaborado por equipo investigador

Tabla 15 Capacidad de Producción mensual

CAPACIDAD FUTURA A UN AÑO

A continuación, se muestra la capacidad real de plus size fashion

La capacidad real que puede realizar una sola persona es de 11 blusas diarias y 3,208 mensual, pero como la microempresa cuenta con dos costureras la capacidad aumentará significativamente lo que significa que para dos costureras la producción diaria será de 21 blusas diarias con una capacidad mensual de 6,416.

Nota: Se tomó para la producción mensual 430 unidades lo que corresponden a 16 unidades diarias entre las dos costureras que dispone la tienda.

Resumen de la capacidad de producción				
Capacidad de producción	Capacidad instalada	Capacidad efectiva	Capacidad Real	Capacidad (2 personas)
Anual	9,664.00	9,060.00	3,208.00	6,416.00
Promedio Mensual	805.33	755.00	267	535
Promedio diario	32	30	11	21

Elaborado por equipo investigador

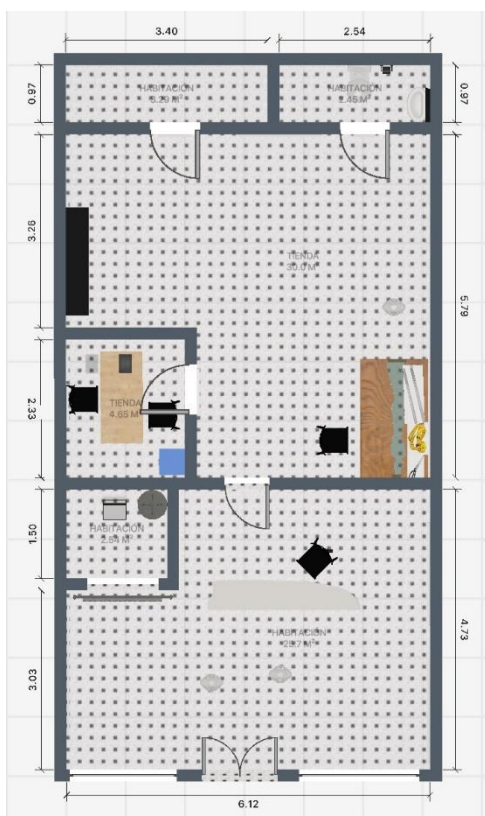
Tabla 16 Capacidad Futura a un Año

4.2.6 Ubicación y distribución física de la planta

El local de Plus Size Fashion estará ubicado frente donde fue el antiguo cine González en Jinotepe, Carazo donde contará con un mínimo de 4 personas: administrador, vendedor, costureras. El área comercial (tienda), contará con una persona para atención al cliente y tendrá un área de sala de ventas de 25.7 m² y un vestidor de 2.54 m²; el área del administrador cuenta con un espacio de 4.65 m², luego tenemos lo que es el área de producción de las blusas que cuenta con un espacio más amplio de 30 m², en el área de bodega tendrá un espacio de 3.29 m²; y por último un baño de 2.45 m² para el personal.

DISTRIBUCION DE LAS INSTALACIONES

El local Plus Size Fashion contará con un área total de 69 m², a un precio de 3,500.00 córdobas el alquilar mensual el cual se distribuirá de la siguiente manera:



Elaborado por equipo investigador



Ilustración 13 Planos de la Microempresa

4.2.7 materia prima necesaria, su costo y disponibilidad

La materia prima es el elemento que permitirá la transformación y el final de un producto terminado. A continuación, se presenta la materia prima necesaria con la que Plus Size Fashion contará para la elaboración de blusas durante los dos primeros meses de operación:

Elaborado por equipo investigador

MATERIA PRIMA	CANTIDAD NECESARIA	COSTO DE LA MATERIA	TOTAL
Lino Rash	775.78 yd	65	50,425.7
Algodón Americano	571.46 yd	60	34,287.6
TOTAL	1,347.24 yd		84,713.3

Tabla 17 Materia prima necesaria

La principal materia prima para la elaboración de cada producto es la tela. Su disponibilidad depende del tiempo, lugar del proveedor que tendremos como empresa. Como estaremos ubicados en el municipio de Jinotepe se buscó la cercanía de un proveedor que nos facilitaría el envío de la materia directa e indirecta a corto tiempo.

4.2.8 Mano de obra, su costo y disponibilidad.

Normalmente en el proceso productivo interfieren dos tipos de mano de obra: Directa a la producción e Indirecta a la producción que son parte de la empresa.

La mano de obra directa es aquella que participa directamente en la elaboración del producto que se va ofrecer en el mercado. A continuación, se presenta el salario de la MOD.

Los salarios se calcularon en base a lo establecido en el Salario Mínimo del código del trabajo vigente hasta su última actualización del aumento del 1% en enero de 2021 para las Micro y pequeña industria artesanal y turística nacional.

MANO DE OBRA DIRECTA	CANTIDAD	SALARIO MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Costurera	1	5,500.00	66,000.00	66,660.00	67,326.60
Costurera	1	5,500.00	66,000.00	66,660.00	67,326.60

Elaborado por equipo investigador: Fuente: Código del trabajo

Tabla 18 Mano de Obra Directa

La Mano de Obra Indirecta es aquella que no interviene directamente en el proceso de producción del producto, sin embargo, las actividades que realizan forman parte de la comercialización y funcionamiento de la empresa como tal. A continuación, se presenta la proyección de Mano de Obra Indirecta.

Tabla 19 Costo de Mano de Obra

COSTO DE MANO DE OBRA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Total, de MOD	C\$ 132,000.00	C\$ 133,320.00	C\$ 134,653.20
Total, de MOI	C\$ 127,812.00	C\$ 129,090.12	C\$ 130,381.02
COSTOS TOTALES	C\$ 259,812.00	C\$ 262,410.12	C\$ 265,034.22

MANO DE OBRA INDIRECTA	CANTIDAD	SALARIO MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Administrador	1	6,000.00	72,000.00	72,720.00	73,447.20
Venta	1	4,651.00	55,812.00	56,370.12	56,933.82

Tabla 20 Mano de Obra Indirecta

4.2.9 Gastos generales de producción

Son aquellos que tienen que ver directamente con la producción de la microempresa. Contienen los salarios, alquiler del local, energía eléctrica. En el caso de plus size fashion solo el salario de las costureras y sus prestaciones, además de las depreciaciones, servicio básico, mantenimiento de las máquinas.

Los gastos de los CIF de la microempresa PLUS SIZE FASHION están representados por todos los desembolsos relacionados con las actividades de producción, comprendiendo los gastos relacionados con el personal, las depreciaciones del mobiliario y equipo de producción, gastos básicos.

Por tanto, los gastos de producción de PLUS SIZE FASHION están comprendidos por:

- Salarios del personal de producción que en todo caso son las costureras
- Obligaciones patronales: INSS patronal 21.5%, INSS laboral 7% y el INATEC por el 2%.
- Prestaciones sociales: Son las Vacaciones, Aguinaldo, Indemnización laboral, prestaciones estipuladas por el código del trabajo.
- Servicios básicos: Constituye los gastos por servicios básicos tales como: Energía eléctrica (70%) y alquiler (65%)
- Mantenimiento de la máquina de coser, herramientas y enseres, materiales indirectos
- Depreciaciones de mobiliarios y equipos de oficina correspondiente al departamento de producción

Cabe destacar que, los gastos de producción anuales son de C\$315,537.00 (Ver tabla n.57).

4.3 Plan de organización y gestión

La gestión de organización se refiere a crear y mantener una estructura de gestión aplicable al proyecto, programa o portafolio y el contexto en el cual opera. Sus objetivos son:

- Diseñar una organización apropiada al alcance de trabajo a ser gestionado;
- Identificar y nombrar miembros al equipo de gestión; y
- Mantener y adaptar la organización a través del ciclo de vida.

A continuación, se presenta la organización gestión de la microempresa “PLUS SIZE FASHION”

4.3.1 Marco Legal

Constitución de la empresa

Elaborado por equipo investigador

Ley	Artículo	Impacto
Ley Código de trabajo	Ley N.ª 185 Art 93-95 CT Art 76 CT	El código laboral funciona como guía para establecer el salario de los colaboradores el uso tiene un impacto grande en cualquier empresa y se puede conocer el tipo de sanciones que se aplican por incumplimiento de las leyes, al mismo tiempo regula la relación entre los colaboradores y sus superiores, estableciendo las obligaciones y deberes de cada una de las partes
Ley de marca y otro signo distintivo	Ley No 380 aprobada el 14 de febrero del 2021	Esta ley tiene como objetivo establecer las disposiciones que regulan la protección de la marca y otro signo distintivo. Favorece al propietario de la marca en este caso signo que lo tiene registrado de tal manera que cualquier otro producto o empresa similar no puede hacer uso de su distintivo

Ley de concertación tributaria	Reglamento de la ley 822	La presente ley tiene por objeto crear y modificar los tributos nacionales interno y regular su aplicación, con el fin de proveerle al estado los recursos necesarios para financiar el gasto público.
Ley de arbitrio	Decreto ejecutivo N°. 455, Aprobado el 5 de Julio de 1989	El tesoro de los municipios se compone de sus bienes muebles e inmuebles; de sus créditos activos, del producto de sus ventas, impuestos, participación en impuestos estatales, tasas por servicios y aprovechamientos, arbitrios, contribuciones especiales, multas, rentas, cánones, transferencias y de los más bienes que le atribuyan las leyes o que por cualquier otro título puedan percibir.
Ley de municipios con reformas incorporadas	LEY N°. 40, aprobada el 13 de junio de 2012	El objetivo de esta ley es Desarrollar, conservar y controlar el uso racional del medio ambiente y los recursos naturales como base del desarrollo sostenible del Municipio y del país, fomentando iniciativas locales en estas áreas y contribuyendo a su monitoreo, vigilancia y control, en coordinación con los entes nacionales correspondientes.
Reglamento de la ley creadora de la dirección general de servicios aduaneros y de reforma a la ley creadora de la dirección general de ingresos,	LEY N° 339, DECRETO No. 88-2000, Aprobado el 4 de septiembre del 2000	El objetivo principal es administrar los ingresos tributarios y no tributarios que se regulan a favor del Estado, así como las relaciones jurídicas derivadas de ellos.

Tabla 21 Marco Legal de la Microempresa

La razón social será la siguiente “Plus Size Fashion” se constituirá como una persona natural principalmente por el beneficio de tener tramites más sencillos y rápido, ante la alcaldía municipal (matricula) y en dirección general de ingresos (DGI), para obtener el número RUC, cumpliendo con todos los requisitos de índole legal.

Estará regida por la ley 645, ley de promoción fomento desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, en este contexto es necesario establecer el marco legal de promoción y fomento de las micro, pequeñas y medianas empresas, que contribuyen a promover el desarrollo empresarial de las MIPYMES, el desarrollo económico nacional a través del fomento y creación de nuevas empresas de este sector en un contexto competitivo nacional e internacional, con una dinámica propia de generar empleos estables en el municipio de Jinotepe departamento de Carazo para esta manera mejorar el nivel de vida de los nicaragüenses y la incursión de nuevos mercados que contribuyan a la riqueza nacional.

De acuerdo a la ley de la Mi Pymes en art. 4 que habla de clasificación, lo consideramos una microempresa ya iniciamos operaciones con un total de 4 trabajadores. Se inscribirá como una microempresa donde podemos obtener un sin número de beneficios, estaremos regidos por las instancias siguientes: la DGI, Alcaldía Municipal de Jinotepe, Instituto Nicaragüense de Seguro Social (INSS).

MARCO LEGAL (PERSONA NATURAL)

Integrándose al Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria Cooperativa y Asociativa (MEFCCA), la microempresa se registrará bajo el nombre del responsable de administración de Fransheska Espinoza González

Pasos para Formalizar la Empresa

Paso 1

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

Paso 2.

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

Paso 3.

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

Documento a presentar de la Dirección General de Ingreso (DGI)

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

Inscripción para pequeños contribuyentes

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

Inscripción de contribuyente

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

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

Fuente: DGI

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

Tabla 22 Tarifa de impuesto cuota fija

Con estos documentos la DGI le emite su número RUC.

Inscripción en el RUC

PLUS SIZE FASHION debe inscribirse en el número RUC. Dicho trámite es gratuito y se realiza en la administración de renta del departamento de Carazo.

- Fotocopia de la Solicitud de Inscripción entregada en el Registro Mercantil
- Fotocopia de la minuta cancelada del pago en el Registro Mercantil
- Fotocopia de cédula de identidad nicaragüense.
- Fotocopia de constancia de disponibilidad de servicio público (agua, luz, teléfono o contrato de arriendo) del domicilio particular y del negocio.
- Fotocopia de Poder Especial para realizar trámite y cédula de identidad, si el trámite es realizado por un gestor, con C\$ 15.00 de timbres fiscales.
- Fotocopia de residencia nicaragüense en condición uno 1) o constancia de trámite y pasaporte (en caso de ser extranjero).
- Fotocopia de Poder Generalísimo otorgado a nicaragüense o extranjero residente, con C\$ 30.00 en timbres fiscales (en caso de ser extranjero).
- Libro Diario y Mayor inscrito en el Registro Mercantil.

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

Alcaldía de Jinotepe

Administración tributaria

Requisitos para matricular negocio

1. Presentar copia de cédula de identidad
2. Carta de solicitud de matrícula
3. Requisito indispensable, presentar copia de los últimos recibos de pago de IBI, limpieza pública y recolección de basura del local donde se establecerá el negocio, para los que se va a apertura, o bien para los locales donde se encuentren establecidos.
4. Llenar formato de solicitud de matrícula
5. Inventario inicial para nueva apertura de actividad (cuota fija)
6. Permiso de la policía nacional para el caso de los expendios de licores o actividades de espectáculos públicos, rifas o apuestas.
7. Copia de escritura de constitución estatutos y poder general para las personas jurídicas.

El valor de la matrícula depende del inventario e inspección. Mínimo C\$ 600.00 córdobas. Constancia de matrícula C\$ 505.00 córdobas, Formato de matrícula C\$ 70.00 córdobas, Impuesto municipal de ingresos C\$ 300.00 córdobas, Basura para negocios pequeños C\$ 50.00 córdobas, comprar formato de solicitud de matrícula y llenarlo C\$ 10

Impuesto sobre Bienes Inmuebles: se paga el 1% según el valor del inmueble y su declaración es anual, la Tasa de Basura: el monto se establece según la ubicación del negocio (Cuota Fija) o ingresos mensuales (Régimen General), su declaración es mensual, el Impuesto de Rótulos: el monto se determina según el tamaño y ubicación, su declaración es anual.

Trámites para afiliarse como patrono al INSS

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

Documentos que debe presentar Persona natural:

- Formulario de inscripción del empleador
- (original y copia) este formulario se entrega en ventanilla
- Formulario de inscripción del trabajador
- (original y copia) este formulario se entrega en ventanilla.
- Formulario de acceso al SIE (original y copia) este formulario se entrega en ventanilla
- Constancia de matrícula municipal (original copia)
- Certificado de inscripción en el RUC régimen general (original y copia) o certificado de inscripción en el RUC régimen cuota fija (original y copia)
- Cédula de registro único de contribuyente (RUC) (original y copia)
- Número de atención (original)
- Documento de identidad (original + copia simple) cédula de identidad (nacional) o cédula de residencia (extranjero).

Registro mercantil.

- Solicitud Inscripción Comerciante.
- Copia de cédula de identidad o Cédula de Residencia (en caso de extranjeros).
- Libros contables de la empresa (Diario, Mayor).

Aranceles a pagar: El pago de agilización (opcional), debe presentarse con el delegado/a del Registro Mercantil, para conocer el monto a pagar para este servicio.

Fuente: Registro Mercantil

Inscripción de Constitución	
<ul style="list-style-type: none"> • 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

Tabla 23 Inscripción de constitución

SALARIO MINIMO

A partir del día de hoy, 1 de marzo del año 2021, entra en vigencia el ajuste de incremento del salario mínimo en ciertos sectores de actividad económica del país. La Comisión Nacional aprobó el día 25 de febrero del 2021, a través del Acuerdo CNSM-25/02/2021, el aumento del salario mínimo; observándose un incremento en el sector de Micro y pequeña industria artesanal y turística nacional, se acordó el aumento del 1%.

Ilustración 14 Salario Mínimo

Sector de Actividades Económicas	Salario Mínimo Mensual
Agropecuario	C\$4,414.91
Pesca	C\$6,713.01
Minas y Canteras	C\$7,929.01
Industria Manufacturera	C\$5,936.34
Industria sujeta al Régimen Especial	C\$6,926.99
Micro y pequeña industria artesanal y turística nacional	C\$4,651.47
Electricidad y Agua; Comercio, Restaurantes y Hoteles; Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	C\$8,097.84
Construcción; Establecimientos Financieros y Seguros	C\$9,880.17
Servicios Comunales, Sociales y Personales	C\$6,189.23
Gobierno Central y Municipal	C\$5,505.57

4.3.2 Estructura Organizacional

La estructura organizacional de la microempresa PLUS SIZE FASHION está diseñada acorde a las áreas que darán función al control y proceso del producto. Por lo que generalmente se necesitara de personal que puedan llevar un control eficiente y una ejecución correcta de las actividades laborales.

Elaborado por equipo investigador



Ilustración 15 Estructura Organizacional

Elaborado por equipo investigador

TRABAJADORES	NUMERO
Administrador	1
Vendedor	1
Costurera	2
TOTAL	4

Tabla 24 Número de Trabajadores

FICHAS DE CARGO

Elaborado por equipo investigador

ADMINISTRADOR	
A.-	DATOS GENERALES DEL CARGO
	<p>Denominación del cargo: Administrador</p> <p>Cargo al que esta subordinados: Encargado del Negocio</p> <p>Cargos que le están subordinados: Vendedor, Costura.</p>
B.-	SUPERIOR INMEDIATO:
	Dueño del Negocio de Plus Size Fashion
C.-	REQUISITOS DEL PUESTO:
	Licenciado en administracion de empresa o conocedor de finanzas y contabilidad y experiencia mínima de 4 años en manejo de personal, Gestion y negocio de tienda de Ropa.-
D.-	MODALIDAD SOCIAL:
	Los requerimientos o capacidades son planear, controlar, dirigir, organizar, analizar, calcular, deducir. Las habilidades mentales que debe poseer la persona para este cargo son la numérica, de lenguaje, conocimientos básicos de las actividades de los subordinados y psicológicas como la empatía, etc.
E.-	OBJETIVOS:
	Aplicar y desarrollar todos los conocimientos acerca de la planeación, organización, dirección y control empresarial, donde sus objetivos están en la misma dirección de las metas y propósitos de Plus Size Fashion.
F.-	FUNCIONES BASICAS:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planificar, organizar y supervisar de manera general las actividades desempeñadas por la empresa. 2. Administración de los recursos de la entidad y coordinación entre las partes que la componen. 3. Conducción estratégica de la organización y hacer las veces tanto de líder a lo interno de la empresa, como de portavoz a lo externo de la misma. 4. Tomar decisiones críticas, especialmente cuando se trata de asuntos centrales o vitales para la organización. 5. Motivar, supervisar y mediar entre el equipo de trabajo.
G.-	FUNCIONES ESPECIFICAS:
	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. 2.- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos. 3.- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta. 4.- Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias. 6.- Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo. 7.- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.

Tabla 25 Ficha de cargo Administrador

VENDEDOR	
A.-	DATOS GENERALES DEL CARGO
	Denominación del cargo Vendedor Cargo al que esta subordinados: Administrador Cargos que le están subordinados: Vendedor
B.-	SUPERIOR INMEDIATO:
	Administrador de Plus Size Fashion
C.-	REQUISITOS DEL PUESTO:
	Experiencia en el area de venta de ropa y atencion al cliente.
D.-	MODALIDAD SOCIAL:
	Responsable, creativo, con iniciativa y buenos valores, capacidad de trabajo en equipo, buen nivel de escritura, ortografía y comprensión lectora, carisma, eficiencia y productividad.
E.-	OBJETIVOS:
	Sujeto estratégico, ya que es el último punto con el que el comprador se encuentra antes de decidir sobre su compra.
F.-	FUNCIONES BASICAS:
	Encargado de la presentacion de los productos con la alta calidad en la atencion al cliente.
G.-	FUNCIONES ESPECIFICAS:
	1.- Determinación para vender el producto o los servicios. 2.- Actitud para superar las dificultades o imprevistos en el proceso de la venta. 4.- Empatía y simpatía para acercarse al cliente desde la emoción y no sólo desde la razón. 5.- Buena apariencia y buena higiene, que resulte agradable al comprador. 6.- Paciencia y perseverancia para tratar con clientes difíciles o impertinentes y no perder de vista el foco de su labor, que es ofrecer el mejor producto y servicio posible dentro del punto de venta. 7.- Realiza arqueos de caja diarios 8, Registro de operaciones de venta del 9.- Competitividad para asumir los retos y los objetivos marcados así como confianza en sus propias habilidades. 10.- Tolerancia a la incertidumbre, proactividad y flexibilidad para adaptarse a los cambios y manejar situaciones inéditas ya sea con los clientes o con los productos. 11.- Cumplir con las orientaciones de su superior inmediato.

Tabla 26 Ficha de cargo Vendedor

COSTURERA	
A.-	DATOS GENERALES DEL CARGO
	<p>Denominación del cargo: Costurera</p> <p>Cargo al que esta subordinados: Administradpr</p> <p>Cargos que le están subordinados: Costurera</p>
B.-	SUPERIOR INMEDIATO:
	Administardor de Plus Sise Fusión
C.-	REQUISITOS DEL PUESTO:
	Tecnico general en diseño, corte y confeccion, con experiencia minima de 3 años
D.-	MODALIDAD SOCIAL:
	Responsable, creativo, con iniciativa, conocimientos de costura, moda, diseño de ropa, organizada, capacidad de trabajo en equipo, buen nivel de escritura, ortografía y comprensión lectora, eficiencia y productividad.
E.-	OBJETIVOS:
	El objetivo del costurero es poder confeccionar prendas de vestir para mujeres de talla grande, ajustar las blusas cuando sea necesario o cuando la clienta lo amerite
F.-	FUNCIONES BASICAS:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar prendas de vestir tanto para el día a día, como exclusivos que el cliente lo desee de otro diseño . 2. Definir especificaciones técnicas para las prendas y tener conocimiento sobre telas, patrones, formas y colores 3. Modificar y mejorar los diseños. 4. Trabajar en conjunto con el administrador para planificar el desarrollo de nuevos estilos, basándose en las tendencias y en la demanda actual 5. Estar al corriente de las últimas tendencias y técnicas en lo relacionado con la moda.
G.-	FUNCIONES ESPECIFICAS:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organizar y administrar las telas, cortes y demás materiales 2. Hacer seguimiento a la elaboración de las prendas de vestir en el caso de que se trate de producción en serie. 3. Garantizar que las fechas de entrega sean respetadas. 4. Ser flexible para crear diseños que satisfagan las necesidades de los clientes. 5, Prestar atención a los detalles 6. Tener habilidades creativas y artísticas.

Tabla 27 Ficha de cargo Costurera

4.3.3 Actividades y Gastos Preliminares

A continuación, se describen las actividades y gastos preliminares que Plus Size Fashion debe realizar antes de poner en funcionamiento la empresa. La información que se muestra en las siguientes tablas especifica la duración y costos de las actividades.

Actividades Preliminares

CONCEPTO	DURACION
Estudio de Mercado	2 semanas
Reclutamiento del personal	2 semanas
Búsqueda del local	1 semana
Legalización de la empresa	5 semanas
Cotización de maquinaria y equipos	2 semanas

Tabla 28 Actividades preliminares

Gastos preliminares

A continuación, en la tabla, se muestran los gastos en que incurrieron las actividades preliminares que se realizaran.

CONCEPTO	COSTO
Estudio de Mercado	C\$ 500
Legalización de la empresa	C\$300
Transporte de la maquinaria	C\$1,000
Cotización de maquinaria y equipos	C\$ 200
TOTAL	C\$2,000

Tabla 29 Gastos preliminares

Para la elaboración del Estudio de mercado, se incurre en gastos de transporte, impresiones, presentaciones, fotocopias, y demás gastos necesarios para obtener toda la información necesaria para el informe de investigación y la elaboración del plan de mercado en su totalidad.

Para lo que son las compras de los equipos de cómputo y necesarios en el funcionamiento de la empresa los costos adicionales, fueron absorbidos en transporte del lugar a la empresa y demás.

Los costos incurridos en cotización fueron complementados por tiempo, servicio de internet, llamadas telefónicas en cuanto requerimiento efectivo en tiempo.


Una vez constituida la empresa y concluidas todas las actividades preliminares, se deberá reclutar al personal de la empresa, para lo cual se deben hacer gastos menores de papeleo para entrevistas y contratación.

4.3.4 Equipos de Oficina


A continuación, se detallan los equipos de oficina para el funcionamiento de la empresa

EQUIPO DE OFICINA			
DESCRIPCION DE EQUIPOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Archivador	1	2.000,00	2.000,00
Mesa Madera con gaveta	1	2.500,00	2.500,00
Silla Giratoria	1	1.200,00	1.200,00
Silla de Espera	1	900,00	900,00
Computadora	1	10.500,00	10.500,00
COSTO TOTAL			C\$ 17,100,00

Tabla 30 Equipo de oficina


<p>Equipo: Laptop hp 154403</p> <p>Descripción del equipo:</p> <p>Proveedor: El Gallo más gallo</p> <p>Ubicación: Donde fue la esquina del BDF, 1 C AL ESTE</p> <p>Jinotepe – Carazo</p>	
--	--

<p>Costo: C\$ 10.500.00</p>	<p>Datos técnicos:</p> <p>Sistema Operativo: Windows 10 Home</p> <p>Memoria estándar: 2MB L2 2400MHz, 8GB DDR4 – 2400</p> <p>Almacenamiento interno: Unidad de estado sólido 256GB</p> <p>Modelo: 15GW0011LA</p> <p>Tamaño de la pantalla: 15.6”</p>
------------------------------------	---

<p>Equipo: Archivador metálico</p> <p>Descripción del equipo: Ideal para uso de oficina, excelente acabado, sistema de en llave central con cerradura marca Phillips,</p> <p>Proveedor: Mercado Oriental</p> <p>Ubicación: Managua Nicaragua</p>	
<p>Costo: C\$ 2,000.00</p>	<p>Rieles: Riel metálico con rueda plástica y riel telescópico de balinero (Este último soporta más peso).</p> <p>Lámina metálica de 0.70 mm de calibre. Porta tarjeta en cada gaveta.</p> <p>Jaladeras: Metálicas.</p> <p>Colores: Beige, Negro mate, negro brillante,</p>

<p>Equipo: Mesa de Madera</p> <p>Descripción del equipo: 1 gaveta</p> <p>Proveedor: Carpintero</p> <p>Dirección: Rprt. Belén 1 frente la cancha deportiva Jinotepe</p>	
<p>Costo: C\$ 2,500.00</p>	<p>Datos técnicos:</p> <p>Categoría: Mueble de oficina</p>

	<p>Equipo: Sillas de madera</p> <p>Descripción del equipo: Diseño moderno.</p> <p>Costo: C\$ 900.00</p> <p>Vida Útil: 5 años</p>
<p>Proveedor: Rprt. Belén 1 frente la cancha deportiva Jinotepe</p>	<p>Datos técnicos:</p> <p>Color: Negro + color madera</p> <p>MATERIAL: Madera + acolchado</p>

	<p>Equipo: Silla giratoria Descripción del equipo: Diseño moderno. Costo: C\$ 1,200.00 Vida Útil: 5 años</p>
<p>Proveedor: Mercado Oriental Ubicación: Managua Nicaragua</p>	<p>Dimensiones: Ancho de la base: 630 mm Altura del respaldo: 990-1100 mm Altura del asiento: 480-600 mm peso 11,5 kg</p>

PLUS SIZE FASHION para iniciar el proceso de comercialización del servicio, realizo una propuesta de los equipos de oficina lo que corresponden a una suma total de **C\$ 17,100.00** Al pasar los años, los equipos depreciados se vuelven a comprar bajo el concepto de equipo de reposición utilizando los fondos de depreciación acumulada.


4.3.5 Equipos de Producción

A continuación, se detallan los equipos de producción para el funcionamiento de la empresa y el inicio de la producción de blusas.

EQUIPO DE PRODUCCION			
DESCRIPCION DE EQUIPOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Máquina de Cocer	2	4.000,00	8.000,00
Mesa de trabajo	2	1,500,00	3,000,00
Mesa de corte	1	1.500,00	1.500,00
Estante	1	3,500,00	3,500.00
Silla de trabajo	2	1.200,00	2.400,00
Maniquí	1	1,200.00	1,200.00
Perchero	1	1,200.00	1,200.00
COSTO TOTAL			C\$ 28,800.00

Tabla 31 Equipo de producción


	<p>Equipo: Máquina de cocer Descripción del equipo: Diseño moderno. Costo: C\$ 4,000.00 Vida Útil: 5 años</p>
<p>Proveedor: Gallo más Gallo Ubicación: Donde fue la esquina del BDF, 1 C AL ESTE Jinotepe – Carazo</p>	<p>Datos técnicos: Costura recta y zigzag 22 diseños incorporados. Enhebrado Automático Regulación Ancho de Zigzag Largo de Puntada de 0 a 5 mm</p>

	<p>Equipo: Mesa de Trabajo Descripción del equipo: Diseño sencillo. Costo: C\$ 1,500.00 Vida Útil: 5 años</p>
<p>Proveedor: Carpintero Ubicación: Rprt. Belén 1 frente la cancha deportiva Jinotepe</p>	<p>Datos técnicos: Estilo rústico, barnizada Mate, Madera Maciza Envejecida, Largo: 90 cm Ancho x Altura: 50 cm x 80 cm</p>
	<p>Equipo: Mes para corte Descripción del equipo: Diseño sencillo. Costo: C\$ 1,500.00 Vida Útil: 5 años</p>
<p>Proveedor: Carpintero Ubicación: Rprt. Belén 1 frente la cancha deportiva Jinotepe</p>	<p>Datos técnicos: Material de la base Madera Largo máximo 220 cm Ancho x Altura 90 cm x 78 cm</p>

	<p>Equipo: Estante</p> <p>Descripción del equipo: Diseño sencillo.</p> <p>Costo: C\$ 3,500.00</p> <p>Vida Útil: 5 años</p>
<p>Proveedor: Carpintero</p> <p>Ubicación: Rprt. Belén 1 frente la cancha deportiva Jinotepe</p>	<p>Datos técnicos</p> <p>Madera</p>

	<p>Equipo: Estante</p> <p>Descripción del equipo: Diseño sencillo.</p> <p>Costo: C\$ 1,200.00</p> <p>Vida Útil: 5 años</p>
<p>Proveedor: Carpintero</p> <p>Ubicación: Rprt. Belén 1 frente la cancha deportiva Jinotepe</p>	<p>Datos técnicos:</p>

	<p>Equipo: Maniquí</p> <p>Descripción del equipo: MEDIO CUERPO o.</p> <p>Costo: C\$ 1,200.00</p> <p>Vida Útil: 5 años</p>
<p>Proveedor: Carpintero</p> <p>Ubicación: Rprt. Belén 1 frente la cancha deportiva Jinotepe</p>	<p>Datos técnicos:</p>

	<p>Equipo: Perchero</p> <p>Descripción del equipo: Diseño sencillo.</p> <p>Costo: C\$ 1,200.00</p> <p>Vida Útil: 5 años</p>
<p>Proveedor: Herrero</p> <p>Ubicación: Nandaime</p>	<p>Datos técnicos:</p> <p>Dimensiones: 180x60x150cm (LxAnxAI)</p>

4.3.6 Gastos Administrativos

Son aquellos que tienen que ver directamente con la administración general del negocio y no con sus actividades operativas. No son Gastos de Ventas, no son Costos de Producción. Contienen los salarios del administrador, alquiler del local, papelería de oficinas, suministros entre otras. En el caso de plus size fashion solo el salario del administrador y sus prestaciones, además de las depreciaciones, amortizaciones, servicio, mantenimiento, útiles de limpieza y publicidad.

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

Por tanto, los gastos de administración de PLUS SIZE FASHION están comprendidos por:

- Salarios del personal de administración
- Obligaciones patronales: INSS patronal 21.5%, INSS laboral 7% y el INATEC por el 2%.
- Prestaciones sociales: Son las Vacaciones, Aguinaldo, Indemnización laboral, prestaciones estipuladas por el código del trabajo.
- Servicios básicos: Constituye los gastos por servicios básicos tales como: Energía eléctrica (10%), agua potable (33.33%), internet (50%) y alquiler (15%)
- Papelería y útiles de oficina: representa todos los gastos por papelería y útiles de oficina únicamente distribuido en administración
- Gastos de Constitución: Gastos de constitución amortizados que se pagarán mensualmente.
- Depreciaciones de mobiliarios y equipos de oficina correspondiente al departamento de administración.

Cabe destacar que, los gastos de administración son de C\$ 138,138.00 anual (Ver tabla n°60).

4.3.7 Gastos de Venta

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

Por ende, los gastos de venta de PLUS SIZE FASHION están integrados por:

- Salarios del personal de venta
- Obligaciones patronales: Representa los gastos incurridos como empleadores, tal como el INSS patronal del 21.5%, INSS laboral 7% y el INATEC por el 2%.
- Prestaciones sociales: Tales como Vacaciones, aguinaldo, indemnización laboral.
- Servicios básicos: Son los gastos por servicios elementales tales como energía eléctrica (20%), agua potable (33.33%), internet (50%) y alquiler del local (20%)
- Depreciaciones: Representan las depreciaciones mensuales de la maquinaria, y de los mobiliarios y equipos de oficina correspondiente al departamento de venta.

Los gastos de venta son C\$ 206,540.82(Ver tabla n.59)

4.4 Plan Financiero

El plan financiero sirve para calcular los gastos de un negocio y verificar la rentabilidad de operar. También funciona para observar cuánto tiempo tomará alcanzar las metas económicas establecida

A continuación, se presenta el plan financiero de la microempresa PLUS SIZE FASHION la cual seguirá procesos para determinar la rentabilidad de la misma.

4.4.1 Inversión y Fuente del Financiamiento

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

Inversión fija

La Inversión fija de la empresa PLUS SIZE FASHION es de C\$53,185.00 córdobas, esta se denomina a la parte del plan de negocio que no puede desglosarse fácilmente de la inversión sin que con ello perjudique la actividad productiva.

Inversión diferida

La inversión diferida es de C\$ 11,025 córdobas y esta se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del proyecto.

Capital de trabajo

El capital de trabajo es lo que se requiere para que una empresa pueda funcionar durante el primer ciclo productivo, en el caso de la microempresa PLUS SIZE FASHION, se elaboró una lista del capital de trabajo que se necesitará en los primeros dos meses para el inicio de las operaciones, siendo el total de C\$ 162,159.37 córdobas.

4.4.1.1 Inversión Fija.

La inversión fija corresponde a la cantidad de dinero necesaria para construir totalmente una planta de proceso, es básicamente la suma del valor de todos los activos de la planta. Los activos fijos pueden ser tangibles o intangibles.

A continuación, se muestra los activos fijos en los que incurre PLUS SIZE FASHION como lo son los mobiliarios y equipos para cada departamento y las herramientas y enseres para la producción, más adelante se muestran los detalles de los activos fijos.

DETALLE DE LA INVERSION FIJA								
Descripción del activo	Cantidad	Costo de Adquisición	Total	Valor Residual	Valor Depreciable	Años de vida útil	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Maquinaria de Producción		4,000.00	8,000.00	800.00	7,200.00		1,440.00	120.00
Maquina de Coser	2	4,000.00	8,000.00	800.00	7,200.00	5 Años	1,440.00	120.00
Mobiliario v Equipo		28,500.00	32,400.00	3,240.00	29,160.00		5,832.00	486.00
Archivador	1	2,000.00	2,000.00	200.00	1,800.00	5 Años	360.00	30.00
Mesa Madera con gaveta	1	2,500.00	2,500.00	250.00	2,250.00	5 Años	450.00	37.50
Silla de Espera	1	900.00	900.00	90.00	810.00	5 Años	162.00	13.50
Silla de Espera	1	900.00	900.00	90.00	810.00	5 Años	162.00	13.50
Silla Giratoria	1	1,200.00	1,200.00	120.00	1,080.00	5 Años	216.00	18.00
Espejo grande	1	4,000.00	4,000.00	400.00	3,600.00	5 Años	720.00	60.00
Maniquí de medio cuerpo	1	1,200.00	1,200.00	120.00	1,080.00	5 Años	216.00	18.00
Maniquí de medio cuerpo	1	1,200.00	1,200.00	120.00	1,080.00	5 Años	216.00	18.00
Mostrador	1	4,500.00	4,500.00	450.00	4,050.00	5 Años	810.00	67.50
Perchero	1	1,200.00	1,200.00	120.00	1,080.00	5 Años	216.00	18.00
Perchero	2	1,200.00	2,400.00	240.00	2,160.00	5 Años	432.00	36.00
Mesa Larga de corte	1	1,500.00	1,500.00	150.00	1,350.00	5 Años	270.00	22.50
Estante Madera	1	3,500.00	3,500.00	350.00	3,150.00	5 Años	630.00	52.50
Mesa de trabajo	2	1,500.00	3,000.00	300.00	2,700.00	5 Años	540.00	45.00
Silla de Trabajo Madera	2	1,200.00	2,400.00	240.00	2,160.00	5 Años	432.00	36.00
Equipo de Computo		10,500.00	10,500.00	1,050.00	9,450.00		4,725.00	393.75
Computadora	1	10,500.00	10,500.00	1,050.00	9,450.00	2 Años	4,725.00	393.75
Total de Inversión Fija		43,000.00	50,900.00	5,090.00	45,810.00		11,997.00	999.75

Tabla 32 Inversión Fija

4.4.1.2 Inversión Diferida.

La inversión diferida comprende los gastos por derechos y servicios que son indispensables para la iniciación del proyecto. Estos gastos no pueden atribuirse a un año de operación en particular, sino que se deben amortizar en un plazo más largo.

A continuación, se presenta lo que corresponde a la inversión diferida y los detalles de cada uno de los puntos.

DETALLE DE INVERSION DIFERIDA				
Descripción del Gasto	Importe	Años de amortización	Amort anual	Amort mensual
Investigación y desarrollo	2,000.00		666.67	55.56
Estudio de mercado	500.00	3 Años	166.67	13.89
Transporte de maquinaria y equipo	1,000.00	3 Años	333.33	27.78
Legalización de la empresa	300.00	3 Años	100.00	8.33
Cotización de maquinaria y herramientas	200.00	3 Años	66.67	5.56
Gastos de organización e instalación	2,025.00		675.00	56.25
Gasto por tramite en la DGI	845.00	3 Años	281.67	23.47
Solicitud de Comerciante	300.00	3 Años	100.00	8.33
Sellado de libros Contables	200.00	3 Años	66.67	5.56
Poder generalísimo	30.00	3 Años	10.00	0.83
Inscripción de Poder	300.00	3 Años	100.00	8.33
Timbre Fiscales	15.00	3 Años	5.00	0.42
Gastos x tramite en la Alcaldía	1,180.00	3 Años	393.33	32.78
Formato de Solicitud de Matricula	10.00	3 Años	3.33	0.28
Matricula	600.00	3 Años	200.00	16.67
Formato de Matricula	70.00	3 Años	23.33	1.94
Constancia de Matricula	500.00	3 Años	166.67	13.89
Licencias y patentes	7,000.00	3 Años	2,333.33	194.44
Gestión de marca	7,000.00	3 Años	2,333.33	194.44
Publicidad	2,200.00	3 Años		
Publicidad " Radio "	1,200.00	3 Años		
Publicidad " Digital "	1,000.00	3 Años		
Total de Inversión Diferida		13,225.00	3,675.00	306.25

Tabla 33 Inversión Diferida

4.4.1.3 Capital de Trabajo.

Aquí se considera aquellos recursos que requiere la planta para atender las operaciones de producción y operación, contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al ciclo de producción en su fase de funcionamiento, o bien, es el capital adicional con el que se debe contar para que comience la producción.

A continuación, se muestra el capital con el cual la microempresa pretende desarrollar sus proyecciones para dos meses de operaciones.

DETALLE DE CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO					
Materiales					
Descripción del activo	Cantidad	U/M	Costo unitario	Costo Total	Proyección a 2 meses
Materiales directos			125.00	84,707.44	84,707.44
Lino Rasch[Campešina]	775.6875	Yd	65.00	50,419.69	50,419.69
Tela de Algodón Americo[Camise]	571.4625	Yd	60.00	34,287.75	34,287.75
Materiales Indirectos			66.00	17,040.00	17,040.00
Elásticos	940	Yd	1.00	940.00	940.00
Etiqueta de Talla	940	Und	5.00	4,700.00	4,700.00
Etiqueta de Marca	940	Und	5.00	4,700.00	4,700.00
Hilo Cono	40	Und	50.00	2,000.00	2,000.00
Paq.de aguas de maquinas	940	Und	5.00	4,700.00	4,700.00
Total Capital de Trabajo				C\$ 101,747.44	C\$ 101,747.44

Tabla 34 Capital de Trabajo

SALARIOS Y SEGUROS SOCIAL				
Puesto	Salario mensual	Aporte patronal	Total	Proyección a 2 meses
Administración	6,000.00	1,290.00	7,290.00	14,580.00
Administrador	6,000.00	1,290.00	7,290.00	14,580.00
Ventas	4,651.00	999.97	5,650.97	11,301.93
Vendedor	4,651.00	999.97	5,650.97	11,301.93
Producción	11,000.00	2,365.00	13,365.00	26,730.00
Costurera	5,500.00	1,182.50	6,682.50	13,365.00
Costurera	5,500.00	1,182.50	6,682.50	13,365.00
Total	21,651.00	4,654.97	26,305.97	52,611.93

GASTOS OPERATIVOS Y COSTO INDIRECTO				
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Proyección a 2 meses
ADMINISTRACION				
Total Administración			2,495.00	3,430.00
Servicios Básicos			935.00	1,870.00
Agua Potable		125.00	125.00	250.00
Energía Eléctrica		35.00	35.00	70.00
Internet		400.00	400.00	800.00
Alquiler		375.00	375.00	750.00
Útiles y Limpieza			985.00	985.00
Botella de alcohol	1	180.00	180.00	-
Asistin	2	100.00	200.00	-
Papel higiénico	3	20.00	60.00	-
Escoba	1	95.00	95.00	-
Lampazo	1	100.00	100.00	-
Mecha	1	80.00	80.00	-
Pala Platica	1	75.00	75.00	-
Papelerera	1	145.00	145.00	-
Alcohol embace	1	50.00	50.00	-
Papelera y Útiles de Oficina			225.00	225.00
Lapiceros (Cajas)	1	40.00	40.00	-
Lápices de grafito (Caja)	1	40.00	40.00	-
Corrector	1	15.00	15.00	-
Orden Book	1	130.00	130.00	-
Mantto. Equipo de Computo			350.00	350.00
VENTA				
Total venta			14,285.00	15,380.00
Decoraciones			380.00	380.00
Cortina	1	80.00	80.00	-
Tubo de cortina	1	100.00	100.00	-
Reglones para ropa	1	150.00	150.00	-
Gancho para cortina	1	50.00	50.00	-
Empaques		9.00	8,460.00	8,460.00
Bolsa de kraft Pequeña	940	5.00	4,700.00	4,700.00
Calcomanías de presentación	940	4.00	3,760.00	3,760.00
Servicios básicos			1,095.00	2,190.00
Agua Potable		125.00	125.00	250.00
Energía Eléctrica		70.00	70.00	140.00
Internet		400.00	400.00	800.00
Alquiler		500.00	500.00	1,000.00
Impuestos			4,350.00	4,350.00
Cuota Fija DGI		4,000.00	4,000.00	-
Impuesto Municipal		300.00	300.00	-
Tren de Aseo (Basura)		50.00	50.00	-
PRODUCCION				
Total de producción			4,355.00	6,225.00
Herramientas y Enseres			2,285.00	2,285.00
Percha de plástico	300	5.00	1,500.00	-
Carrete	15	3.00	45.00	-
Centímetro	3	20.00	60.00	-
Molde de papel	10	6.00	60.00	-
Aceite para maquina	2	30.00	60.00	-
Paq. de Aguja de Mano	6	10.00	60.00	-
Caja de Alfiler	4	30.00	120.00	-
Cuchilla	1	15.00	15.00	-
Regla de madera	2	100.00	200.00	-
Tijera	2	50.00	100.00	-
Caja de Tiza	1	65.00	65.00	-
Servicios Básicos			1,870.00	3,740.00
Energía Eléctrica		245.00	245.00	490.00
Alquiler		1,625.00	1,625.00	3,250.00
Mantto. Maquina de Coser		200.00	200.00	200.00
Total Gasto Operativo			C\$ 21,135.00	C\$ 25,035.00

Tabla 35 Capital de Trabajo

4.4.1.4 Inversión Total

Es conocida como la adquisición de todos los activos fijos o tangibles, diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de una empresa.



PLUS SIZE FASHION

PLAN DE INVERSION

Descripción	Total
Inversión Fija	
Mobiliario y equipo	32.400,00
Maquinaria de producción	8.000,00
Equipo de cómputo	10.500,00
Herramientas y enseres	2.285,00
Sub total Inversión Fija	C\$ 53.185,00
Inversión Diferida	
Investigación y desarrollo	2.000,00
Gastos de constitución	2.025,00
Licencias y patentes	7.000,00
Sub total Inversión Diferida	C\$ 11.025,00
Capital de Trabajo	
Materia prima (2 meses)	84.707,44
Materia Indirecta (2 meses)	17.040,00
Salarios (salario base + INSS Patronal) (2 meses)	52.611,93
Alquiler del local (2 meses)	5.000,00
Servicios básicos	2.800,00
Sub total Capital de Trabajo	C\$ 162.159,37
Inversión Total	C\$ 226.369,37

Tabla 36 Inversión Total

Nota: El monto total de la inversión será dividido entre tres inversionistas, y la aportación de cada uno será de C\$ 75,456.45 córdobas moneda nacional.

4.4.1.5 Estructura del Financiamiento

En este sentido (Aguirre, 1992) define la estructura de financiación como: “la consecución del dinero necesario para el financiamiento de la empresa y quien ha de facilitarla”; o, dicho de otro modo, es la obtención de recursos o medios de pago, que se destinan a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines.

Cabe mencionar que la microempresa Plus Size Fashion no contará con financiamientos externos, por lo que es un emprendimiento que apenas empieza y la inversión es completamente de capital propio por parte de los inversionistas



PLUS SIZE FASHION ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

Fuente de Financiamiento	Importe	%
Fuentes Externas		
Financiamientos externo	0.00	0%
Total, de financiamiento externo	0.00	0%
Fuentes Internas		
Capital	226,369.37	100%
Total, de financiamiento interno	226,369.37	100%
Inversión Total	226,369.37	100%

Tabla 37 Estructura de Financiamiento

4.4.1.6 Estado de Situación Financiera Inicial

El balance inicial es aquel balance que se hace al momento de iniciar una empresa o un negocio, en el cual se registran los activos, pasivos y patrimonio con que se constituye y se inician operaciones. Este refleja la situación financiera de la empresa al comienzo de un año contable. (2021)



PLUS SIZE FASHION

Estado de Situación Financiera

Al 01 de enero de 2021

ACTIVOS

ACTIVOS CORRIENTE

Bancos	162,159.37
SUB TOTAL ACTIVO CORRIENTE	C\$ 162,159.37

ACTIVOS NO CORRIENTE

Maquinaria de producción	8,000.00
Mobiliario y equipo	32,400.00
Equipo de cómputo	10,500.00
Herramientas y enseres	2,285.00
Activo diferido	11,025.00
SUB TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	C\$ 64,210.00
TOTAL ACTIVOS	C\$ 226,369.37

CAPITAL CONTABLE

Capital Propio	226,369.37
TOTAL CAPITAL CONTABLE	C\$ 226,369.37
TOTAL P + C	C\$ 226,369.37

Elaborado por.

Revisado por.

Autorizado por.

Tabla 38 Balance de Apertura

4.4.2 Presupuesto de ingresos y egresos

Los importes que figuran en el presupuesto de ingresos se denominan previsiones del presupuesto de ingresos y son una estimación, a diferencia del presupuesto de gastos, en los que los créditos suponen el límite de una autorización para gastar.

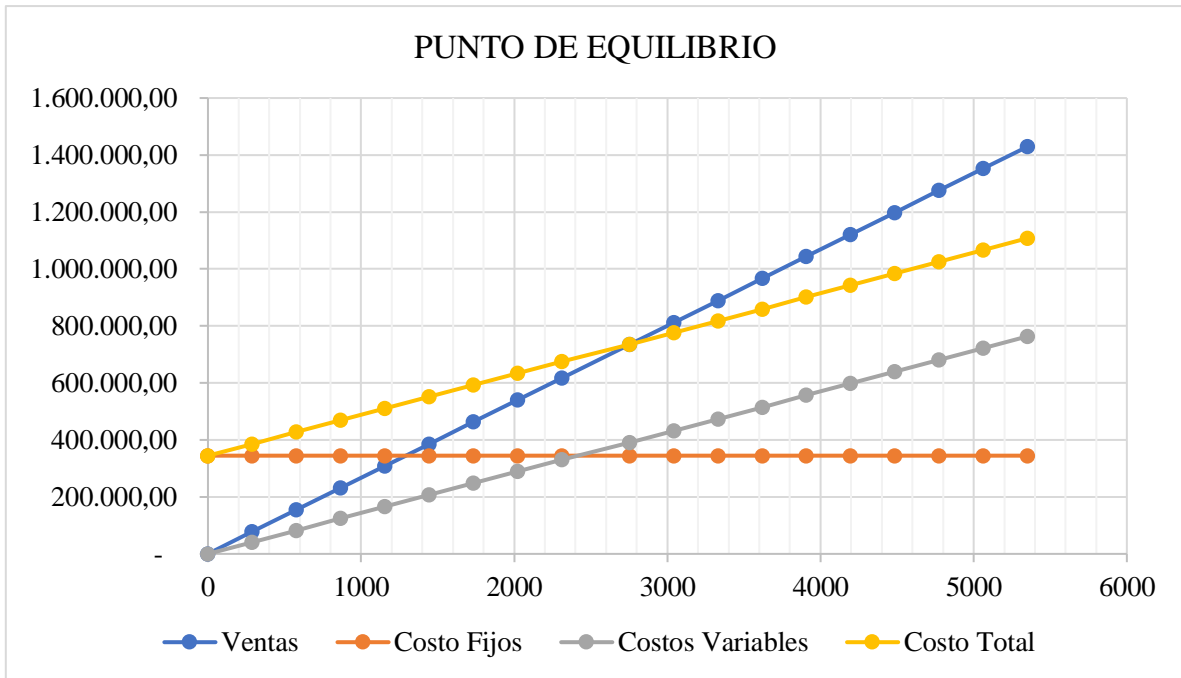
A continuación, se muestran los ingresos y los egresos en los que la microempresa *PLUS SIZE FASHION* incurre durante las operaciones realizadas.

4.4.2.1 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio “Es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costes totales o, en otras palabras, el nivel de ingresos que cubre los costes fijos y los costes variables. Este punto de equilibrio (o de apalancamiento cero), es una herramienta estratégica clave a la hora de determinar la solvencia de un negocio y su nivel de rentabilidad”. (Salmon E. b., 2017)

Este hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos esto supone que la empresa en su punto de equilibrio tiene un beneficio que es igual a 0 (no gana dinero, pero tampoco pierde).

El punto de equilibrio por lo tanto la empresa logra cubrir sus costos al incrementar sus ventas, logrará ubicarse por encima del punto de equilibrio y obtendrá beneficios positivos. En cambio, una caída de sus ventas desde el punto de equilibrio generara perdidas.



Graficas 10 Punto de Equilibrio

Elaborado por equipo investigador

4.4.2.2 Presupuesto de Ingreso.

A continuación, se presenta de manera resumida los ingresos de PLUS SIZE FASHION durante el primer año de operación.



VENTAS PROYECTADAS

PLUS SIZE FASHION

UNIDADES FISICAS

Descripción	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	TOTAL
L				
		5%	5%	
Lino Rasch[Campesina]	1,029	1,080.45	1,134	3,244
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	1,123	1,179	1,238	3,540
XL				
Lino Rasch[Campesina]	796	836	878	2,509
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	891	936	982	2,809
XXL				
Lino Rasch[Campesina]	663	696	731	2,090
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	698	733	770	2,200
TOTAL	5,200	5,460.00	5,733	16,393
6,416.00	81%	85%	89%	

Tabla 39 Presupuesto de ingreso



VENTAS PROYECTADAS

PLUS SIZE FASHION

UNIDADES MONETARIAS

Descripción	VTA	AÑO 2022	P. VTA	AÑO 2023	P. VTA	AÑO 2024	TOTAL
L							
			4%		4%		
Lino Rasch[Campesina]	270	277,830	281	303,390	292	331,302	912,523
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	200	224,600	208	245,263	216	267,827	737,691
XL							
Lino Rasch[Campesina]	300	238,800	312	260,770	324	284,760	784,330
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	240	213,840	250	233,513	260	254,997	702,350
XXL							
Lino Rasch[Campesina]	370	245,310	385	267,879	400	292,523	805,712
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	270	188,460	281	205,798	292	224,732	618,990
TOTAL		1,388,840.00		1,516,613.28		1,656,141.70	4,561,594.98

Tabla 40 Ventas unid monetarias



VENTAS PROYECTADAS

PLUS SIZE FASHION

UNIDADES FISICAS

Descripción	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	TOTAL
L		5%	5%	
Desechos de Tela	238	250	262	750
TOTAL	238	250	262	750

Tabla 41 Desechos unid físicas



VENTAS PROYECTADAS

PLUS SIZE FASHION

UNIDADES MONETARIAS

Descripción	P. VTA	AÑO 2022	P. VTA	AÑO 2023	P. VTA	AÑO 2024	TOTAL
L			4%		4%		
Desechos de Tela	15	3,570	16	3,898	16	4,257	11,726
TOTAL		3,570		3,898		4,257	11,726

Tabla 42 Desechos unid Monetarias

4.4.2.3 Presupuesto de Egresos.

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA E INDIRECTA A COMPRAR



PLUS SIZE FASHION UNIDADES FISICAS

Descripción	U/M	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	TOTAL
L			6%	6%	
Lino Rasch[Campešina]	YD	1,618	1,715	1,817	5,150
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	YD	1,179	1,250	1,325	3,754
XL					
Lino Rasch[Campešina]	YD	1,468	1,556	1,650	4,674
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	YD	1,169	1,240	1,314	3,723
XXL					
Lino Rasch[Campešina]	YD	1,559	1,653	1,752	4,964
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	YD	1,099	1,165	1,235	3,500
TOTAL		8,093	8,578	9,093	25,764

Descripción	U/M	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	TOTAL
L, XL, XXL			6%	6%	
Lino Rash [Campešina]		11,160.00	11,829.60	12,421.08	35,410.68
Hilo	CONO	120.00	127	134	381
Elastico	YD	2,760.00	2,926	3,072	8,757
Etiqueta de Talla	UND	2,760.00	2,926	3,072	8,757
Aguja de Maquina	UND	2,760.00	2,926	3,072	8,757
Etiquetas de Marca	UND	2,760.00	2,926	3,072	8,757
Tela de Algodón Americano [Camiseta]		8,760.00	9,198.00	9,657.90	27,615.90
Hilo	CONO	120.00	126	132	378
Etiqueta de Talla	UND	2,880.00	3,024	3,175	9,079
Aguja de Maquina	UND	2,880.00	3,024	3,175	9,079
Etiquetas de Marca	UND	2,880.00	3,024	3,175	9,079
TOTAL		19,920	21,028	22,079	63,027

TOTAL GENERAL MPD Y MPI 28,013 29,606 31,172 88,791

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA E INDIRECTA A COMPRAR



PLUS SIZE FASHION UNIDADES MONETARIAS

Descripción	C. UNT	AÑO 2022	P. VTA	AÑO 2023	P. VTA	AÑO 2024	TOTAL
L			4%		4%		
Lino Rasch[Campešina]	65	105,139	68	115,905	70	127,774	348,819
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	60	70,749	62	77,994	65	85,980	234,723
XL							
Lino Rasch[Campešina]	65	95,431	68	105,203	70	115,975	316,609
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	60	70,166	62	77,351	65	85,272	232,790
XXL							
Lino Rasch[Campešina]	65	101,351	68	111,730	70	123,171	336,252
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	60	65,961	62	72,715	65	80,161	218,838
TOTAL		508,797		560,898		618,334	1,688,029

Descripción	C. UNT	AÑO 2022	P. VTA	AÑO 2023	P. VTA	AÑO 2024	TOTAL
L, XL, XXL			4%		4%		
Lino Rash [Campešina]		50,160		55,296		60,384	165,840
Hilo	50	6,000	52	6,614	54	7,223	19,837
Elastico	1	2,760	1	3,043	1	3,323	9,125
Etiqueta de Talla	5	13,800	5	15,213	5	16,613	45,626
Aguja de Maquina	5	13,800	5	15,213	5	16,613	45,626
Etiquetas de Marca	5	13,800	5	15,213	5	16,613	45,626
Tela de Algodón Americano [Camiseta]		49,200		53,726		58,669	161,596
Hilo	50	6,000	52	6,552	54	7,155	19,707
Etiqueta de Talla	5	14,400	5	15,725	5	17,171	47,296
Aguja de Maquina	5	14,400	5	15,725	5	17,171	47,296
Etiquetas de Marca	5	14,400	5	15,725	5	17,171	47,296
TOTAL		99,360		109,023		119,053	327,436

TOTAL GENERAL MPD Y MPI C\$ 608,157.19 C\$ 669,920.80 C\$ 737,386.86 C\$ 2,015,464.85

Tabla 41 Presupuesto de Compra de Materiales

**PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA E
INDIRECTA ENVIADA A PRODUCCION
PLUS SIZE FASHION
UNIDADES FISICAS**

Descripción	U/M	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	TOTAL
L					
		5%		5%	
Lino Rasch[Campešina]	YD	1.543,50	1.621	1.702	4.866
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	YD	1.123,00	1.179	1.238	3.540
XL					
Lino Rasch[Campešina]	YD	1.393,00	1.463	1.536	4.391
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	YD	1.113,75	1.169	1.228	3.511
XXL					
Lino Rasch[Campešina]	YD	1.491,75	1.566	1.645	4.703
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	YD	1.047,00	1.099	1.154	3.301
			0		
TOTAL		7.712	8.098	8.502	24.312

Descripción	U/M	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	TOTAL
L, XL, XXL					
		5%		5%	
Lino Rash [Campešina]		10.036,00	10.537,80	11.064,69	31.638,49
Hilo	CONO	84,00	88	93	265
Elastico	YD	2.488,00	2.612	2.743	7.843
Etiqueta de Talla	UND	2.488,00	2.612	2.743	7.843
Aguja de Maquina	UND	2.488,00	2.612	2.743	7.843
Etiquetas de Marca	UND	2.488,00	2.612	2.743	7.843
Tela de Algodón Americano [Camiseta]	YD	8.220,00	8.631,00	9.062,55	25.913,55
Hilo	CONO	84,00	88	93	265
Etiqueta de Talla	UND	2.712,00	2.848	2.990	8.550
Aguja de Maquina	UND	2.712,00	2.848	2.990	8.550
Etiquetas de Marca	UND	2.712,00	2.848	2.990	8.550
TOTAL		18.256	19.169	20.127	57.552

TOTAL GENERAL MPD Y MPI **25.968** **27.266** **28.630** **81.864**

**PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA E INDIRECTA ENVIADA A
PRODUCCION
PLUS SIZE FASHION
UNIDADES MONETARIAS**

Descripción	C. UNT	AÑO 2022	P. VTA	AÑO 2023	P. VTA	AÑO 2024	TOTAL
L							
		4%		4%			
Lino Rasch[Campešina]	65	100.328	68	109.558	70	119.637	329.522
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	60	67.380	62	73.579	65	80.348	221.307
XL							
Lino Rasch[Campešina]	65	90.545	68	98.875	70	107.972	297.392
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	60	66.825	62	72.973	65	79.686	219.484
XXL							
Lino Rasch[Campešina]	65	96.964	68	105.884	70	115.626	318.474
Tela de Algodón Americo[Camiseta]	60	62.820	62	68.599	65	74.911	206.330
TOTAL		484.861		529.468		578.180	1.592.509

Descripción	C. UNT	AÑO 2022	P. VTA	AÑO 2023	P. VTA	AÑO 2024	TOTAL
L,XL,XXL							
		4%		4%			
Lino Rash [Campešina]		44.008		48.057		52.478	144.543
Hilo	50	4.200	52	4.586	54	5.008	13.795
Elastico	1	2.488	1	2.717	1	2.967	8.172
Etiqueta de Talla	5	12.440	5	13.584	5	14.834	40.859
Aguja de Maquina	5	12.440	5	13.584	5	14.834	40.859
Etiquetas de Marca	5	12.440	5	13.584	5	14.834	40.859
Tela de Algodón Americano [Camiseta]		44.880		49.009		53.518	147.407
Hilo	50	4.200	52	4.586	54	5.008	13.795
Etiqueta de Talla	5	13.560	5	14.808	5	16.170	44.537
Aguja de Maquina	5	13.560	5	14.808	5	16.170	44.537
Etiquetas de Marca	5	13.560	5	14.808	5	16.170	44.537
TOTAL		88.888		97.066		105.996	291.949

TOTAL GENERAL MPD Y MPI **C\$ 573.749,25** **C\$ 626.534,18** **C\$ 684.175,33** **C\$ 1.592.509,32**

Tabla 42 Proyecciones de materiales enviadas a producción

4.4.2.4 Estructura de Costo

ESTRUCTURA DE COSTO PLUS SIZE FASHION

Al 31 de Enero de 2022

PRODUCTO: BLUSA CAMPESINA

MATERIA PRIMA				
Descripción del Producto	Unidades a Producir	Cantidad en Yarda	Costo Unitario	Costo Total
Lino Rasch[Campesina] L	84	126	65.00	8,190.00
Lino Rasch[Campesina] XL	69	120.75	65.00	7,848.75
Lino Rasch[Campesina] XXL	53	119.25	65.00	7,751.25
Total	206	366		23,790.00

MANO DE OBRA			
Cargo	Horas de Trabajo	Costo por Hora	Costo Total
Costurera	15.00	183	2,750.00
Costurera	15.00	183	2,750.00
Total	30.00		5,500.00

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION				
MATERIALES INDIRECTOS				
Descripción del Producto	Unidades a Producir	Cantidad a Utilizar	Costo Unitario	Costo Total
Lino Rasch[Campesina] L				
Elásticos	84	84	1.00	84.00
Etiqueta de Talla	84	84	5.00	420.00
Etiqueta de Marca	84	84	5.00	420.00
Hilo Cono	84	3	50.00	150.00
Paq.de aguas de maquinas	84	84	5.00	420.00
Total				1,494.00

Lino Rasch[Campesina] XL				
Descripción del Producto	Unidades a Producir	Cantidad a Utilizar	Costo Unitario	Costo Total
Elásticos	69	69	1.00	69.00
Etiqueta de Talla	69	69	5.00	345.00
Etiqueta de Marca	69	69	5.00	345.00
Hilo Cono	69	2	50.00	100.00
Paq.de aguas de maquinas	69	69	5.00	345.00
Total				1,204.00

Lino Rasch[Campesina] XXL				
Descripción del Producto	Unidades a Producir	Cantidad a Utilizar	Costo Unitario	Costo Total
Elásticos	53	53	1.00	53.00
Etiqueta de Talla	53	53	5.00	265.00
Etiqueta de Marca	53	53	5.00	265.00
Hilo Cono	53	1.5	50.00	75.00
Paq.de aguas de maquinas	53	53	5.00	265.00
Total				923.00

MATERIALES INDIRECTOS		
Descripción del Producto	Unidades a Producir	Costo Total
Lino Rasch[Campesina] L	84	1,494.00
Lino Rasch[Campesina] XL	69	1,204.00
Lino Rasch[Campesina] XXL	53	923.00
Total		3,621.00

DEPRECIACIONES		
Descripción del Producto	Depreciación Mensual	Depreciación/B.Campesina
Maquinaria de Producción		
Maquina de Coser	120.00	60.00
Mobiliario y Equipo		
Maniquí de medio cuerpo	18.00	9.00
Perchero	18.00	9.00
Mesa Larga de corte	22.50	11.25
Estante Madera	52.50	26.25
Mesa de trabajo	36.00	18.00
Silla de Trabajo Madera	36.00	18.00
Servicios Básicos		
Energía Eléctrica	245.00	122.50
Alquiler	1,625.00	812.50
Mantto. Maquina de Coser	200.00	100.00
Total		1,186.50

DEPRECIACIONES			
Descripción del Producto	Unidades a Producir	%	Costo Total
Lino Rasch[Campesina] L	84	41%	483.82
Lino Rasch[Campesina] XL	69	33%	397.42
Lino Rasch[Campesina] XXL	53	26%	305.26
Total	206	100%	1,186.50

RESUMEN				
Descripción del Producto	Materiales	MOD	CIF	Costo Total
Lino Rasch[Campesina] L	8,190.00	1,833.33	1,977.82	12,001.15
Lino Rasch[Campesina] XL	7,848.75	1,833.33	1,601.42	11,283.50
Lino Rasch[Campesina] XXL	7,751.25	1,833.33	1,228.26	10,812.85
Total	23,790.00	5,500.00	4,807.50	34,097.50

COSTO UNITARIO				
Descripción del Producto	Unidades a Producir	CU	C\$	PV
Lino Rasch[Campesina] L	84	142.87	127.13	270.00
Lino Rasch[Campesina] XL	69	163.53	136.47	300.00
Lino Rasch[Campesina] XXL	53	204.02	165.98	370.00
Total	206	510.42		940.00

89%

83%

81%



ESTRUCTURA DE COSTO PLUS SIZE FASHION

Al 31 de Enero de 2022

PRODUCTO: CAMISETA

MATERIA PRIMA				
Descripcion del Producto	Unidades a Producir	Cantidad en Yarda	Costo Unitario	Costo Total
Algodón Americano[Camiseta] L	91	91	60.00	5,460.00
Algodón Americano[Camiseta] XL	75	93.75	60.00	5,625.00
Algodón Americano[Camiseta] XXL	58	87	60.00	5,220.00
Total	224	271.75		16,305.00

MANO DE OBRA			
Cargo	Horas de Trabajo	Costo por Hora	Costo Total
Costurera	15.00	183	2,750.00
Costurera	15.00	183	2,750.00
Total	30.00		5,500.00

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION

MATERIALES INDIRECTOS				
Descripcion del Producto	Unidades a Producir	Cantidad a Utilizar	Costo Unitario	Costo Total
Algodón Americano[Camiseta] L				
Elásticos	91	91	1.00	91.00
Etiqueta de Talla	91	91	5.00	455.00
Etiqueta de Marca	91	91	5.00	455.00
Hilo Cono	91	3	50.00	150.00
Paq.de aguas de maquinas	91	91	5.00	455.00
Total				1,606.00

Algodón Americano[Camiseta] XL				
Descripcion del Producto	Unidades a Producir	Cantidad a Utilizar	Costo Unitario	Costo Total
Elásticos	75	75	1.00	75.00
Etiqueta de Talla	75	75	5.00	375.00
Etiqueta de Marca	75	75	5.00	375.00
Hilo Cono	75	2	50.00	100.00
Paq.de aguas de maquinas	75	75	5.00	375.00
Total				1,300.00

Algodón Americano[Camiseta] XXL				
Descripcion del Producto	Unidades a Producir	Cantidad a Utilizar	Costo Unitario	Costo Total
Elásticos	58	58	1.00	58.00
Etiqueta de Talla	58	58	5.00	290.00
Etiqueta de Marca	58	58	5.00	290.00
Hilo Cono	58	1.5	50.00	75.00
Paq.de aguas de maquinas	58	58	5.00	290.00
Total				1,003.00

MATERIALES INDIRECTOS

Descripcion del Producto	Unidades a Producir	Costo Total
Algodón Americano[Camiseta] L	91	1,606.00
Algodón Americano[Camiseta] XL	75	1,300.00
Algodón Americano[Camiseta] XXL	58	1,003.00
Total		3,909.00

DEPRECIACIONES

Descripcion del Producto	Depreciación / Camiseta
Maquinaria de Producción	
Maquinaria de Producción	120.00
Mobiliario y Equipo	
Maniqué de medio cuerpo	18.00
Perchero	18.00
Mesa Larga de corte	22.50
Estante Madera	52.50
Mesa de trabajo	36.00
Silla de Trabajo Madera	36.00
Servicios Básicos	-
Energía Eléctrica	245.00
Alquiler	1,625.00
Mantto. Maquina de Coser	200.00
Total	1,186.50

DEPRECIACIONES

Descripcion del Producto	Unidades a Producir	%	Costo Total
Algodón Americano[Camiseta] L	91	41%	482.02
Algodón Americano[Camiseta] XL	75	33%	397.27
Algodón Americano[Camiseta] XXL	58	26%	307.22
Total	224	100%	1,186.50

RESUMEN

Descripcion del Producto	Materiales	MOD	CIF	Costo Total
Algodón Americano[Camiseta] L	5,460.00	1,833.33	2,088.02	9,381.35
Algodón Americano[Camiseta] XL	5,625.00	1,833.33	1,697.27	9,155.60
Algodón Americano[Camiseta] XXL	5,220.00	1,833.33	1,310.22	8,363.55
Total	16,305.00	5,500.00	5,095.50	26,900.50

COSTO UNITARIO

Descripcion del Producto	Unidades a Producir	CU	C\$	PV	
Algodón Americano[Camiseta] L	91	103.09	96.91	200.00	94%
Algodón Americano[Camiseta] XL	75	122.07	117.93	240.00	97%
Algodón Americano[Camiseta] XXL	58	144.20	125.80	270.00	87%
Total	224	369.37		710.00	

ESTRUCTURA DE COSTO PROYECTADO

Estructura de Costos Anual

Descripción	Año 2022	%	Año 2023	Año 2024	Total
Campesina L,XL,XXL					
Materia Prima	301,921	5%	317,017	332,868	951,806
Mano de Obra Directa	66,000	1%	66,660	67,327	199,987
Costos Indirectos de Fabricación	50,160	5%	52,668	55,301	158,129
Totales	418,081		436,345	455,496	1,309,922
Costo Total Anual	418,081		436,345	455,496	1,309,922
N° de unidades	2,488	5%	2,612	2,743	7,843
Costo Total Unitario	168.04		167.03	166.06	501

AÑO 2022	C\$	Margen de Utilidad	Precio de Venta
Campesina L	101.96	165%	270
Campesina XL	131.96	127%	300
Campesina XXL	201.96	83%	370

AÑO 2023	C\$	Margen de Utilidad	Precio de Venta
Campesina L	170.47	98%	338
Campesina XL	207.97	80%	375
Campesina XXL	295.47	57%	463

25%

AÑO 2024	C\$	Margen de Utilidad	Precio de Venta
Campesina L	188.32	88%	354
Campesina XL	227.69	73%	394
Campesina XXL	319.57	52%	486

5%

Estructura de Costos Anual

Descripción	Año 2022	%	Año 2023	Año 2024	Total
Camiseta L,XL,XXL					
Materia Prima	206.876	5%	217.220	228.081	652.177
Mano de Obra Directa	66.000	1%	66.660	67.327	199.987
Costos Indirectos de Fabricación	49.200	5%	51.660	54.243	155.103
Totales	322.076		335.540	349.651	1.007.267
Costo Total Anual	322.076		335.540	349.651	
N° de unidades	2712,00	5%	2.848	2.990	
Costo Total Unitario	118,76		117,83	116,94	

AÑO 2022	C\$	Margen de Utilidad	Precio de Venta
Camiseta L	81,24	146%	200
Camiseta XL	121,24	98%	240
Camiseta XXL	151,24	79%	270

AÑO 2023	C\$	Margen de Utilidad	Precio de Venta
Camiseta L	132,17	89%	250
Camiseta XL	182,17	65%	300
Camiseta XXL	219,67	54%	338

25%

AÑO 2024	C\$	Margen de Utilidad	Precio de Venta
Camiseta L	145,56	80%	263
Camiseta XL	198,06	59%	315
Camiseta XXL	237,43	49%	354

5%

4.4.3 Presupuesto Financiero

Un presupuesto financiero es aquel documento que trata de poner en relieve la situación económica de una empresa durante un periodo determinado. Es decir, este presupuesto se encarga de acaparar todos y cada uno de los aspectos que puedan derivarse a nivel económico de una empresa.

4.4.3.1 Flujo de Caja

Los flujos de caja facilitan información acerca de la capacidad de la empresa para pagar sus deudas. Por ello, resulta una información indispensable para conocer el estado de la empresa. Es una buena herramienta para medir el nivel de liquidez de la microempresa.



FLUJO DE CAJA PLUS SIZE FASHION

Del año 2022 al 2023

Descripción	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024
I.Saldo inicial	162,159.37	267,996.36	412,313.55
II. Ingreso	1,388,840.00	1,516,613.28	1,656,141.70
Ingresos por venta	1,388,840.00	1,516,613.28	1,656,141.70
Otros ingresos	3,570.00	3,898.44	4,257.10
III. Disponibilidad(I+II)	1,554,569.37	1,788,508.08	2,072,712.34
IV Egresos	1,286,573.01	1,376,194.53	1,463,148.77
Costo de Fabricacion			
Materiales Directos	608,157.19	669,920.80	737,386.86
Mano de obra Directa	122,760.00	133,227.60	134,559.88
C.I.F	222,905.00	228,770.25	234,875.96
Gastos de venta	204,200.82	212,178.38	220,532.50
Gastos de administracion	128,550.00	132,097.50	135,793.58
V. Disponibilidad Efectiva (III-IV)	267,996.36	412,313.55	609,563.58
Flujo Neto de Efectivo	267,996.36	412,313.55	609,563.58

Tabla 43 Flujo de caja

4.4.3.2 Estado de Resultado Proyectado

El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo de tiempo

Este estado financiero brinda una visión panorámica de cuál ha sido el comportamiento de la empresa y si ha generado utilidades o no.



PLUS SIZE FASHION

Estado de Resultado Proyectado años 2022 AL 2024

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Ventas Netas	C\$ 1,388,840.00	C\$ 1,516,613.28	C\$ 1,656,141.70
(-)Costos de Producción	C\$ 932,398.25	C\$ 992,368.43	C\$ 1,057,448.49
Utilidad Bruta	C\$ 456,441.75	C\$ 524,244.85	C\$ 598,693.21
(-)Gastos de Operación	C\$ 344,678.82	C\$ 356,203.88	C\$ 368,254.07
Gastos de Venta	C\$ 206,540.82	C\$ 214,518.38	C\$ 222,872.50
Gastos de Administración	C\$ 138,138.00	C\$ 141,685.50	C\$ 145,381.58
Utilidad de Operación	C\$ 111,762.93	C\$ 168,040.97	C\$ 230,439.14
Otros Ingresos	C\$ 3,570.00	C\$ 3,898.44	C\$ 4,257.10
Utilidad neta del ejercicio	C\$ 115,332.93	C\$ 171,939.41	C\$ 234,696.24

Elaborado por. _____

Revisado por. _____

Autorizado por. _____

Tabla 44 Estado de Resultado proyectado

4.4.3.3 Estado de Situación Financiera Proyectada

El balance general es un estado financiero que brinda información sobre los activos, pasivos y patrimonio neto de una empresa, durante un período de tiempo determinado.



BALANCE GENERAL PLUS SIZE FASHION

<u>ACTIVO</u>	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024
Corriente			
Banco	267,996.36	412,313.55	609,563.58
Inventario	34,407.94	77,794.56	131,006.09
Sub total Activo Corriente	302,404.30	490,108.11	740,569.67
No Corriente			
Mobiliario y Equipo	53,185.00	53,185.00	53,185.00
Depreciacion MME	-11,997.00	-23,994.00	-35,991.00
Otros activos	11,025.00	11,025.00	11,025.00
Amortizacion de otros act	-3,675.00	-7,350.00	-11,025.00
Sub total No Corriente	48,538.00	32,866.00	17,194.00
Total Activo	350,942.30	522,974.11	757,763.67
<u>PASIVO</u>			
Corriente			
Obligaciones por pagar	9,240.00	9,332.40	9,425.72
Total Pasivo Corriente	9,240.00	9,332.40	9,425.72
<u>PATRIMONIO</u>			
Capital Propio	226,369.37	226,369.37	226,369.37
Utilidad del Ejercicio	115,332.93	171,939.41	234,696.24
Utilidad Acumula	0.00	115,332.93	287,272.34
Total Patrimonio	341,702.30	513,641.71	748,337.95
P + C	350,942.30	522,974.11	757,763.67

Elaborado por.

Revisado por.

Autorizado por.

Tabla 45 Balance General proyectado

4.4.4 Evaluación Financiera

La evaluación financiera es el ejercicio teórico-práctico mediante el cual se intentan identificar, valorar y comparar entre sí los costos y beneficios asociados a determinadas alternativas de proyectos de inversión con la finalidad de apoyar la toma de decisiones de inversión que permitan crear valor

4.4.4.1 Flujo de Fondo

El flujo de fondos es un instrumento que nos brinda información sobre los ingresos y egresos de nuestra Microempresa Plus Size Fashion en un período de tiempo determinado



PLUS SIZE FASHION FLUJO DE FONDO

Descripción	Años			
	2021	2022	2023	2024
Ingresos por Ventas		1,388,840.00	1,516,613.28	1,656,141.70
Costos de Producción		932,398.25	992,368.43	1,057,448.49
Utilidad Marginal		456,441.75	524,244.85	598,693.21
Gastos Administrativos		138,138.00	145,044.90	152,297.15
Gastos de Venta		206,540.82	216,867.86	227,711.25
Utilidad antes de Impuesto		111,762.93	162,332.09	218,684.81
Utilidad Neta		111,762.93	162,332.09	218,684.81
Depreciación		11,997.00	11,997.00	7,272.00
Amortización		3,675.00	3,675.00	3,675.00
Inversión Fija	-	53,185.00		
Inversión Diferida	-	11,025.00		
Capital de Trabajo	-	162,159.37		
Flujo Neto de Efectivo	-	226,369.37	120,084.93	170,654.09
			170,654.09	222,281.81

Tabla 46 Flujo de Fondo

4.4.4.2 Valor actual neto (van) y tasa interna de retorno (tir).

“Dos parámetros muy usados a la hora de calcular la viabilidad de un proyecto son el VAN (Valor Actual Neto) y el TIR (Tasa Interna de Retorno). Ambos conceptos se basan en lo mismo, y es la estimación de los flujos de caja que tenga la empresa (simplificando, ingresos menos gastos netos)”. (Gonzalez, 2009)

Este punto es muy importante porque nos indica que el proyecto es rentable debido a que la VAN y la tasa interna de retorno a tres años es mayor a la tasa de descuento, esto indica que es conveniente realizar la inversión



PLUS SIZE FASHION

VAN Y TIR

Descripción	Años			
	0	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Inversión Inicial	C\$ 226,369.37			
Flujo Neto de Efectivo		C\$ 120,084.93	C\$ 170,654.09	C\$ 222,281.81
	- 226,369.37	120,084.93	170,654.09	222,281.81

Tasa de descuento	18%
VAN	C\$ 133,246.21
TIR	48%

Tabla 47 VAN, TIR.

4.4.4.3 Período de Recuperación de la Inversión

Establece el tiempo que toma que la inversión retorne. Es importante destacar que un proyecto de inversión es aceptado si el tiempo para recuperar la inversión es menor al período determinado.

Según los resultados previstos para la recuperación de la inversión de PLUS SIZE FASHION será en un tiempo de 2 años, con 15 Días



PLUS SIZE FASHION PERIODO DE RECUPERACION

PRI	2 AÑO Y 15 DIAS
------------	------------------------

	Flujo	Flujo acumulado
1	120,084.93	120,084.93
2	170,654.09	290,739.02
3	222,281.81	513,020.83

Inversion inicial	226,369.37
Flujo acumulado	120,084.93
Ultimo flujo	170,654.09
PR	2.622806279
AÑOS	2
DIAS	15

Tabla 48 Periodo de recuperación

4.4.4.4 Relación Beneficio Costo

Genera un comparativo de los ingresos y costos a valor actualizado, con la finalidad de obtener un resultado que determine cuánto cuesta la inversión y así tener mejores resultados durante esta. Cabe destacar que se actualizan los ingresos y costos, y después de hacer el cálculo, se espera un rendimiento mayor.

Estos son algunos de los indicadores de rentabilidad más utilizados en proyectos de inversión. Algunos expertos, como el economista Paúl Lira Briceño, aseguran que el VPN es la medida más confiable para decidir si un proyecto es una buena inversión o no. Sin embargo, es recomendable hacer un análisis y ver cuál indicador de rentabilidad es el mejor para un proyecto determinado.



PLUS SIZE FASHION

RELACION COSTO BENEFICIO

TASA DE DESCUENTO	18%				VPN
BENEFICIOS		1,388,840.00	1,516,613.28	1,656,141.70	3,274,170.06
COSTO	- 226,369.37	1,261,405.07	1,338,609.19	1,426,509.89	2,672,204.22
Relación B/C					1.23

Tabla 49 Relación Beneficio Costo

Criterios.

B/C Mayor que 1: El proyecto debe considerarse porque los beneficios superar a los costos.

B/C igual a 1: El proyecto no tiene ganancias

B/C menor que 1: El proyecto no debe considerarse, porque los costos son mayores a los beneficios.

4.4.4.5 Análisis Financiero

El análisis financiero permitirá conocer el resultado de los ejercicios que se llevan a cabo en todo el periodo o ciclo de vida del proyecto, con el fin de determinar la rentabilidad del mismo.

Los calculo que se realizaron indican que el proyecto es rentable, demostrando que los ingresos serán mayores que los costos, en el cálculo de la VAN se determinó que es solvente y la recuperación de su inversión la obtendrá al segundo año lo que significa que después del tercero las utilidades serán superiores con respecto al primer año.

Las ventas proyectadas se estiman con variaciones en algunos meses como en marzo, mayo, noviembre y diciembre, se espera que para el primer año se cumpla con la capacidad planificada y superar el punto de equilibrio cada mes para no contraer perdidas en las utilidades.

5. Cronograma de Trabajo

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PLUS SIZE FASHION												
ACTIVIDADES	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
SEMANAS												
Preliminares	■											
Resumen Ejecutivo		■	■									
Generalidades del proyecto			■	■						■	■	
Diseño o Modelo 3D									■	■		
Plan de negocio			■	■				■				
Plan técnico					■	■						
Plan de organización y Gestión			■	■	■							
Marco Legal							■		■			
Plan financiero								■	■	■		■
Cronograma												■
Material Complementario											■	■

Tabla 52 Cronograma de Trabajo

6. Glosario

PLUS SIZE: Un modelo de talla grande o extra (en inglés, plus-size) es el término aplicado a una persona de talla media a grande (en ocasiones, pero no exclusivamente con sobrepeso u obesidad) que se dedica principalmente a modelar ropa de talla grande.

MERCADOLÓGICO: Es aquel propósito que se refiere a la ciencia que estudia el mercado para obtener resultados concretos que fija la empresa en un plazo relativamente fijo.

MIPYME: Acrónimo de «micro, pequeña y mediana empresa»), que es una expansión del término original, en donde se incluye a la microempresa.

FASHION: Significado de "moda" y viene del inglés fashion derivado del latín factio = "acción y efecto de hacer".

INNOVACIÓN: Es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad y la competitividad. Un elemento esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial.

MUESTRA: Es el conjunto de individuos del universo que selecciono para estudiarlos, por ejemplo, a través de una encuesta.

INIDE: Instituto Nacional de Información de Desarrollo

DGI: Dirección General de Ingreso

INSS: Instituto Nicaragüense de Seguridad Social

FODA: Es una herramienta diseñada para conocer la situación real de una organización, empresa, o proyecto dentro del mercado. Consiste en realizar una lista con las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, para facilitar la toma de decisiones a futuro.

IBI: El impuesto sobre bienes inmuebles en Nicaragua es un impuesto anual pagadero en la Municipalidad donde la propiedad se encuentra ubicada, de conformidad con las disposiciones

PENETRACION DE PRECIO: Precios de penetración es cuando un producto tiene

un precio inferior al de la competencia para impulsar las ventas durante el período inicial de lanzamiento

MICROEMPRESA: Las microempresas son todos aquellos negocios que tienen menos de 10 trabajadores, generan anualmente ventas hasta por 4 millones de pesos y representan el 95 por ciento del total de las empresas y el 40 por ciento del empleo en el país; además, producen el 15 por ciento del Producto Interno Bruto.

ESTATUTOS: Es cualquier ordenamiento eficaz para obligar, como un contrato o un testamento. Un segundo significado es el proveniente de los países anglosajones, donde “statute” significa ley aprobada por un parlamento.

DISTRIBUIDOR: Es la persona u organización que se encarga de vender un producto o servicio, desempeñándose como intermediario entre el productor y el consumidor.

BANNER: Un banner es una pieza de publicidad digital que combina imágenes, texto y en ocasiones sonido y elementos interactivos, que se introduce en páginas web para dar visibilidad a una marca, empresa o campaña.

SUMINISTRO: Esta parte se refiere a las materias primas con las que la empresa trabaja.

CONFECION: Es quizás una de las fases más importantes en el proceso de producción de una prenda de vestir; aquí se define diseño, patronaje, trazos, cortes

PATENTE: Es el título otorgado por el Estado que confiere a su titular el derecho de excluir a terceros de la explotación de una invención por un tiempo y en un territorio determinado, siempre y cuando la invención cumpla con los requisitos establecidos por las disposiciones legales.

ESTRATEGIA PLUS: Es el factor que hace diferente y útil a una empresa frente a la competencia y es apreciado por los usuarios. La propuesta de **valor** es una **estrategia** que pone en marcha la empresa para distinguirse de sus competidores por algo en concreto y así obtener el beneplácito del público.

Bibliografía

- Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE). (2019). *Anuario Estadístico*.
Obtenido de <https://www.inide.gob.ni/Home/Anuarios>
- Philip Kotler y Gary Armstrong. (Mayo de 2006). *Autores del libro fundamentos de la estrategia de mercadotecnia P.65*. Obtenido de
<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/estrategias-mercadotecnia.html>
- Andrade, S. (Mayo de 2006). *Definición de Oferta*. Obtenido de
<https://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>
- Armstrong, G. (s.f.). *Fundamentos de marketing*.
- Darwin, R. (12 de Septiembre de 2012). Estrategias de precio de penetración.
- González, J. F. (11 de Febrero de 2020). *EL PAPEL DE LA MUJER EN LA SOCIEDAD*.
Obtenido de <http://agendamexiquense.com.mx/papel-la-mujer-en-la-sociedad/>
- Kloter, p. A. (2008). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: PEARSON EDUCACION.
- kotler, A., camara, D., & cruz, I. (2004). *Marketing*. Pretince Hall.
- Kotler, P. (s.f.). *Fundamentos de marketing*.
- La gaceta Diario Oficial N°.12. (22 de Enero de 2013). *Reglamento de la ley N°.822 ley de conerctacion tributaria*. Obtenido de
<http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/fb812bd5a06244ba062568a30051ce81/c7f0f2f9f092273e06257b16007b91a2?OpenDocument>
- La gaceta, Diario Oficial N°.60. (2006 de Marzo de 24). *Ley N°. 580 de marca y otros signos distintivos*. Obtenido de
[http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/\(\\$All\)/92C44A600ACE6D350625755B007541D9?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/($All)/92C44A600ACE6D350625755B007541D9?OpenDocument)
- La Gaceta,Diario Oficial N°. 205. (30 de Octubre de 1996). *Ley N°. 185 Código del trabajo*.
Obtenido de <https://www.poderjudicial.gob.ni/cjnejava/image/codigo-trabajo.pdf>
- Lancheros, L. (11 de julio de 2013). Obtenido de Vestirse y ser gorda en Colombia, toda una odisea: <https://www.publimetro.co/co/noticias/2013/07/11/vestirse-y-ser-gorda-en-colombia-toda-una-odisea.html>
- Lancheros, L. (08 de Octubre de 2019). *Ser una mujer 'plus size', una tendencia que ya no castiga la moda*. Obtenido de RCN Radio: <https://www.rcnradio.com/recomendado-del-editor/ser-una-mujer-plus-size-una-tendencia-que-ya-no-castiga-la-moda>
- Laura Estela Fisher y Jorge Espejo Callado. (Mayo de 2006). *Definición de Demanda, Según Expertos en Mercadotecnia y Economía*. Obtenido de
<https://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- Osterwalder, A. (2011). *Business Model Generation*.
- Publicada en La Gaceta, Diario Oficial N°. 6 del 14 de enero de 2013. (13 de Junio de

2012). *LEY N° 40, DE MUNICIPIOS CON REFORMAS INCORPORADAS.*

Obtenido de

<http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/bbe90a5bb646d50906257265005d21f8/6b6fc62ab52a976c06257b0a006131f0?OpenDocument>

Publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 65. (3 de Abril de 2020). *LEY DE REFORMA Y ADICIONES A LA LEY N° 380, LEY DE MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS.* Obtenido de

<http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/3133c0d121ea3897062568a1005e0f89/9b94e7234073d47c0625854c0051680e?OpenDocument>

Publicado en La Gaceta No. 172 . (11 de Septiembre de 2000). *REGLAMENTO DE LA LEY CREADORA DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS ADUANEROS Y DE REFORMA A LA LEY CREADORA DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE INGRESOS, LEY N° 339.* Obtenido de DECRETO No. 88-2000, Aprobado el 4 de Septiembre del 2000:

<http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/b92aaea87dac762406257265005d21f7/d3a7a8dc6a7961440625725d00667676?OpenDocument>

Publicado en La Gaceta, Diario Oficial N°. 144 del 31 de Julio de 1989. (5 de Julio de 1989). *PLAN DE ARBITRIOS MUNICIPAL.* Obtenido de DECRETO EJECUTIVO N°. 455:

<http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/b92aaea87dac762406257265005d21f7/42a072c45ff3ad8a06257d5b005b7c6c?OpenDocument>

ANEXO



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA, MANAGUA

UNAN-FAREM, CARAZO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Somos estudiantes de V año de la carrera de Banca y Finanzas y deseamos conocer la aceptación sobre el establecimiento de confecciones de blusas tallas grandes llamada "Plus Size Fashion", ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo para el segundo semestre del año 2021.

Le agradecemos de ante mano, su valiosa colaboración en brindarnos sus aportes para el logro de los objetivos de estudio.

A continuación, le presentamos una serie de preguntas y le sugerimos marcar con una X la respuesta correspondiente.

EDAD: _____ CIUDAD: _____

1. ¿Qué tipo de blusas utiliza más?

Blusa campesina

Camisetas

Hombros Volantes

Bombachas

Mangas Campanas

2. ¿Qué talla de blusa buscaría más?

L

XL

XXL

3. ¿Qué color de blusa de su talla le gustaría a usted?

4. ¿Qué tipo de blusa utiliza?

Blusas con elástico Blusas con cuellos y botones

Blusas cuello V o redondo Blusas con mangas popas

Blusa con manga campanas Blusa sin manga y cuello

5. Que problemas presenta al momento de comprar una blusa

Bustos grandes Brazos grandes Abdomen ancho Todas las anteriores

Otro (Describe) _____

6. ¿De qué manera le gustaría que el producto le fuese entregado?

Bolsas plásticas



Bolsas diseñadas con papel Kraft



7. ¿Considera usted que existe ausencia de blusas tallas grandes?

Si No Poco Mucho

8. ¿Cuándo usted compra una blusa lo que observa primero en ella es?

Diseño Calidad Tela Color

Precio Todas las anteriores

9. Nivel de ingreso

800-1500.C\$ 1500-2500.C\$ 2500-3500.C\$ 3500 a más C\$

10. ¿Con que frecuencia compras blusas?

Semanal Quincenal Mensual Trimestral

Anual Por temporadas

11. ¿Qué cantidad de blusas compra?

Semanal____ Quincenal____ Mensual____ Trimestral____ Anual____

12. ¿En qué lugar le gusta comprar sus blusas?

Mercado Tiendas Tiendas de segunda mano

Centro comerciales Tiendas en línea

13. ¿La atención que recibe en las tiendas es?

Mala Regular Buena Excelente

14. ¿Al momento de buscar una tienda la determina por?

Atención Higiene Ambiente

15. ¿En qué lugares le gustaría poder comprar nuestro producto?

Redes Sociales Tienda Física

16. ¿Dónde le gustaría que nuestra tienda estuviera ubicada?

Zona central Mercado

17. ¿Porque redes sociales u otro medio le gustaría saber sobre las nuevas colecciones?

Facebook Radio WhatsApp

18. ¿Conoce alguna tienda que ofrezca exclusivamente blusas talla grande?

Si No

19. ¿Le gustaría que exista una tienda donde encuentre blusas tallas grandes?

Si No

20. ¿Estaría dispuesto a comprar nuestro producto?

Si No

21. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una blusa plus size?

350-390 400-480 490-540

22. Como considera los precios que ofrecemos

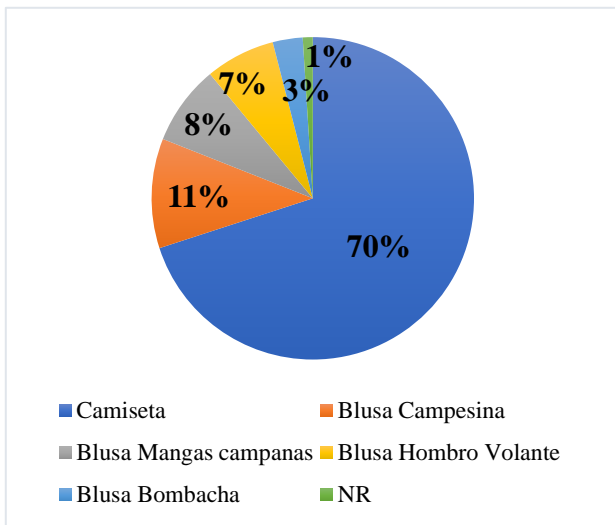
Muy cara Buen precio Mas o menos

23. ¿Considera que deberíamos implementar planes de crédito en nuestra tienda?

Si No

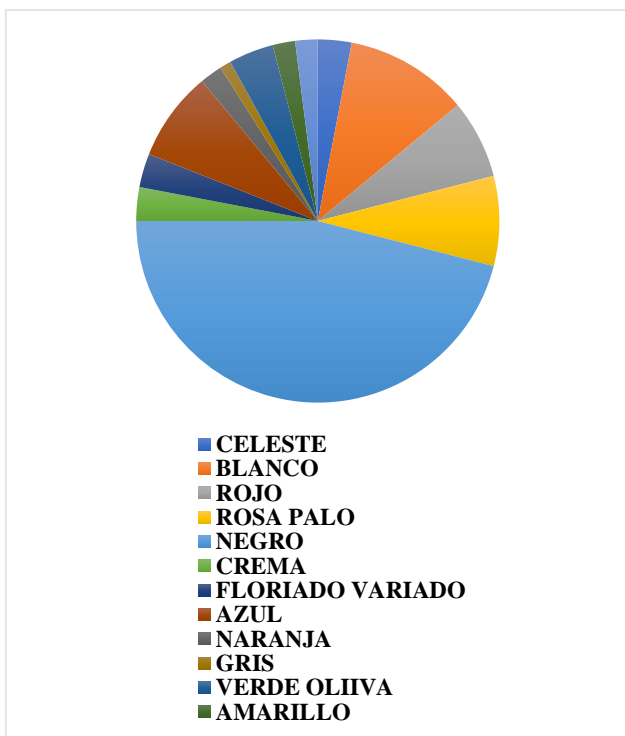
24. ¿Qué promociones le gustaría encontrar en nuestro local?

Descuentos 2X1 Sorteos



En la realización de la encuesta las blusas que tuvieron más positivismo fueron con un porcentaje de aceptabilidad con, 70% en las camisetas, 11% en campesinas ,8% en las Blusas mangas campanas 7% Blusa hombro volante ,3% en la blusa Bombachas y 1% no tuvimos respuesta

Graficas 11 ¿Qué tipo de blusa utiliza más?

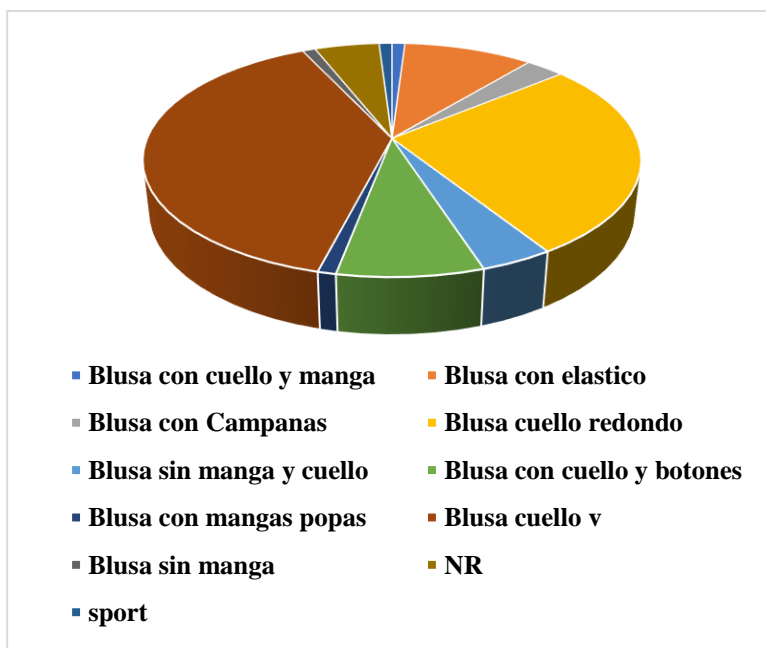


En esta grafica se presenta en porcentaje las repuestas que tuvimos al realizar esta encuesta en el tipo de color de blusa que le gustaría son las siguientes Blanco 11%, Rosa Palo 7%, Negro 46%,

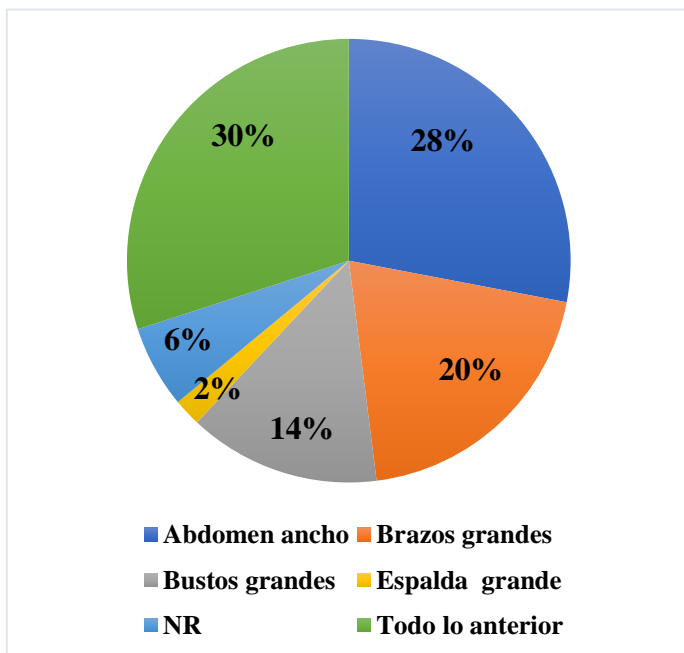
Graficas 12 ¿Qué color le gusta más?

En la siguiente gráfica nos da como resultado que las mujeres en un 10% prefieren blusas con elásticos el 27% camisetas con cuello redondo y el 39% camisetas con cuello

V



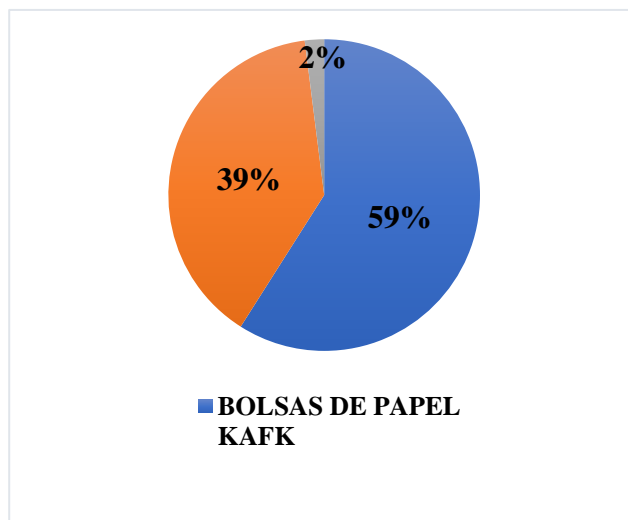
Graficas 13 ¿Qué tipo de blusa utiliza más?



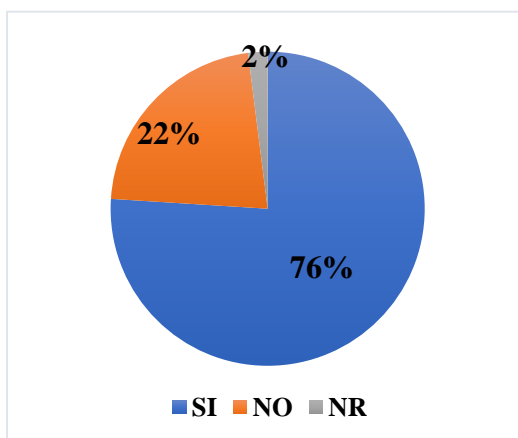
Los resultados de esta pregunta fueron que presentan problemas en el abdomen, los brazos, bustos y espalda, estas con un 30%, el 28 presenta problemas más que todo en los brazos y en el abdomen el 28%

Graficas 14 ¿Que problemas presenta al momento de comprar una blusa?

Tomando en cuenta el siguiente gráfico nos representa las respuestas que con un 59% en bolsas de craff, Bolsas plásticas 39%, y 1% que no nos dio respuesta.

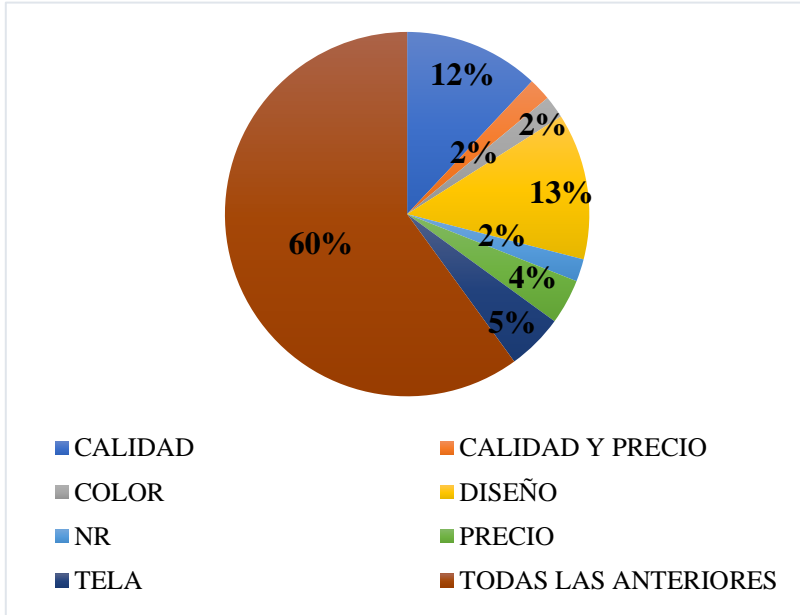


Graficas 15 ¿De qué manera le gustaría que el producto le fuese entregado?



Durante la valoración de resultados obtenidos en la encuesta sobre esta pregunta fue un 22% dijo que no, el 2% no contesto y el 76% dijo que si donde se dedujo que hay poca usencia para este sector.

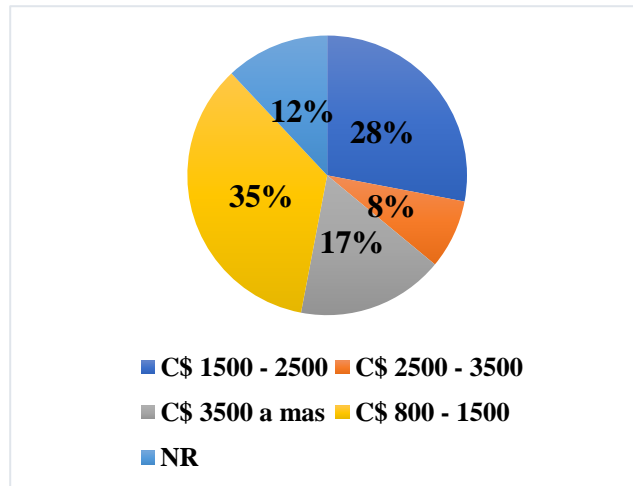
Graficas 16¿Considera usted que existe ausencia de blusas tallas plus?



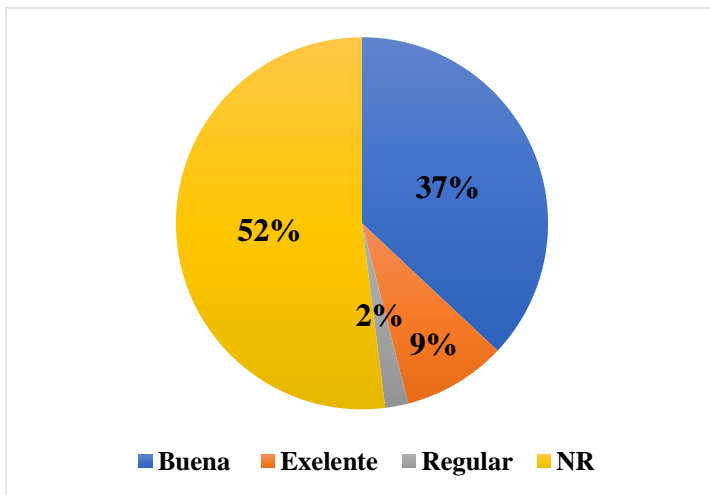
El Resultado obtenido por medio de la encuesta en esta pregunta las respuestas se muestran en porcentajes son las siguientes en cuanto la calidad tuvo un 12%, calidad y precio 2%, color 2%, diseño 13%, no respondieron 2%, precio 4% Tela 5% y todas las anteriores 60%

Graficas 17 ¿Cuándo usted compra una blusa lo que observa primer en ella es?

En la siguiente gráfica representan los niveles de ingreso que tienen en el cual fue un resultado con 35% en la categoría C\$ 800 – 1500, un 28% en la C\$ 1500 – 2500, el 17% en 3500 a más, 12% no respondió y un 8% con C\$ 2500 – 3500

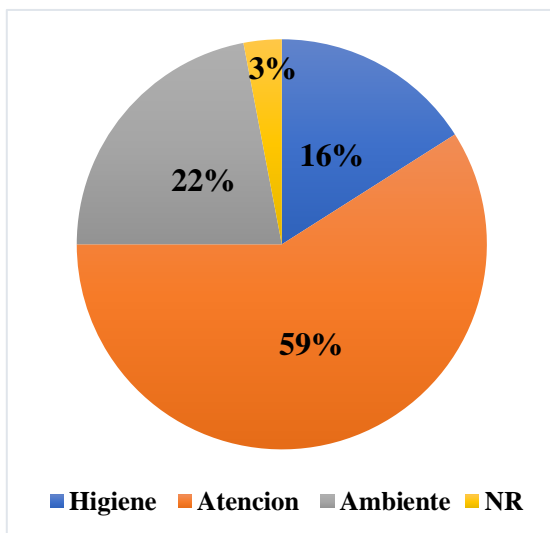


Graficas 18 ¿Nivel de ingresos?



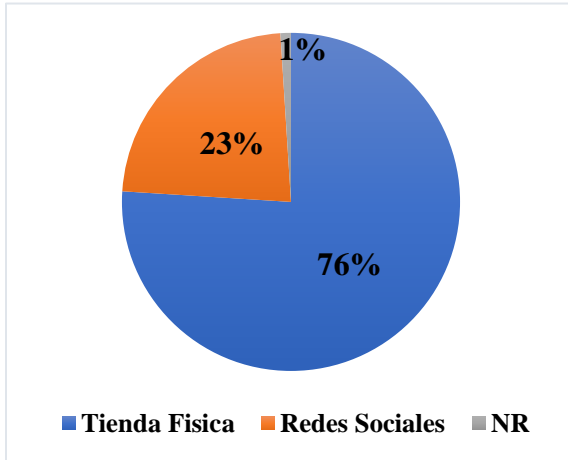
Los resultados obtenidos mediante la encuesta nos dan como resultados el 52% no dio respuesta alguna mientras que el 37% dijeron que era buena, 9% nos dicen que es excelente y con un 2% que es regular.

Graficas 19 ¿La atención que recibe es?



Las encuestadas determinan las tiendas a la que visitan con la atención la cual es muy importante y esta con 59%, higiene el 16%, ambiente 22% y el 3% no dio respuesta alguna.

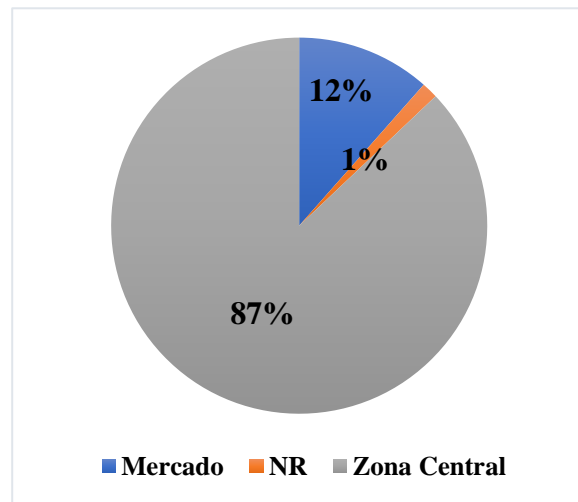
Graficas 20 ¿Al momento de buscar una tienda la determina por?



Como se muestra en la siguiente gráfica el 76% de las mujeres encuestadas prefieren las tiendas físicas mientras que el 23% prefieran las redes sociales que son tiendas online

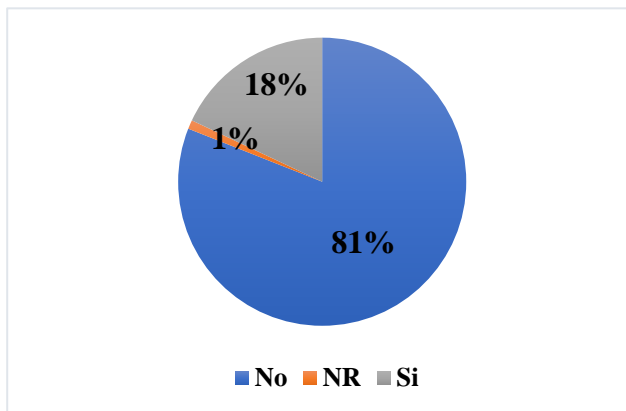
Graficas 21 ¿En qué lugar le gustaría poder comprar nuestro producto?

En la siguiente gráfica se presenta los resultados donde las encuestadas les gustaría que nuestro negocio estuviera ubicado en la zona central con un 87%, el siguiente dato con 12% para la zona del mercado.

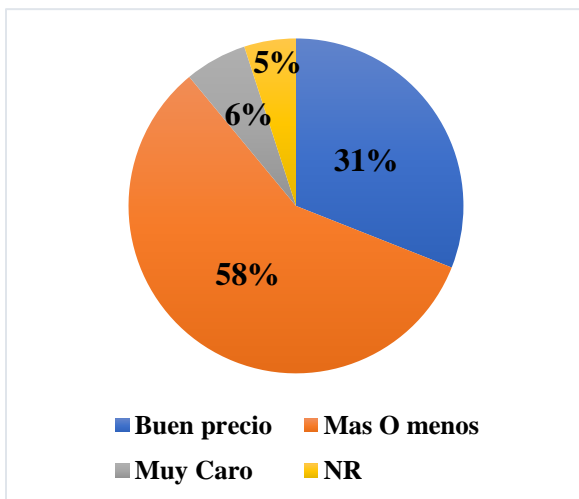


Graficas 22 ¿Dónde le gustaría que nuestra tienda estuviera ubicada?

En la siguiente gráfica se muestra que el 81% de las encuestadas no conocen alguna tienda exclusiva de tallas grandes en el municipio de Jinotepe, posteriormente el otro 18% si es conoedora de este tipo de tiendas



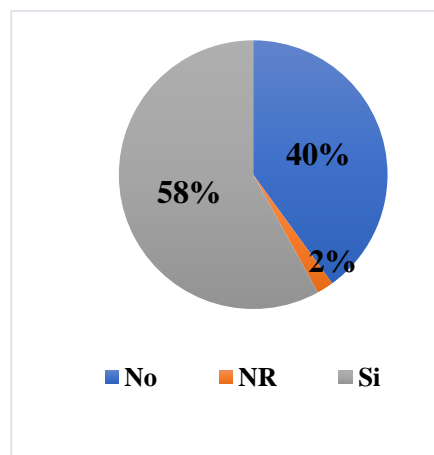
Graficas 23 ¿Conoce alguna tienda que ofrezca exclusivamente blusas tallas grandes?



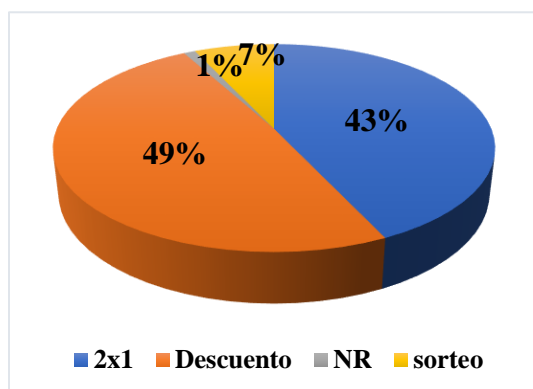
Los precios que plus size ofrece por parte de las personas encuestadas el 58% la consideran que son más o menos y el 31% como un buen precio

Graficas 24 ¿Como considera los precios que ofrecemos?

La siguiente gráfica representa la implementación de créditos en las tiendas los cuales el 58% de las encuestadas respondió que sí, el otro 40% con una respuesta negativa



Graficas 25 ¿Considera que deberíamos implementar planes de crédito en nuestra tienda?



Para las promociones en la tienda con votos del 49% por medio de las encuestadas son el 49% y el 43% para las promociones de 2x1

Graficas 26 ¿Que promociones le gustaría encontrar en nuestra tienda?



Formato N° 1. Ficha de registro de pequeños negocios (MEFCCA).

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

MUESTRA
NO VALIDA PARA
INSCRIPCIÓN

Fuente: MEFCCA


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

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

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



Fuente: DGI

Formato N° 3. Cédula Ruc

 Ministerio de Hacienda y Crédito Público DIRECCION GENERAL DE INGRESOS CEDULA - RUC	
Número RUC	
Razón Social	
Nombres y Apellidos del Representante Legal	
Número de Identidad del Representante Legal	
Firma del Representante Legal	
Fecha de Emisión	
Administrado por Renta	
Fecha de Vencimiento	

Fuente: DGI

Formato N° 4. Solicitud de Matricula (Alcaldía)

 <p>UNIDA, NICARAGUA TRIUNFA! El Pueblo Presidente!</p>	<h3>Alcaldía Municipal de Jinotepe</h3> <p>“ESTAMOS DESARROLLANDO JINOTEPE PARA BENEFICIO DE TODOS” DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA</p>	 <p>Alcaldía de Jinotepe Por un Buen Gobierno</p>						
<table border="1" style="border-collapse: collapse;"><tr><td style="padding: 2px;">DÍA</td><td style="padding: 2px;">MES</td><td style="padding: 2px;">AÑO</td></tr><tr><td style="height: 20px;"></td><td></td><td></td></tr></table>	DÍA	MES	AÑO				<h3>SOLICITUD DE MATRICULA</h3> <p>RUC: J1330000035088</p>	<p>Nº 1114</p>
DÍA	MES	AÑO						
I. DATOS PERSONALES DEL CONTRIBUYENTE.								
Nombre o Razón Social: _____								
RUC: _____ Cédula _____								
Dirección del negocio: _____								
N.º de teléfono del negocio: _____ Fax _____								
Correo electrónico: _____								
Nombre del comercio (conocido como): _____								
Nombre del propietario: _____								
Dirección del propietario: _____								
II. ACTIVIDAD ECONÓMICA.								
Nombre de la actividad: _____								
Monto de inversión inicial: _____								
Modalidad de pago: _____								
Ingreso mensual por ventas, servicios y otros conceptos: _____								
Observaciones: _____								

III. OTROS IMPUESTOS Y TASAS ANUALES								
RÓTULO N.º _____ DIMENSIÓN: _____								
Bienes Inmuebles N.º de registro: _____								
Rodamiento: Tipo de vehículo: _____ Placa: _____								
Rampas (mts) _____ Reservas de aparcamiento (mts) _____								
<input type="checkbox"/> Basura <input type="checkbox"/> Tramo en mercado <input type="checkbox"/> Cementerio <input type="checkbox"/> Fierros <input type="checkbox"/> Otros								
_____ Firma del contribuyente.								
Presunción de Verdad.								
<p>Las funciones que desarrolla la Administración Pública Municipal, están sujetas al principio de presunción de veracidad, que rige en las relaciones de aquella, con sus funcionarios, servidores y con el público, y que consiste en suponer que las personas dicen la verdad. Este principio de credibilidad en el contribuyente, se expresa en los datos que registra en los formularios oficiales. La presunción de veracidad admite prueba en contrario.</p>								
<small>30B. 100H. N° 0001 - 3000 06/2015</small>								

Fuente: Alcaldía de Jinotepe

Formato N° 5. Inscripción en el registro mercantil

FORMATO DE INSCRIPCIÓN COMO COMERCIANTE PERSONA NATURAL

Señor Registrador de la Propiedad Inmueble y Mercantil del Departamento de Managua: Soy _____, Profesión, _____ Cédula de Identidad: _____. A través del Presente escrito solicito: **INSCRIPCIÓN COMO COMERCIANTE**, de conformidad con el Arto 157, ley numero 698, Ley General de los Registros Públicos. Para tal fin comparezco y expongo:

1. NOMBRES Y APELLIDOS: (Adjuntar Cédula de Identidad) _____
2. EDAD: _____
3. ESTADO CIVIL: _____
4. NACIONALIDAD: _____
5. DOMICILIO: _____
6. ACTIVIDAD EMPRESARIAL: _____
7. INICIO DE OPERACIONES: _____
8. NOMBRE COMERCIAL: _____
9. Afirmo bajo mi palabra no hallarme sujeto a la patria potestad ni en ninguna de las incapacidades generales para contratar, ni en las especiales señaladas con el Código de Comercio sobre las prohibiciones para ejercer el Comercio.

 Acompaño al presente escrito los Libros Diario y Mayor para que sean razonados.

Managua, _____ de _____ del año _____

Firma _____

FORMATO DE INSCRIPCIÓN COMO COMERCIANTE PERSONA JURIDICA

Señor Registrador de la Propiedad Inmueble y Mercantil del Departamento de Managua: Soy _____, Mayor de edad, (Casado o Soltero), del domicilio de: _____, Profesión, _____ Cédula de Identidad: _____. En mi carácter de Apoderado (Insertar Poder) o Presidente de la Sociedad denominada: _____ inscrita bajo el Número: _____, Tomo: _____, Página: _____ Libro Segundo de Sociedades. A través del presente escrito Solicito: **INSCRIPCIÓN COMO COMERCIANTE**, de conformidad con el Arto 158 ley número 698, Ley General de los Registros Públicos. Para tal fin comparezco y espongo:

1. RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN: _____
2. NACIONALIDAD: _____
3. DOMICILIO: _____
4. OBJETO SOCIAL O CLASE DE NEGOCIO: _____
5. NOMBRE COMERCIAL IGUAL AL RPI: _____
6. CAPITAL SOCIAL (cantidad acciones en que se dividió el capital y valor nominal de cada acción): _____
7. LA FECHA EN QUE DEBA COMENZAR A OPERAR: _____
8. VIGENCIA DE LA SOCIEDAD: _____
9. NOMBRE DE LOS SOCIOS FUNDADORES: _____
10. DATOS DE PERSONAS ENCARGADAS DE LA ADMINISTRACION DE LA SOCIEDAD: _____

✓ Acompaña al presente escrito los Libros de Ley (Libro de Actas, Acciones, Diario y Mayor) para que sean razonados

Managua, _____ de _____ del año _____

Firma: _____

Formato N° 6. Inscripción del empleador



INSTITUTO NICARAGÜENSE DE SEGURIDAD SOCIAL INSCRIPCIÓN E INGRESO DEL TRABAJADOR



A) REGIMEN: INTEGRAL IVM - RP B) AUTODETERMINACION

DATOS DEL EMPLEADOR																			
1) Registro Patronal - Nómina: <input style="width: 100%;" type="text"/>			-		2) No. RUC Empleador: <input style="width: 100%;" type="text"/>														
3) Nombre o Razón Social: <input style="width: 100%;" type="text"/>																			
4) Nombre Comercial: <input style="width: 100%;" type="text"/>																			
5) Dirección Exacta del Empleador (donde está la nómina): <input style="width: 100%;" type="text"/>																			
6) Municipio: <input style="width: 100%;" type="text"/>			7) Departamento: <input style="width: 100%;" type="text"/>			8) Teléfonos: <input style="width: 100%;" type="text"/>													
DATOS DEL TRABAJADOR																			
9) NSS del Asegurado <input style="width: 100%;" type="text"/>			10) No. de Cédula de Identidad <input style="width: 100%;" type="text"/>				11) Cédula de Residencia <input style="width: 100%;" type="text"/>												
12) Primer Nombre <input style="width: 100%;" type="text"/>		Segundo Nombre <input style="width: 100%;" type="text"/>		Primer Apellido <input style="width: 100%;" type="text"/>		Segundo Apellido <input style="width: 100%;" type="text"/>		13) Fecha de Nacimiento <input style="width: 100%;" type="text"/>											
14) Lugar de Nacimiento: Municipio <input style="width: 100%;" type="text"/>			Departamento <input style="width: 100%;" type="text"/>		País <input style="width: 100%;" type="text"/>		15) Estado Civil: Soltero (a) <input type="checkbox"/>		Casado (a) <input type="checkbox"/>										
17) Dirección Exacta del Asegurado: <input style="width: 100%;" type="text"/>			16) Sexo: F <input type="checkbox"/>		M <input type="checkbox"/>		18) Código Postal <input style="width: 100%;" type="text"/>												
19) Municipio: <input style="width: 100%;" type="text"/>			20) Departamento: <input style="width: 100%;" type="text"/>			21) Teléfono Domiciliar: <input style="width: 100%;" type="text"/>													
22) Nombres y Apellidos del Padre <input style="width: 100%;" type="text"/>				No. de Cédula de Identidad <input style="width: 100%;" type="text"/>															
23) Nombres y Apellidos de la Madre <input style="width: 100%;" type="text"/>				No. de Cédula de Identidad <input style="width: 100%;" type="text"/>															
24) Nombres y Apellidos del Espos(a) o Compañero(a) <input style="width: 100%;" type="text"/>				No. de Cédula de Identidad <input style="width: 100%;" type="text"/>															
25) Fecha de Ingreso o Día Mes Año		26) Total Ingreso del mes CS		27) Salario Mensual CS		Meses Atrasados		28) Total Ingreso del mes		29) Salario Mensual		30) Codificación							
						Enero						1 2 3 4 5							
						Febrero													
						Marzo													
						Abril													
						Mayo													
						Junio													
						Julio													
						Agosto													
						Septiembre													
						Octubre													
						Noviembre													
						Diciembre													
31) Tipo de Empleo: a) Eventual <input type="checkbox"/>				b) Permanente <input type="checkbox"/>															
32) Sistema de pago: Mensual <input type="checkbox"/>				Quincenal <input type="checkbox"/>		Catorcenal <input type="checkbox"/>													
33) Puesto que desempeña: <input style="width: 100%;" type="text"/>																			
34) Mes de Aplicación <input style="width: 100%;" type="text"/>																			
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; width: 100px; height: 100px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> Fotografía del Trabajador </div>										35) Hijos menores de 21 años o inválidos de cualquier edad		Sexo		Lugar y Fecha de Nacimiento					
										Nombres y Apellidos		M	F	Municipio y Departamento		Día	Mes	Año	
										1		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
										2		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
										3		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
4		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																
36) Codificación (mes de aplicación)					Firma del trabajador _____ Firma y Sello del Empleador o su Representante					Firma y fecha de recepción en el INSS _____									
1	2	3	4	5															
37) Observaciones: <input style="width: 100%; height: 100px;" type="text"/>																			
Lugar y fecha					Firma y Sello del Empleador o su Representante														

Inscripción: Empleador: Nómina: Modificación de Datos: Inactividad: Autodeterminación:

1) Registro Patronal - Nómina: <input type="text"/>		---	2) Sucursal: <input type="text"/>		
3) Nombre o Razón Social: <input type="text"/>					
4) Nombre Comercial: <input type="text"/>			5) Nombre Corto: <input type="text"/>		
6) Número RUC <input type="text"/>		7) Tipo de Persona J <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>		8) No. de cédula de Identidad <input type="text"/>	
9) NSS <input type="text"/>		10) No. de Residencia: <input type="text"/>		11) País de Origen: <input type="text"/>	
12) Matrícula Alcaldía: <input type="text"/>		13) Licencia Comercial <input type="text"/>		14) Sector Económico: <input type="text"/>	
15) Actividad Económica <input type="text"/>		16) Descripción Actividad Económica: <input type="text"/>			
17) Dirección del Empleador: <input type="text"/>		18) Departamento: <input type="text"/>		19) Municipio: <input type="text"/>	
		20) Envío Estado de Cuenta <input type="checkbox"/>		21) Envío Comprobación de Pago y Derechos <input type="checkbox"/>	
22) Dirección de Nómina: <input type="text"/>		23) Departamento: <input type="text"/>		24) Municipio: <input type="text"/>	
		25) Envío Estado de Cuenta <input type="checkbox"/>		26) Envío Comprobación de Pago y Derechos <input type="checkbox"/>	
27) Fecha de Inscripción Día <input type="text"/> Mes <input type="text"/> Año <input type="text"/>		28) Régimen: INTEGRAL: <input type="checkbox"/> IVM-RP: <input type="checkbox"/>	29) Unidad de Salud de Riesgos Profesionales <input type="checkbox"/>	30) Nómina Fiscal: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	31) Código de Ruta <input type="text"/>

32) Datos del Registro Público

Número	Libro	Asiento	Tomo	Folio	Fecha de Inscripción

Representante Legal

33) Tipo de Identificación: <input type="text"/>		34) Número de Identificación: <input type="text"/>		35) Teléfonos: <input type="text"/>	
36) Nombre completo: <input type="text"/>					
37) Dirección del representante: <input type="text"/>			38) Departamento: <input type="text"/>		Municipio: <input type="text"/>
39) Fecha de Inicio: <input type="text"/>			Fecha de Finalización: <input type="text"/>		

40) Contactos

Nombre completo	Cargo	Teléfono	Fax	Celular	E-mail

41) Observaciones:

Firma Funcionario INSS
 Firma y Sello del Representante Legal del Empleador



INSTITUTO NICARAGUENSE DE SEGURIDAD SOCIAL
Formulario de Acceso al SIE

1) Datos del Empleador:

Registro Patronal

Nombre o Razón Social: _____

Dirección completa: _____
Dirección / Municipio / Departamento

Teléfonos Empresa: _____ / _____ / Fax _____

Correo Electrónico:

2) Datos del Representante legal o dueño del negocio

Nombre completo: _____

No. de Cédula de Identidad

No. de Cédula de Residencia

Dirección Domiciliar: _____
Dirección / Municipio / Departamento

Teléfonos: Domiciliar Móvil

Correo Electrónico:

3) Datos del Administrador de Nómina

Nombre completo: _____

No. de Cédula de Identidad

No. de Cédula de Residencia

Dirección Domiciliar: _____
Dirección / Municipio / Departamento

Teléfonos: Domiciliar Móvil

Correo Electrónico:

NSS Administrador

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

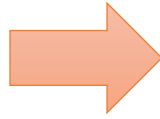
DECLARACIÓN: Por medio de la firma del presente Formulario y Contrato anterior, solicito al Instituto Nicaragüense de Seguridad Social, me conceda acceso al Sistema Integrado de Aplicaciones Específicas a fin de facilitar y hacer más eficiente la entrega de información y reportes al Seguro Social. Así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

Fuente: INNS

FLUJO DE PROCESOS.



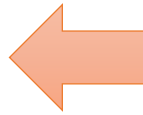
Selección de materia prima



Elaboración de molde



Unificación de la tela



Colocación de materiales



Traslado del producto a la tienda



Anexos 5 Cédulas Mensuales

Elaborado por equipo investigador

PLUS SIZE FASHION													
Cédula N° 1 Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas													
L													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Lino Rasch(Campesina)	84	87	89	87	89	86	87	85	83	81	84	87	1.029
Tela de Algodón Americo(Camiseta)	91	94	96	94	96	94	95	89	92	97	91	94	1.123
XL													
Lino Rasch(Campesina)	69	69	67	65	62	60	59	62	65	69	74	75	796
Tela de Algodón Americo(Camiseta)	75	72	75	73	78	75	74	80	74	69	71	75	891
XXL													
Lino Rasch(Campesina)	53	54	52	50	52	56	55	52	55	56	62	66	663
Tela de Algodón Americo(Camiseta)	58	59	60	58	55	59	58	59	54	56	60	62	698
TOTAL GENERAL	430	435	439	427	432	430	428	427	423	428	442	459	5.200

Tabla 50 Proyecciones en unidades físicas

PLUS SIZE FASHION													
Cédula N° 2 Proyecciones de Unidades a producir													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
L (Campeñas)													
Ventas	84	87	89	87	89	86	87	85	83	81	84	87	1.029
Inventario final	8	9	9	9	9	9	9	9	8	8	8	9	103
Sub total	92	96	98	96	98	95	96	94	91	89	92	96	1.132
Inventario inicial	0	8	9	9	9	9	9	9	9	8	8	8	94
Unidades requeridas a producir	92	87	89	87	89	86	87	85	83	81	84	87	2.358
L (Camiseta)													
Ventas	91	94	96	94	96	94	95	89	92	97	91	94	1.123
Inventario final	9	9	10	9	10	9	10	9	9	10	9	9	112
Sub total	100	103	106	103	106	103	105	98	101	107	100	103	1.235
Inventario inicial	0	9	9	10	9	10	9	10	9	9	10	9	103
Unidades requeridas a producir	100	94	96	94	96	94	95	88	92	98	90	94	2574
TOTAL "L"	193	182	185	181	185	180	182	173	175	178	175	182	4.932
XL (Campeñas)													
Ventas	69	69	67	65	62	60	59	62	65	69	74	75	796
Inventario final	7	7	7	7	6	6	6	6	7	7	7	8	80
Sub total	76	76	74	72	68	66	65	68	72	76	81	83	876
Inventario inicial	0	7	7	7	7	6	6	6	6	7	7	7	72
Unidades requeridas a producir	76	69	67	65	62	60	59	62	65	69	75	75	1.823
XL (Camiseta)													
Ventas	75	72	75	73	78	75	74	80	74	69	71	75	891
Inventario final	8	7	8	7	8	8	7	8	7	7	7	8	89
Sub total	83	79	83	80	86	83	81	88	81	76	78	83	980
Inventario inicial	0	8	7	8	7	8	8	7	8	7	7	7	82
Unidades requeridas a producir	83	72	75	73	79	75	74	81	73	69	71	75	2.042
TOTAL "XL"	158	141	142	138	140	135	133	143	139	138	146	151	3.865

XXL (Campequinas)													
Ventas	53	54	52	50	52	56	55	52	55	56	62	66	663
Inventario final	5	5	5	5	5	6	6	5	6	6	6	7	66
Sub total	58	59	57	55	57	62	61	57	61	62	68	73	729
Inventario inicial	0	5	5	5	5	5	6	6	5	6	6	6	60
Unidades requeridas a producir	58	54	52	50	52	56	55	52	55	56	63	66	1.518
XXL (Camiseta)													
Ventas	58	59	60	58	55	59	58	59	54	56	60	62	698
Inventario final	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	70
Sub total	64	65	66	64	61	65	64	65	59	62	66	68	768
Inventario inicial	0	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	64
Unidades requeridas a producir	64	59	60	58	55	59	58	59	54	56	60	62	1.599
TOTAL "XXL"	122	113	112	108	107	116	113	111	109	112	123	129	3.118
INVENTARI FINAL UND FISICAS													
Inventario Final Campequina	21	21	21	20	20	20	20	20	20	21	22	23	249
Campequina L	8	9	9	9	9	9	9	9	8	8	8	9	103
Campequina XL	7	7	7	7	6	6	6	6	7	7	7	8	80
Campequina XXL	5	5	5	5	5	6	6	5	6	6	6	7	66
Inventario Final Camiseta	22	23	23	23	23	23	23	23	22	22	22	23	271
Camiseta L	9	9	10	9	10	9	10	9	9	10	9	9	112
Camiseta XL	8	7	8	7	8	8	7	8	7	7	7	8	89
Camiseta XXL	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	70
INVENTARI FINAL UND MONETARIAS													
Inventario Final Campequina	3.410	3.473	3.429	3.326	3.347	3.353	3.330	3.290	3.371	3.429	3.676	3.816	41.250
Campequina L	1.200	1.243	1.272	1.243	1.272	1.229	1.243	1.215	1.186	1.157	1.200	1.243	14.704
Campequina XL	1.129	1.129	1.096	1.063	1.014	981	965	1.014	1.063	1.129	1.210	1.227	13.019
Campequina XXL	1.081	1.102	1.061	1.020	1.061	1.143	1.122	1.061	1.122	1.143	1.265	1.347	13.528
Inventario Final Camiseta	2.691	2.699	2.771	2.697	2.735	2.736	2.720	2.745	2.631	2.650	2.671	2.779	32.525
Camiseta L	938	969	990	969	990	969	980	918	949	1000	938	969	11.579
Camiseta XL	916	879	916	891	952	916	904	977	904	842	867	916	10.879
Camiseta XXL	836	851	865	836	793	851	836	851	779	808	865	894	10.067
total	6.101	6.173	6.199	6.023	6.082	6.089	6.050	6.035	6.002	6.079	6.346	6.596	73.775
TOTAL GENERAL	473	436	439	426	433	430	428	427	423	429	443	461	11.914

Tabla 51 Proyecciones de unidades a producir

PLUS SIZE FASHION														
Cédula N° 3 Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias														
Descripción	P. de Vta.	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
L														
Lino Rasch(Campesina)	C\$ 270	22.680	23.490	24.030	23.490	24.030	23.220	23.490	22.950	22.410	21.870	22.680	23.490	277.830
Tela de Algodón Americo(Camiseta)	C\$ 200	18.200	18.800	19.200	18.800	19.200	18.800	19.000	17.800	18.400	19.400	18.200	18.800	224.600
Total		C\$ 40.880	C\$ 42.290	C\$ 43.230	C\$ 42.290	C\$ 43.230	C\$ 42.020	C\$ 42.490	C\$ 40.750	C\$ 40.810	C\$ 41.270	C\$ 40.880	C\$ 42.290	C\$ 502.430
XL														
Lino Rasch(Campesina)	C\$ 300	20.700	20.700	20.100	19.500	18.600	18.000	17.700	18.600	19.500	20.700	22.200	22.500	238.800
Tela de Algodón Americo(Camiseta)	C\$ 240	18.000	17.280	18.000	17.520	18.720	18.000	17.760	19.200	17.760	16.560	17.040	18.000	213.840
Total		C\$ 38.700	C\$ 37.980	C\$ 38.100	C\$ 37.020	C\$ 37.320	C\$ 36.000	C\$ 35.460	C\$ 37.800	C\$ 37.260	C\$ 37.260	C\$ 39.240	C\$ 40.500	C\$ 452.640
XXL														
Lino Rasch(Campesina)	C\$ 370	19.610	19.980	19.240	18.500	19.240	20.720	20.350	19.240	20.350	20.720	22.940	24.420	245.310
Tela de Algodón Americo(Camiseta)	C\$ 270	15.660	15.930	16.200	15.660	14.850	15.930	15.660	15.930	14.580	15.120	16.200	16.740	188.460
Total		C\$ 35.270	C\$ 35.910	C\$ 35.440	C\$ 34.160	C\$ 34.090	C\$ 36.650	C\$ 36.010	C\$ 35.170	C\$ 34.930	C\$ 35.840	C\$ 39.140	C\$ 41.160	C\$ 433.770
TOTAL GENERAL		C\$ 114.850	C\$ 116.180	C\$ 116.770	C\$ 113.470	C\$ 114.640	C\$ 114.670	C\$ 113.960	C\$ 113.720	C\$ 113.000	C\$ 114.370	C\$ 119.260	C\$ 123.950	C\$ 1.388.840,00

Tabla 52 Proyecciones de Unidades Monetarias

PLUS SIZE FASHION														
Cédula N° 4 Proyecciones de Compras requeridas														
Descripción	UM	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
COMPRAS DE MATERIALES														
Descripción Campesina "L,XL,XXL"		206	210	208	202	203	202	201	199	203	206	220	228	2.488
Tela Lino Rash	YD	384,30	391,39	386,14	374,59	376,95	378,00	236,78	370,65	380,10	386,66	414,75	430,76	4.644,94
Campsina L	YD	132,30	137,03	140,18	137,03	140,18	135,45	133,88	133,88	130,73	127,58	132,30	137,03	1.617,53
Campsina XL	YD	126,79	126,79	123,11	119,44	113,93	110,25	113,93	113,93	119,44	126,79	135,98	137,81	1.468,16
Campsina XXL	YD	125,21	127,58	122,85	118,13	122,85	132,30	122,85	122,85	129,94	132,30	146,48	155,93	1.559,25
Hilo	CONO	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120
Elastico	YD	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	2.760
Etiqueta de Talla	UND	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	2.760
Aguja de Maquina	UND	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	2.760
Etiquetas de Marca	UND	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	2.760
Descripción "Camiseta L,XL,XXL"		224	225	231	225	229	228	227	228	220	222	222	231	2.712
Tela Algodón Americano	YD	285,34	286,13	293,74	285,86	289,80	290,06	288,23	291,38	278,78	280,61	283,24	294,79	3.447,94
Camiseta L	YD	95,55	98,70	100,80	98,70	100,80	98,70	99,75	93,45	96,60	101,85	95,55	98,70	1.179,15
Camiseta XL	YD	98,44	94,50	98,44	95,81	102,38	98,44	97,13	105,00	97,13	90,56	93,19	98,44	1.169,44
Camiseta XXL	YD	91,35	92,93	94,50	91,35	86,63	92,93	91,35	92,93	85,05	88,20	94,50	97,65	1.099,35
Hilo	CONO	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120
Etiqueta de Talla	UND	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	2.880
Aguja de Maquina	UND	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	2.880
Etiquetas de Marca	UND	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	2.880
Descripción Campesina "L,XL,XXL"	UNIDADES MONETARIAS													
Tela Lino Rash														
Campsina L	65	8.600	8.907	9.111	8.907	9.111	8.804	8.702	8.702	8.497	8.292	8.600	8.907	105.139,13
Campsina XL	65	8.241	8.241	8.002	7.763	7.405	7.166	7.405	7.405	7.763	8.241	8.838	8.958	95.430,56
Campsina XXL	65	8.139	8.292	7.985	7.678	7.985	8.600	7.985	7.985	8.446	8.600	9.521	10.135	101.351,25
Hilo	50	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6.000,00
Elastico	1	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	2.760,00
Etiqueta de Talla	5	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	13.800,00
Aguja de Maquina	5	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	13.800,00
Etiquetas de Marca	5	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	13.800,00
Descripción "Camiseta L,XL,XXL"														
Tela Algodón Americano														
Camiseta L	60	5.733	5.922	6.048	5.922	6.048	5.922	5.985	5.607	5.796	6.111	5.733	5.922	70.749,00
Camiseta XL	60	5.906	5.670	5.906	5.749	6.143	5.906	5.828	6.300	5.828	5.434	5.591	5.906	70.166,25
Camiseta XXL	60	5.481	5.576	5.670	5.481	5.198	5.576	5.481	5.576	5.103	5.292	5.670	5.859	65.961,00
Hilo	50	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6.000,00
Etiqueta de Talla	5	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	14.400,00
Aguja de Maquina	5	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	14.400,00
Etiquetas de Marca	5	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	14.400,00

INVENTARIO FINAL														
Descripción Campesina "L,XL,XXL"														
Tela Lino Rash	YD	21	21	21	20	20	20	20	20	20	21	22	22,8	249
Hilo	CONO	37,75	37,75	37,75	35,50	35,50	35,50	35,50	35,25	35,50	37,75	39,50	38,25	442
Elastico	YD	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	6
Etiqueta de Talla	UND	21	21	21	20	20	20	20	20	20	21	22	23	249
Aguja de Maquina	UND	21	21	21	20	20	20	20	20	20	21	22	23	249
Etiquetas de Marca	UND	21	21	21	20	20	20	20	20	20	21	22	23	249
Descripción "Camiseta L,XL,XXL"														
Tela Algodón Americano	YD	22	23	23	23	23	23	23	23	22	22	22	23	271
Hilo	CONO	27,75	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28	28,00	27,25	26,5	26,75	26,00	330
Elastico	YD	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	6
Etiqueta de Talla	UND	22	23	23	23	23	23	23	23	22	22	22	23	271
Aguja de Maquina	UND	22	23	23	23	23	23	23	23	22	22	22	23	271
Etiquetas de Marca	UND	22	23	23	23	23	23	23	23	22	22	22	23	271
SUB TOTAL														
Descripción Campesina "L,XL,XXL"														
Tela Lino Rash	YD	422	429	424	410	412	414	272	406	416	424	454	469	4.953
Hilo	CONO	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	126
Elastico	YD	251	251	251	250	250	250	250	250	250	251	252	253	3.009
Etiqueta de Talla	UND	251	251	251	250	250	250	250	250	250	251	252	253	3.009
Aguja de Maquina	UND	251	251	251	250	250	250	250	250	250	251	252	253	3.009
Etiquetas de Marca	UND	251	251	251	250	250	250	250	250	250	251	252	253	3.009
Descripción "Camiseta L,XL,XXL"														
Tela Algodón Americano	YD	313	314	322	314	318	318	316	319	306	307	310	321	3.778
Hilo	CONO	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	126
Etiqueta de Talla	UND	262	263	263	263	263	263	263	263	262	262	262	263	3.151
Aguja de Maquina	UND	262	263	263	263	263	263	263	263	262	262	262	263	3.151
Etiquetas de Marca	UND	262	263	263	263	263	263	263	263	262	262	262	263	3.151
INVENTARIO INICIAL														
Descripción Campesina "L,XL,XXL"														
Tela Lino Rash	YD	0	38	38	38	36	36	36	36	35	36	38	40	403
Hilo	CONO	0	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	6
Elastico	YD	0	21	21	21	20	20	20	20	20	20	21	22	226
Etiqueta de Talla	UND	0	21	21	21	20	20	20	20	20	20	21	22	226
Aguja de Maquina	UND	0	21	21	21	20	20	20	20	20	20	21	22	226
Etiquetas de Marca	UND	0	21	21	21	20	20	20	20	20	20	21	22	226
Descripción "Camiseta L,XL,XXL"														
Tela Algodón Americano	YD	0	28	28	28	28	28	28	28	28	27	27	27	304
Hilo	CONO	0	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	6
Etiqueta de Talla	UND	0	22	23	23	23	23	23	23	23	22	22	22	248
Aguja de Maquina	UND	0	22	23	23	23	23	23	23	23	22	22	22	248
Etiquetas de Marca	UND	0	22	23	23	23	23	23	23	23	22	22	22	248

UNIDADES REQUERIDAS														
Descripción Campesina "L,XL,XXL"														
Tela Lino Rash	YD	422,05	391	386	372	377	378	237	370	380	389	417	430	4,549
Hilo	CONO	11	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	121
Elastico	YD	251	230	230	229	230	230	230	230	230	230	231	231	2,783
Etiqueta de Talla	UND	251	230	230	229	230	230	230	230	230	230	231	231	2,783
Aguja de Maquina	UND	251	230	230	229	230	230	230	230	230	230	231	231	2,783
Etiquetas de Marca	UND	251	230	230	229	230	230	230	230	230	230	231	231	2,783
Descripción "Camiseta L,XL,XXL"														
Tela Algodón Americano	YD	313	286	294	286	290	290	288	291	278	280	283	294	3,474
Hilo	CONO	11	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	121
Etiqueta de Talla	UND	262	240	241	239	240	240	240	240	239	240	240	241	2,903
Aguja de Maquina	UND	262	240	241	239	240	240	240	240	239	240	240	241	2,903
Etiquetas de Marca	UND	262	240	241	239	240	240	240	240	239	240	240	241	2,903
Materiales Directos para una pieza														
Campesina L	UND	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	18,00
Campesina XL	UND	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	21,00
Campesina XXL	UND	2,25	2,25	2,25	2,25	2,25	2,25	2,25	2,25	2,25	2,25	2,25	2,25	27,00
Camiseta L	UND	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	12,00
Camiseta XL	UND	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	15,00
Camiseta XXL	UND	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	18,00

Elaborado por equipo investigador

Tabla 53 Proyecciones de compras

PLUS SIZE FASHION														
Cédula N° 5 Proyecciones de Inventario Requerido														
Descripción Campesina "L"	Costo Unitario	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Unidades requeridas														0
Descripción Campesina "L,XL,XXL"														
Tela Lino Rash	65	27.433	25.440	25.099	24.202	24.502	24.570	15.390	24.076	24.723	25.279	27.073	27.918	295.705
Hilo	50	525	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6.025
Elastico	1	251	230	230	229	230	230	230	230	230	230	231	231	2.783
Etiqueta de Talla	5	1.253	1.152	1.149	1.147	1.151	1.150	1.150	1.149	1.152	1.152	1.157	1.154	13.914
Aguja de Maquina	5	1.253	1.152	1.149	1.147	1.151	1.150	1.150	1.149	1.152	1.152	1.157	1.154	13.914
Etiquetas de Marca	5	1.253	1.152	1.149	1.147	1.151	1.150	1.150	1.149	1.152	1.152	1.157	1.154	13.914
		31.968	29.627	29.276	28.372	28.683	28.748	19.569	28.253	28.909	29.464	31.275	32.111	346.255
Descripción "Camiseta L,XL,XXL"														
Tela Algodón Americano	60	18.785	17.183	17.624	17.152	17.388	17.404	17.294	17.483	16.682	16.792	17.009	17.642	208.436
Hilo	50	525	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6.025
Etiqueta de Talla	5	1.312	1.201	1.203	1.197	1.202	1.200	1.200	1.201	1.196	1.201	1.200	1.205	14.516
Aguja de Maquina	5	1.312	1.201	1.203	1.197	1.202	1.200	1.200	1.201	1.196	1.201	1.200	1.205	14.516
Etiquetas de Marca	5	1.312	1.201	1.203	1.197	1.202	1.200	1.200	1.201	1.196	1.201	1.200	1.205	14.516
		23.246	21.284	21.733	21.243	21.494	21.502	21.392	21.584	20.770	20.895	21.109	21.756	258.008

Tabla 54 Proyecciones de inventario requerido

PLUS SIZE FASHION														
Cédula N° 6 Proyecciones de Materiales a utilizar														
Descripción	Costo Unitario	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
UNIDADES EN YARDAS														
Campešina L		126	131	134	131	134	129	131	128	125	122	126	131	1543,5
Campešina XL		121	121	117	114	109	105	103	109	114	121	130	131	1393
Campešina XXL		119	122	117	113	117	126	124	117	124	126	140	149	1491,75
Camiseta L		91	94	96	94	96	94	95	89	92	97	91	94	1123
Camiseta XL		94	90	94	91	98	94	93	100	93	86	89	94	1113,75
Camiseta XXL		87	89	90	87	83	89	87	89	81	84	90	93	1047
Descripción														
Unidades Monetarias		C\$ 40.095	C\$ 40.579	C\$ 40.689	C\$ 39.524	C\$ 39.895	C\$ 39.975	C\$ 39.708	C\$ 39.595	C\$ 39.460	C\$ 39.971	C\$ 41.860	C\$ 43.511	484.861,25
Lino Rasch(Campešina) L		C\$ 23.790	C\$ 24.229	C\$ 23.904	C\$ 23.189	C\$ 23.335	C\$ 23.400	C\$ 23.238	C\$ 22.945	C\$ 23.530	C\$ 23.936	C\$ 25.675	C\$ 26.666	287.836,25
Campešina L	65	8.190	8.483	8.678	8.483	8.678	8.385	8.483	8.288	8.093	7.898	8.190	8.483	100.327,50
Campešina XL	65	7.849	7.849	7.621	7.394	7.053	6.825	6.711	7.053	7.394	7.849	8.418	8.531	90.545,00
Campešina XXL	65	7.751	7.898	7.605	7.313	7.605	8.190	8.044	7.605	8.044	8.190	9.068	9.653	96.963,75
Tela de Algodón Americo(Camiseta)		C\$ 16.305	C\$ 16.350	C\$ 16.785	C\$ 16.335	C\$ 16.560	C\$ 16.575	C\$ 16.470	C\$ 16.650	C\$ 15.930	C\$ 16.035	C\$ 16.185	C\$ 16.845	197.025,00
Camiseta L	60	5.460	5.640	5.760	5.640	5.760	5.640	5.700	5.340	5.520	5.820	5.460	5.640	67.380,00
Camiseta XL	60	5.625	5.400	5.625	5.475	5.850	5.625	5.550	6.000	5.550	5.175	5.325	5.625	66.825,00
Camiseta XXL	60	5.220	5.310	5.400	5.220	4.950	5.310	5.220	5.310	4.860	5.040	5.400	5.580	62.820,00
Material Indirecto														
Unidades Fisicas		206	210	208	202	203	202	201	199	203	206	220	228	
CAMPESINAS														
Hilo		7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	84
Elastico		206	210	208	202	203	202	201	199	203	206	220	228	2.488
Etiqueta de Talla		206	210	208	202	203	202	201	199	203	206	220	228	2.488
Aguja de Maquina		206	210	208	202	203	202	201	199	203	206	220	228	2.488
Etiquetas de Marca		206	210	208	202	203	202	201	199	203	206	220	228	2.488
Material Indirecto		C\$ 7.356	C\$ 7.435	C\$ 7.493	C\$ 7.307	C\$ 7.383	C\$ 7.352	C\$ 7.321	C\$ 7.304	C\$ 7.248	C\$ 7.326	C\$ 7.550	C\$ 7.813	88.888,00
Unidades Monetarias		C\$ 3.646	C\$ 3.710	C\$ 3.678	C\$ 3.582	C\$ 3.598	C\$ 3.582	C\$ 3.566	C\$ 3.534	C\$ 3.598	C\$ 3.646	C\$ 3.870	C\$ 3.998	44.008,00
Hilo	50	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4200
Elastico	1	206	210	208	202	203	202	201	199	203	206	220	228	2488
Etiqueta de Talla	5	1.030	1.050	1.040	1.010	1.015	1.010	1.005	995	1.015	1.030	1.100	1.140	12440
Aguja de Maquina	5	1.030	1.050	1.040	1.010	1.015	1.010	1.005	995	1.015	1.030	1.100	1.140	12440
Etiquetas de Marca	5	1.030	1.050	1.040	1.010	1.015	1.010	1.005	995	1.015	1.030	1.100	1.140	12440

Material Indirecto														
Unidades Físicas														
CAMISETAS														
Hilo		7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	84
Etiqueta de Talla		224	225	231	225	229	228	227	228	220	222	222	231	2.712
Aguja de Máquina		224	225	231	225	229	228	227	228	220	222	222	231	2.712
Etiquetas de Marca		224	225	231	225	229	228	227	228	220	222	222	231	2.712
Material Indirecto														
Unidades Monetarias														
Hilo	50	C\$ 3.710	C\$ 3.725	C\$ 3.815	C\$ 3.725	C\$ 3.785	C\$ 3.770	C\$ 3.755	C\$ 3.770	C\$ 3.650	C\$ 3.680	C\$ 3.680	C\$ 3.815	44.880
Etiqueta de Talla	5	1.120	1.125	1.155	1.125	1.145	1.140	1.135	1.140	1.100	1.110	1.110	1.155	13.560
Aguja de Máquina	5	1.120	1.125	1.155	1.125	1.145	1.140	1.135	1.140	1.100	1.110	1.110	1.155	13.560
Etiquetas de Marca	5	1.120	1.125	1.155	1.125	1.145	1.140	1.135	1.140	1.100	1.110	1.110	1.155	13.560
TOTAL		C\$ 47.451	C\$ 48.014	C\$ 48.182	C\$ 46.831	C\$ 47.278	C\$ 47.327	C\$ 47.029	C\$ 46.899	C\$ 46.708	C\$ 47.297	C\$ 49.410	C\$ 51.324	573.749

Tabla 55 Proyecciones de Materiales a utilizar

PLUS SIZE FASHION													
Cédula N° 7 Proyecciones de Mano de Obra Directa													
DESCRIPCION	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
COSTURERA	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 66.000,00
COSTURERA	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 66.000,00
TOTAL	C\$ 11.000	C\$ 11.000	C\$ 11.000	C\$ 11.000	C\$ 11.000	C\$ 11.000	C\$ 11.000	C\$ 11.000	C\$ 11.000	C\$ 11.000	C\$ 11.000	C\$ 11.000	C\$ 132.000,00

Tabla 56 Proyecciones de Mano de Obra Directa

PLUS SIZE FASHION													
Cédula N° 8 Proyecciones de Costos Indirectos de Fabricación													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Costos Fijos													
Depreciaciones	312	312	312	312	312	312	312	312	312	312	312	312	3.744,00
Energía Eléctrica (70%)	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	2.940,00
Alquiler del local (65%)	1.625	1.625	1.625	1.625	1.625	1.625	1.625	1.625	1.625	1.625	1.625	1.625	19.500,00
Salarios	11.000	11.000	11.000	11.000	11.000	11.000	11.000	11.000	11.000	11.000	11.000	11.000	132.000,00
Pretaciones de ley	2.750	2.750	2.750	2.750	2.750	2.750	2.750	2.750	2.750	2.750	2.750	2.750	33.000,00
INSS patronal	2.365	2.365	2.365	2.365	2.365	2.365	2.365	2.365	2.365	2.365	2.365	2.365	28.380,00
INATEC	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	2.640,00
Costos Variables													
Mantenimiento maquinas	200	-	-	200	-	-	200	-	-	200	-	-	800,00
Herramientas	2.285	-	-	120	-	500	120	-	-	120	-	500	3.645,00
Materiales indirectos	7.356	7.435	7.493	7.307	7.383	7.352	7.321	7.304	7.248	7.326	7.550	7.813	88.888
Total Costos	28.358	25.952	26.010	26.144	25.900	26.369	26.158	25.821	25.765	26.163	26.067	26.830	315.537

Tabla 57 Proyecciones de costos indirectos de fabricación

Tabla 58 Proyecciones de costos de producción mensual

PLUS SIZE FASHION													
Cédula N° 9 Proyecciones de Costos de Producción Mensual													
Descripción Campesina "L,XL,XXL"	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Materia Prima Directa	C\$ 23.790	C\$ 24.229	C\$ 23.904	C\$ 23.189	C\$ 23.335	C\$ 23.400	C\$ 23.238	C\$ 22.945	C\$ 23.530	C\$ 23.936	C\$ 25.675	C\$ 26.666	C\$ 287.836
Mano de Obra Directa	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 66.000
CIF	14.179	12.976	13.005	13.072	12.950	13.185	13.079	12.911	12.883	13.082	13.034	13.415	157.769
Costo total de producción	C\$ 43.469	C\$ 42.705	C\$ 42.409	C\$ 41.761	C\$ 41.785	C\$ 42.085	C\$ 41.817	C\$ 41.356	C\$ 41.913	C\$ 42.518	C\$ 44.209	C\$ 45.581	C\$ 511.605
Inventario inicial de productos terminados	0	4.347	4.270	4.241	4.176	4.179	4.208	4.182	4.136	4.191	4.252	4.421	46.602
Costo de artículos disponibles	43.469	47.052	46.679	46.002	45.961	46.263	46.025	45.537	46.048	46.709	48.460	50.002	558.207
Inventario final de productos terminados	4.347	4.270	4.241	4.176	4.179	4.208	4.182	4.136	4.191	4.252	4.421	4.558	51.160
Costo de Venta	C\$ 39.122	C\$ 42.781	C\$ 42.438	C\$ 41.826	C\$ 41.783	C\$ 42.055	C\$ 41.843	C\$ 41.402	C\$ 41.857	C\$ 42.457	C\$ 44.039	C\$ 45.444	C\$ 507.047
	211	203	204	207	206	208	208	208	206	206	201	200	
Descripción "Camiseta L,XL,XXL"													
Materia Prima Directa	C\$ 16.305	C\$ 16.350	C\$ 16.785	C\$ 16.335	C\$ 16.560	C\$ 16.575	C\$ 16.470	C\$ 16.650	C\$ 15.930	C\$ 16.035	C\$ 16.185	C\$ 16.845	C\$ 197.025
Mano de Obra Directa	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 5.500	C\$ 66.000
CIF	14.179	12.976	13.005	13.072	12.950	13.185	13.079	12.911	12.883	13.082	13.034	13.415	157.769
Costo total de producción	C\$ 35.984	C\$ 34.826	C\$ 35.290	C\$ 34.907	C\$ 35.010	C\$ 35.260	C\$ 35.049	C\$ 35.061	C\$ 34.313	C\$ 34.617	C\$ 34.719	C\$ 35.760	C\$ 420.794
Inventario inicial de productos terminados	0	3.598	3.483	3.529	3.491	3.501	3.526	3.505	3.506	3.431	3.462	3.472	38.503
Costo de artículos disponibles	35.984	38.424	38.773	38.436	38.501	38.761	38.575	38.565	37.819	38.048	38.180	39.232	459.297
Inventario final de productos terminados	3.598	3.483	3.529	3.491	3.501	3.526	3.505	3.506	3.431	3.462	3.472	3.576	42.079
Costo de Venta	C\$ 32.386	C\$ 34.942	C\$ 35.244	C\$ 34.945	C\$ 35.000	C\$ 35.235	C\$ 35.070	C\$ 35.059	C\$ 34.387	C\$ 34.586	C\$ 34.708	C\$ 35.656	C\$ 417.218
	161	155	153	155	153	155	154	154	156	156	156	155	
ELEMENTOS DE LA PRODUCCION													
Materia Prima Directa	40.095	40.579	40.689	39.524	39.895	39.975	39.708	39.595	39.460	39.971	41.860	43.511	C\$ 484.861
Mano de Obra Directa	11.000	11.000	11.000	11.000	11.000	11.000	11.000	11.000	11.000	11.000	11.000	11.000	C\$ 132.000
CIF	28.358	25.952	26.010	26.144	25.900	26.369	26.158	25.821	25.765	26.163	26.067	26.830	C\$ 315.537
Costo total de producción	79.453	77.531	77.699	76.668	76.795	77.344	76.866	76.416	76.225	77.134	78.927	81.341	C\$ 932.398

PLUS SIZE FASHION													
Cédula N° 10 Proyecciones de Gastos de Ventas													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Variables													
Decoraciones	380,00		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	380,00
Empaques	3.870,00	3.915,00	3.951,00	3.843,00	3.888,00	3.870,00	3.852,00	3.843,00	3.807,00	3.852,00	3.978,00	4.131,00	46.800,00
Fijos													
Depreciaciones	195,00	195,00	195,00	195,00	195,00	195,00	195,00	195,00	195,00	195,00	195,00	195,00	2.340,00
Publicidad	2.200,00			2.200,00			2.200,00			2.200,00			8.800,00
Salarios	4.651,00	4.651,00	4.651,00	4.651,00	4.651,00	4.651,00	4.651,00	4.651,00	4.651,00	4.651,00	4.651,00	4.651,00	55.812,00
Prestaciones de ley	1.162,75	1.162,75	1.162,75	1.162,75	1.162,75	1.162,75	1.162,75	1.162,75	1.162,75	1.162,75	1.162,75	1.162,75	13.953,00
INSS patronal	999,97	999,97	999,97	999,97	999,97	999,97	999,97	999,97	999,97	999,97	999,97	999,97	11.999,58
INATEC	93,02	93,02	93,02	93,02	93,02	93,02	93,02	93,02	93,02	93,02	93,02	93,02	1.116,24
Agua Potable (50%)	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	1.500,00
Energía Eléctrica (20%)	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	840,00
Internet (50%)	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
Alquiler (20%)	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
Impuestos	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	4.350,00	52.200,00
Total	18.996,74	16.461,74	16.497,74	18.589,74	16.434,74	16.416,74	18.598,74	16.389,74	16.353,74	18.598,74	16.524,74	16.677,74	206.540,82

Tabla 59 Proyecciones de gastos de venta

Tabla 60 Proyecciones de gastos administrativos

PLUS SIZE FASHION													
Cédula N° 11 Proyecciones de Gastos de Administración													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Variable													-
Fijos													-
Depreciaciones	492,75	492,75	492,75	492,75	492,75	492,75	492,75	492,75	492,75	492,75	492,75	492,75	5.913,00
Amortización	306,25	306,25	306,25	306,25	306,25	306,25	306,25	306,25	306,25	306,25	306,25	306,25	3.675,00
Salarios	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	72.000,00
Prestaciones de ley	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	18.000,00
INSS patronal	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	15.480,00
INATEC	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	1.440,00
Servicios básicos													-
Agua Potable (50%)	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	1.500,00
Energía Eléctrica 10%	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	420,00
Internet 50%	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
Alquiler 15%	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	4.500,00
Útiles y Limpieza	985,00	440,00	440,00	440,00	440,00	790,00	440,00	790,00	440,00	790,00	440,00	985,00	7.420,00
Papelera y Útiles de Oficina	225,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	225,00	130,00	225,00	130,00	225,00	130,00	1.940,00
Manto. Equipo de Computo	350,00	-	-	-	-	350,00	-	-	-	-	-	350,00	1.050,00
Total	12.204,00	11.214,00	11.214,00	11.214,00	11.214,00	11.914,00	11.309,00	11.564,00	11.309,00	11.564,00	11.309,00	12.109,00	138.138,00

PLUS SIZE FASHION														
Cédula N° 12 Proyecciones de Otros Ingresos (UNIDADES FISICAS)														
Descripción	Und de mediada	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Desechos de produccion	Libra	15	20	10	10	15	18	20	25	25	25	25	30	238,00
TOTAL														

PLUS SIZE FASHION														
Cédula N° 12 Proyecciones de Otros Ingresos (UNIDADES MONETARIAS)														
Descripción	Precio de venta	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Desechos de produccion	CS 15	225	300	150	150	225	270	300	375	375	375	375	450	3.570,00
TOTAL														

Tabla 61 Proyecciones de otros ingresos

Tabla 62 Estado de Resultado mensual

PLUS SIZE FASHION														
Estado de Resultado Proyectado Mensual														
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total	
Ventas	114.850,00	116.180,00	116.770,00	113.470,00	114.640,00	114.670,00	113.960,00	113.720,00	113.000,00	114.370,00	119.260,00	123.950,00	1.388.840,00	
(-)Costo de Ventas	79.453,00	77.530,75	77.698,75	76.667,75	76.795,00	77.344,00	76.865,50	76.416,00	76.225,00	77.134,25	78.927,00	81.341,25	932.398,25	
Utilidad Bruta	35.397,00	38.649,25	39.071,25	36.802,25	37.845,00	37.326,00	37.094,50	37.304,00	36.775,00	37.235,75	40.333,00	42.608,75	456.441,75	
(-)Gastos Operativos	31.200,74	27.675,74	27.711,74	29.803,74	27.648,74	28.330,74	29.907,74	27.953,74	27.662,74	30.162,74	27.833,74	28.786,74	344.678,82	
Gastos de Ventas	18.996,74	16.461,74	16.497,74	18.589,74	16.434,74	16.416,74	18.598,74	16.389,74	16.353,74	18.598,74	16.524,74	16.677,74	206.540,82	
Gastos de Administración	12.204,00	11.214,00	11.214,00	11.214,00	11.214,00	11.914,00	11.309,00	11.564,00	11.309,00	11.564,00	11.309,00	12.109,00	138.138,00	
Utilidad de Operación	4.196,27	10.973,52	11.359,52	6.998,52	10.196,27	8.995,27	7.186,77	9.350,27	9.112,27	7.073,02	12.499,27	13.822,02	111.762,93	
Otros ingresos	225,00	300,00	150,00	150,00	225,00	270,00	300,00	375,00	375,00	375,00	375,00	450,00	3.570,00	
Utilidad neta del ejercicio	4.421,27	11.273,52	11.509,52	7.148,52	10.421,27	9.265,27	7.486,77	9.725,27	9.487,27	7.448,02	12.874,27	14.272,02	115.332,93	

Anexos 6 Yardas a Utilizar



YARDAS a UTILIZAR PLUS SIZE FASHION

Talla	L	XL	XXL	Total
Lino Rash [Campesina]	1,5 yd	1,75 yd	2,25 yd	5,5 yd
Tela de Algodón Americano [Camiseta]	1 yd	1,25 yd	1,5 yd	3,75 yd

Tabla 63 Yardas a Utilizar

Anexos 7 Nomina del Personal

Tabla 64 Nomina del Personal



PLUS SIZE FASHION PLANILLA DEL PERSONAL

CORRESPONDIENTE AL MES DE ENERO DEL 2021

N°	Nombres y Apellidos	Cargo	Cantidad	Precio por pieza	Salario Base	Salario Bruto	Deducciones		Total Deducciones	Salario Neto	Firma	NSS Patronal	INATEC	Prestaciones de Ley			Total prestaciones sociales
							INSS Laboral	IR						Vacaciones	Treceavo Mes	Indemnización	
AREA ADMINISTRATIVA																	
1	Fransheska Espinoza González	Administrador			6.000,00	C\$ 6.000,00	420,00	0,00	420,00	5.580,00		1.290,00	120,00	500,00	500,00	500,00	C\$ 1.500,00
AREA DE VENTA																	
2	Lillieth Murillo Martínez	Vendedor			4.651,00	4.651,00	325,57	0,00	325,57	4.325,43		999,97	93,02	387,58	387,58	387,58	C\$ 1.162,75
AREA DE PRODUCCION																	
3	Reyna Sanchez Ruiz	Costurera	215	25	5.500,00	5.500,00	385,00	0,00	385,00	5.115,00		1.182,50	110,00	458,33	458,33	458,33	C\$ 1.375,00
4	Erica Gonzalez Gonzalez	Costurera	215	25	5.500,00	5.500,00	385,00	0,00	385,00	5.115,00		1.182,50	110,00	458,33	458,33	458,33	C\$ 1.375,00
Total			C\$ 430,00	C\$ 50,00	C\$ 21.651,00	C\$ 21.651,00	C\$ 1.515,57	C\$ 0,00	C\$ 1.515,57	C\$ 20.135,43		C\$ 4.654,97	C\$ 433,02	C\$ 1.804,25	C\$ 1.804,25	C\$ 1.804,25	C\$ 5.412,75



PUNTO DE EQUILIBRIO PLUS SIZE FASHION

PUNTO DE EQUILIBRIO MULTIPLE

		147,036.55	115,794.59	130,186.50	108,786.42	135,277.09	100,665.05
		737,746.19					
Descripción	Total	Productos	Campesina L	Camiseta L	Campesina XL	Camiseta XL	Campesina XXL
Campesina L	1,029.00	Cant Productos	1,029.00	1,123.00	796.00	891.00	663.00
Camiseta L	1,123.00	PVU	270.00	200.00	300.00	240.00	370.00
Campesina XL	796.00	CVU	142.89	103.11	163.55	122.09	204.04
Camiseta XL	891.00	MG Unitario	127.11	96.89	136.45	117.91	165.96
Campesina XXL	663.00	Contribución total	130,793.45	108,805.41	108,613.50	105,053.58	110,032.91
Camiseta XXL	698.00						87,794.95
Total	5,200.00						651,093.81

20%
22%
15%
17%
13%
13%
100%

Vts proyectadas 1,388,840.00
C Variable 737,746.19

Punto de equilibrio fisico 2,752.80

Vta 735,230.05
Costo 390,551.23
Utilidad Bruta 344,678.82
Gastos Op 344,678.82
PTOMUERTO -

Costos fijos
Gastos operativos 344,678.82

Punto de equilibrio $\frac{\text{Costos fijos}}{\text{MCU}} = \frac{344,678.82}{125.21} = 2,752.80$ Unidades

Descripción	Promedio Unds	MCT	PV	VTS	CV	CV	Total
Campesina L	544.74	125.39	270.00	147,078.83	142.89	77,838.84	68,304.50
Camiseta L	594.50	95.30	200.00	118,899.71	103.11	61,299.84	56,655.71
Campesina XL	421.39	134.73	300.00	126,416.96	163.55	68,918.68	56,773.86
Camiseta XL	471.68	116.32	240.00	113,203.53	122.09	57,589.82	54,865.98
Campesina XXL	350.98	164.24	370.00	129,863.26	204.04	71,613.56	57,645.25
Camiseta XXL	369.51	124.20	270.00	99,767.76	144.22	53,290.49	45,893.17
Total	2,752.80			735,230.05		390,551.23	340,138.46

Graficas 27 PE CAMPESINA Y CAMISETAS

Tabla 65 Punto de Equilibrio



PRESUPUESTO DE MOD PLUS SIZE FASHION

MANO DE OBRA DIRECTA	CANTIDAD	SALARIO MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
Costurera	1	5.500,00	66.000,00	66.660,00	67.326,60	199.986,60
Costurera	1	5.500,00	66.000,00	66.660,00	67.326,60	199.986,60
TOTAL		11.000,00	132.000,00	133.320,00	134.653,20	399.973,20

	7%	7%	7%
INSS Laboral	9.240,00	9.332,40	9.425,72
Saldo	122.760,00	123.987,60	125.227,48

Tabla 66 Presupuesto de MOD anual



PRESUPUESTO CIF PLUS SIZE FASHION

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
CIF fijos		5%		
Depreciaciones	3.744,00	3.744,00	3.744,00	11.232,00
Energia Electrica (70%)	2.940,00	3.087,00	3.241,35	9.268,35
Alquiler del local (65%)	19.500,00	20.475,00	21.498,75	61.473,75
Salarios	132.000,00	133.320,00	134.653,20	399.973,20
Pretaciones de ley	33.000,00	34.650,00	36.382,50	104.032,50
INSS patronal	28.380,00	29.799,00	31.288,95	89.467,95
INATEC	2.640,00	2.772,00	2.910,60	8.322,60
CIF Variables				
Mantenimiento maquinas	800,00	840,00	882,00	2.522,00
Herramientas	3.645,00	3.827,25	4.018,61	11.490,86
Materiales indirectos	88.888,00	97.065,70	105.995,74	291.949,44
Totales	315.537,00	329.579,95	344.615,70	989.732,65

Tabla 67 Presupuesto CIF anual



PRESUPUESTO DE GTO VENTA

PLUS SIZE FASHION

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
Fijos		5%		
Depreciaciones	2.340,00	2.340,00	2.340,00	7.020,00
Publicidad	8.800,00	9.240,00	9.702,00	27.742,00
Salarios	55.812,00	56.370,12	56.933,82	169.115,94
Prestaciones de ley	13.953,00	14.650,65	15.383,18	43.986,83
INSS patronal	11.999,58	12.599,56	13.229,54	37.828,68
INATEC	1.116,24	1.172,05	1.230,65	3.518,95
Agua Potable (50%)	1.500,00	1.575,00	1.653,75	4.728,75
Energía Electrica (20%)	840,00	882,00	926,10	2.648,10
Internet (50%)	4.800,00	5.040,00	5.292,00	15.132,00
Alquiler (20%)	6.000,00	6.300,00	6.615,00	18.915,00
Impuestos	52.200,00	54.810,00	57.550,50	164.560,50
Variables				
Decoraciones	380,00	399,00	418,95	1.197,95
Émpaques	46.800,00	49.140,00	51.597,00	147.537,00
Totales	206.540,82	214.518,38	222.872,50	643.931,70



PRESUPUESTO DE GTO ADMINISTRATIVO

PLUS SIZE FASHION

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
Fijos		5%		
Depreciaciones	5.913,00	5.913,00	5.913,00	17.739,00
Amortizacion	3.675,00	3.675,00	3.675,00	11.025,00
Salarios	72.000,00	72.720,00	73.447,20	218.167,20
Prestaciones de ley	18.000,00	18.900,00	19.845,00	56.745,00
INSS patronal	15.480,00	16.254,00	17.066,70	48.800,70
INATEC	1.440,00	1.512,00	1.587,60	4.539,60
Agua Potable (50%)	1.500,00	1.575,00	1.653,75	4.728,75
Energía Electrica 10%	420,00	441,00	463,05	1.324,05
Internet 50%	4.800,00	5.040,00	5.292,00	15.132,00
Alquiler 15%	4.500,00	4.725,00	4.961,25	14.186,25
Variables				
Utiles y Limpieza	7.420,00	7.791,00	8.180,55	23.391,55
Papelera y Utiles de Oficina	1.940,00	2.037,00	2.138,85	6.115,85
Mantto. Equipo de Computo	1.050,00	1.102,50	1.157,63	3.310,13
Totales	138.138,00	141.685,50	145.381,58	425.205,08

Tabla 68 Presupuesto de venta y administración anual



RESUMEN COSTO DE PRODUCCION PLUS SIZE FASHION

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
Materia Prima	484.861,25	529.468,49	578.179,59	1.592.509,32
Mano de Obra Directa	132.000,00	133.320,00	134.653,20	399.973,20
Costos Indirectos de Fabricación	315.537,00	329.579,95	344.615,70	989.732,65
Totales	932.398,25	992.368,43	1.057.448,49	2.982.215,17

Tabla 69 Resumen costo de producción

Tabla 70 Proyecciones de inventario anuales



PROYECCIONES DE INVENTARIO PLUS SIZE FASHION

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Materia Prima Directa	29.078,15	65.744,18	110.713,25
Materia Prima Indirecta	5.329,79	12.050,38	20.292,84
Productos Terminados	0,00	0,00	0,00
Totales	34.407,94	77.886,96	131.191,81



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA

UNAN - MANAGUA