



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

FAREM – Carazo

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

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

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

Subtema: Propuesta de plan de emprendimiento para la pequeña microempresa CARSOL, dedicada a la elaboración y comercialización de artesanías a base de cartón, ubicada en el municipio de Nandaime, departamento de Granada, durante el segundo semestre del año 2017.

Autores:	N° Carné
BR. Acosta González Luis Antonio.	13-09337-9
BR. Cordero Quintero karla Josselyn.	13-09590-9
BR. Solórzano Martínez María Gabriela.	13-09424-8

Tutor: MSc. Adelaida del Socorro Sanabria Herrera.

Jinotepe, diciembre del año 2017

Dedicatorias

Dedicatoria.

Dedico este trabajo a:

A Dios.

Porque con su bondad e infinita misericordia, me ha permitido lograr culminar mi carrera, y que con su gracia me permite lograr alcanzar mis metas con sabiduría.

A mis padres: Meris González López y Ramón Acosta Medina.

A quien les debo todo en la vida, le agradezco el cariño, la comprensión, la paciencia y el apoyo incondicional que me brindaron para culminar mi carrera profesional.

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor. Por los ejemplos de perseverancia y constancia que los caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

A mi Hermano: Álvaro Acosta González.

Lazos de sangre compartida, por su apoyo y respaldo constante y por su confianza en todo momento de mi vida.

Br: Luis Antonio Acosta González.

Dedicatoria

A Dios.

Por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres, Juan Carlos Cordero Chávez y Patricia del Carmen Quintero García.

Por su apoyo, consejos, amor, socorro en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Por haberme dado todo lo que soy como persona, mis valores, principios, mi carácter y sobre todo por haberme enseñado a nunca rendirme ante las adversidades.

Br: Cordero Quintero karla Josselyn.

Dedicatoria.

Dedico este seminario de graduación, primeramente a **DIOS**, quien me ha llenado de sabiduría y entendimiento, durante esta ardua labor estudiantil, por darme paciencia y por dejarme adquirir los conocimientos necesarios para poder realizar este trabajo.

A mis padres, **Julia Isabel Martínez y José David Solórzano**; por el apoyo que me han brindado, y por instruirme en el camino adecuado para formar no solo a una gran mujer sino a una profesional.

A mi hijo, **Eduardo Gabriel Cárcamo Solórzano**; por ser la principal razón para salir adelante y ser ese motor por el cual he trabajado este seminario impulsándome a lograr esta gran lucha.

A mi esposo, **Manuel Eduardo Cárcamo Alfaro**; por ser esa motivación diaria para culminar mis estudios por su apoyo incondicional y por esos deseos de verme culminar mi carrera.

Br: Solórzano Martínez María Gabriela.

Agradecimientos

A Dios, por su infinita misericordia al otorgarnos sabiduría, fuerza, salud, y el tiempo perfecto para poder lograr este triunfo y que siempre está a nuestro lado supliendo nuestras necesidades.

A los docentes, en especial a nuestra tutora **Msc. Sanabria Herrera Adelaida del Socorro** por su paciencia y dedicación, porque siempre ha estado dispuesta a atender nuestras inquietudes, contribuyendo a nuestro desarrollo personal y académico

A nuestros padres: por su apoyo incondicional, amor dedicación confianza y a apoyo durante nuestra formación tanto personal como profesional.

A nuestros amigos: por su valiosa amistad, paciencia, comprensión y su disposición de tiempo en el momento en que necesitábamos de su ayuda.

Nos agradecemos mutuamente todos los compañeros del grupo de seminario: por el esfuerzo realizado en conjunto para culminar nuestra carrera universitaria, a pesar de todas las dificultades que pasamos, aprendimos a trabajar en equipo.

VALORACION DOCENTE:



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

2017: *Año de la Universidad Emprendedora*
Jinotepe, 27 de Noviembre 2017.

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

Estimada maestra.

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

Nº	Apellidos y Nombres	Carné
1	Acosta González Luis Antonio	13093379
2	Cordero Quintero Karla Josselyn	13095909
3	Solórzano Martínez María Gabriela	13094248

Siendo el subtema: Propuesta de plan de emprendimiento para la pequeña microempresa CARSOL, dedicada a la elaboración y comercialización de artesanías a base de cartón, ubicada en el municipio de Nandaime, departamento de Granada, durante el segundo semestre del año 2017.

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

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

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

Atentamente.

MSc. Adelaida Sanabria Herrera
Tutor de Seminario de Graduación

Cc/ Archivo

¡A la libertad por la Universidad!

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

Resumen

El presente plan de negocio consiste en una propuesta de emprendimiento de la pequeña microempresa **CARSOL**, dedicada a la producción y comercialización de adornos a base de cartón, cuyo propósito es abastecer el mercado de objetos utilitarios, que a la vez sirvan como adornos para mantener ordenados pequeños espacios en oficinas y hogares. Esta pequeña empresa estará ubicada en el municipio de Nandaime del departamento de Granada.

Para el diseño de la propuesta de inversión se realizaron los estudios pertinentes para demostrar su factibilidad comercial, técnica, organizativa y financiera. En la parte comercial se realizó un sondeo de mercado que permitió conocer el potencial de éxito del nuevo negocio. Además, se definieron las estrategias comerciales que permitirán a **CARSOL** posicionarse en el mercado de artesanías.

En el plan de producción se identificaron las necesidades de instrumentos de trabajo necesarios para impulsar el proceso productivo, se cuantificaron las necesidades y fuentes de materias primas, así como el proceso productivo que se deben realizar para la producción de los diferentes bienes que generará **CARSOL**.

En el aspecto organizativo se identificaron los requisitos legales y administrativos que debe cumplir el negocio para su operación además de las necesidades y costos de mano de obra.

Por último, en el plan financiero, se estructuraron todos los estados financieros en los que se plasman los datos generados por las ventas y los costos de operación durante los cinco años de vida útil del negocio, así como los indicadores financieros que demuestran la factibilidad de la puesta en marcha de **CARSOL**.

Índice de contenido

1.	Introducción del tema y subtema.....	1
2.	Justificación.....	3
3.	Objetivos.....	4
3.1.	Objetivo general.....	4
3.2.	Objetivos específicos.....	4
4.	Desarrollo del subtema.....	5
4.1	Plan de Mercadotecnia.....	5
4.1.1	Descripción de la innovación.....	5
4.1.2	Comparación del producto con la competencia.....	8
4.1.3	Mercado/ Zona comercial.....	9
4.1.4	Segmentación de mercado (clientes potenciales).....	11
4.1.5	Cálculo de la demanda real y demanda insatisfecha.....	14
4.1.6	Participación de mercado esperada.....	15
4.1.7	Estrategia de mercado.....	15
4.1.8	Estimación de venta.....	17
4.1.9	Presupuesto de mercadotecnia.....	20
4.2	Plan de producción.....	21
4.2.1	El proceso de producción.....	21
4.2.1	Proveedores y condiciones de compra de los equipos.....	26
4.2.2	Capital fijo y vida útil.....	32
4.2.3	Capacidad planificada.....	33
4.2.5	Ubicación y distribución física de la empresa.....	34
4.2.4	Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad.....	36
4.2.5	Mano de obra, su costo y disponibilidad.....	37
4.2.6	Gastos generales de producción.....	39
4.3	Plan de organización y gestión.....	40
1.3.1	Marco legal (forma jurídica).....	40
	Misión.....	42
	Visión.....	42
	Valores.....	43

4.3.2	Estructura de la organización.....	43
4.3.3	Experiencia y habilidades básicas del empresario.....	44
4.3.4	Actividades y gastos preliminares.	49
4.3.5	Equipos de oficina.....	50
4.3.6	Gastos administrativos.....	52
4.4	Plan financiero	53
4.4.1	Inversión y fuente de financiamiento.	53
4.4.1.1	Activos fijos.....	53
4.4.1.2	Activos intangibles.....	53
4.4.1.3	Capital de trabajo.....	54
4.4.1.4	Inversión total.	55
4.4.1.5	Estructura del financiamiento.	56
4.4.2	Ingresos, egresos y costos.....	57
4.4.2.1	Presupuesto de ingreso.....	57
4.4.2.2	Presupuesto de egresos.....	58
4.4.2.3	Presupuesto de costos.	60
4.4.2.4	Punto de equilibrio.....	63
4.4.2.5	Flujo de caja.	65
4.4.3	Análisis financiero.....	67
4.4.3.1	Flujo de fondo.....	67
4.4.3.2	Valor actual neto (VAN).....	69
4.4.3.3	Tasa interna de retorno (TIR).....	69
5	Conclusiones.....	70
6	Bibliografía	72
7	Anexos	73

Índice de gráficos

Ilustración 1 Organizador.	7
Ilustración 2 Carreta.....	7
Ilustración 3 Alhajero	7
Ilustración 4 Macro-localización.	10
Ilustración 5 Micro localización.	10
Ilustración 6 Demanda de producto Artesanal.....	14
Ilustración 7 Ventas en unidades monetarias.....	19
Ilustración 8 Frecuencia de Compra.	19
Ilustración 9 Ordenador	26
Ilustración 10 Impresora	27
Ilustración 11 silla reclinable.....	27
Ilustración 12 Escritorio.....	28
Ilustración 13 Cartón.....	28
Ilustración 14 Pintura.....	29
Ilustración 15 Sellador.....	29
Ilustración 16 Mesa.....	30
Ilustración 17 silla.....	30
Ilustración 18 Tijeras.	31
Ilustración 19 Pinceles.....	31
Ilustración 20 Cinta métrica.....	31
Ilustración 16 Instalaciones física de CARSOL.	35

Índice de tablas

Tabla 1 CARSOL VS Competidores indirectos.	9
Tabla 2 Segmentación de Mercado.	12
Tabla 3 Mercado Objetivo.	13
Tabla 4 Demanda Potencial, Real e Insatisfecha.	14
Tabla 5 Estimación de Venta unidades físicas.	18
Tabla 7 Ficha técnica #1	26
Tabla 8 Ficha Técnica #2.	27
Tabla 9 Ficha técnica #3	27
Tabla 10 Ficha técnica #4	28
Tabla 11 Ficha técnica #5	28
Tabla 12 Ficha técnica #6	29
Tabla 13 Ficha técnica #7	29
Tabla 14 Ficha técnica #8	30
Tabla 15 Ficha técnica #9	30
Tabla 16 Ficha técnica #10	31
Tabla 17 Ficha técnica #11	31
Tabla 18 Ficha técnica #12	31
Tabla 18 Cotizaciones.	32
Tabla 19 Depreciación de equipo de Oficina.	33
Tabla 20 Capacidad Planificada de Producción.	34
Tabla 21 M.P. Necesaria su costo y disponibilidad.	36
Tabla 22 Nomina.	38
Tabla 23 Costos Generales de Producción.	39
Tabla 24 Tipo de empresa Según ley 645	41
Tabla 25 Fichas Ocupacional.	44
Tabla 26 Amortización de gastos preliminares.	49
Tabla 27 Amortización de inversión diferida.	50
Tabla 28 Equipos de oficina depreciados.	50
Tabla 29 Papelería de oficina.	51
Tabla 30 útiles y enseres	51

Tabla 31 Gastos Administrativos.....	52
Tabla 32 Inversión Fija.	53
Tabla 33 Activos Intangibles.	54
Tabla 34 Capital de trabajo.	54
Tabla 35 Inversión total.	55
Tabla 36 Presupuesto de Ingreso.	58
Tabla 37 Presupuesto de egreso gasto de venta.	58
Tabla 38 Presupuesto de egreso Gastos Admón.	59
Tabla 39 Presupuesto de Costo Careta.....	60
Tabla 40 Presupuesto de costo Organizador.	61
Tabla 41 Presupuesto de costo corazones	62
Tabla 42 Punto de equilibrio.....	63
Tabla 43 Flujo de caja Proyectad.....	66
Tabla 44 Flujo de fondo.....	68
Tabla 45 Balance de Apertura.....	88
Tabla 46 Compra de MPD Proyectado Unidades físicas.....	88
Tabla 47 Compra de MPD unidades monetaria.....	89
Tabla 48 Compra de Materiales Indirectos Unidades Físicas.....	89
Tabla 49 Proyección Materia Prima Indirecta Unidades Monetaria.....	90
Tabla 50 Proyecciones de MPI unidades físicas.....	90
Tabla 51Proyecciones de los CIF	91
Tabla 52 Proyección de Inventario Final	92
Tabla 53 Estado de resultado proyectado mensual.	93
Tabla 54 Estado de Resultado Proyectado.....	94
Tabla 55 Balance general proyectado.	95

1. Introducción del tema y subtema

Un plan de emprendimiento es una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación que ayude a seleccionar el camino adecuado para el logro de sus metas y objetivos. El plan de negocios es la concreción de las ideas de un emprendedor, debido a que marca las etapas de desarrollo de un plan de empresa (K. Keller, 2007).

Este trabajo muestra una propuesta referente a la creación de una empresa llamada **CARSOL**, que se apoya de un plan de mercado, producción, organización y financiero que aseguran la rentabilidad del negocio emprendedor. La planta de producción de la empresa **CARSOL** se ubicará en el municipio de Nandaime, departamento de Granada.

Las artesanías que serán elaboradas son variadas y de diferentes utilidades. Los productos de **CARSOL** se caracterizan por ser un producto artesanal, ya que posee calidad, diseño, y etiqueta. Su principal componente de la materia prima es el cartón; estos adornos cuentan con una envoltura a base de sellador que lo hacen inmunes al agua, con fácil proceso de elaboración, que representa la elaboración de productos artesanales **CARSOL**.

El presente documento tiene como meta llevar a cabo la idea innovadora de elaborar y comercializar un producto a base de cartón, con un enfoque emprendedor e innovador, tomando en cuenta los gustos y preferencias de los clientes en la artesanía, ya que son adornos llamativos. En Nicaragua nuestros principales clientes en la artesanía son los turistas nacionales y extranjeros que visitan el corredor turístico de artesanías de Granada.

Según datos estadísticos del BCN. 2016-2017 proporcionados por el departamento de servicios municipales de la Alcaldía de Granada, hay una afluencia aproximada de 3, 701, 247 turistas nacionales y extranjeros que visitan anualmente este departamento.

El estudio del diseño del plan de emprendimiento demuestra la factibilidad y viabilidad de la idea del Plan de emprendimiento y señala las pautas a seguir en aspectos de mercado, técnicos y financieros para garantizar el éxito del mismo.

2. Justificación

La idea de la producción y comercialización de productos artesanales a base de cartón surge ante la falta de empleo en Nicaragua y la necesidad de innovar y emprender de los nuevos profesionales de nuestro país. **CARSOL** es una empresa que brindará oportunidades de empleo y a la vez contribuirá al desarrollo económico del país. Esta pyme emprendedora además de traer beneficios a clientes nacionales y extranjeros sirve como ejemplo para demostrar que no se necesita ir a buscar empleos a otras entidades, basta con ser emprendedor para seguir adelante.

Este plan de emprendimiento de creación de una microempresa, cuyo propósito es introducir un producto nuevo en el mercado artesanal, permitirá aprovechar los distintos programas de apoyo que impulsa el gobierno en alianza con distintas organizaciones bancarias a personas emprendedoras.

Además del fomento del gobierno de la innovación, se pretende poner en marcha un proyecto propio que permite poner en práctica los conocimientos adquiridos por los miembros del equipo emprendedor y aprovechar las oportunidades que el mercado brinda a productos novedosos de bajos costos como son los productos elaborados por **CARSOL**.

Desde el punto de vista metodológico el diseño del plan de emprendimiento permite hacer usos de herramientas cuantitativas y cualitativas de planificación que contribuyen a reducir los niveles de incertidumbre del ambiente en que se verá inmersa la nueva propuesta de inversión.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

- ✓ Diseñar un plan de emprendimiento para la creación de la pequeña microempresa “**CARSOL**”, dedicada a la elaboración y comercialización de artesanías a base de cartón, ubicada en el municipio de Nandaime, departamento de Granada, durante el segundo semestre del año 2017.

3.2. Objetivos específicos

- ✓ Realizar un plan de mercado que abarque los aspectos tales como: competencia, zona comercial, clientes potenciales, demanda total, estrategias de márketing y estimación de venta; que nos indiquen la viabilidad que tendrá la empresa **CARSOL** en el mercado objetivo.
- ✓ Conocer a través del plan de producción los recursos necesarios para el desarrollo de la empresa **CARSOL**, así como su costo y disponibilidad, a los que conllevara la puesta en marcha del plan de emprendimiento.
- ✓ Elaborar mediante el plan de organización y gestión, la estructura organizacional de **CARSOL**, así como los requisitos legales para el buen funcionamiento administrativo de la microempresa.
- ✓ Determinar mediante la realización del plan financiero, la rentabilidad que tendrá la microempresa **CARSOL**, a través del análisis financiero.

4. Desarrollo del subtema

4.1 Plan de Mercadotecnia

Thompson (2006) afirma que el plan de mercadotecnia es un valioso instrumento que sirve de guía a todas las actividades de mercadotecnia de una empresa u organización, porque describe aspectos tan importantes como los objetivos de mercadotecnia que se pretenden lograr, el cómo se va a alcanzar, los recursos que se van a emplear, el análisis de las oportunidades y amenazas, los programas de acciones, los ingresos y egresos que esta nueva empresa desarrollará.

Basado en este concepto y a partir de la descripción de la innovación, creamos una idea emprendedora de negocio ajustando dicha iniciativa a las realidades propias de una microempresa y su incursión en un mercado en expansión, como es el mercado de artesanías del Departamento de Granada. A continuación, se describen cada uno de los ítems del plan de mercadotecnia sobre **CARSOL**.

4.1.1 Descripción de la innovación

La microempresa **CARSOL**; es un plan de innovación y emprendimiento, a partir de la producción y comercialización de artículos decorativos artesanales elaborados a base de cartón prolongando así su vida útil; el Cartón, el cual es un material que tiene un alto índice de presencia en todas partes, debido a que muchos otros productos lo contienen como medida de protección.

La gran ventaja con la que se cuenta para efectuar o desarrollar este proyecto, es que pocas personas realizan este producto dentro de nuestro sector y que sus artesanías son promocionadas solamente en programas sociales y culturales. Las artesanías que serán elaboradas son variadas y de diferentes utilidades.

Mediante estos adornos decorativos artesanales, se contará con una nueva alternativa de realces para el hogar y oficina de trabajo, fuera de lo tradicional, ya que estos productos a diferencia de un adorno de barro y de concreto no representan un peligro, debido a que el cartón es un material totalmente liviano.

Estos bienes tangibles además de ser adornos tienen la característica de funcionar como un archivero pues poseen espacios disponibles para mantener al alcance un objeto de uso común y no común, como puede ser desde una simple llave hasta papeles de oficina e incluso libros.

Constituye además una alternativa artesanal ante las diferentes ofertas de productos decorativos para el hogar; **CARSOL**, debido a su tipo de material que utiliza fue diseñado con enfoque de innovación y Emprendimiento empresarial.

En este sentido las líneas de productos que se elaboraran son “**Artesanal**” tales como **organizadores, carretitas y alhajeros**, y servirán para: decorar los hogares, centros de trabajos y otros; La elaboración de estos artículos es sencilla ya que las herramientas a utilizar en su producción son fáciles de conseguir.



Ilustración 1 Organizador.

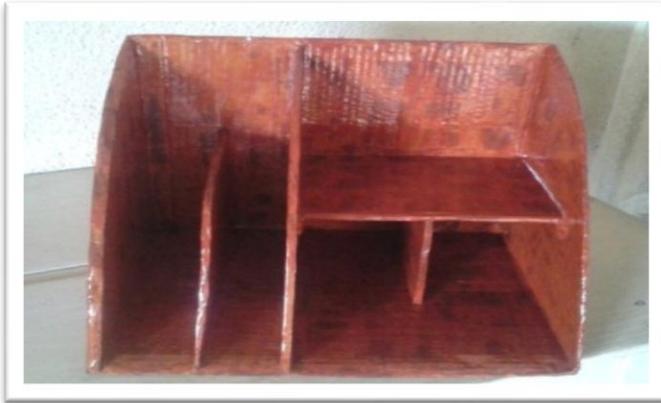


Ilustración 2 Carreta



Ilustración 3 Alhajero



4.1.2 Comparación del producto con la competencia.

La empresa, para planear “estrategias de mercadotecnia competitivas y eficaces”, tienen que averiguar todo lo posible acerca de sus competidores, debe comparar de manera constante, sus productos, precios, canales y promociones con los de sus competidores cercanos, de tal manera, la empresa podrá encontrar campos con potenciales para una ventaja o desventaja competitiva. (Amstrong, 2003).

CARSOL cuenta con una gran oportunidad de mercado; y es que no tiene un competidor directo, es decir, una empresa que se dedique a la producción meramente de artículos a base de cartón, por lo tanto, se tiene ventaja en el mercado artesanal.

Los competidores indirectos de **CARSOL**, lo constituyen los productores artesanales que utilizan en su proceso productivo el bambú, madera, barro, cerámica, etc. Y que se encuentran en mayor concentración en los corredores de Granada, lo cual indica que el segmento de mercado al cual se dirige es amplio y bastante reñido.

Los productos **CARSOL** tienen ventaja ante la competencia; ya que en elaboración y diseño es poca la oferta con este tipo de material debido a que no lo transforman directamente, sino que lo usan como un complemento, resultando atractivo para todas aquellas personas que les agrada la artesanía como lo son los turistas nacionales y extranjeros.

Tabla 1 CARSOL VS Competidores indirectos.

ARTESANÍA EL PARAÍSO	ARTESANÍA CARSOL
Artesanía el paraíso es una alternativa donde encontrar adornos decorativos en el departamento de Granada está a base de llantas, bálsamo y otros.	Por su parte, artesanía CARSOL ofrece adornos para el hogar, oficina y más; variando sus productos trabajados en cartón.
El precio de artesanía los paraísos oscilan desde los 5 dólares en adelante.	Mientras CARSOL varia sus precios desde los 70 córdobas a mas tanto a turistas nacionales como extranjeros.
Los estilos que este presenta son figuras de animales que apenas varían en color y tamaño.	El estilo de que CARSOL presenta es variado ya que cuenta con organizadores, corazones, carretitas o si el cliente pide algo personalizado se le garantiza y siempre mantiene su línea en materia prima como lo es el cartón.

4.1.3 Mercado/ Zona comercial.

Según, Kotler (2010) “Mercado, es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio” (p.154).

CARSOL, tiene un público destino como lo son aquellos turistas nacionales y extranjeros que oscilan entre las edades de 15 y 60 años; si bien cabe recalcar no es un producto con gran necesidad de adquirir, pero gracias a lo novedoso resulta atractivo de comprar.

4.1.3.1. Ubicación.

Por lo que la ubicación de **CARSOL** es la siguiente:

Ilustración 4 Macro-localización.



Macro-localización: mediante esta la región más adecuada es la zona del Pacífico, los factores que nos llevaron a esto fueron los siguientes: la vía de acceso para trasladar el producto, el desarrollo comercial en la región, la disponibilidad de los recursos necesarios para la elaboración de la artesanía.

Fuente: Google Maps.

Micro-localización: La planta de producción de la micro empresa CARSOL estará ubicada en el departamento de Granada, esto debido al aumento de turistas que visitan esta ciudad colonial.

Ilustración 5 Micro localización.



Fuente: Google Mapa.

Es importante mencionar que en este departamento la alta comercialización de productos artesanales ha aumentado debido al crecimiento del desarrollo turístico; lo que significa que la colocación de los distintos productos de **CARSOL**, generará una gran demanda.

4.1.4 Segmentación de mercado (clientes potenciales)

Kotler y Armstrong, en su libro Principio de Marketing, señalan que “El proceso de dividir un mercado en grupos diferenciados de compradores que muestran necesidades, características o conductas distintas, que pueden requerir productos o programas de marketing diferenciados, se denomina **segmentación del mercado**” (p.57).

Mediante este, lo que se pretende es dejar bien claro el segmento de cliente a los que en realidad se pretende llegar, es decir, clasificar nuestros principales compradores, en base a las necesidades y oportunidades presente en dicho segmento.

Para nuestro caso, el mercado objetivo lo constituyen los turistas nacionales y extranjeros atendidos por la competencia indirecta de artesanías de los corredores turísticos de Granada (satisfechos e insatisfechos), que estarían dispuestos a cambiarse por un producto nuevo y con beneficios superiores.

Así mismo, el mercado objetivo también lo constituyen aquellas personas y agentes que no lo están comprando actualmente y que, al conocer las bondades y beneficios del nuevo producto, tienen interés por adquirirlo; por lo que según (INSTITUTO NICARAGUENSE DE TURISMO 2016) hay una afluencia aproximada de **3, 701, 247 visitantes**, entre nacionales y extranjeros anualmente, teniendo una visita mensual de **308,437** turistas.

Tabla 2 Segmentación de Mercado.

Descripción	Parámetro.	%	Total
Turista nacional y extranjero		100	308, 437
Rango de edad	15 a más años	0.658	202, 952
Nivel de ingreso.	Tipo de trabajo.	0.640	129, 889
Compra usted algún tipo de productos artesanales decorativos	Sí	0.830	107, 808
Cómo considera la calidad de los productos artesanales ofertados en los lugares de preferencia	Bueno.	0.800	86,246
	Mala.	0.200	21, 562
Estaría dispuesto a comprar productos artesanales a base de cartón	Sí	0.770	66, 410
	No	0.230	19, 837
Estaría dispuesto a comprar productos artesanales a base de cartón	Sí	0.670	14, 446
	No	0.330	7, 115
Compra usted algún tipo de productos artesanales decorativos	No	0.170	22, 081
Estaría dispuesto a comprar productos artesanales a base de cartón	Sí	0.530	11, 703
	No	0.470	10, 378

Fuente: Equipo Investigativo.

Tabla 3 Mercado Objetivo.

Mercado Objetivo.			
Compradores potenciales actuales.			119, 511
Cómo considera la calidad de los productos artesanales ofertados en los lugares de preferencia	Buena	86, 246	
Cómo considera la calidad de los productos artesanales ofertados en los lugares de preferencia	Mala	21, 562	
Estaría dispuesto a comprar productos artesanales a base de cartón		11, 703	
Compradores atendidos por la oferta.			26, 952
Estaría dispuesto a comprar productos artesanales a base de cartón	No	19, 837	
Estaría dispuesto a comprar productos artesanales a base de cartón	No	7, 115	
Mercado Objetivo Insatisfecho			99, 559
Estaría dispuesto a comprar productos artesanales a base de cartón	Sí	66, 410	
Estaría dispuesto a comprar productos artesanales a base de cartón	Sí	14, 446	
Estaría dispuesto a comprar productos artesanales a base de cartón	Sí	11, 703	

Fuente: Equipo Investigativo.

Así al determinar, el mercado objetivo para la empresa CARSOL da como resultado; **99, 559** compradores potenciales.

4.1.5 Cálculo de la demanda real y demanda insatisfecha.

Kotler y Armstrong (2008) “La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes, además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido” (p. A-12). De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta la demanda de productos artesanales es de un 83% a como se refleja en el siguiente gráfico:

Ilustración 6 Demanda de producto Artesanal.



Tabla 4 Demanda Potencial, Real e Insatisfecha.

Demanda Potencial	Demanda Real	Demanda Insatisfecha
DP: 99, 559. Personas.	DP*% que aceptan el producto.	DR-% de participación de la competencia.
	99, 559 * 83%	DI = 82, 634 - 80% DI = 82, 634 – 66, 107.
	DR: 82, 634 Personas que aceptan y desean comprar el producto una vez que se haya lanzado al mercado.	DI= 16, 527. Personas la cual será nuestra demanda insatisfecha a la que debemos cubrir.

Fuente: Equipo Investigativo.

4.1.6 Participación de mercado esperada

El concepto que nos ocupa en esta reseña dispone de una utilización especial, en el ámbito de los negocios porque justamente consiste en la proporción de productos y de servicios que un negocio vende y comercializa en una región determinada. Por esto es que se trata de una cuestión muy relevante de conocer por parte de aquellos que disponen de una empresa, para saber a ciencia cierta; cuál es el impacto de sus ventas en el mercado en cuestión.

Así será posible también saber cuán importante y grande es la participación que una compañía o empresa, tiene en un mercado y así mismo el conocimiento de la posición que ocupa su competencia, entre otros.

De acuerdo con los datos que se presentan en la tabla #4 demanda total; nos dice que la oferta actual de este producto abastece al 80% de turistas nacionales y extranjeros, teniendo así una demanda insatisfecha del 20%, por lo tanto, según nuestra demanda total de productos producidos anualmente cubriremos un 85% del 100% de la demanda insatisfecha, siendo este porcentaje nuestra participación de mercado.

Sin embargo, **CARSOL**, como nuevo negocio tendrá una inicial participación en el mercado, mientras las estrategias mercadológicas van abriendo caminos comerciales que permitan posicionarse en la mente de los posibles consumidores como una idea fresca de artesanía a base de cartón.

4.1.7 Estrategia de mercado.

El mundo cambia, y por supuesto también el marketing, que evoluciona adaptándose a estos cambios que suceden en las empresas. Philip Kotler, uno de los más grandes gurús en el campo del marketing, ha reconocido este cambio importante y

ha añadido a su famoso modelo de Plan de Marketing, nuevas estrategias que cambian la manera de ver y entender el marketing en las empresas.

Es imprescindible que para que una empresa, del tamaño que sea, pequeña o grande, para lograr los objetivos establecidos, debe proponer una estrategia global, desarrollando la misma en pequeñas acciones que actúen tanto, en su mercado externo (entorno), como en el interno.

La estrategia de plaza (distribución): hace referencia de como la artesanía llega a los puntos de venta y al usuario final, teniendo en cuenta el almacenamiento; además los productos deben llegar en las condiciones adecuadas a las tiendas minorista, es decir, el canal de distribución.

La estrategia de precios: se determina el valor que entregan los interesados a cambio del beneficio que le ofrece el producto, por medio de diferentes procesos como fórmula matemática, análisis de punto de equilibrio y los análisis financieros, necesarios para conocer la rentabilidad del nuevo negocio.

Estrategia de Desarrollo de Producto, es una estrategia de crecimiento, que consiste en ofrecer productos nuevos y por ende innovados. La estrategia que se utiliza para artesanía **CARSOL**, es la estrategia de diferenciación de artesanía, que se lanza al mercado destinado, como lo son los turistas tantos extranjeros como nacionales; con innovación diferente a los de la competencia.

En cuanto a creatividad y calidad, serán elaborados a base de cartón y tendrán acabados que resultan atractivos en este mundo artesanal; proporcionando una nueva alternativa en productos artesanales decorativos; a través de 3 tipos de diseños o bien a gusto y preferencia del cliente con un buen precio.

La estrategia se complementa con la mezcla de marketing en cuanto a precio, plaza, promoción, y publicidad. Con el objetivo de posicionarse en la mente de los turistas y así estos conozcan todo lo relacionado al tipo de artesanía ofertado; permitiendo de esta manera que el negocio crezca considerablemente; y que se pueda conocer todo lo relacionado a **CARSOL**.

Estrategia de Publicidad, estas estrategias consisten en comunicar, dar a conocer o recordar la existencia de artesanía CARSOL; así como inducir su compra; Podemos aplicar estrategias de Merchandising.

- ✓ Realizar propaganda por medio de volantes.
- ✓ Diseñar mantas publicitarias y ubicarlas en puntos clave para persuadir a los clientes.
- ✓ Crear un spot publicitario en radio, para que los clientes potenciales y reales lleguen a informarse acerca de este producto.

Para dar a conocer al mercado objetivo la introducción de **CARSOL**, se empleará, una publicidad a través de los medios de comunicación de la localidad; en donde se estará ofertando los productos en la etapa introductoria.

4.1.8 Estimación de venta

En la operación de una empresa o negocio, la principal fuente de ingresos son las ventas, y los ingresos son lo que permite a la empresa no solamente subsistir, sino producir riqueza y con ello dar empleos y prestar un servicio a la comunidad.

Por su importancia dentro del modelo operativo de un negocio, es importante conocer el comportamiento o variación de las ventas para poder hacer una estimación de las mismas y poder evaluar la situación económica de un negocio.

Una vez conocida la demanda insatisfecha se puede hacer una estimación de venta, de acuerdo con el porcentaje que se desea cubrir, esto se hará por medio de las proyecciones de venta en el primer año.

Para la estimación de las ventas, la pequeña empresa CARSOL toma en cuenta lo siguiente; Según la delegada del departamento de INTUR en granada Licenciada María Victoria Martínez, las temporadas altas para estos comerciantes son los meses de diciembre, enero y febrero, además del tiempo de Semana Santa (marzo o abril), que es cuando más se comercializan los productos artesanales en donde se experimentan incremento de hasta un 25%.

Para tener un mejor cálculo a continuación se muestra en la siguiente tabla los diferentes estilos y la cantidad proyectada a vender:

Tabla 5 Estimación de Venta unidades físicas.

CARSOL.													
Cédula N° 1 Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas													
Año 2018													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Alhajeros.	250	250	250	200	200	200	200	200	200	200	200	250	2600
Organizador.	150	150	150	130	130	130	130	130	130	130	130	150	1640
Carretitas.	150	150	150	130	130	130	130	130	130	130	130	150	1640
Total	550	550	550	460	550	5880							

Fuente: Equipo Investigador.

Ilustración 7 Ventas en unidades monetarias.

CARSOL.														
Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias														
Descripción	P. de Vta.	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Alhajeros.	100	25000	25000	25000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	25000	C\$ 260,000
Organizador.	190	28476	28476	28476	24679	24679	24679	24679	24679	24679	24679	24679	28476	C\$ 311,337
Carreta	129	19276	19276	19276	16706	16706	16706	16706	16706	16706	16706	16706	19276	C\$ 210,747
Total		72752	72752	72752	61385	72752	C\$ 782,083							

Fuente: Equipo Investigador.

En el cuadro anterior se presentan las estimaciones de venta en unidades monetarias y de acuerdo a los resultados obtenidos estos ingresos son la representación del 5% de la demanda insatisfecha a cubrir, es decir, las personas que pagaran por el producto ofertado; por lo que al poner nuestro producto al mercado la frecuencia de consumo de estos artículos se expresa de la siguiente manera.

Ilustración 8 Frecuencia de Compra.



4.1.9 Presupuesto de mercadotecnia

Presupuesto.						
Objetivo.	Actividad.	Encargado.	Descripción.	Recurso.	C/U	CT. T.
Crear un plan de publicidad para dar a conocer mediante medios escritos y auditivo, el ingreso en el mercado de productos decorativos a base de cartón.	Creación de la publicidad escrita.	Responsable de Admón.	Volantes 250 a C\$ 4.00	Programas de diseño gráfico. Computadora Fotografías de productos terminados.	C\$ 400	C\$ 1,000
	Ejecución de la publicidad radial.	Responsable de venta.	SPOT RADIAL (1 viñeta, 3 m3nciones al día) C\$ 9.52	Oferta publicitaria de Radio la Nandaimaña	C\$ 200	C\$ 800.00
	Diseño de la publicidad visual.	Responsable de venta y Producción.	Manta 2 a C\$ 350.00	Alianza con empresas de serigrafía.	C\$ 700	C\$ 700
Total.					C\$ 1300	C\$ 2,500

Lo antes planteado expone la realización de la campaña publicitaria de la empresa CASROL. La cual se estará llevando a cabo cada trimestre en el año, esto para contribuir con el logro de las estrategias propuestas en el punto anterior.

4.2 Plan de producción

4.2.1 El proceso de producción.

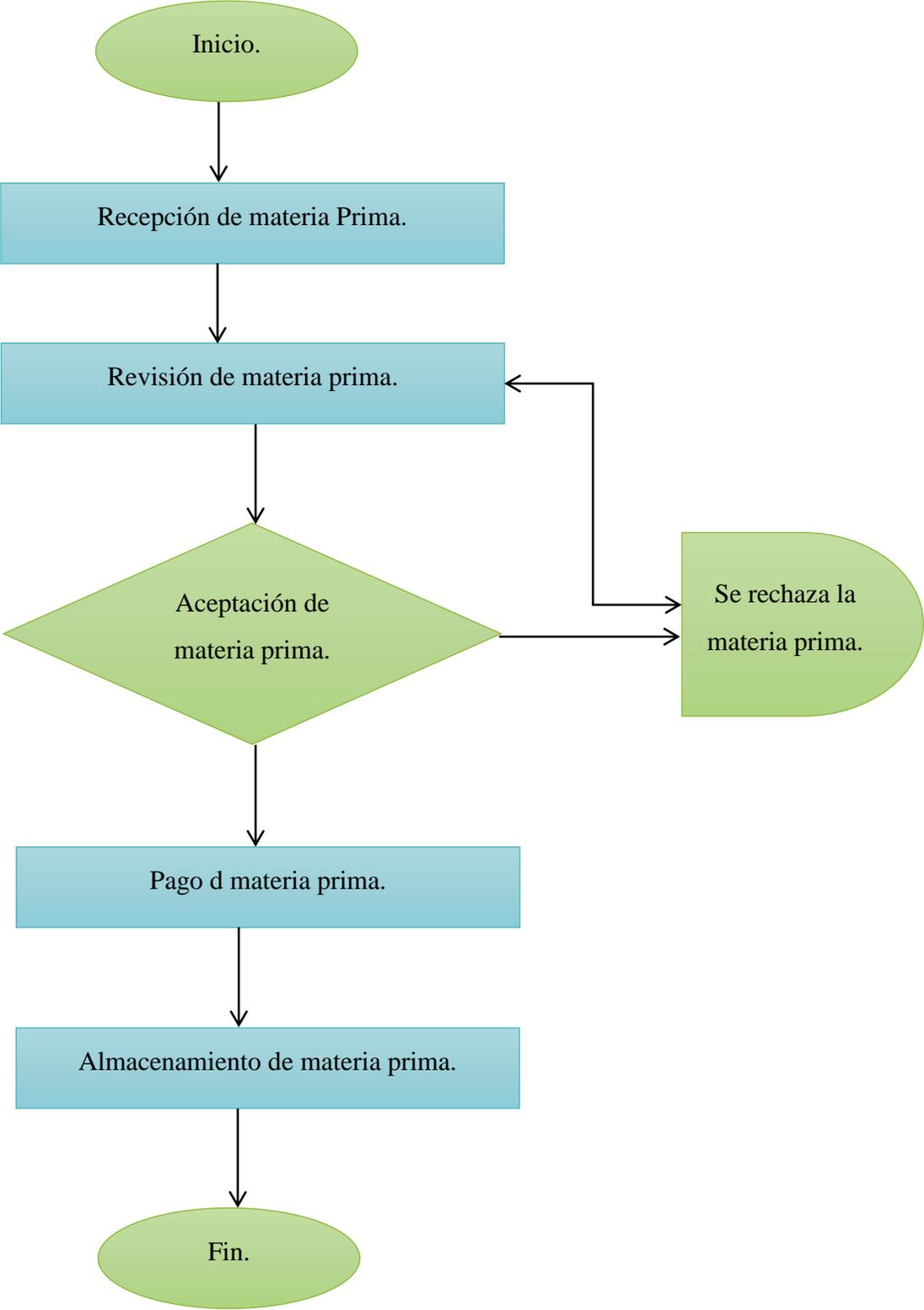
Es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o prestar un servicio. Se ofrece a la venta tres estilos de artesanías los cuales son: organizadores, alhajeros y carretitas. Estos serán elaborados a base de cartón, sellador y pintura que son sus principales componentes.

El proceso de producción de **CARSOL**, ejecuta diferentes actividades para transformar la materia prima en un producto, a continuación, se detallan las fases de producción.

Compra de materia prima.

CARSOL compra y almacena la materia prima en sus respectivo almacén o acopio; esto para revisar las condiciones que presenta el material principal, la calidad y clase previamente de los materiales. Los materiales que se guardan son los siguientes: cartón, sellador o cinta adhesiva, pintura y pega. Todos estos se almacenan en cajas para darles uso por los encargados de producción.

Flujo grama de adquisición de materia Prima:



Fuente: Equipo Investigador.

Elaboración de artesanía CARSOL.

Tomando en cuenta la disponibilidad de la materia prima, el supervisor de producción procede a extraer la materia prima de la bodega para su primera fase, la cual es el corte seguidamente proveerá de esta materia al resto del personal de producción que está encargado de elaborar la artesanía y darles el acabado que se requiere.

Un aspecto importante durante el proceso de producción es el control de calidad para poder ofrecer un producto que cumpla con los estándares de calidad, este paso se realiza luego del armado de la artesanía logrando encontrar posibles deficiencias en estos y el acabado de estas de ser encontrado un error se procederá a la corrección.

El paso siguiente será el etiquetado de la artesanía realizado por el supervisor de producción, el cual también será el encargado de almacenar l en la bodega en sus respectivas cajas dependiendo del tamaño del producto.

A como observamos anteriormente en el flujo grama del proceso de compra de la materia prima; así detallaremos por medio de otro flujo el proceso de la elaboración de las artesanías

Descripción del proceso de producción

1. La materia prima se recibe en el local para su almacenamiento en la bodega, con su respectiva clasificación de cada material, permitiendo la rotación de inventario de materia prima.
2. El supervisor de producción extraerá la materia prima de la bodega para el proceso de corte de cartón.
3. Desde esta sección se inicia el corte de cartón que se realiza por una persona con una duración de 25 minutos

4. El corte de cartón requiere, de una atención especial, debido a que las formas son un poco diferentes tanto para los organizadores, alhajeros y carretitas de esto se pasa al sellado de las piezas.
5. El colaborador encargado de realizar los cortes debe cuidar al acomodar los patrones del modelo de artesanía para el cual este dirigido este proceso.
6. Después se pasa a pintar minuciosamente la artesanía con pinceles adecuados y darle toques diferentes a cada una de las artesanías, para los organizadores se adaptan los espacios, para los alhajeros se forra su interior y para las carretitas se les decora con flores o bien estilo cañón para botellas de vino.
7. Luego pasa al secado de la artesanía la cual tiene una duración de 30 minutos.
8. Por medio del control de calidad se revisa todo el proceso de elaboración de la artesanía.
9. Una vez realizado el control de calidad se decidirá si el producto se pasa o se devuelve si presenta algunas fallas o anomalías en el armado de estos, para así ser reparados y luego ser evaluados nuevamente por el supervisor de producción de esta manera evitar fallas para proceder con la fase de etiquetado y almacenado.
10. Luego se pasa a las ventas o bien a las entregas de los encargos por los clientes.

Proceso de producción

Proceso de producción para los productos artesanales **CARSOL**

Según simbología ANSI.



NO.	ACTIVIDAD.								TIEMPO MINUTOS.
1	Inicio.								0
2	Almacenamiento de la materia prima.								10
3	Extracción de la materia prima para pasar a producción.								5
4	Corte de cartón para formar piezas.								15
5	Sellado de las piezas.								20
6	Pintar las artesanías y darle retoques únicos.								25
7	Secado de las artesanías.								5
8	Control de calidad.								5
9	Etiquetar y almacenar en estantes los organizadores.								5
	Fin.								1:30

Se refleja solamente un flujo de producción para las tres presentaciones de artesanías debido a que; llevan el mismo procedimiento solo varían en una actividad. Para los organizadores solamente se dividen los espacios, para los alhajeros únicamente se realiza el proceso de forrar el interior y para las carretitas se decora con flores o bien se adecua estilo cañón para poner una botella, o se decora a gusto del cliente.

4.2.1 Proveedores y condiciones de compra de los equipos.

Los proveedores que CARSOL presenta, se escogieron por ubicación cerca de la planta esto con el objetivo de no incurrir en gastos de transporte elevados; así que todos están dentro del municipio, también se requiere de disponibilidad inmediata. El único proveedor lejano es el del cartón ya que este tipo de empresa solo se encuentra en la ciudad de Managua por ende se comprará la materia prima con un porcentaje más de compra en caso de que se necesite recurrir a más de este material principal en la artesanía CARSOL.

Fichas técnicas equipo de oficina.

CARSOL.		
Datos del equipo	Datos del proveedor	 <p><i>Ilustración 9 Ordenador</i></p>
Nombre: computadora.	Nombre: tienda gallo más gallo.	
N° requerido: 1	Dirección: Nandaime costado Oeste de iglesia santa Ana.	
Descripción: La computadora se utiliza para digitar datos.	Teléfono:	

Tabla 6 Ficha técnica #1

Fuente: Equipo Investigador.

Tabla 7 Ficha Técnica #2

CARSOL.	
Datos del equipo	Datos del proveedor.
Nombre: impresora	Nombre: tienda gallo más gallo.
N° requerido: 1	Dirección: Nandaime costado oeste de iglesia santa Ana.
Descripción: La impresora sirve para imprimir y a su vez fotocopiar documentos necesarios.	Teléfono:



Ilustración 10 Impresora

Fuente: Equipo Investigador.

Tabla 8 Ficha técnica #3

CARSOL.	
Datos del equipo	Datos del proveedor
Nombre: silla de oficina.	Nombre: variedades arlen
N° requerido: 1	Dirección: frente al parque municipal de Nandaime.
Descripción: La silla reclinable para oficina.	Teléfono:



Ilustración 11 silla reclinable.

Fuente: Equipo Investigador.

Tabla 9 Ficha técnica #4

CARSOL.		
Datos del equipo	Datos del proveedor	 <p><i>Ilustración 12 Escritorio.</i></p>
Nombre: Escritorio.	Nombre: Variedades arlen	
N° requerido: 1	Dirección: frente al parque municipal de Nandaime.	
Descripción: Mesa de escritorio de oficinista.	Teléfono:	

Fuente: Equipo Investigador.

Equipo de Producción.

Materia Prima:

Tabla 10 Ficha técnica #5

CARSOL.		
Datos	Datos del proveedor	 <p><i>Ilustración 13 Cartón</i></p>
Nombre: Cartón.	Nombre: GRAND PAPER INDUSTRIAL S.A	
N° requerido: 3 ½ qq. mensual	Dirección: Managua, Nicaragua.	
Descripción: El cartón es un material formado por varias capas de papel.	Teléfono:	

Fuente: Equipo de Investigador.

CARSOL.		
Datos	Datos del proveedor	 <p><i>Ilustración 14 Pintura.</i></p>
Nombre: pintura.	Nombre: Ferretería el salvadoreño.	
N° requerido:	Dirección: Nandaime	
Descripción: la pintura es un material que sirve para cubrir de colores un interior o exterior.	Teléfono:	

Tabla 11 Ficha técnica #6

Fuente: Equipo Investigador.

CARSOL.		
Datos	Datos del proveedor	 <p><i>Ilustración 15 Sellador.</i></p>
Nombre: Cinta adhesiva.	Nombre: Ferretería el salvadoreño.	
N° requerido:	Dirección: Nandaime	
Descripción: La cinta adhesiva se utiliza para unir objetos de manera temporal, o a veces también permanente.	Teléfono:	

Tabla 12 Ficha técnica #7

Fuente: Equipo Investigador.

Material Indirecto.

Tabla 13 Ficha técnica #8

CARSOL.		
Datos del equipo	Datos del proveedor	 <p><i>Ilustración 16 Mesa</i></p>
Nombre: Mesa	Nombre: Carpintería Martínez	
N° requerido: 2	Dirección: Calvario 75 vrs. Al Sur, Nandaime.	
Descripción. Mesa de trabajo para producción.	Teléfono:	

Fuente: Equipo Investigador.

Tabla 14 Ficha técnica #9

CARSOL.		
Datos del equipo	Datos del proveedor	 <p><i>Ilustración 17 silla.</i></p>
Nombre: Silla plástica.	Nombre: Variedades Arlen.	
N° requerido: 4	Dirección: frente al parque municipal Nandaime.	
Descripción: Las sillas plásticas con espaldar.	Teléfono:	

Fuente: Equipo Investigador.

Tabla 15 Ficha técnica # 10

CARSOL.		
Datos del equipo	Datos del proveedor	 <p>Ilustración 18 Tijeras.</p>
Nombre: tijeras	Nombre: librería la Nandaimeña	
N° requerido: 2 juegos.	Dirección: Nandaime	
Descripción: Sirven para el corte de tela o papel.	Teléfono: 2561-2225	

Fuente: Equipo Investigador.

Tabla 16 Ficha técnica #11

CARSOL.		
Datos del equipo	Datos del proveedor	 <p>Ilustración 19 Pinceles.</p>
Nombre: Pinceles	Nombre: Librería La Nandaimeña.	
N° requerido: 2 Juegos.	Dirección: Nandaime.	
Descripción: sirven para pintar.	Teléfono: 2561-2225	

Fuente Equipo Investigador.

Tabla 17 Ficha técnica #12

CARSOL.		
Datos del equipo	Datos del proveedor	 <p>Ilustración 20 Cinta métrica.</p>
Nombre: cinta métrica.	Nombre: librería la Nandaimeña.	
N° requerido: 4	Dirección: Nandaime	
Descripción: Las cintas sirven para medir.	Teléfono: 2561-2225	

Fuente: Equipo Investigativo.

4.2.2 Capital fijo y vida útil

Bajo este rubro se incluyen los bienes obtenidos de una sola vez en la etapa de implementación del proyecto y que se utilizara a lo largo de su vida útil a continuación se detalla cada uno de su componente.

Costo de mobiliario y equipo de oficina, útiles y enseres.

Tabla 18 Cotizaciones.

Cotizaciones				
Descripción	Cantidad	Ud. Medida.	C/U	Total.
Mobiliario y equipo de oficina.				
Computadora HP	1		C\$ 10, 499	C\$ 10,499.00
Impresora Epson.	1		C\$ 1, 804.00	C\$ 1,084.00
Mesa rectangular.			C\$ 800.00	C\$ 1,600.00
Sillas reclinables.	1		C\$ 1200	C\$ 1200
Sillas plásticas	4		C\$ 100	C\$ 400
Folder tamaño Legal	1	Caja	C\$ 200.00	C\$ 200.00
Fastenes	1	Caja	C\$ 45.00	C\$ 45.00
T/c (hojas)	2	Resma	C\$ 114.00	C\$ 228.00
Lapiceros	1	Caja	C\$ 54.00	C\$ 54.00
Total	15			C\$ 27,460.00
Útiles y enseres.				
Hojas de colores.	150	Hojas	C\$ 1.00	C\$ 150.00
Lapiceros	2	Cajas	C\$ 54.00	C\$ 108.00
Juego de Pinceles	2	Caja	C\$ 48.00	C\$ 96.00
Tijera MAPED	3		C\$ 250.00	C\$ 750.00
Calculadora	1		C\$ 210.00	C\$ 210.00
Engrapadora.	2		C\$ 127.00	C\$ 254.00
Sellador	25		C\$ 8.00	C\$ 200.00
Pega Blanca	3		C\$ 90	C\$ 270.00
Pintura de Aceite	5	Galón	C\$ 250.00	C\$ 1,250.00
Diluyente	3	Galón	C\$ 190.00	C\$ 570.00

Barniz	20	Botes	C\$ 42.00	C\$ 840.00
Cinta métrica.	2		C\$ 25.00	C\$ 500
Total	203			C\$ 4,988.00
Sub-Total.				C\$ 32,448.00

Fuente: Equipo de Investigación.

Vida útil del capital fijo (método de línea recta).

Tabla 19 Depreciación de equipo de Oficina.

Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total	Años A Dep.	Anual	Mensual.
Mesa De Oficina	C\$ 1,500	1	C\$ 1,500	2	C\$ 750	C\$ 62.50
Sillas Plástica	C\$ 100	4	C\$ 400	2	C\$ 200	C\$ 16.67
Computadora HP	C\$ 10,499.00	1	C\$ 10,499	3	C\$ 3,499	C\$ 291.64
Impresora Epson.	C\$ 1,084.00	1	C\$ 1,084	2	C\$ 542	C\$ 45.17
Mesa Rectangular.	C\$ 800.00	2	C\$ 1,600.00	2	C\$ 800	C\$ 66.67
Sillas Reclinables.	C\$ 1,200.00	1	C\$ 1,200	2	C\$ 600	C\$ 50.00
Total.					C\$ 6,391	C\$ 532.64

Fuente: Equipo Investigativo.

Como se Observa en la anterior para determinar la vida útil de los equipos se utilizará el método de línea recta para la vida útil que tendrán los utensilios según “Ley 822 de Concentración tributaria Art. 30 dictamina que para los equipos y enseres la vida útil de estos será de 2 años para equipo de computación”.

4.2.3 Capacidad planificada

Es necesario medir la capacidad planificada de la empresa, para conocer los estimados o la cantidad de productos a producir y lo que se puede proyectar. Estimando la capacidad es necesario tener claro los factores que intervienen en el proceso productivo.

Tabla 20 Capacidad Planificada de Producción.

PRODUCTO	CAPACIDAD.
Organizadores	La capacidad de cada operario para producir un organizador por día es de 6 organizadores, en donde 2 operarios realizan 12, por los 6 días de trabajo son 72 y mensuales para un total de 288 organizadores.
Alhajeros	La capacidad de producción para los alhajeros por día 8, a la semana 48 para un total de 192 mensual.
Carretitas.	La capacidad de producción para las carretitas es de 8 al día, 48 a la semana para un total de 192 mensual.

Fuente Equipo Investigador.

Se refleja esta capacidad planificada, debido a que durante la elaboración de cada adorno se presenta la actividad de secado al momento de pasar a esta; no quiere decir que se deja de producir, sino que se pasa a la elaboración del siguiente. Otra de las capacidades que los operarios manifiestan es que se puede producir más de las cantidades de producto planificado por día, por semana y por mes.

4.2.5 Ubicación y distribución física de la empresa

Localización de la planta: el estudio de la localización de la planta determina el éxito o fracaso de nuestro negocio, Por lo tanto, la decisión de donde ubicar el negocio considera los siguientes criterios: económicos, sociales y por ende estratégicos. Por lo que el objetivo más importante, independiente mente de la ubicación de la planta, es el de elegir aquel que conduzca a la maximización de la rentabilidad entre las alternativas que se consideran factibles.

La planta de CARSOL cuenta con 6 áreas de trabajo a continuación se describen:

1. La entrada de los materiales que CARSOL necesita para la elaboración de la artesanía.
2. Almacenamiento de los materiales
3. Área de elaboración de artesanía CARSOL.
4. Oficinas de CARSOL.
5. Área de mostración en estantes de la artesanía CARSOL.
6. Salida

Ilustración 21 Instalaciones física de CARSOL.



Fuente: Equipo de Investigación.

4.2.4 Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad.

La disponibilidad de esta materia prima necesarios para la producción mensual de Organizadores, carretitas y alhajeros es muy alta ya que contamos con diferentes tipos de proveedores para poder producir y comercializar el producto en el mercado, entre ellos proveedores de materia prima e insumos. Y proveedores de servicio

Proveedores de materia prima: GRAND PAPER INDUSTRIAL S.A (Managua) el cual nos proveerá de nuestra principal materia el Cartón.

Proveedores de servicios: básicos; (luz, agua, teléfono) solamente cobran el monto alcanzado mensualmente o la tarifa estipulada en caso del agua por las empresas que lo ofrecen en el país (Unión Fenosa, ENACAL)

Tabla 21 M.P. Necesaria su costo y disponibilidad.

CARSOL														
Cédula N° 9 Proyecciones de Materia Prima Directa enviada a producción (Unidades Monetarias)														
Descripción	CU	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Cartón	15	6000	6,000	6000	5250	5250	5250	5250	5250	5250	5250	5250	6000	C\$ 66000
Sellador.	100	2500	2500	2500	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2500	C\$ 26000
Pintura.	250	1250	1250	1250	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1250	C\$ 13000
Total		9,750	9,750	9,750	8,250	8,250	8,250	8,250	8,250	C\$ 8,250	C\$ 8,250	C\$ 8,250	C\$ 9,750	C\$ 105,000

Fuente: Equipo Investigador.

CARSOL														
Proyecciones de Materia Prima indirecta enviada a producción (Unidades Monetarias)														
Descripción	C/U	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Pega.	90	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	C\$ 3240
Hojas de colores.	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	C\$ 1440
Diluyente.	190	570	570	570	570	570	570	570	570	570	570	570	570	C\$ 6840
Total		960	C\$ 11,520											

Fuente: Equipo Investigador.

4.2.5 Mano de obra, su costo y disponibilidad.

La mano de obra necesaria para nuestra producción estará integrada por nuestros colaboradores. Los costos de éstos son los establecidos por la tabla salarial establecida por el Ministerio del trabajo.

La disponibilidad y productividad de los mismos es de igual manera determinada por el código del trabajo el cual los trabajadores laboraran conforme ley sus 8 horas en caso de que sea necesario más productividad se les devengara el pago de horas extras.

Tabla 22 Nomina.

Nombre del Negocio										
Nómina Mensual										
Quincena del _____ al _____										
N°	Nombres y Apellidos	Cargo	Salario Base	Deducciones	Salario Neto	INSS Patronal	Prestaciones Sociales			Firma
				INSS Laboral			Vacaciones	Treceavo Mes	Indemnización	
Administración										
1	Gabriela Solórzano.	Admón..	C\$ 5000	C\$ 313	C\$ 4688	C\$ 900	C\$ 417	C\$ 417	C\$ 417	
2	Luis Acosta	Ajete de veta.	C\$ 4500	C\$ 281	C\$ 4219	C\$ 810	C\$ 375	C\$ 375	C\$ 375	
Sub Total Administración			C\$ 9500	C\$ 594	C\$ 8906	C\$ 1710	C\$ 792	C\$ 792	C\$ 792	
Producción										
	Josselyn Cordero	Jefe de Pro.	C\$ 4300	C\$ 269	C\$ 4031	C\$ 774	C\$ 358	C\$ 358	C\$ 358	
5.	Juan López	Operario	C\$ 4100	C\$ 256	C\$ 3844	C\$ 738	C\$ 342	C\$ 342	C\$ 342	
	Ana Urbina.	Operario	C\$ 4100	C\$ 256	C\$ 3844	C\$ 738	C\$ 342	C\$ 342	C\$ 342	
Sub Total Gastos de Venta			C\$ 12500	C\$ 781	C\$ 11719	C\$ 2250	C\$ 1042	1042	C\$ 1042	
Total			C\$ 22000	C\$ 1375	C\$ 20625	C\$ 3960	C\$ 1833	C\$ 1833	C\$ 1833	

Fuente: Equipo Investigativo.

4.2.6 Gastos generales de producción

Los gastos generales de producción incluyen todos los costos directamente relacionados con el proceso de fabricación de CARSOL. En estos gastos va incluido la mano de obra directa e insumos necesarios directos para el funcionamiento productivo.

En la siguiente tabla detallamos los gastos generales para tener un mayor conocimiento de los costos totales.

Tabla 23 Costos Generales de Producción.

CARSOL													
Proyecciones de Costos de Producción Mensual													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Materia Prima Directa	9750	9750	9750	8250	8250	8250	8250	8250	8250	8250	8250	9750	C\$ 105000
Mano de Obra Directa	8200	8200	8200	8200	8200	8200	8200	8200	8200	8200	8200	8200	C\$ 98400
CIF	14419	14419	14419	14419	14419	14419	14419	14419	14419	14419	14419	14419	C\$ 173033
Total	32369	32369	32369	30869	32369	C\$ 376,433							

Fuente: Equipo Investigador.

4.3 Plan de organización y gestión

En la parte de la organización se detalla la estructura jurídica y orgánica del negocio, se señalan las áreas o departamentos, los cargos, las funciones, y los sistemas de información.

1.3.1 Marco legal (forma jurídica)

Base legal.

- Primeramente, constituirse como comerciante mediante escritura pública, la cual debe de ser inscrita en el libro correspondiente, del registro público mercantil del domicilio del negocio, todo de conformidad a lo establecido a los Artículos 152, 153, 154, 157, 159 y 160) de la Ley 698, Ley General de los Registros Públicos y el artículo 11 del Código de Comercio de la república de Nicaragua.
- Junto con la presentación de la constitución como comerciante se deben presentar para su debida razón los libros contables.
- Una vez constituido como comerciante y razonados los libros contables, deberá obtener el número RUC y DUR lo cual se hace en la dirección general de ingresos (DGI) del domicilio del negocio.

¿Qué es el Registro Único MIPYME?

Según el Arto. 32 de la Ley 645, Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (LEY MIPYME), tiene como propósito contar con una base de datos suficientemente amplia que permitirá asistir adecuadamente a las MIPYME y que tengan acceso a los incentivos contemplados en las leyes de la materia.

Beneficios

La empresa podrá acceder a los beneficios que otorga la Ley MIPYME.

Las MIPYME Registradas podrán acceder a Incentivos Fiscales y a Programas de Apoyo a las MIPYME.

La empresa podrá hacer sus trámites ante el MIFIC de manera más rápida

¿Quiénes deben inscribirse?

Según la Ley 645, Ley MIPYME, podrán inscribirse en el RUM “Todas aquellas Micros, Pequeñas y Medianas Empresas formalizadas, que operan como personal natural o jurídica en los diversos sectores de la economía, siendo en general empresas manufactureras, industriales, agroindustriales, agrícola, pecuarias, comerciales, de exportación, turística, artesanales y de servicios, entre otras”. Adicionalmente a lo anterior, deberán cumplir con los siguientes parámetros:

Tabla 24 Tipo de empresa Según ley 645

Variables	N° de Trabajadores.	Activos totales.	Ventas totales.
Microempresa.	1-5	Hasta 200.0 miles	Hasta 1 millón.
Pequeña empresa.	6-30	Hasta 1.5 millones	Hasta 9 millones
Mediana empresa.	30-100	Hasta 6.0 millones.	Hasta 40 millones

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

Procedimientos y requisitos

Preséntese al Centro de Apoyo a la Micro, pequeña y mediana empresa (CAMIPYME) de su departamento (ver contactos) o a la Ventanilla Única de Inversiones (VUI), para llenar formulario de inscripción acompañado de los siguientes requisitos:

Fotocopia Cédula de Identidad

Fotocopia Carné RUC

Fotocopia de Matrícula de la Alcaldía vigente

Escritura de Constitución (persona jurídica)

Estados Financieros (persona Jurídica)

Una vez concluido el llenado del formulario de inscripción, el funcionario del CAMIPYME o la Ventanilla Única de Inversiones, deberá entregar al propietario o representante de la empresa, una constancia provisional que haga constar que esta ha iniciado el proceso de Registro, mientras se le emita su certificado RUM.

El Certificado de Inscripción del Registro Único de las MIPYME, será entregado en la delegación en la que realice su trámite de Registro.

Constitución de la empresa

Misión

Somos una empresa altamente comprometida con el medio ambiente, ofrecemos una gran variedad de manualidades elaboradas con materiales reciclados para ofrecer al cliente un producto innovador y creativo contribuyendo al cuidado del medio ambiente.

Visión

Ser una empresa líder en el mercado de artesanías y posicionarnos como líder a nivel nacional, ofreciendo una gran variedad de productos elaborados con material reciclado a través de la innovación y creatividad.

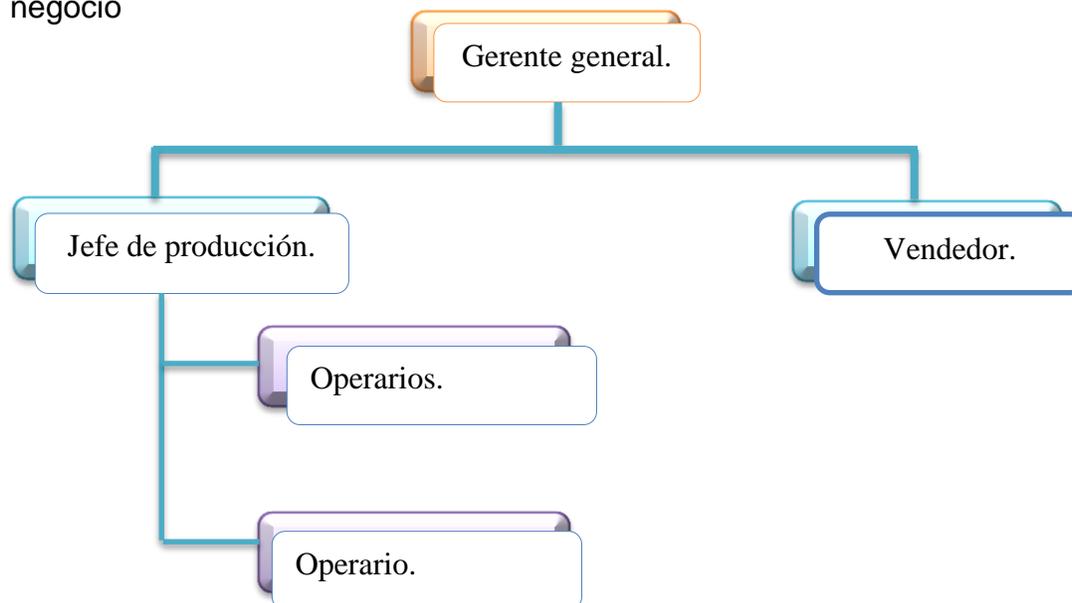
Valores

- ✓ Compromiso con la protección del medio ambiente.
- ✓ Trabajo en equipo.
- ✓ Calidad en nuestros productos.
- ✓ Creatividad e innovación constante.
- ✓ Honestidad al servirle al cliente.
- ✓ Respeto a nuestros clientes.
- ✓ Actitud de liderazgo para posicionar la empresa de artesanía.

4.3.2 Estructura de la organización

La estructura organizacional de la microempresa CARSOL está conformada de acuerdo a las necesidades y los recursos de la misma, aprovechando al máximo la disposición de los colaboradores, logrando así una eficiente coordinación de funciones.

Por las características del negocio innovador, como microempresa se ha tomado la decisión de implementar una estructura funcional para la creación de este plan de negocio



4.3.3 Experiencia y habilidades básicas del empresario.

Tabla 25 Fichas Ocupacional.

1.

	“CARSOL”		Fecha.			
			Página.	1	De.	2
	Manual de Organización.		Sustituye a.			
			Página.		De.	
Descripción de puesto.						
<p>A) Identificación</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nombre del puesto: Gerente General. 2. Ubicación: administración 3. Tipo de contrato: Permanente 4. Ámbito de operación: Interna <p>B) Relaciones de autoridad</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Jefe inmediato: No aplica 2 Subordinados directos: jefe de producción y vendedor. <p>C) Relaciones del cargo.</p> <p style="padding-left: 40px;">A nivel externo: Proveedores, clientes, INSS, DGI, Alcaldía municipal</p> <p>Propósito del puesto:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Administrar y controla las actividades financieras y económica de la empresa. 2. Planificar, organizar, dirigir y controlar, coordinar trabajo, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa. <p>Funciones específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratar el personal requerido para la empresa. • Capacitar al personal. • Velar por el bienestar de los colaboradores. 						

- Revisar y aprobar los pedidos.
- Emitir los informes correspondientes a la evaluación de las actividades de la empresa.
- Realizar contratos con clientes preferenciales.
- Control de registro y entrada de mercancía.
- Diseñar estrategias de atención al cliente.
- Innovar en procesos novedosos para hacer llegar los productos hasta los clientes.

D) Responsabilidad:

- Mantener la seguridad y bienestar de la empresa.
- Crear condiciones adecuadas para el personal de la empresa.
- Capacitar al personal para que al igual que sus productos brinden un servicio que satisfaga a los clientes.
- Incentivar a los colaboradores para que trabajen en conjunto en el crecimiento de la empresa.

Comunicación: Descendente

Especificaciones del puesto: Experiencia Laboral: 2 años en puestos similares. Mayor de 25 años y tener buenas relaciones personales.

Estudios Realizados: Licenciatura en administración de empresas, y que domine el idioma inglés.

Condiciones de trabajo: El trabajo se realiza en una oficina con temperatura adecuada y, humedad ambiental natural, características de higiene normales e iluminación apta.

Elaboro:

Autorizo:

Reviso:

	"CARSOL"		Fecha.			
			Página.	1	De.	2
	Manual de Organización.		Sustituye a.			
			Página.		De.	
Descripción de puesto.						
<p>A) Identificación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre del puesto: jefe de producción. • Ubicación: Planta de producción. • Tipo de contrato: Permanente • Ámbito de operación: Interna <p>B) Relaciones de autoridad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jefe inmediato: Gerente general. • Subordinados directos: operarios. <p>C) Relaciones del cargo.</p> <p>A nivel externo e interno: Gerente general, proveedores y vendedor.</p> <p>Propósito del puesto:</p> <p>1. Llevar a cabo el proceso productivo de los adornos CARSOL, con calidad, en tiempo y forma, así como verificar el uso del equipo asignado al personal.</p> <p>Funciones específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Especificar materiales a comprar. • Verificar la cantidad y calidad de los materiales y productos a utilizar. • Adecuar un espacio para almacenar la materia prima. • Revisar los pedidos diariamente, verificando tipo de elaboración y cantidad solicitada. • Revisar la calidad de las materias primas a utilizar. • Dirigir y/o realizar los adelantos para los diferentes adornos. • Elaborar adornos. • Utilizar en forma correcta el equipo de trabajo. 						

- Constatar que el producto a empaquetar está en buen estado.
- Verificar la calidad del embalaje.
- Realizar el empaque del producto.
- Verificar que la etiqueta contenga la información requerida.
- Ser responsables al momento de empacar y etiquetar.
- Manipular de manera adecuada el empaque del producto.
- Mantener el orden y limpieza del área de trabajo.
- Cumplir con las normas de higiene, calidad y seguridad para la manipulación de las herramientas de trabajo.
- Desempeñar otras tareas anexas a las descritas, de acuerdo con las necesidades del momento y al criterio de su superior.

D) Responsabilidad:

- Elaborar los productos.
- Ordenar suministros
- Mantener aseada el área de producción.
- Verificar que se cumplan los estándares requeridos para el producto

Comunicación: Ascendente y Descendente

Especificaciones del puesto:

Experiencia Laboral: 2 años en puestos similares.

Mayor de 20 años y tener buenas relaciones personales.

Estudios Realizados: conocimientos básicos en producción.

Condiciones de trabajo: El trabajo se realiza en un ambiente apto para la elaboración del producto contando con las debidas condiciones laborales.

Elaboro:

Autorizo:

Reviso:

Fuente: Equipo de Investigación.

	“CARSOL”		Fecha.	
	Página.	1	De.	2
	Manual de Organización.		Sustituye a.	
	Página.		De.	
Descripción de puesto.				
<p>A) Identificación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre del puesto: Responsable de ventas. • Ubicación: Departamento de ventas. • Tipo de contrato: Permanente • Ámbito de operación: Externa <p>B) Relaciones de autoridad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jefe inmediato: Gerente general • Subordinados directos: Ninguno <p>C) Relaciones del cargo.</p> <p>A nivel externo e interno: Gerente general, jefe de producción y clientes.</p> <p>Propósito del puesto:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Representar y mercadear los productos de la organización. 2. Garantizar que el producto quede establecido y ubicado eficientemente en los puntos de distribución en tiempo y forma. <p>Funciones específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparar planes y presupuesto de ventas • Establecer metas y objetivos de venta • Calcular la demanda pronosticar las ventas • Reclutamiento, selección y capacitación de los vendedores. • Realizar sondeos a la población sobre gustos y preferencia u otra información de mercado de utilidad para el diseño de estrategias. 				

- Elaborar informes de venta
- Realizar la publicidad del producto.

Comunicación: Ascendente

Especificaciones del puesto: Experiencia Laboral: 2 años, Uso de programas informáticos de Windows y Office y Buenas relaciones humanas

Estudios Realizados: Primaria y secundaria regular, conocimientos básicos en mercadeo.

Condiciones de trabajo: El trabajo se realiza en ambiente externo e interno a la empresa.

Elaboro:	Autorizo.	Reviso.
----------	-----------	---------

4.3.4 Actividades y gastos preliminares.

Los gastos preliminares que se requieren para la inscripción de CARSOL y su constitución como una microempresa formal en la industria artesanal. Se presenta una tabla en donde se observan los gastos de organización; así como su amortización mensual.

Tabla 26 Amortización de gastos preliminares

Tipo de trámites.		anual	Amortización mensual
Alquiler.	C\$ 2, 500.00	C\$ 500	C\$ 41.66
DGI.	C\$ 300.00	C\$ 60	C\$ 5
Alcaldía.	C\$ 450.00	C\$ 90	C\$ 8
Total.	C\$ 2, 250.00	C\$ 450	C\$ 38

Fuente: Equipo investigador.

Tabla 27 Amortización de inversión diferida.

		Amortización anual	Amortización mensual
Gastos Organización	C\$ 2,250.00	C\$450.00	C\$37.50
Publicidad al inicio de las operaciones	C\$2,500.00	C\$500.00	C\$41.67
Papelería y útiles de Oficina	C\$1,341.00	C\$268.20	C\$22.35
papelería	C\$ 677.00	C\$135.40	C\$11.28
útiles de oficina	C\$664.00	C\$132.80	C\$11.07
Sub total Inversión Diferida	C\$6,091.00	C\$1,486.40	C\$123.87

Fuente: Equipo investigador.

4.3.5 Equipos de oficina.

Tabla 28 Equipos de oficina depreciados.

Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total	Años A Dep.	Anual	Mensual.
Mesa De Oficina	C\$ 1,500	1	C\$ 1,500	2	C\$ 750	C\$ 62.50
Sillas Plástica	C\$ 100	4	C\$ 400	2	C\$ 200	C\$ 16.67
Computadora HP	C\$ 10,499.00	1	C\$ 10,499	3	C\$ 3,499	C\$ 291.64
Impresora Epson.	C\$ 1,084.00	1	C\$ 1,084	2	C\$ 542	C\$ 45.17
Mesa Rectangular.	C\$ 800.00	2	C\$ 1,600.00	2	C\$ 800	C\$ 66.67
Sillas Reclinables.	C\$ 1,200.00	1	C\$ 1,200	2	C\$ 600	C\$ 50.00
Total.					C\$ 6,391	C\$ 532.64

Fuente: Equipo Investigador

Tabla 29 Papelería de oficina.

Papelería de oficina				
DESCRIPCION	CANTIDAD	cantidad	CU	CT
Folder tamaño carta	1	Caja	C\$ 150.00	C\$ 150.00
Folder tamaño Legal	1	Caja	C\$ 200.00	C\$ 200.00
Fastenes	1	Caja	C\$ 45.00	C\$ 45.00
T/c (hojas)	2	Resma	C\$ 114.00	C\$ 228.00
Lapiceros	1	Caja	C\$ 54.00	C\$ 54.00
Total	6			C\$ 677.00

Fuente: Equipo Investigador.

Tabla 30 útiles y enseres

Útiles y enseres.				
DESCRIPCION	CANTIDA	cantidad	CU	CT
Hojas de colores.	150	hojas	C\$ 1.00	C\$ 150.00
Lapiceros	2	Cajas	C\$ 54.00	C\$ 108.00
Juego de Pinceles	2	Caja	C\$ 48.00	C\$ 96.00
Tijera MAPED	3		C\$ 250.00	C\$ 750.00
Cinta métrica.	2		C\$ 25.00	C\$ 500
Total			C\$ 378.00	C\$ 1,604

Fuente: Equipo Investigador.

4.3.6 Gastos administrativos.

Los Gastos Administrativo son los gastos generales tanto de administración como de venta por lo que comprende los costos de nómina y costos de publicidad. Es por eso que los gastos de venta usualmente comprenden todos los costos asociados con las ventas de la empresa.

Tabla 31 Gastos Administrativos.

CARSOL													
Cédula N° 17 Proyecciones de Gastos de Administración													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Salarios	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	C\$ 60,000
Vacaciones	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417	C\$ 5,000
Treceavo Mes	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417	C\$ 5,000
Indemnización	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417	C\$ 5,000
INSS Patronal	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	C\$ 10,800
Depreciación	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	C\$ 3,196
Servicio De Recolección De Basura	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	C\$ 1,200
Papelería Y Útiles De Oficina	677	677	677	677	677	677	677	677	677	677	677	677	C\$ 8,124
Amortizaciones	124	124	124	124	124	124	124	124	124	124	124	124	C\$ 1,486
Total	C\$ 8,317	C\$ 99,806											

Fuente: Equipo Investigador.

4.4 Plan financiero

El Plan Financiero o Plan Económico Financiero es quizás la parte más importante del plan de negocio. Pues en él se determina toda la información desarrollada y cuantificada - en unidades monetarias - de cada uno de los planes de actuación, que corresponden a cada una de las áreas funcionales de la empresa.

4.4.1 Inversión y fuente de financiamiento.

4.4.1.1 Activos fijos.

Se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades. En el siguiente cuadro se detallan los activos fijos de CARSOL.

Tabla 32 Inversión Fija.

Inversión Fija	
Mobiliario y Equipo de Oficina	27,460.00
Útiles y Enseres.	4,988.00
Sub total Inversión Fija	C\$ 32,448.00

Fuente: Equipo Investigador.

4.4.1.2 Activos intangibles.

Son aquellos que no tienen una naturaleza física, es decir, no se pueden ver ni tocar y tienen el carácter de ser un activo no monetario, pero colaboran igualmente en la generación de ingresos en una organización. Entre los activos intangibles de este proyecto tenemos.

Tabla 33 Activos Intangibles.

Inversión Diferida	
Gastos Organización	2,250.00
Publicidad al inicio de las operaciones	2,500.00
Papelería y útiles de Oficina	1,341.00
papelería	677.00
útiles de oficina	664.00
Sub total Inversión Diferida	C\$ 6,091.00

Fuente: Equipo Investigador.

4.4.1.3 Capital de trabajo.

Desde el punto de vista contable se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital necesario para iniciar operaciones, antes de recibir ingresos, luego entonces este capital deberá ser suficiente para: comprar materia prima, pagar sueldos y salarios, cubrir gastos diarios, etc. En el siguiente cuadro se detalla el capital de trabajo de que dispone la empresa CARSOL.

Tabla 34 Capital de trabajo.

Capital De Trabajo	
Compra De Materia Prima Directa	36,750.00
Compra De Materia Prima Indirecta	3,825.00
Sueldos Y Salarios (3 Meses)	66,000.00
Seguro Social (Aporte Patronal, 3 Meses)	11,880.00
Prestaciones	9,375.00
Gastos Administrativo	24,951.56
Gastos De Venta	27,603.96
Sub Total Capital De Trabajo	C\$ 180,385.52
Inversión Total	C\$ 218,924.52

Estos constituyen el conjunto de recursos necesarios, para la operación normal de CARSOL, durante el primer ciclo productivo, para la capacidad planificada del punto 4.2.4. Del plan de producto.

4.4.1.4 Inversión total.

Tabla 35 Inversión total.

CARSOL.	
Plan de Inversión	
Descripción	Total
Inversión Fija	
Mobiliario Y Equipo De Oficina	27,460.00
Útiles Y Enseres.	4,988.00
Sub Total Inversión Fija	C\$ 32,448.00
Inversión Diferida	
Gastos Organización	2,250.00
Publicidad Al Inicio De Las Operaciones	2,500.00
Papelería Y Útiles De Oficina	1,341.00
Papelería	677.00
Útiles De Oficina	664.00
Sub Total Inversión Diferida	C\$ 6,091.00
Capital De Trabajo	
Compra De Materia Prima Directa	36,750.00
Compra De Materia Prima Indirecta	3,825.00
Sueldos Y Salarios (3 Meses)	66,000.00
Seguro Social (Aporte Patronal, 3 Meses)	11,880.00
Prestaciones	9,375.00
Gastos Administrativo	24,951.56
Gastos De Venta	27,603.96
Sub Total Capital De Trabajo	C\$ 180,385.52
Inversión Total	C\$ 218,924.52

Fuente: Equipo Investigador.

4.4.1.5 Estructura del financiamiento.

La política de financiamiento implica una elección entre el riesgo y el rendimiento esperado. Hay directivos financieros que prefieren trabajar con altos niveles de capitalización, aunque esto le conlleve a alcanzar un menor beneficio. La función social de las empresas es proveer de recursos financieros y económicos al Estado, por lo que su disponibilidad económica y financiera debe responder a estos requerimientos

La micro empresa CARSOL no cuenta con un financiamiento debido a bajos costos en su inversión; ya que esta no necesita de maquinaria pesada para iniciar labores. Esta inversión se logra cubrir con aporte de los miembros del grupo emprendedor, **Solórzano Martínez**, tiene un ahorro de 3 años en el cual ha realizado labores y puede cubrir con estos gastos, **Luis Acosta** se dedica a comercialización de frutas y verduras por ende cuenta con un capital propio para echar a andar operaciones con el inicio de la inversión requerida y **Josselyn Quintero** cuenta con un fondo de ahorro familiar el cual está dispuesto a invertir en el inicio de las operaciones de dicha empresa.

Esta inversión será recuperada en poco tiempo de realizar operaciones gracias al margen de ganancia esperado y realizado en el aspecto financiero que la empresa ha realizado y debido a las investigaciones de campo se pronostica una aceptación favorable para CARSOL.

4.4.2 Ingresos, egresos y costos.

4.4.2.1 Presupuesto de ingreso.

Es la cantidad de dinero que recibe la empresa por suministrar bienes o servicios. También es llamado volumen de negocios.

Los ingresos se originan, principalmente, de la interacción entre la cantidad de venta de bienes o servicios por el precio de venta de cada unidad, durante un período de tiempo determinado. Por lo tanto, el presupuesto de ingreso se basa en las ventas logradas en el pasado y en las expectativas respecto a próximas actividades comerciales.

CARSOL.													
Cédula N° 1 Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas													
Año 2018													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Organizador.	250	250	250	200	200	200	200	200	200	200	200	250	2600
Carretitas.	150	150	150	130	130	130	130	130	130	130	130	150	1640
Alhajeros.	150	150	150	130	130	130	130	130	130	130	130	150	1640
Total	550	550	550	460	550	5880							

Tabla 36 Presupuesto de Ingreso.

CARSOL.														
Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias														
Descripción	P. de Vta.	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Alhajeros.	100	25000	25000	25000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	25000	C\$ 260,000
Organizador.	190	28476	28476	28476	24679	24679	24679	24679	24679	24679	24679	24679	28476	C\$ 311,337
Carreta	129	19276	19276	19276	16706	16706	16706	16706	16706	16706	16706	16706	19276	C\$ 210,747
Total		72752	72752	72752	61385	72752	C\$ 782,083							

Fuente: Equipo de Investigador.

4.4.2.2 Presupuesto de egresos.

Tabla 37 Presupuesto de egreso gasto de venta.

CARSOL														
Cédula N° 16 Proyecciones de Gastos de Ventas														
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total	
Salarios	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	C\$ 54,000	
Vacaciones	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	C\$ 4,500	
Treceavo Mes	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	C\$ 4,500	
Indemnización	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	C\$ 4,500	
INSS Patronal	810	810	810	810	810	810	810	810	810	810	810	810	C\$ 9,720	
Depreciación	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	C\$ 3,196	
Publicidad	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	C\$ 30,000	
Total	9,201	C\$ 110,416												

Fuente: Equipo investigador.

Tabla 38 Presupuesto de egreso Gastos Admón.

CARSOL													
Cédula N° 17 Proyecciones de Gastos de Administración													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Salarios	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	C\$ 60,000
Vacaciones	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417	C\$ 5,000
Treceavo Mes	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417	C\$ 5,000
Indemnización	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417	C\$ 5,000
INSS Patronal	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	C\$ 10,800
Depreciación	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	C\$ 3,196
Servicio De Recolección De Basura	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	C\$ 1,200
Papelería Y Útiles De Oficina	677	677	677	677	677	677	677	677	677	677	677	677	C\$ 8,124
Amortizaciones	124	124	124	124	124	124	124	124	124	124	124	124	C\$ 1,486
Total	C\$ 8,317	C\$ 99,806											

Fuente: Equipo investigador.

4.4.2.3 Presupuesto de costos.

Los costos representan todas aquellas erogaciones destinadas para el proceso productivo considerando los tres elementos del costo, a continuación, se presentan los costos a los que incurre CARSOL para el año 2018.

Tabla 39 Presupuesto de Costo Careta.

CARSOL.													
Estructura de Costos Año 2018													
Producto: Carreta.													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Costo TA
MPD	313	313	313	250	250	250	250	250	250	250	250	313	
Cartón.	156	156	156	125	125	125	125	125	125	125	125	156	C\$ 1,625
Sellador.	1,219	1,219	1,219	1,031	1,031	1,031	1,031	1,031	1,031	1,031	1,031	1,219	C\$ 13,125
Pintura.	1,688	1,688	1,688	1,406	1,406	1,406	1,406	1,406	1,406	1,406	1,406	1,688	C\$ 18,000
Sub total MPD	3,063	3,063	3,063	2,563	3,063	C\$ 32,750							
MOD													
Juan López	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	C\$ 16,400
Juana Urbina.	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	C\$ 16,400
Sub total MOD	2,733	C\$ 32,800											
CIF													
Costos Fijos	928	928	928	928	928	928	928	928	928	928	928	928	C\$ 11,138
Costos Variables	5,318	5,318	5,318	5,318	5,318	5,318	5,318	5,318	5,318	5,318	5,318	5,318	C\$ 63,810
Sub total CIF	6,246	C\$ 74,948											
Costo TM.	12,041	12,041	12,041	11,541	12,041	C\$ 140,498							

Fuente: Grupo inversionador

Costo Total Anual	C\$ 140,497.76
N° De Unidades	1,640.00
Costo Total Unitario	85.66936585
Margen De Utilidad	50%
Precio De Venta	129

Tabla 40 Presupuesto de costo Organizador.

Nombre del Negocio													
Estructura de Costos Año 2018													
Producto: Organizador.													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Costo TA
MPD	1,500	1,500	1,500	1,313	1,313	1,313	1,313	1,313	1,313	1,313	1,313	1,500	
Cartón.	625	625	625	500	500	500	500	500	500	500	500	625	C\$ 6,500
Sellador.	313	313	313	250	250	250	250	250	250	250	250	313	C\$ 3,250
Pintura.	2,438	2,438	2,438	2,063	2,063	2,063	2,063	2,063	2,063	2,063	2,063	2,438	C\$ 26,250
Sub total MPD	3,375	3,375	3,375	2,813	3,375	C\$ 36,000							
MOD													
Juan López	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	C\$ 16,400
Juana Urbina.	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	C\$ 16,400
Sub total MOD	2,733	C\$ 32,800											
CIF													
Costos Fijos	928	928	928	928	928	928	928	928	928	928	928	928	C\$ 11,138
Costos Variables	10,635	10,635	10,635	10,635	10,635	10,635	10,635	10,635	10,635	10,635	10,635	10,635	C\$ 127,620
Sub total CIF	11,563	C\$ 138,758											
Costo TM	17,671	17,671	17,671	17,109	17,671	C\$ 207,558							

Costo Total Anual	C\$ 207,557.76
N° de unidades	1,640.00
Costo Total Unitario	126.5596098
Margen de Utilidad	50%
Precio de Venta	190

Tabla 41 Presupuesto de costo corazones

CARSOL													
Estructura de Costos Año 2018													
Producto: Alhajero.													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	CTA
MPD													
Cartón.	3,000	3,000	3,000	2,625	2,625	2,625	2,625	2,625	2,625	2,625	2,625	3,000	C\$ 33,000
Sellador.	1,250	1,250	1,250	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,250	C\$ 13,000
Pintura.	625	625	625	500	500	500	500	500	500	500	500	625	C\$ 6,500
Sub total MPD	4,875	4,875	4,875	4,125	4,875	C\$ 52,500							
MOD													
Juan López	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	C\$ 16,400
Juana Urbina.	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	C\$ 16,400
Sub total MOD	2,733	C\$ 32,800											
CIF													
Costos Fijos	928	928	928	928	928	928	928	928	928	928	928	928	C\$ 11,138
Costos Variables	5,318	5,318	5,318	5,318	5,318	5,318	5,318	5,318	5,318	5,318	5,318	5,318	C\$ 63,810
Sub total CIF	6,246	C\$ 74,948											
Costo TM	13,854	13,854	13,854	13,104	13,854	C\$ 160,248							

Costo Total Anual	C\$ 160,247.76
N° de unidades	2,600.00
Costo Total Unitario	61.63375385
Margen de Utilidad	50%
Precio de Venta	100

4.4.2.4 Punto de equilibrio.

Se entiende por “Punto de Equilibrio” de una empresa, a aquel nivel de ventas necesario en el que no se obtiene ni utilidades ni pérdidas, es decir, cuando los ingresos totales son exactamente iguales a los costos totales de la empresa. La utilidad del punto de equilibrio es que permite establecer el nivel mínimo de operaciones al que debe trabajar la empresa para que no reporte pérdidas.

CARSOL estableció 3 líneas de adornos en diferentes presentaciones para producir y posteriormente comercializar, por lo tanto, el cálculo del punto de equilibrio en unidades se debe de realizar de manera ponderada por lo tanto se determinó lo siguiente.

Tabla 42 Punto de equilibrio.

ANUAL.		
Línea de producto	Ud.	% de participación.
Organizador	1640	0.2789
Alhajero	2600	0.4422
Carreta.	1640	0.2789
Total.	5880	1.00

Basados en esta Mezcla se puede calcular el Punto de Equilibrio en Unidades, el primer paso es determinar el Margen de Contribución Unitaria, con la siguiente fórmula:

Margen de Contribución = Precio de Venta – Costo Variable por Unidad.

ANUAL.							
Línea de producto	Ud.	% de participación.	P/V	C.V. por Unidad	MCu		
Organizador	1640	0.2789	190	77.81	112.99		
Alhajero	2600	0.4422	100	24.54	75.46		
Carreta.	1640	0.2789	129		90.1		
Total.	5880	1.00					

Basado en los resultados de esta fórmula y tomando como referencia la mezcla óptima señalada anteriormente se calcula el Margen de Contribución Promedio Ponderado que resulta de la multiplicación del MCu por el porcentaje de participación de cada artículo ofertado:

ANUAL.						
Línea de producto	Ud.	% de participación.	P/V	C.V. por Unidad	MCu	MCpp.
Organizador	1640	0.2789	190	77.81	112.99	31.28
Alhajero	2600	0.4422	100	24.54	75.46	33.36
Carreta.	1640	0.2789	129		90.1	25.12
Total.	5880	1.00				89.76

Una vez Obtenido el Margen de Contribución Promedio por Unidad Podemos aplicar la fórmula para el cálculo del Punto de Equilibrio en Unidades:

Datos iniciales.
 Costos Fijos: **C\$ 342, 035.35**
 MCpp. **89.76**

$$\text{Punto de Equilibrio en Unidades} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Margen de Contribución Promedio Ponderado por Unidad}}$$

Una vez aplicada esa fórmula nos da como resultado un total de **3,810 unidades** lo que significa que CARSOL deberá vender como mínimo esta cantidad anualmente y así lograr cubrir los gastos generados en la operación de la empresa y lograr el equilibrio entre las entradas de dinero y los desembolsos realizados, una unidad menos representaría una pérdida para la empresa.

4.4.2.5 Flujo de caja.

“En él se determina el estado de liquidez de la firma o del proyecto, o sea la cantidad de dinero en efectivo que se espera tener en un momento dado en el futuro. Aquí se registran todos los ingresos y egresos que se esperan que ocurran en el momento en que se reciben o se pagan”.

Consiste en un esquema que presenta sistemáticamente los costos e ingresos registrados año por año (o período por período); Es simplemente la suma de los ítems que vimos como ingresos, menos los que vimos como egresos.

Tabla 43 Flujo de caja Proyectada,

CARSOL						
Flujo de Caja Proyectado						
Concepto	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Total
Saldo Inicial	C\$ 139,810	C\$ 344,238	C\$ 361,450	C\$ 379,522	C\$ 398,499	C\$ 1623,521
Ingresos	C\$ 782,083	C\$ 821,187	C\$ 862,246	C\$ 905,359	C\$ 950,627	C\$ 4321,503
Disponibilidad	C\$ 921,893	C\$ 1165,425	C\$ 1223,697	C\$ 1284,882	C\$ 1349,126	C\$ 5945,025
Egresos						
materia prima	C\$ 105,000	C\$ 110,250	C\$ 115,762	C\$ 121,550	C\$ 127,628	C\$ 580,191
mano de obra	C\$ 98,400	C\$ 103,320	C\$ 108,486	C\$ 113,910	C\$ 119,605	C\$ 543,722
CIF	C\$ 161,033	C\$ 169,084	C\$ 177,539	C\$ 186,416	C\$ 195,736	C\$ 889,810
gasto administrativo	C\$ 99,806	C\$ 104,796	C\$ 110,036	C\$ 115,538	C\$ 121,315	C\$ 551,492
gasto de venta	C\$ 110,415	C\$ 115,936	C\$ 121,733	C\$ 127,820	C\$ 134,211	C\$ 610,117
Total Egresos	C\$ 574,655	C\$ 603,388	C\$ 633,557	C\$ 665,235	C\$ 698,497	C\$ 3175,333
Disponibilidad Efectiva	C\$ 347,238	C\$ 364,600	C\$ 382,830	C\$ 401,971	C\$ 422,070	C\$ 1918,711
Caja Mínima Requerida	C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00	C\$ 15,000
Excedente o Déficit sobre la caja mínima	C\$ 344,238	C\$ 361,450	C\$ 379,522	C\$ 398,499	C\$ 418,423	C\$ 1902,134
Disponibilidad Neta Final	C\$ 344,238	C\$ 361,450	C\$ 379,522	C\$ 398,499	C\$ 418,423.99	C\$ 1902,134

Fuente: Equipo investigador.

4.4.3 Análisis financiero.

4.4.3.1 Flujo de fondo.

Es un sistema coherente y armonizado definido principalmente para el diagnóstico y evaluación de cómo fluyen los fondos desde los sectores excedentarios hacia los deficitarios, para su correspondiente financiamiento.

A continuación, se presenta el flujo de fondos de la empresa CARSOL.

Tabla 44 Flujo de fondo.

CARSOL.						
Flujo de Fondos						
Descripción	Años					
	0	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Ingresos por Ventas		C\$ 782,083	C\$ 821,187	C\$ 862,247	C\$ 905,359	C\$ 950,627
Costos de Producción		C\$ 364,433	C\$ 382,655	C\$ 401,788	C\$ 421,877	C\$ 442,971
Utilidad bruta		C\$ 417,650	C\$ 438,533	C\$ 460,459	C\$ 483,482	C\$ 507,656
Gastos Administrativos		C\$ 99,806	C\$ 104,797	C\$ 110,036	C\$ 115,538	C\$ 121,315
Gastos de Venta		C\$ 110,416	C\$ 115,937	C\$ 121,733	C\$ 127,820	C\$ 134,211
Gasto Operativo		C\$ 210,222	C\$ 220,733	C\$ 231,770	C\$ 243,358	C\$ 255,526
Utilidad		C\$ 207,428	C\$ 217,799	C\$ 228,689	C\$ 240,124	C\$ 252,130
Depreciación		C\$ 6,392				
Amortización		C\$ 1,486				
Inversión Fija	-C\$ 32,448					
Inversión Diferida	-C\$ 6,091					
Capital de Trabajo	-C\$ 180,386					
Flujo Neto de Efectivo	-C\$ 218,925	C\$ 199,550	C\$ 209,921	C\$ 220,811	C\$ 232,246	C\$ 244,252

Fuente: Equipo investigador.

4.4.3.2 Valor actual neto (VAN).

Teóricamente el VAN es aceptado si una vez aplicada la fórmula correspondiente el resultado es mayor que la inversión inicial; por lo tanto, al evaluar la rentabilidad a la microempresa CARSOL mediante este criterio nos da un resultado de **C\$ 431,090.53**; representando este el valor de la empresa en el mercado; es decir, que al negociarla con un inversionista este pagara a la empresa **CARSOL** la cantidad antes mencionada por el plan de emprendimiento.

4.4.3.3 Tasa interna de retorno (TIR).

Con los cálculos realizados se obtuvo una TIR del **77.31%**; lo cual indica que el retorno de esta inversión es bastante alto, lo que convierte a CARSOL en un proyecto atractivo para su realización y su factibilidad se comprueba al ser la $TIR > TMAR$; es decir, que teóricamente cuando $TIR > TMAR$.

5 Conclusiones.

Con la realización del presente Seminario de Graduación, en los aspectos de mercadotecnia, se concluye lo siguiente: Al determinar que el 83% de la población en estudio, demandan adornos artesanales; lo cual es un porcentaje muy alentador, permite considerar la creación de esta pequeña empresa como viable comercialmente y rentable.

Por lo tanto en la segmentación de mercado, se logró determinar que CARSOL cuenta con **99, 559 compradores potenciales** de los 308,437 turistas nacionales y extranjeros que visitan mensualmente el corredor turístico de granada; así mismo se determinó una demanda insatisfecha de **16, 527** personas, sin embargo CARSOL por ser un nuevo negocio de microempresa en el mercado atenderemos el 5%; índice que será variable en la medida en que las estrategias mercadológicas vayan abriendo camino en el mercado.

Una vez calculada la demanda insatisfecha se realizaron las correspondientes estimaciones de venta a 5 años, proyectadas en unidades físicas y monetarias.

En lo referente al plan de producción, se dio a conocer los procesos de producción de cada uno de los tres productos a ofertar, determinándose de igual manera el tiempo necesario para cada producto, así como los costos (Materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación) y gastos (Venta y administrativos) de producción y su disponibilidad; del mismo modo se especificó claramente los útiles y enseres necesarios para llevar a cabo la producción del producto y por último se diseñó la distribución de las instalaciones de la empresa

Mediante la elaboración del plan de organización de la empresa **CARSOL** se estableció la estructura más idónea para la misma, la cual está atendida por cinco colaboradores, se especificó la jerarquía, los cargos y las funciones para cada uno de los colaboradores de la pequeña empresa; misma que queda conformada como

persona jurídica. De igual manera se incorporaron elementos de planeación que permiten la definición del horizonte de la empresa.

Se determinó la rentabilidad del nuevo negocio mediante el plan financiero, ya que se demostró que la pequeña empresa CARSOL requiere de una inversión total de **C\$ 218, 924.52** y cabe mencionar que no se utilizaron fuentes de financiamiento ya que será por aportaciones de los tres emprendedores.

Así mismo se proyectaron los Estados Financieros correspondientes (Balance General, Estado de Resultado y el flujo de caja) y estimación del punto de equilibrio demostrando que la empresa debe vender como mínimo anualmente un total de **3954 unidades** de producto para no perder en lo invertido.

Para finalizar se evaluó la rentabilidad del negocio mediante los indicadores financieros: Valor actual neto (VAN); dando un resultado de **C\$ 431,090.53** resultando mayor que la inversión inicial y que según los criterios de evaluación es financieramente rentable y tasa interna de retorno (TIR) siendo esta de un **77.31%** mayor a la TMAR por lo que el proyecto se acepta. Ambos demostraron la viabilidad económica-financiera del plan de negocio de la pequeña empresa.

6 Bibliografía

- Kevin, K. P. (2006). *Dirección de Marketing* (Doundécima ed.). México: Pearsón Educación.
- Kotler, A. G. (2008). *Fundamento de Marketing* (Octava ed.). México: Pearsón Educación .
- Leslie, S. L. (2010). *Comportamiento del Consumidor*. (Décima ed.). México: Pearsón Educación.
- (5 de Julio de 2017). *Nuevo Diario*.
- BCN. (06 de Mayo de 2017). Cuenta Satélite de Turismo de Nicaragua. *La Prensa*.
- Philip, K. (2010). *Marketing*. México: Mc Graw Hill.
- Philip., G. A. (2010). *Fundamento de mercadotecnia* (4ta edición ed.). Mc Graw Hill.
- Thompson. (26 de Agosto de 2006).
- Buitrago, C. (2009). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. México: Editorial UNAD.
- Douglas R y Finnelly, John D. (2000). *Administración financiera corporativa*. México: Pearson Educación.
- Fleitman. (2000). *Negocios Exitosos: Cómo empezar, administrar y operar eficientemente un negocio*. México: Mc Graw-Hill.
- Gerardo, G. C. (2005.). *Contabilidad para no Contadores*. México.: Mc Graw-Hill.
- Lara Flores, E. (1999.). *Primer Curso de Contabilidad*. México.
- Méndez, C. (s.f.). *Metodología Diseño y desarrollo del Proceso de Investigación*. (Tercera. ed.). Mc Graw-Hill.
- Philip, K. (2004). *Dirección de Mercadotecnia*. Mc Magw-Hill.
- Zikmund. (1998). *Investigación de mercados*, (6° Edición. ed.). Méico.: Mc Graw-Hill.

7 Anexos

Anexo #1 Encuesta



**UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA**
UNAN-MANAGUA

Buenos días/tardes.

Somos estudiantes del V año de la carrera de Administración de Empresa de la universidad Nacional UNAN FAREM - Carazo y estamos realizando una encuesta con el objetivo de evaluar el nivel de aceptación que tendría el nuevo lanzamiento de productos artesanales a base de cartón, alusivo a festividades en año. Le

agradecemos si nos brinda un poco de su tiempo para respondernos las siguientes preguntas.

1. Aspectos demográficos

1.1. Edad: _____

2. Sexo: 1) F 2) M

3. lugar de procedencia:

A) Nandaime B) Diría C) Dirimo D) Granada E) Masaya
F) Rivas G) Catarina H) Otro _____

4. Ingresos mensuales:

A) C\$1,500.00 a C\$ 4,000.00 B) C\$4,500.00 C) C\$ 5,000.00
D) C\$ 5,500.00 E) C\$6,000.00 F) < C\$ 6,000.00

5. Aspectos sobre la demanda

6. ¿Compra usted algún tipo de productos artesanales decorativos? (Si su respuesta es no transferirse al aspecto 4)

A) Sí B) no

7. ¿Cómo prefiere los productos artesanales decorativos?

A) Manual B) Industrializados C) Ambas

8. ¿Qué tipo de producto artesanal compra con mayor frecuencia?

A) De barro B) De plástico C) De madera D) De Aluminio E) Reciclado

9. ¿Con qué frecuencia compra usted productos artesanales decorativos?

- A) Por ocasión B) 1 vez por semana C) 2 a 3 veces por semana
D) cada 15 días D) al mes

10. ¿Qué es lo que le llama la atención al comprar un producto artesanal decorativo?

- A) Precio B) Creatividad C) Tipo de material D) Otro _____

11. Aspectos de la oferta

12. ¿En qué lugar usted adquiere productos artesanales?

- A) Catarina B) Masaya C) Granada D) Otros _____

13. ¿Le ofertan productos artesanales diferentes de lo acostumbrado?

- A) Si B) No C) Algunas Veces

14. ¿En que radica la diferencia?

- A) Tamaño B) Diseño C) Material.

15. ¿Cómo considera la calidad de los productos artesanales ofertados en los lugares de preferencia?

- A) Excelente B) Buena C) Muy Buena D) Mala E) Pésima

16. ¿A qué precio adquiere los productos artesanales en los lugares que ha comprado estos?

- A) Muy accesibles B) Accesibles C) Medio accesibles

D) poco accesibles

17. ¿Dónde adquiere productos artesanales decorativos?

- A) Tiendas B) Puestos artesanales C) Ferias D) Vendedores ambulantes
F) En Línea, mediante envíos _____

18. ¿Cómo calificaría la atención brindada al momento de adquirir estos productos artesanales?

- A) Excelente B) Muy buen C) Bueno D) Regular E) Deficiente

19. ¿A través de que medio usted ha visto anunciar la venta de productos artesanales?

- A) Televisión B) Radio C) Redes sociales D) Periódicos E) otro _____

20. ¿Qué tipo de promociones adquiere al comprar estos productos?

A) Regalías B) Descuentos C) otros _____

21. **Sobre nuestro producto.**

22. ¿Estaría dispuesto a comprar productos artesanales reciclados a base de cartón?

A) Sí B) no

23. ¿Qué productos artesanales le gustaría comprar más, elaborado a base de cartón?

A) Floreros B) Adornos C) Organizadores D) otros _____

24. ¿Cómo le gustaría adquirir este tipo de artesanía?

A) Personalizado B) O en existencia

25. ¿Cuánto es el precio que estaría dispuesto a pagar por las artesanías a base de cartón reciclado?

A) C\$25 B) C\$ 50 C) C\$80 D) C\$100 E) C\$120 F) C\$150
G) C\$ 200 H) < C\$ 200

26. ¿Con qué frecuencia compraría nuestros productos artesanales?

A) Por festividades B) por ocasión C) por placer

27. ¿Dónde le gustaría encontrar nuestros productos artesanales?

A) Feria B) Tiendas sugeridas C) Puestos artesanales

28. ¿A través de qué medio le gustaría saber de nuestras promociones y variedades?

A) Redes sociales B) radio C) televisión D) perifoneo E) otro _____

29. ¿Qué tipo de promociones le gustaría que utilizáramos?

A) Regalías B) Descuentos

30. **Gracias por su colaboración.**

Anexo #3 Acta constitutiva.

Acta de Constitución

T E S T I M O N I O

ESCRITURA PÚBLICA NUMERO TREINTA Y CUATRO

(34). SOLICITUD DE INSCRIPCION COMO COMERCIANTE. En el ciudad de Nandaime, departamento de Granada, lugar de mi domicilio, a las dos y treinta minutos de la tarde del veinticuatro de noviembre del año dos mil diecisiete; ante mí: MANUEL EDUARDO CARCAMO ALFARO, me identifico con cédula de identidad nicaragüense número dos cero dos guion uno ocho cero cinco ocho cero guion cero cero cero uno letra k (202-180580-0001K), carné número nueve cero siete ocho (9078), abogado y notario público de la República de Nicaragua, con domicilio en la ciudad de Granada, autorizado por la Corte Suprema de Justicia para ejercer el notariado durante un quinquenio que finalizará el día diez de agosto del año dos mil diecinueve. Comparecen los señores Solórzano Martínez María Gabriela, identificado con cédula de identidad dos cero dos guion dos cuatro uno dos nueve tres guion cero cero cero cero letra N(202-241293-0000N), soltera, mayor de edad, administradora y con domicilio actual en el municipio de Nandaime. Doy fe de conocer a la compareciente, quien a mi juicio tiene la capacidad legal y la capacidad civil necesaria para contratar y para obligarse y en especial para el otorgamiento del presente acto, al cual comparece en interés propio y en ese carácter se expresa y dice: CLAUSULA UNICA: SOLICITUD DE INSCRIPCION COMO COMERCIANTE: Que ha dispuesto aperturar un negocio, en este departamento de Granada. Dicho establecimiento se registrá de la siguiente manera: El domicilio del establecimiento será en la ciudad de Nandaime, departamento de Granada, exactamente de la iglesia El Calvario setenta y cinco varas hacia el sur, sin perjuicio de poder abrir sucursales en cualquier parte del territorio nacional. La actividad comercial estará destinada básicamente a la elaboración y comercialización de productos artesanales a base de cartón u otro material reciclable, pudiendo en el futuro industrializarse al sector artesanal, crear una marca para dicho producto, un logo o signo distintivo de su producto de conformidad a la ley 380, ley de marcas y otros signos distintivos vigente en la república de Nicaragua. Podrá dedicar su objeto a cualquier actividad económica nacional o internacional que esté directa o indirectamente vinculada con su actividad comercial. El nombre comercial del negocio es "CARSOL". Declara también bajo su responsabilidad de que no está comprendida dentro de alguna de las incapacidades generales para contratar ni en las

incapacidades especiales que señala el artículo 11 del Código de Comercio por lo cual, y en este acto, se constituye como comerciante y de conformidad, a los artículos ciento cincuenta y dos, ciento cincuenta y tres, ciento cincuenta y cuatro, ciento cincuenta y siete, ciento cincuenta y nueve y ciento sesenta (152, 153, 154, 157, 159 y 160) de la Ley 698, Ley General de los Registros Público, solicita al señor Registrador Público Mercantil del departamento de Granada, que se le inscriba como comerciante en el correspondiente libro de comerciantes de este departamento y pide que al pie de la presente solicitud o del testimonio que de la presente escritura pública se libre, se escriba la razón de la inscripción como comerciante. Así se expresó la compareciente, bien instruida, por mí, el notario sobre el objeto, el valor y las trascendencias legales de este acto, de las cláusulas generales que aseguran su validez, las especiales que contienen y las que envuelven renunciaciones y estipulaciones implícitas y explícitas. Doy fe de que tuve a la vista el documento de identidad de la compareciente e igualmente doy de que gozo de las calidades especiales que para este tipo de actos jurídicos establece la ley ciento treinta y nueve (139) o ley que da mayor utilidad a la institución del notariado. Leída que fue la presente escritura a la compareciente, la encuentra conforme, la aprueba, la ratifica y la firma junto conmigo el notario. Doy fe de todo lo relacionado. (F) María Gabriela Solórzano Martínez, Ilegible (F) Ilegible, Notario.-**PASO ANTE MI:** del frente del folio número cuarenta y seis al reverso del mismo en papel sellado serie “G” número siete nueve cinco ocho uno dos dos (Nº7958122), en mi protocolo número **CATORCE**, que llevo en el presente año y a solicitud de la joven **MARIA GABRIELA SOLORZANO MARTINEZ**, libro este primer testimonio compuesto de una hoja útil de papel de ley serie “O” número tres cuatro cuatro uno seis cinco uno (Nº3441651), el que firmo, sello y rubrico en la ciudad de Rivas a las tres y quince minutos de la tarde del veinticuatro de noviembre del año dos mil diecisiete

LIC. MANUEL EDUARDO CARCAMO ALFARO
NOTARIO PÚBLICO

Anexo # 4: Contrato de trabajo.

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO

Nosotros, Solórzano Martínez María Gabriela, mayor de edad, casada, identificada con cédula número 001-270667-0057N, actuando en su propio nombre y representación, y que en lo sucesivo y para efecto del presente contrato se denominara como **LA EMPLEADORA**, y Juan López, dependiente, solicitud de cédula de identidad _____, actuando en su propio nombre y representación y que para los fines de este contrato se denominará **EL EMPLEADO (A)**, ambos mayores de edad, de este domicilio, hemos convenido en celebrar el presente contrato laboral, el que se registrará por las cláusulas siguientes:

PRIMERA. - DEL CARGO: **EL EMPLEADOR** ha decidido contratar al **EMPLEADO (A)**, para que se desempeñe en el cargo operario de producción, sujetándose a lo establecido en el código del trabajo de la República de Nicaragua (ley N° 185).-

SEGUNDA.- (SALARIO) por los servicios prestados el empleado será remunerado con un pago de cuatro mil cien córdobas (C\$4,100.00) mensuales los que serán pagados en moneda de curso legal en el lugar de trabajo, de forma quincenal.

TERCERA.- (JORNADA DE TRABAJO), la jornada de trabajo será de lunes a viernes siendo la jornada diaria, dejando libre el día séptimo:

CUARTA.- (HORARIO DE TRABAJO), El horario de trabajo que se estipula es de cuarenta y ocho (48) horas de trabajo semanales para la jornada **Diaría** como el derecho al séptimo, y de trabajar horas extras se pagaran como corresponde.

SEXTA.- (DURACION DEL CONTRATO); El presente contrato es por duración indefinido a partir del día uno de enero del año 2018, posteriormente de renovará contrato con otras estipulaciones.

SEPTIMA.- (EXPIRACION DEL CONTRATO), cualquiera de las partes puede dar por finalizada la Relación laboral si proviene del Empleado debe de dar aviso al Empleador avisando con quince días de anticipación y si proviene del Empleador este lo puede dar por finalizado cuando lo considere necesario obligándose a lo estipulado en el Arto.45 CT, si el empleador por razones de falta en la conducta del empleado a la pérdida de objetos, alimentos o cualquier artículo del empleador que fuese sustraído por el empleado sin la autorización del empleador, se suspende el contrato y de la liquidación se descuenta el artículo sustraído.

OCTAVA: DOMICILIO: para efectos legales que surgiesen del presente contrato sea en la Vía Administrativa y/o Judicial fijan su domicilio en el Departamento de Granada.

NOVENA: (DISPOSICIONES FINALES), las partes acuerdan que lo no previsto en el presente contrato se regirán por lo que establece el Código Laboral Vigente.

En fe de lo anterior firmamos el presente Contrato en dos tanto de un mismo tenor en la ciudad de Rivas, el día uno del mes de agosto del año dos mil diez. -

LA EMPLEADORA

EL EMPLEADO

Anexo # 5 Formulario para el registro único de las micro, pequeñas y medianas empresas.

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

SECCIÓN I - UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO 1. Área: Urbana <input type="checkbox"/> Rural <input type="checkbox"/> 2. Departamento: _____ 3. Municipio: _____ 4. Ciudad / Comarca: _____ 5. Barrio / localidad: _____ 6. Dirección del Negocio: _____ 7. Tipo de Localización: a) En la vivienda del propietario <input type="checkbox"/> b) Mercado <input type="checkbox"/> c) Centro Comercial <input type="checkbox"/> d) Otro Local <input type="checkbox"/> e) Vía Pública Fijos <input type="checkbox"/> f. Vía Pública Ambulantes <input type="checkbox"/>	SECCIÓN IV- PERSONAS JURÍDICAS 1. Tipos: a) Sociedad Anónima <input type="checkbox"/> b) Compañía Limitada <input type="checkbox"/> c) Cooperativa <input type="checkbox"/> # de Socios: _____ d) Otra (especifique): _____ 2. Fecha de Constitución: Día _____ Mes _____ Año _____ 3. Razón Social: _____ 4. Composición del Capital a) Capital Nacional _____ % b) Capital extranjero _____ % 5. Información del Representante Legal: a. Nombres _____ b. Apellidos _____ c. # Cédula: _____ - _____ - _____ - _____ - _____ - _____ d. Sexo: M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> e. Domicilio (Representante Legal): i) Departamento: _____ ii) Municipio: _____ iii) Ciudad: _____ iv) Localidad o Barrio: _____ v) Dirección: _____ vi) Teléfono(s) vi.1 _____ vi.2 _____ vii) Correo Electrónico: _____ Siga en la Sección V
SECCIÓN II - INFORMACIÓN SOBRE EL TIPO DE PROPIEDAD 1. Persona Natural <input type="checkbox"/> 2. Persona Jurídica <input type="checkbox"/> Nota: Si es persona natural, pasé a la Sección III Si es persona jurídica, siga en la Sección IV	
SECCIÓN III - INFORMACIÓN DEL PROPIETARIO(A) 1. Nombres _____ 2. Apellidos _____ 3. # Cédula: _____ - _____ - _____ - _____ - _____ - _____ 4. Sexo: M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> 5. Nivel Académico (anote el último grado o año terminado y especifique cursos y carreras): a. Ninguno <input type="checkbox"/> c. Primaria <input type="checkbox"/> Grado _____ b. Alfabetizado <input type="checkbox"/> d. Secundaria <input type="checkbox"/> Año _____ f. Técnica <input type="checkbox"/> (Especifique) _____ g. Universitario <input type="checkbox"/> Año _____ Carrera: _____ h. Post-Grado: _____ i. Otra (Especifique) _____ 6. Domicilio: a) Departamento: _____ b) Municipio: _____ c) Ciudad: _____ d) Localidad o Barrio: _____ e) Dirección: _____ f) Teléfono(s) f.1 _____ f.2 _____ g) Correo Electrónico: _____ Siga en la Sección V	SECCIÓN V - INFORMACIÓN DEL NEGOCIO 1. Nombre Comercial: _____ 2. Matrícula de la Alcaldía: Día _____ Mes _____ Año _____ # _____ 3. # RUC: _____ 4. # Tel.: _____ 5. # Fax _____ 6. # Celular _____ 7. Correo Electrónico _____ 8. Página Web: _____ 9. Inicio de operaciones: Día _____ Mes _____ Año _____ (Continuar en la siguiente página)

Página 1 de 2

Anexo #5 DGI.



DIRECCION GENERAL DE INGRESOS

ADMINISTRACION DE RENTAS:



CONSTANCIA DE INSCRIPCION DEFINITIVA REGIMEN GENERAL

DUR: 3

Pag. 1

DATOS BASICOS					
Numero Ruc:		N° formulario:		Fecha inscripcion:	
Nombres y Apellidos:			Fecha nacimiento:		
Nombre comercial:			Numero INSS:		
Tipo identificacion:	CEDULA	N° identificacion:		Sexo:	
Nacionalidad:	NICARAGUA	N° empleados:		0	Fecha certificacion:
Entidad reguladora:					
Libro diario:			Libro personas:		
Libro sociedad:			Operacion comercial:		SERVICIOS
DOMICILIO TRIBUTARIO					
Renta adscripcion:		Rpto/Bo/Col:		Sector territorial	
Direccion:			N° casa:		
Departamento:	MANAGUA	Municipio:	MANAGUA	Distrito:	
Correo electronico:			N° fax:		
Telefono(s):	0	0			
DIRECCION PERSONAL					
Direccion:			Rpto/Bo/Col:		
Sector territorial:	Barrio	N° casa:		N° fax:	0
Departamento:		Municipio:		Distrito:	
Correo electronico:			Telefono(s):		
DATOS DE LA ACTIVIDAD ECONOMICA			OBLIGACIONES TRIBUTARIAS		
Cod Actividad	Descripcion	Tipo Actividad	Cod Oblig.	Descripcion	Fecha Inicio
			001	RENTA ANUAL IR	
			002	RETENCIONES IR (SALARIOS)	
			003	RETENCIONES IR OTROS	
			004	ANTICIPO IR (INGRESOS BRUTOS)	
			037	IMP AL VALOR AGREGADO (IVA)	
INFORMACION FINANCIERA					
Activo circulante:	0.00	Activo fijo:	0.00	Otros activos:	0.00
Total activos:	0.00	Pasivos:	0.00	Patrimonio:	0.00
Suma (pasivo+capital)	0.00	Parque vehicular:		0	Valor vehiculos:
Bienes inmuebles:		0	Valor propiedades:	0.00	Cant. urbanas:
Cant. rural:		0			0
INFORMACION DE SUCURSALES					
Tipo Sucursal	Nombre Sucursal	Fecha Apertura	Departamento	Municipio	Distrito
DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL					
DATOS DE LA PERSONA QUE REALIZA EL TRAMITE					
Nombre:				Tipo identif. :	CEDULA
N° identificacion:		Sector territorial:		Nombre sector:	
Direccion:			Numero casa:		
Departamento:		Municipio:		Distrito:	
Telefono:	0	N° fax:	0		
Correo electronico:			N° escritura:		
Nombre notario:			N° carnet:		
INFORMACION ALCALDIA					
Barrio domicilio:				Es PYME:	
Barrio empresa:				Modalidad:	
Barrio repres. legal:				Categoria:	
Actividad comercial:				Soporte pago:	
Licencia comercial:				Valor matricula:	
Direccion notificacion:					

Anexo #5 Seguro social.

INSTITUTO NICARAGÜENSE DE SEGURIDAD SOCIAL INSCRIPCIÓN E INGRESO DEL TRABAJADOR



A) REGIMEN:

INTEGRAL

IVM - RP

B) AUTODETERMINACION

DATOS DEL EMPLEADOR

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

3) Nombre o Razón Social:

4) Nombre Comercial:

5) Dirección Exacta del Empleador (si no es la misma):

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

DATOS DEL TRABAJADOR

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

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

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

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

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

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

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

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

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

31) Tipo de Empleo: a) E/ventual b) Permanente

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

33) Puesto que desempeña:

34) Mes de Aplicación:

Fotografía del Trabajador

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

36) Codificación (mes de aplicación)

1	2	3	4	5
<input type="text"/>				

37) Observaciones:

Firma del trabajador

Firma y fecha de recepción en el INSS

Lugar y fecha Firma y Sello del Empleador o su Representante

Anexo # 5 Cédulas financieras.

a. Balance de Apertura.

Tabla 45 Balance de Apertura.

CARSOL.			
Balance de Apertura			
Al 31 de Enero del 2018			
Expresado en Córdoba			
<u>Activos</u>			
Corriente			
Efectivo en Caja y Banco	C\$ 139,810.52		
Cuentas por Cobrar			
Inventarios	40,575.00		
Sub total Activo Corriente		C\$ 180,385.52	
No Corriente			
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$ 27,460.00		
Maquinaria	4,988.00		
Sub total No Corriente		C\$ 32,448.00	
Otros Activos			
Gastos Organización	C\$ 2,250.00		
Publicidad al inicio de las operaciones	2,500.00		
Papelería y útiles de Oficina	1,341.00		
Sub total Otros Activos		C\$ 6,091.00	
Total Activos			C\$ 218,924.52
<u>Pasivo</u>			
Corriente			
Proveedores			
Total Pasivos		C\$ -	
<u>Patrimonio</u>			
Capital Contable	C\$ 218,924.52		
Total Patrimonio		C\$ 218,924.52	
Total Pasivo más capital			C\$ 218,924.52

Tabla 46 Compra de MPD Proyectado Unidades físicas.

CARSOL.														
Cédula N° 4 Proyecciones de Compra de Materia Prima Directa (Unidades Físicas)														
Descripción	UND/MED	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Cartón	Libra.	450	450	450	430	430	430	430	430	430	430	430	450	5240
Sellador.	litros	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Pintura.	Galón.	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120
Total		0	490	490	470	470	470	470	470	470	470	470	490	5230

Tabla 47 Compra de MPD unidades monetaria

CARSOL.														
Cédula N° 5 Proyecciones de Compra de Materia Prima Directa (Unidades Monetarias)														
Descripción	C/U	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Cartón	15	6750	6750	6750	6450	6450	6450	6450	6450	6450	6450	6450	6750	C\$78600
Sellador.	100	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	C\$36000
Pintura.	250	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	C\$30000
Total		12250	12250	12250	11950	11950	11950	11950	11950	11950	11950	11950	12250	C\$144600

Tabla 48 Compra de Materiales Indirectos Unidades Físicas.

CARSOL														
Cédula N° 6 Proyecciones de Compra de Materiales Indirectos (Unidades Físicas)														
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total	
Pega.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42	
Hojas de colores.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24	
Diluyente.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	
Total	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	114	

Tabla 49 Proyección Materia Prima Indirecta Unidades Monetaria.

CARSOL														
Cédula N° 7 Proyecciones de Compra de Materia Prima indirecta (Unidades Monetarias)														
Descripción	Costo Unitario	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Pega.	90	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	3780
hojas de colores.	100	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
Diluyente.	190	760	760	760	760	760	760	760	760	760	760	760	760	9120
Total		1275	15300											

Tabla 50 Proyecciones de MPI unidades físicas

CARSOL														
Cédula N° 8 Proyecciones de Materia Prima directa enviada a producción (Unidades Físicas)														
Descripción	UND/MED	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Cartón	Libra.	400	400	400	350	350	350	350	350	350	350	350	400	4400
Sellador.	litros	25	25	25	20	20	20	20	20	20	20	20	25	260
Pintura.	Galón.	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	52
Total		430	430	430	374	430	4712							

Tabla 51 Proyecciones de los CIF

CARSOL													
Cédula N° 13 Proyecciones de Costos Indirectos de Fabricación													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Costos Fijos													
Renta de local	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	30,000
Luz	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1,800
Agua	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134	C\$ 1,613
Sub total Costos Fijos	2784	C\$ 33,413											
Costos Variables													
Materia prima indirecta	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	C\$ 11,520
Mano de obra indirecta	4300	4300	4300	4300	4300	4300	4300	4300	4300	4300	4300	4300	C\$ 51,600
prestaciones de área de producción	5375	5375	5375	5375	5375	5375	5375	5375	5375	5375	5375	5375	C\$ 64,500
Sub total Costos Variables	10635	C\$ 127,620											
Total Costos	13419	C\$ 161,033											

Fuente: equipo investigador.

Tabla 52 Proyección de Inventario Final

CARSOL													
Cédula N° 15 Proyecciones de Inventario Final													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Materia Prima Directa													
Cartón	C\$750	C\$1,500	C\$2,250	C\$ 3,450	C\$4,650	C\$ 5,850	C\$7,050	C\$8,250	C\$9,450	C\$10,650	C\$11,850	C\$12,600	C\$ 78,300
Sellador.	C\$500	C\$1,000	C\$1,500	C\$2,500	C\$3,500	C\$4,500	C\$5,500	C\$6,500	C\$7,500	C\$8,500	C\$9,500	C\$10,000	C\$ 61,000
Pintura.	C\$1,250	C\$2,500	C\$3,750	C\$5,250	C\$6,750	C\$8,250	C\$9,750	C\$11,250	C\$12,750	C\$14,250	C\$15,750	C\$17,000	C\$ 108,500
Materia Prima indirecta													
Pega.	C\$45	C\$90	C\$135	C\$180	C\$225	C\$270	C\$315	C\$360	C\$405	C\$450	C\$ 495	C\$540	C\$3,510
Hojas de colores.	C\$80	C\$160	C\$240	C\$320	C\$400	C\$480	C\$560	C\$640	C\$720	C\$800	C\$880	C\$960	C\$6,240
Diluyente.	C\$190	C\$380	C\$570	C\$760	C\$950	C\$1,140	C\$1,330	C\$1,520	C\$1,710	C\$1,900	C\$2,090	C\$2,280	C\$14,820
Total	C\$2,815	C\$5,630	C\$8,445	C\$12,460	C\$16,475	C\$20,490	C\$24,505	C\$28,520	C\$32,535	C\$36,550	C\$40,565	C\$43,380	C\$272,370

Fuente: equipo investigador.

Tabla 53 Estado de resultado proyectado mensual.

CARSOL													
Estado de Resultado Proyectado Mensual													
Del _____ al _____ 201X													
Expresado en Córdoba													
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	total
Ventas	72752	72752	72752	61385	61385	61385	61385	61385	61385	61385	61385	72752	C\$ 782,083
Costo de Ventas	31369	31369	31369	29869	29869	29869	29869	29869	29869	29869	29869	31369	C\$ 364,433
Utilidad Bruta	41382	41382	41382	31515	31515	31515	31515	31515	31515	31515	31515	41382	C\$ 417,650
<u>Gastos Operativos</u>													
Gastos de Venta	9201	9201	9201	9201	9201	9201	9201	9201	9201	9201	9201	9201	C\$ 110,416
Gastos de Administración	8317	8317	8317	8317	8317	8317	8317	8317	8317	8317	8317	8317	C\$ 99,806
Total gastos operativos	17519	17519	17519	17519	17519	17519	17519	17519	17519	17519	17519	17519	C\$ 210,222
Utilidad de Operación	23864	23864	23864	13997	13997	13997	13997	13997	13997	13997	13997	23864	C\$ 207,428
Otros Gastos													
Utilidad antes de imp.	C\$23,864	C\$23,864	C\$23,864	C\$13,997	C\$13,997	C\$13,997	C\$13,997	C\$ 13,997	C\$ 13,997	C\$ 13,997	C\$ 13,997	C\$ 23,864	C\$ 207,428

Fuente Equipo Investigador.

Tabla 54 Estado de Resultado Proyectado

CARSOL					
Estado de Resultado Proyectado					
Expresado en Córdoba					
Descripción	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Ventas Totales	782,083.28	821,187.44	862,246.82	905,359.16	950,627.11
Descuento sobre venta					
Rebajas sobre venta					
Venta Netas	782,083.28	821,187.44	862,246.82	905,359.16	950,627.11
Costos de Producción	364,433.28	382,654.94	401,787.69	421,877.08	442,970.93
Utilidad Bruta	417,650.00	438,532.50	460,459.13	483,482.08	507,656.19
<u>Gastos de Operación</u>					
Gastos de Venta	110,415.83	115,936.63	121,733.46	127,820.13	134,211.14
Gastos de Administración	99,806.23	104,796.55	110,036.37	115,538.19	121,315.10
Total gastos operativos	210,222.07	220,733.17	231,769.83	243,358.32	255,526.24
Utilidad de Operación	207,427.93	217,799.33	228,689.30	240,123.76	252,129.95
Utilidad antes de impuesto	207,427.93	217,799.33	228,689.30	240,123.76	252,129.95

Fuente: Equipo Investigador.

Tabla 55 Balance general proyectado.

CARSOL			
Balance General Proyectado			
Al 31 de _____ del 2018			
Expresado en Córdoba			
<u>Activos</u>			
Corriente			
Efectivo en Caja y Banco			
Cuentas por Cobrar			
Inventarios	C\$ 272,370.00		
Sub total Activo Corriente		C\$ 272,370.00	
No Corriente			
Mobiliario y Equipo de Oficina	27,460.00		
Maquinaria	4,988.00		
Depreciación de activo no corriente			
Sub total No Corriente		C\$ 32,448.00	
Otros Activos			
Gastos Organización	2,250.00		
Publicidad al inicio de las operaciones	2,500.00		
Amortización de otros activos			
Sub total Otros Activos		C\$ 4,750.00	
Total Activos			C\$ 309,568.00
<u>Pasivo</u>			
Corriente			
Proveedores			
Total Pasivos		C\$ -	
<u>Patrimonio</u>			
Capital Contable	C\$ 218,924.52		
Utilidad o Perdida del Ejercicio	C\$ 207,427.93		
Total Patrimonio		C\$ 426,352.45	
Total Pasivo más capital			C\$ 426,352.45