



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA  
FACULTAD DE CIENCIAS Y SISTEMAS  
INGENIERÍA DE SISTEMAS**

**Trabajo monográfico para optar al título de  
Ingeniero de Sistemas**

**Plan de negocio para la creación de una micro empresa textil orientada a la confección de camisas y blusas en el municipio de la Concordia, departamento de Jinotega, comprendido en el período 2018-2019.**

**Autores:**

<b>Br. César David Valenzuela Bellorín.</b>	<b>2013-0172N</b>
<b>Br. Róger Iván Herrera Sanchez.</b>	<b>2012- 42740</b>
<b>Br. William Javier Molina Acuña.</b>	<b>2013-0128N</b>

**Tutor:**

**Msc. Keylin Mayela Pineda Rodríguez**

**Esteli, Octubre 2020**



## AGRADECIMIENTO

A **Dios** brindamos la sabiduría e inteligencia en el transcurso de nuestra carrera, por ser nuestra fortaleza en los momentos de debilidad y por obsequiarnos una vida de aprendizaje, experiencias y sobre todo felicidad.

A **nuestros padres y familiares** por apoyarnos en todo momento, por los valores que nos han inculcado a lo largo de nuestras vidas, por habernos dado la oportunidad de obtener una buena educación y sobre todo por ser unos excelentes ejemplos de vida a seguir.

A **nuestra tutora** Msc. Keylin Mayela Pineda Rodríguez por todo el apoyo, amistad, tiempo y conocimiento que nos transmitió para el desarrollo y culminación de esta tesis.

A **los docentes** por sus orientaciones y atenciones a nuestras consultas y sus valiosas sugerencias en todo momento de dudas.

*Br. César David Valenzuela Bellorín*

*Br. Roger Iván Herrera Sánchez*

*Br. William Javier Molina Acuña*

## DEDICATORIA

**A Dios**, nuestro padre eterno, quien supo guiarnos por el buen camino, dándonos fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaron, enseñándonos a encarar las adversidades, sin perder nunca la fe ni desfallecer en el intento.

**A nuestros padres**, *Narcis Eveling Bellorín López, Boanerges Valenzuela Zeledón, Silvia de Carmen Sánchez Maradiaga, Celia Maradiaga Garrido, Iván Antonio Herrera, Martha Elena Acuña Martínez* por los valores que nos han inculcado a lo largo de nuestras vidas, por habernos dado la oportunidad de obtener una buena educación y sobre todo por ser unos excelentes ejemplos de vida a seguir.

*Br. César David Valenzuela Bellorín*

*Br. Roger Iván Herrera Sánchez*

*Br. William Javier Molina Acuña*

## RESUMEN EJECUTIVO

Se evalúa la idea de inversión de una micro empresa textil orientada a la confección de camisas y blusas en el municipio de la Concordia, departamento de Jinotega, bajo la metodología de un plan de negocio”.

Se decidió por esta propuesta de negocio debido a que Nicaragua mantuvo un ritmo de crecimiento de 4.6 y 4.7 por ciento en 2016 y 2017 respectivamente. Pero debido a los disturbios sociales y políticos que el país ha experimentado desde abril de 2018, la economía se contrajo un 3.8 por ciento en 2018. Según los últimos pronósticos, se recuperaría lentamente a 0.6 por ciento para 2021. Para el ámbito manufacturera el valor agregado de la industria mostró un crecimiento de 5.4 por ciento (5.2% en promedio anual).

En la zona norte del país las empresas textiles exportan la ropa creada fuera del país; por lo que se decidió aprovechar esta oportunidad de negocio para confeccionar camisas y blusas, ya que actualmente las empresas locales de venta de ropa únicamente venden ropa importada y de marca, lo que provoca que sus precios sean elevados.

En el estudio de mercado, permitió valorar la aceptación del 100% de la población del consumidor. Este indicador se utilizó para realizar las proyecciones de demanda cuya demanda real indica producir 781 camisas y 629 blusas mensuales siendo el precio aceptado en el mercado de C\$250 para cualquiera de los productos.

Uno de los principales intereses de los consumidores, es que se trata de un producto totalmente nuevo en el mercado, de gran calidad, de diseños variados y que además tiene un precio económico con respecto a las camisas y blusas en el mercado. Se definieron estrategias de mercado que impulsaran la idea de negocio en el mercado.

Se definió el proceso de producción; las tecnologías, los aspectos organizacionales y legales para la óptima ejecución del negocio.

La inversión total para poner en marcha el proyecto es de C\$891,166.64, y se logrará recuperar en 1 año y 1 mes, con un beneficio económico de 58 centavos de Córdoba por cada Córdoba invertido (RBC).

## Índice General

<b>I. Introducción</b> .....	<b>1</b>
<b>II. Antecedentes</b> .....	<b>3</b>
<b>III. Planteamiento del problema.</b> .....	<b>4</b>
<b>IV. Justificación</b> .....	<b>5</b>
<b>V. Objetivos</b> .....	<b>6</b>
5.1 Objetivo General.....	6
5.2 Objetivos Especificos .....	6
<b>VI. Marco Teórico</b> .....	<b>7</b>
6.1 Plan de negocio.....	7
6.2 Estudio de mercado .....	7
6.2.1 Demanda .....	8
6.2.2 Oferta .....	8
6.2.3 Marketing mix.....	9
<b>6.3 Estudio técnico</b> .....	<b>10</b>
6.3.1 Proceso productivo .....	10
6.3.2 Materia prima .....	11
6.3.3 Mano de obra.....	11
6.3.4 Maquinaria y Equipo .....	11
6.3.5 Capacidad de producción .....	12
6.3.6 Diseño de planta.....	12
6.3.7 Diagrama de flujo de producción .....	12
<b>6.4 Estudio Económico y Financiero</b> .....	<b>13</b>
6.4.1 Inversión .....	13
6.4.2 Estado de costos de producción.....	13
6.4.3 Punto de Equilibrio .....	14
6.4.4 Flujo Neto de Efectivo.....	15
6.4.5 Estado de resultado .....	16
6.4.6 Balance General.....	16
<b>Capítulo I. Diseño de análisis de mercado.</b> .....	<b>17</b>
1.1. Análisis del entorno.....	17
1.2. Estrategias de Marketing .....	26
1.3. Universo, población y muestra .....	27
1.4. Diseño del producto .....	28
1.5. Naturaleza y uso del producto.....	28
1.6. Características del producto .....	29
1.7. Segmentación del mercado .....	31
1.8. Investigación de mercado .....	31
1.9. Marca .....	38
1.10. Análisis de la competencia .....	38
1.11. Análisis de la Demanda.....	41
1.12. Determinación de la demanda .....	42
1.13. Canales de distribución .....	44
1.14. Publicidad .....	46
1.15. Estrategia de producto .....	46
1.16. Estrategia de precio .....	47
1.17. Estrategia de promoción y publicidad .....	48
<b>Capítulo II. Estudio técnico</b> .....	<b>50</b>

1.1.	Localización del Proyecto .....	50
1.2.	Ficha municipal .....	50
1.3.	Ubicación de la empresa.....	51
1.4.	Determinación del tamaño óptimo de la empresa.....	52
1.5.	Determinación de las capacidades en maquinaria .....	52
1.6.	Requerimiento de materia prima para una producción mensual.....	54
1.7.	Tecnología.....	58
1.8.	Proceso productivo .....	62
1.9.	Mobiliario y equipo .....	66
1.10.	Mobiliario y equipo aplicable al proyecto.....	66
1.11.	Especificaciones del equipamiento.....	66
1.12.	Diseño y distribución de planta .....	68
<b>Capítulo III.</b>	<b>Análisis organizacional .....</b>	<b>70</b>
3.1.	Enunciados estratégicos .....	70
3.2.	Recursos Humanos.....	71
3.3.	Balance de personal .....	71
3.4.	Organización y administración de la empresa.....	72
3.5	Ficha ocupacional.....	73
<b>Capítulo IV.</b>	<b>Estudio económico financiero.....</b>	<b>81</b>
4.1.	PIB proyección de crecimiento en ventas .....	81
4.2.	Inflación.....	81
4.3.	Salario mínimo .....	82
4.4.	Inversión inicial .....	82
4.5.	Amortización .....	83
4.6.	Depreciación de los equipos .....	84
4.7.	Estado de costo de producción.....	86
4.8.	Precio de Venta .....	91
4.9.	Ingresos .....	92
4.10.	Punto de equilibrio.....	93
1.1.	Flujo neto de efectivo.....	94
1.2.	Indicadores financieros.....	96
1.3.	Estado de resultado .....	98
1.4.	Balance general.....	99
<b>VII.</b>	<b>Conclusiones .....</b>	<b>101</b>
<b>VIII.</b>	<b>Recomendaciones .....</b>	<b>103</b>
<b>IX.</b>	<b>Bibliografía .....</b>	<b>104</b>
<b>X.</b>	<b>Anexos.....</b>	<b>108</b>

## Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Indicadores financieros.....	18
Ilustración 2 Indicadores económicos. (DATOSMACRO, 2019) .....	19
Ilustración 3 Diagrama según Porter.....	26
Ilustración 4 Concepto de diseño camisa para hombre .....	28
Ilustración 5 Concepto de diseño blusa para mujer.....	28
Ilustración 6. Logotipo de la marca. ....	38
Ilustración 7 Canal directo .....	44
Ilustración 8 Canal corto. Fuente propia.....	45
Ilustración 9. Etiqueta .....	47
Ilustración 10 Tomado de Google mapa en fecha julio 25 del 2019.....	51
Ilustración 11 Máquina de coser Singer 4452. ....	58
Ilustración 12 Máquina de coser Singer 4452. ....	58
Ilustración 13. Mesa para máquina de coser.....	60
Ilustración 14. Mesa para máquina de coser.....	60
Ilustración 15. Máquina de planchar Steamfast Sf-62.....	61
Ilustración 16. Máquina de planchar Steamfast SF-62. ....	61
Ilustración 17 Diagrama de proceso productivo. ....	63
Ilustración 18. Distribución de planta .....	68
Ilustración 19. Organigrama .....	72

## Índice de gráficos

Gráfico 1. Preferencias de diseño. ....	29
Gráfico 2. Rango de precios de adquisición .....	30
Gráfico 3. Consumo de camisas nacionales. ....	32
Gráfico 4. Consumo de blusas nacionales.....	32
Gráfico 5. Frecuencia de compra blusas o camisas.....	33
Gráfico 6. Preferencias entre primera y segunda mano. ....	33
Gráfico 7. Preferencia de origen de la marca. ....	34
Gráfico 8. Demanda de marcas nacionales.....	35
Gráfico 9. Demanda de marcas internacionales. ....	35
Gráfico 10. Precio aproximado por blusas. ....	36
Gráfico 11. Precio aproximado por camisas .....	36
Gráfico 12. Promedio de consumo según frecuencia de adquisición.....	37
Gráfico 13. Nivel de aceptación del producto.....	37
Gráfico 14. Medios publicitarios.....	46

## Índice de tablas

Tabla 1. Amenaza de posibles empresas entrantes. ....	22
Tabla 2. Poder de negociación de los consumidores.....	23
Tabla 3. Amenaza de posibles sustitutos.....	23
Tabla 4. Poder de negociación de los proveedores. ....	24
Tabla 5. Rivalidad entre competidores existentes. ....	24
Tabla 6. Evaluación global.....	25
Tabla 7. Segmentación de Mercado .....	31
Tabla 8. Análisis de Oferta .....	39
Tabla 9. Segmentación de Mercado .....	43
Tabla 11. Ficha municipal.....	50
Tabla 12. Importancia de los factores para la ubicación.....	51
Tabla 13. Puntaje por barrio.....	52
Tabla 14. Tabla de consumo al mes para blusas .....	54
Tabla 15. Tabla de consumo al mes para camisas .....	54
Tabla 16. Descripción de camisa.....	57
Tabla 17. Descripción técnica de blusa.....	57
Tabla 18. Cursograma analítico.....	64
Tabla 19. Especificaciones del equipamiento.....	67
Tabla 10. Valores y principios .....	70
Tabla 20 Salarios mínimos y real. ....	71
Tabla 21 Ficha ocupacionales de gerente .....	73
Tabla 22 Ficha ocupacional de contador.....	74
Tabla 23 Ficha ocupacional de diseñador modista .....	75
Tabla 24 Ficha ocupacional de cortador & dibujador de croquis.....	76
Tabla 25 Ficha ocupacional de planchador & transportador.....	77
Tabla 26 Ficha ocupacional de costurador. ....	78
Tabla 27 Ficha ocupacional de vendedor. ....	79
Tabla 28 Ficha ocupacional de mantenimiento.....	80
Tabla 29. Cálculo del capital de trabajo.....	82
Tabla 30. Cálculo de inversión inicial.....	83
Tabla 31. Cálculo del financiamiento requerido .....	83
Tabla 32. Cálculo de amortización del financiamiento .....	84
Tabla 33. Depreciación de mobiliario y equipo.....	84
Tabla 34. Depreciación de maquinaria y equipo.....	85
Tabla 35. Depreciación de equipo de reparto.....	86
Tabla 36. Resumen de depreciación .....	86
Tabla 37. Estado de costos para blusas. ....	87
Tabla 38. Estado de costos para camisas. ....	88
Tabla 39. Cálculo de la nómina de pago.....	90
Tabla 40. Costos fijos anuales .....	91
Tabla 41. Gastos varios. ....	91
Tabla 42. Precio de venta de blusas e ingresos mensuales y anuales.....	92
Tabla 43. Precio de venta de camisas e ingresos mensuales y anuales.....	92

Tabla 44. Precio de venta de blusas e ingresos mensuales y anuales.....	93
Tabla 45. Precio de venta de camisas e ingresos mensuales y anuales.....	93
Tabla 46. Proyección de ventas en un período de 5 años. ....	93
Tabla 46. Margen de contribución .....	94
Tabla 47. Fórmula para el cálculo del punto de equilibrio .....	94
Tabla 48. Punto de equilibrio para multiproducto. ....	94
Tabla 50. Flujo neto de efectivo proyectado .....	95
Tabla 51. Indicadores financieros.....	96
Tabla 52. Cálculo del PRI .....	97
Tabla 53. Estado de resultado proyectado .....	98
Tabla 54. Balance general proyectado .....	100

## **I. Introducción**

Entre 2016 y 2017 según la Central Americanadata publicaron el valor importado de ropa en Centroamérica aumentó 15%, al subir de \$1.280 millones en 2016 a \$1.467 millones en 2017. El crecimiento registrado en 2017 refleja una recuperación en las importaciones, puesto que en 2016 se reportó una baja de 13% respecto al año anterior (2018).

La Concordia es un pequeño municipio del departamento de Jinotega posee una población aproximada de 7281 habitantes, donde solamente el 46.5% de la población es económicamente activa lo cual hace referencia a un nivel aceptable de pobreza.

En la zona norte del país las empresas textiles exportan la ropa creada fuera del país; las empresas locales de venta de ropa únicamente venden ropa importada y de marca, lo que provoca que sus precios sean elevados, una de las problemáticas principales del municipio es la escasez de opciones para conseguir ropa de calidad a bajo precio.

Debido a las consideraciones anteriores y la relevante importancia que tiene la industria textil en Nicaragua en el orden económico y social del país, surge la idea del presente proyecto el cual consiste en la elaboración de un “Plan de negocio para la creación de una micro empresa textil orientada a la confección de camisas y blusas en el municipio de la Concordia, departamento de Jinotega, comprendido en el período 2018-2019”, sin embargo al no contar con la realización de estudios previos para la puesta en marcha y consolidación de dicha empresa son muchos los factores de riesgo en el mercado actual para la eficiente comercialización del rubro en estudio, como el precio, calidad, operación, organización y logística.

Por lo que, primeramente se elaboró un plan de mercado, donde se identificó la aceptación y participación real del producto en el mercado, así mismo un plan técnico determinando los volúmenes de producción y requerimientos de maquinaria para la puesta en marcha de la empresa, de igual forma el plan organizacional y legal que definió los puestos de trabajo y los aspectos legales de la empresa y por último el plan económico-financiero en el que

se calculó la inversión requerida y las razones financieras determinando que el proyecto es viable.

Todo lo antes mencionado indica que, basado en economía regional, el mercado textil en la zona norte es un mercado en crecimiento y accesible, debido a que la demanda va en aumento en conjunto con el crecimiento demográfico. El estudio servirá de guía al inversionista al momento de tomar decisiones sobre invertir en el sector textil.

## **II. Antecedentes**

Para profundizar en la temática se realizaron consultas sobre investigaciones relacionadas, a partir de ello se indagó en el ámbito regional, no encontrando ninguna investigación a nivel de La Concordia o el departamento de Jinotega sobre planes de negocio del sector textil, por lo tanto, se procedió a indagar en el ámbito nacional.

Debido a que la problemática se relaciona con la oportunidad de negocio en el sector textil, primeramente, se menciona a la investigación por el bachiller Mejía Lacayo en el año (2009) realizó su proyecto de graduación con nombre Mercado potencial de la artesanía textil en el municipio de Masaya, departamento de Masaya de abril a Julio 2009 en la Universidad Nacional Agraria, realizó la investigación con el propósito de demostrar que la artesanía local de Masaya tiene un alto potencial, debido a que las artesanías que se elaboran son reconocidas en el mercado nacional e internacional y sus productos no compiten con otros de la región. Dicho estudio se tomó como referencia porque explica que los productos textiles nacionales tienen una aceptación en el mercado y explica la utilización de un muestreo a conveniencia con un mayor enfoque estadístico.

### **III. Planteamiento del problema.**

Actualmente las textilerías nicaragüenses luchan para ganar más territorio en el mercado de vestuario debido a que este está en gran alza, dichas textilerías compiten contra las importaciones textiles que se realizan al país, el nivel de importaciones en los años actuales está en gran aumento, la cual genera mucha más demanda que los propios vestuarios creados en territorio nicaragüense, según el artículo que se publicó en el periódico La Prensa indica que:

Las micro, pequeñas y medianas empresas del sector textil-vestuario en Nicaragua fueron las que experimentaron durante el 2015 menor crecimiento en comparación con sus pares de otros sectores, pero ese tiempo fue suficiente para entender que la asociación y organización como gremio será clave para posicionarse en el país con mejores productos y competir con precios más accesibles. (López, 2016)

En la zona norte del país las empresas textiles exportan la ropa creada fuera del país; las empresas locales de venta de ropa únicamente venden ropa importada y de marca, lo que provoca que sus precios sean elevados, una de las problemáticas principales del municipio es los escasos de opciones para conseguir ropa de calidad a bajo precio.

Por lo anteriormente mencionado se elaboró un plan de negocio para la creación de una micro empresa textil orientada a la confección de camisas y blusas en el municipio de la Concordia, departamento de Jinotega, se aprovechó esta oportunidad de negocio. El cual primeramente se recaudó información para realizar un estudio de mercado, próximamente se definió los requerimientos del estudio técnico y por último se determinó la viabilidad económica y financiera de la micro empresa.

#### **IV. Justificación**

La elaboración del plan de negocios es de suma vitalidad para los inversionistas, debido a que el estudio genera información fundamental para la inversión de la micro empresa, debido a que detalla la viabilidad del negocio tanto a nivel de mercado, técnico y financiero.

También sirve como respaldo en la búsqueda de financiamiento y da a conocer las posibles formas de la cual se podrá buscar este financiamiento, igualmente presenta una especificación o elección de proveedores, en el mismo plan se puede identificar los canales de comunicación, publicidad, los procesos técnicos, planta etc.

El estudio proporciona a las posibles financieras una base sólida de información para evaluar la viabilidad de otorgar un financiamiento contemplando los riesgos de la implementación.

La ejecución del negocio prevé un sustento económico para la población de la comunidad. Hoy en día las MIPYMES son de gran importancia en la economía nicaragüense, aportan ingresos a la economía de las familias que laboran en este tipo de empresas; las empresas textiles de igual manera forman parte de este sector, mediante la creación de ropa de alta calidad a un bajo precio se obtienen ganancias para la empresa y satisfacción a sus clientes.

A demás sirve como referencia para futuras investigaciones en el rubro, por ende, facilita información de la industria textil y estudios económicos a sus consultantes.

## **V. Objetivos**

### **5.1 Objetivo General**

Elaborar un plan de negocio para la creación de una micro empresa textil orientada a la confección de camisas y blusas en el municipio de la Concordia, departamento de Jinotega comprendido entre el período 2018-2019.

### **5.2 Objetivos Específicos**

Realizar un análisis de la industria y del entorno definiendo la mezcla de marketing y las estrategias que se llevaran a cabo para la introducción del producto al mercado.

Especificar los requerimientos de infraestructura, maquinaria, materia prima y mano de obra de la micro empresa a través de un Estudio Técnico.

Diseñar un plan organizacional de la micro empresa, detallando su estructura, las funciones del personal y su descripción de cargo.

Determinar la viabilidad económica y financiera de la micro empresa mediante estudios económicos y financieros.

## **VI. Marco Teórico**

En el presente acápite se describen los datos teóricos de acuerdo a la temática del trabajo de investigación que serán necesarios para cumplir los objetivos propuestos, tales temas incluyen las generalidades del producto, de igual forma se define qué es un plan de negocio y sus beneficios, marketing mix, plan técnico, plan organizacional y las razones e indicadores necesarios para el plan económico-financiero; con la finalidad de sustentar la ejecución de este proyecto.

### **6.1 Plan de negocio**

El plan de negocios es una hoja de ruta que permite abordar las oportunidades y obstáculos esperados e inesperados que depara el futuro y para navegar exitosamente a través del entorno competitivo particular de ese negocio, ya sea que se trate de una empresa nueva, una expansión de una firma existente.

En su libro Alcaraz estipula que:

Es una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación que le coadyuve a seleccionar el camino adecuado para el logro de sus metas y objetivos. También es un medio para concretar ideas; es una forma de ponerlas por escrito, en blanco y negro, de una manera formal y estructurada, por lo que se convierte en una guía de la actividad diaria del emprendedor. (2011)

Los planes de negocio ajustan su estructura según las necesidades de cada negocio, pero según Correa García, Ramírez Bedoya, & Castaño Ríos (2010) «**los componentes genéricos para la realización de un Plan de Negocios son:** análisis e investigación de mercados, estudio legal, estudio técnico, estudio administrativo, y estudio financiero». En esta investigación se han agrupado en el estudio técnico, el legal y el administrativo, cumpliendo un solo objetivo.

### **6.2 Estudio de mercado**

El estudio de mercado es una investigación que proporciona información sobre los clientes para la toma de decisiones y concluir si el mercado es un obstáculo en la realización de este estudio.

Baca Urbina (2013) indica:

Con el nombre de estudio de mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. Aunque la cuantificación de la oferta y la demanda pueda obtenerse fácilmente de fuentes de información secundarias en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias, ya que proporcionan información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otra fuente de datos. (2013, p. 6)

### **6.2.1 Demanda**

Es parte de este estudio calcular la demanda, cómo base para determinar los requerimientos técnicos y de la que depende la rentabilidad «Cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado» (Baca Urbina, 2013, pág. 28)

Cálculo de la demanda potencial según Crece Negocios (2010) está dada por la siguiente fórmula:

$$Q = npq$$

Donde:

**Q:** demanda potencial.

**n:** número de compradores posibles para el mismo tipo de producto en un determinado me

**p:** precio promedio del producto en el mercado.

**q:** cantidad promedio de consumo per cápita en el mercado.

### **6.2.2 Oferta**

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio «Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto

número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado» (Baca Urbina, 2013, pág. 56)

### 6.2.3 Marketing mix

Según Espinoza (2014) el marketing mix es uno de los elementos clásicos del marketing, es un término creado por McCarthy en 1960, el cual se utiliza para englobar a sus cuatro componentes básicos: producto, precio, distribución y comunicación. Estas cuatro variables también son conocidas como las 4Ps por su acepción anglosajona (product, price, place y promotion). A continuación, se definen estas cuatro variables del marketing mix las cuales se combinan con total coherencia y trabajan conjuntamente para lograr complementarse entre sí.

- **Descripción de producto o servicio:** El producto es la variable por excelencia del marketing mix ya que engloba tanto a los bienes como a los servicios que comercializa una empresa. Es el medio por el cual se satisfacen las necesidades de los consumidores. Por tanto, el producto debe centrarse en resolver dichas necesidades y no en sus características tal y como se hacía años atrás. Dentro del producto encontramos aspectos tan importantes a trabajar como la imagen, la marca, el packaging o los servicios posventa.
- **Estrategia de precio:** Espinoza cuenta que el precio es la variable del marketing mix por la cual entran los ingresos de una empresa. Antes de fijar los precios de los productos se debe estudiar ciertos aspectos como el consumidor, mercado, costes, competencia, etc. En última instancia es el consumidor quien dictaminará si se ha fijado correctamente el precio, puesto que comparará el valor recibido del producto adquirido, frente al precio que ha desembolsado por él.
- **Estrategia de distribución o plaza:** En términos generales la distribución consiste en un conjunto de tareas o actividades necesarias para trasladar el producto acabado hasta los diferentes puntos de venta».

- **Estrategia de promoción:** Estableció que: Gracias a la comunicación las empresas pueden dar a conocer, como sus productos pueden satisfacer las necesidades de su público objetivo. Podemos encontrar diferentes herramientas de comunicación: venta personal, promoción de ventas, publicidad, marketing directo y las relaciones públicas.

### **6.3 Estudio técnico**

Un estudio técnico procura detallar las condiciones tecnológicas y de proceso que se perseguirá en el proyecto, encaminados a definir la cantidad que deberá producir el proyecto, la localización y el proceso productivo.

Para Cifuentes Vásquez el estudio técnico:

Es la guía en la cual se determina la macro y micro localización de la empresa, especificando el lugar en donde se pretende ejecutar el proyecto. Además, se da a conocer la forma y tamaño de la infraestructura en la que se instalará el proyecto. A su vez se analizó la ingeniería del proyecto en la cual se especifica los procesos a seguir para la elaboración del producto. En este capítulo se describe los insumos, materiales, herramientas y el talento humano que serán esenciales en el proceso productivo de la empresa. (2013, pág. 12)

A continuación, se detallan cada uno de los componentes del estudio técnico:

#### **6.3.1 Proceso productivo**

El proceso productivo es el área de estudio que provee los conocimientos, modelos y herramientas para la toma de decisiones en el diseño, operación y mejora del proceso productivo. Según el enfoque emprendedor de G.Logenecker, W, Petty, & E.Palich indica que:

«La administración de operaciones está relacionada con la planeación y control de un proceso de conversión. Incluyen la adquisición de insumos y luego la verificación de sus transformaciones en productos y servicios deseados por los clientes.» (2007, pág. 484)

### **6.3.2 Materia prima**

La materia prima es todo material que puede transformarse en un producto que tenga beneficios de adquisición mediante su transformación o elaboración ya sea natural o artificial, por lo tanto:

«Se entiende por materias primas a todas aquellas sustancias líquidas, sólidas o gaseosas que se utilizan en la fabricación de productos elaborados.» (Aznar & Cabanelas, 2012)

### **6.3.3 Mano de obra**

La mano de obra se define como la actividades o factores que se emprende en las actividades de una empresa las cuales están divididas en dos, de este modo en el año 2004 (Rivadeneira Unda) presenta:

«La mano de obra constituye el factor humano que interviene en la actividad fabril y sin cuya participación no sería factible la producción.»

«Las manos de obra directa están constituidas por los trabajadores cuya actividad se relaciona directamente con la elaboración de los bienes que una empresa produce.»

«La obra indirecta, en cambio, están constituidos por los trabajadores cuya actividad no se relaciona o no es factible asociarla con la elaboración de partidas específicas de productos.» (p. 47,48)

### **6.3.4 Maquinaria y Equipo**

La maquinaria es una parte fundamental de la actual economía mundial debido a que muchos procesos actual mente se realizan con total ayuda de máquinas o maquinarias es tan importante que la página Epmundo expresa:

Recorriendo el mundo de la maquinaria existe un inmenso panorama sobre este tema puesto que es el corazón mismo del mundo, en grandes y pequeñas escalas. De allí que cabe destacar la importancia, la relación y la necesidad de lo que todos deberíamos saber sobre este universo que tanto ocupa porque demuestra los avances tecnológicos, pero también la historia el progreso a nivel mundial. (2017)

Córdoba Padilla en el (2011) menciona que una adecuada selección de maquinaria debe de tomar en cuenta los siguientes criterios:

Con la base de la capacidad de la planta a instalar y el proceso tecnológico seleccionado, se establecen los requerimientos de maquinaria y equipos productivos y auxiliares, sus características técnicas, vida útil, precio unitario y costos de instalación; además, se debe analizar la disponibilidad de servicios de mantenimiento y la facilidad de adquisición de repuestos.

### **6.3.5 Capacidad de producción**

Es el volumen de producto que la empresa puede elaborar en un determinado tiempo, estos productos pueden ser tangibles o intangibles, como se expresa en el sitio web Ingenioempresa (2016) «La capacidad es definida como el volumen de producción recibido, almacenado o producido sobre una unidad de tiempo, siendo producción el bien que produce la empresa, ya sea intangible o no».

### **6.3.6 Diseño de planta**

El diseño de planta es un proceso por el cual se ordena la maquinaria y los elementos industriales de la empresa de manera que exista un orden lógico en las actividades para evitar cuellos de botella o retrasos en la producción de los bienes, como lo expresan en el año 2011 (Álvarez & Herrera)

Es el proceso de ordenación física de los elementos industriales de modo que constituyan un sistema productivo capaz de alcanzar los objetivos fijados de la forma más adecuada y eficiente posible. Esta ordenación ya practicada o en proyecto, incluye tanto los espacios necesarios para el movimiento del material, almacenamiento, trabajadores indirectos y todas las otras actividades o servicios, como el equipo de trabajo y el personal (Álvarez & Herrera, 2011).

### **6.3.7 Diagrama de flujo de producción**

Se podría denominar a flujo de producción a el proceso a seguir para realizar cierto proceso.

Un diagrama de flujo es una representación gráfica de un proceso. Cada paso del proceso se representa por un símbolo flujo diferente que contiene una breve descripción

de la etapa de proceso. Los símbolos gráficos del flujo del proceso están unidos entre sí con flechas que indican la dirección de flujo del proceso. (Talavera, 1999)

## **6.4 Estudio Económico y Financiero**

Con el propósito de ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporciona las etapas anteriores, se elaborarán los estados e indicadores financieros que servirán como base de la evaluación económica.

Tal como dice Baca Urbina (2013) «El estudio económico es el ordenamiento y sistematización de la información de carácter monetario y elaboración de los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica» (p. 6).

### **6.4.1 Inversión**

Es la cantidad inicial de dinero con la que se comienza todo proyecto empresarial para obtener un incremento de está en un periodo de tiempo, El Banco Bilbao Vizcaya Argentaria define que la inversión «es una cantidad limitada de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones, con la finalidad de que se incremente con las ganancias que genere ese proyecto empresarial» (2017).

### **6.4.2 Estado de costos de producción**

En una empresa de producción este estudio se realiza antes del estado de resultados para obtener información sobre el costo de la fabricación del producto y su precio de venta. «Es el estado financiero que muestra la integración y cuantificación de la materia prima, mano de obra y gastos indirectos que ayuda a valorar la producción terminada y transformada para conocer el costo de su fabricación» (Díaz Martell, 2006).

#### **6.4.2.1 Costos indirectos de fabricación**

Los costos indirectos de fabricación son los costos que no están directamente relacionados con la elaboración del producto final pero se toman en cuenta en la totalidad del costo del producto, de esta manera (Cuevas) en el año 2010 define a los costos indirectos de fabricación «Simplemente como todos los costos de producción, excepto los materiales directos y la mano de obra directa» (p. 15).

#### **6.4.2.2 Costos fijos**

Son los costos que se deben de pagar independientemente del nivel de producción o de ventas de la empresa, estos pueden ser: alquiler, pago de agua, pago de luz, teléfono.

«Los costos fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos» (Gerencie.com, 2017).

#### **6.4.2.3 Ingresos**

Es la cantidad de dinero obtenida por la elaboración y venta de un producto, a continuación, Alcaraz Rodríguez define los ingresos de la forma siguiente: (2011)

«Representan los recursos que recibe el negocio por la venta de un servicio o producto, ya sea en efectivo o a crédito.» (p. 205).

#### **6.4.2.4 Precio de venta**

El precio de venta está dado por los diferentes costos en el estudio financiero tal como lo estipula en el año 2013 (Baca Urbina) «Es el costo de producción, administración y ventas, más una ganancia. Este porcentaje de ganancia adicional es el que conlleva una serie de consideraciones estratégicas» (p. 63).

Para realizar el cálculo del precio de venta se tomó en cuenta la formula publicada en el libro Contabilidad de Costos I por Narváez Sánchez y Narváez Ruiz (2007).

$$\text{Precio de ventas} = \frac{\text{Costos}}{100 - \% \text{ de utilidad}}$$

#### **6.4.3 Punto de Equilibrio**

El punto de equilibrio es un nivel intermedio entre la cantidad de unidades de producto y el producto vendido para no generar ganancias ni tampoco perdidas, en otras palabras, si se logran ventas por encima del punto de equilibrio se obtendrán ganancias o de lo contrario se obtendrán perdidas, en el 2010 (Cuevas) define que «El punto de equilibrio se conoce como el volumen de ventas para el cual no hay utilidades, pero tampoco se tienen pérdidas» (p. 249).

#### **6.4.4 Flujo Neto de Efectivo**

Representa los gastos y los ingresos en el transcurso de un tiempo determinado, si hay más ingresos que gastos el flujo neto de efectivo será positivo y de manera contraria será negativo, así mismo, Alcaraz Rodríguez (2011) afirma que el flujo neto de efectivo consiste «Un estado financiero que muestra el total de efectivo que ingresó o salió de la empresa, durante un periodo determinado.» (p. 200).

##### **6.4.4.1 Razones financieras**

Las razones financieras también conocidas como análisis de las tasas, es un método de evaluación en el cual no toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo tal como se expresa a continuación «Es el método que no toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo. Esto es válido, ya que los datos que toma para su análisis provienen de la hoja de balance general y del estado de resultados» (Baca Urbina, 2013).

##### **6.4.4.2 Valor presente neto**

El valor presente neto permite determinar si un proyecto resulta rentable y genera ganancias a largo plazo, tal como se indica a continuación «Es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: MAXIMIZAR la inversión» (Váquiro C., 2013)

##### **6.4.4.3 Tasa interna de rendimiento**

La TIR es una herramienta importante para tomar decisiones sobre llevar a cabo un proyecto ya que permite determinar si el proyecto resulta rentable o no. En el año 2011 (Alcaraz Rodríguez) plantea que la TIR:

Es la tasa que reduce a cero las equivalencias del valor presente neto, valor futuro o valor anual en una serie de ingresos y egresos. Es un índice de rentabilidad ampliamente aceptado, el cual va a mostrar si conviene invertir en un determinado proyecto (p. 221).

##### **6.4.4.4 Relación beneficio costo**

«La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad» (Váquiro C., 2013).

Alcaraz Rodríguez citado por Navarro Zeledón (2018) expresó que el criterio para la toma de decisiones con base en la RBC es el siguiente:

- Si la  $RBC < 1$ , se rechaza el proyecto pues el valor presente de los beneficios es menor que el de los costos.
- Si la  $RBC = 1$ , es indiferente realizar o rechazar el proyecto. Los beneficios netos apenas compensan el costo de oportunidad del dinero, o sea, la ganancia neta del proyecto es igual a la ganancia de inversiones alternativas (p. 47).

#### **6.4.4.5 Periodo recuperación de inversión**

Es un indicador que mide el tiempo total que se tomara para recuperar la inversión inicial de un proyecto, además, consiste según (Navarro Zeledón) en el año 2018 en «el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial. Se calcula señalando exactamente cuánto tiempo toma el recobrar la inversión inicial» (p. 46).

#### **6.4.5 Estado de resultado**

Es estado de resultado es un reporte detallado de las ganancias y pérdidas de la empresa en un tiempo determinado, Baca Urbina se refiere al estado de resultado como: «Cuyo objetivo final es calcular el flujo neto de efectivo de cada año, es la cifra base para el cálculo de la rentabilidad económica del proyecto» (2013, pág. 170)

##### **6.4.5.1 Depreciación**

La depreciación es la devaluación de un artículo o maquinaria conforme pasa el tiempo esta pierde valor en otras palabras el valor de compra va disminuyendo y cambia continuamente, como expresa Alcaraz Rodríguez (2011) «Tipo de gasto que se le carga a un activo cuyo valor ha disminuido con el tiempo debido a su deterioro» (p. 11).

#### **6.4.6 Balance General**

Es un informe financiero que refleja la situación de la empresa mostrando sus activos, pasivos y el capital con el que cuenta la empresa en un periodo de tiempo.

«El Balance General de una empresa es el estado financiero que muestra los activos, pasivos y el patrimonio neto de una empresa a una fecha determinada» (EmprendePyme, 2016).

## **Capítulo I. Diseño de análisis de mercado.**

El estudio de mercado se realizó con el objetivo de determinar la viabilidad de comercialización de camisas y blusas en el municipio de la Concordia, departamento de Jinotega, tomando como referencia la población económicamente activa, así mismo utilizando el formato de encuesta para determinar la demanda, entrevistas comerciantes para conocer la competencia y la oferta en el mercado de camisas y blusas, con el fin de establecer precio, plaza y promoción del producto.

El presente estudio se realizó en el municipio de La Concordia departamento de Jinotega. La investigación por el nivel de profundidad es considerada de tipo descriptiva, permitió la descripción, registro, análisis e interpretación de datos basados en una muestra representativa de la situación actual del mercado, de los aspectos operativos e indicadores financieros referentes al proyecto, obteniendo conclusiones reales, correctas y confiables.

Según Tamayo (2003) la investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente.

### **1.1. Análisis del entorno.**

Para iniciar con el estudio de mercado se hace necesario analizar las variables del entorno, que tienen influencia en la comercialización a nivel de macro entorno y micro entorno de este mercado.

#### **1.1.1. Análisis macro entorno nacional.**

##### **A) Aspectos geográficos**

Nicaragua está situada en el centro del istmo Centroamericano, en la Zona Tropical Norte, entre el Ecuador y el Trópico de Cáncer en el hemisferio norte, entre los 10° y 15° 45´ Latitud Norte y los 79°30´ longitud oeste. El país tiene una superficie de 130, 373.47 km<sup>2</sup>, correspondiendo 120,339.54 km<sup>2</sup> de tierra firme y 10,033.93 km<sup>2</sup> de Lagos y Lagunas.

## B) Aspectos económicos

Nicaragua mantuvo un buen ritmo de crecimiento de 4.6 y 4.7 por ciento en 2016 y 2017, respectivamente. Pero, debido a los disturbios sociales y políticos que el país ha experimentado desde abril de 2018, la economía se contrajo un 3.8 por ciento en 2018. Según los últimos pronósticos, para 2019 se espera que el crecimiento caiga a -5.0 por ciento, y se recuperaría lentamente a 0.6 por ciento para 2021.

Para el ámbito manufacturera el valor agregado de la industria mostró un crecimiento de 5.4 por ciento (5.2% en promedio anual).

### Indicadores económicos - Economic indicators

Indicadores - Indicators	2015	2016	2017
Producto Interno Bruto (US\$ millones) - Gross domestic product , GDP (US\$ millions)	12,611.1	13,184.3	13,814.2
Producto Interno Bruto per cápita (US\$) - Per capita GDP (US\$)	2,013.7	2,083.5	2,160.6
Crecimiento real de la economía (%) - Real GDP growth (%)	4.8	4.7	4.9
Inflación (%) - Inflation (%)	3.1	3.1	5.7
Producción del sector industrial (US\$ millones) - Manufacturing sector output (US\$ millions)	6,243.2	6,187.7	6,565.3
Producción del sector agrícola (US\$ millones) <sup>1/</sup> - Agricultural sector output (US\$ millions) <sup>1/</sup>	3,618.4	3,631.1	3,860.8
Exportaciones de bienes (US\$ millones) - Exports of goods (US\$ millions)	3,859.4	3,771.6	4,142.5
Importaciones de bienes (US\$ millones) - Imports of good (US\$ millions)	6,404.7	6,383.7	6,612.7
Oferta monetaria (M1A) (US\$ millones) - Money supply (M1A) (US\$ millions)	2,025.8	2,214.1	2,292.9
Reservas Internacionales Brutas (US\$ millones) - Gross international reserves (US\$ millions)	2,492.3	2,447.8	2,757.8
Deuda pública interna (US\$ millones) <sup>2/</sup> - Domestic public debt (US\$ millions) <sup>2/</sup>	949.1	888.4	940.6
Deuda externa pública (US\$ millones) - External public debt (US\$ millions)	4,804.4	5,042.1	5,546.1

1/ : Incluye ganadería, silvicultura, pesca y minería - Livestock, forestry, fishing and mining included.

2/ : Incluye deuda del Gobierno y Banco Central de Nicaragua con el sector privado - Included Government and Central Bank debt with private sector.

Fuente - Source : BCN.

#### Ilustración 1 Indicadores financieros.

La violencia del último año, la pérdida de empleos y una caída en la confianza de los consumidores y de las empresas, sumado a un declive en sectores como turismo y construcción, han tenido un alto costo social y económico, amenazando los amplios esfuerzos realizados para reducir la pobreza.

El otro indicador relevante es la inflación, donde según datos registrados por el Banco Central de Nicaragua entre los años 2012 al 2014, muestra que se ha disminuido considerablemente, en vista que para el año 2011 fue del 9.5% y como se observa en la Ilustración 2, entre los años 2012 y 2014 se la inflación se mantuvo en un promedio de 6.2%.

Como se puede comprobar en la ilustración anterior el comercio y producción nacional ha incrementado considerablemente; lo cual resulta interesante para el proyecto en vista que el mercado se ha dinamizado y hay muchas oportunidades de lograr una mejor posición e incrementar la rentabilidad.

IPC General Nicaragua Agosto 2019			
	Interanual	Acum. desde Enero	Variación mensual
IPC General [+]	6,3% 	4,0% 	0,0% 
Alimentos y bebidas no alcohólicas [+]	6,1% 	2,8% 	-0,6% 
Bebidas alcohólicas y tabaco [+]	44,4% 	42,9% 	0,8% 
Vestido y calzado [+]	4,1% 	3,3% 	0,2% 
Vivienda [+]	5,1% 	2,5% 	0,8% 
Menaje [+]	6,5% 	5,6% 	0,2% 
Medicina [+]	6,6% 	4,7% 	0,6% 
Transporte [+]	1,8% 	4,6% 	-0,6% 
Comunicaciones [+]	2,8% 	0,1% 	0,5% 
Ocio y Cultura [+]	9,2% 	-6,4% 	1,2% 
Enseñanza [+]	7,0% 	6,0% 	0,2% 
Hoteles, cafés y restaurantes [+]	4,5% 	3,9% 	-0,1% 
Otros bienes y servicios [+]	10,8% 	9,9% 	0,4% 
< IPC General 2019-07			

Ilustración 2 Indicadores económicos. (DATOSMACRO, 2019)

### C) Aspectos tecnológicos

En el mundo de hoy, la tecnología es fundamental para el crecimiento y desarrollo económico de un país, ya que le permite producir de manera competitiva. Algunos países de la región ya llevan años siguiendo esa tendencia en la que iniciaron incluyendo

tecnología en su educación. Nicaragua está incursionando en ello, pero todavía a través de iniciativa privadas y no como política educativa a nivel país, decisión que, a juicio de algunos expertos, es urgente.

En el caso de Nicaragua tenemos un problema. Tenemos una estructura productiva con bajo nivel tecnológico y baja diversificación productiva. Más de 77% de nuestros productos de exportación tienen bajo valor agregado y nuestro sistema educativo no está acorde con las cadenas de valor tecnológico a nivel internacional. (Murillo, 2018)

#### D) Aspectos Políticos

Las políticas fiscales se ven reflejadas en los egresos de la organización y además la crisis sociopolítica que se presentó en el año 2018 fue algo eventual que afectó a las empresas y emprendedores los cuales se toman en cuenta en aspecto económico en el cual se definen los puntos de crecimiento e inflación del país.

#### **1.1.2. Análisis del micro entorno en La Concordia**

Nombre del Municipio: La Concordia, Jinotega.

Límites geográficos:

- Al Norte: Con San Sebastián de Yalí.
- Al Sur: Con La Trinidad.
- Al Este: Con Rafael del Norte.
- Al Oeste: Con Estelí.

Para ver mapa ir a ilustración 10.

#### **1.1.3. Posición geográfica.**

El municipio de La Concordia, goza de un clima de sabana tropical de altura, caracterizándose por ser cálido en la mayor parte del territorio, a excepción de la porción montañosa. Densidad poblacional 64 habitantes por km<sup>2</sup>.

#### **1.1.4. Clima.**

En La Concordia, la temporada de lluvia es bochornosa y nublada, la temporada seca es parcialmente nublada y es caliente durante todo el año. Durante el transcurso del año, la

temperatura generalmente varía de 16 °C a 31 °C y rara vez baja a menos de 14 °C o sube a más de 32 °C.

Como son temperaturas bajas en invierno los diseños deben tomar en cuenta este factor, y son temperaturas moderadas en verano por lo que ropa de telas ligeras y el algodón son buena opción para el diseño.

En base a la puntuación de turismo, la mejor época del año para visitar La Concordia para actividades de tiempo caluroso es desde principios de diciembre hasta mediados de marzo.

#### **1.1.5. Población económicamente activa.**

Equivale a un total del 24% de la población, que durante el periodo de referencia definido en el censo tienen un trabajo, o lo buscan activamente o no buscan por estar a la espera de una respuesta por parte de un empleador, o esperan continuar sus labores agrícolas.

Por otro lado, encontramos un conjunto de personas que no teniendo ocupación no buscan empleo activamente, comprende a los estudiantes, personas que se dedican a los oficios o quehaceres del hogar, pensionados/jubilados/rentitas, incapacitados permanentes, ancianos y otros como una categoría remanente, esto equivale al 76% de la población.

#### **1.1.6. Estructura económica del municipio.**

Los productores y sus organizaciones tienen un papel importante en el desarrollo del sector agrícola, y para ello se debe de aprovechar los cambios y las oportunidades que se presentan. Este municipio se basa en la producción de granos básicos y hortalizas las cuales son generadores de empleo para la mayoría de las familias concordianas, pero estas se están viendo un poco afectadas por el cambio climático que se está dando en todo el mundo, pero de igual manera en el municipio.

#### **1.1.7. Análisis de la industria.**

La industria manufacturera creció 1.1 por ciento. Este comportamiento fue resultado de incrementos en la producción de azúcar, bebidas e industrias de zona franca, particularmente, textiles y tabaco; tendencia que fue parcialmente contrarrestada por disminuciones en la actividad de maquinaria y equipo de transporte, entre otros.

El crecimiento observado en la actividad de elaboración de azúcar, estuvo asociado a un mejor rendimiento industrial, como resultado de la implementación de mejoras tecnológicas. En el caso de la actividad de bebidas, el crecimiento se explica por la demanda interna, y en el caso de las actividades vinculadas mayormente a las zonas francas, por el dinamismo de la demanda externa.

Tabla 1. Amenaza de posibles empresas entrantes.

<b>AMENAZA DE POSIBLES EMPRESAS ENTRANTES</b>				
<b>CUESTIONAMIENTOS</b>	<b>SI</b>	<b>Medio</b>	<b>No</b>	<b>Observaciones</b>
¿Las grandes empresas tienen ventaja en costo o desempeño?		X		
¿Hay diferencias en patentes en los productos de la industria?			X	
¿Hay identidades establecidas de marca en su industria?			X	
¿Sus clientes incurren en costos significativos si cambian de proveedores?	X			
¿Es necesario mucho capital para entrar la industria?			X	
¿Hay dificultad en el acceso a canales de distribución?			X	
¿Hay dificultad en acceder a gente capacitada, materiales o insumos?			X	
¿El producto tiene características únicas que le den costos más bajos?			X	
¿Hay licencias, seguros o estándares difíciles de obtener?			X	
¿Enfrenta el nuevo entrante la posibilidad de contraataque por parte de las empresas establecidas?	X			

*Fuente: Elaboración propia.*

Es desfavorable para la industria debido a que cualquiera puede entrar al mercado con el mismo tipo de producto lo único que se puede hacer es patentar la marca.

Tabla 2. Poder de negociación de los consumidores.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CONSUMIDORES				
CUESTIONAMIENTOS	Si	Medio	No	Observaciones
¿Hay una gran cantidad de compradores relativo al número de firmas en el negocio?		X		
¿Usted tiene una gran cantidad de clientes, cada uno con las compras relativamente pequeñas?	X			
¿El cliente hace frente a un costo significativo si cambia de proveedor?	X			
¿El comprador necesita mucha información importante?			X	
¿Puede el cliente integrarse hacia atrás?	X			
¿Sus clientes no son muy sensibles al precio?	X			
¿Su producto es único en un cierto grado o tiene una marca reconocida?			X	
¿Son los negocios de sus clientes lucrativos?	X			

Fuente: Elaboración propia.

El poder de negociación con los consumidores es favorable porque hay gran cantidad de clientes con los que se puede lidiar y a través de los productos ofertados de acuerdo a sus gustos y preferencias se puede crear una relación fuerte con los mismos.

Tabla 3. Amenaza de posibles sustitutos.

AMENAZA DE POSIBLES SUSTITUTOS				
CUESTIONAMIENTOS	SI	MEDIO	NO	OBSERVACIONES
Los sustitutos tienen limitaciones de desempeño que no compensan su precio bajo o su funcionamiento no es justificado por su precio alto.			X	
El cliente incurre en costos al cambiar a un sustituto.	X			
Su cliente no tiene un sustituto verdadero.			X	
No es probable que su cliente cambie a un sustituto.			X	

Fuente: Elaboración propia.

La amenaza de los posibles sustitutos es desfavorable para la industria porque hay una amplia variedad de productos sustitutos para una blusa o una camisa, pero en el desempeño y el precio brindan alternativas para impedir este inconveniente.

Tabla 4. Poder de negociación de los proveedores.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES				
CUESTIONAMIENTOS	SI	MEDIO	NO	OBSERVACIONES
Mis insumos (materiales, trabajo, provisiones, servicios, etc.) son estándares más que únicos o diferenciados.	X			
Es barato y rápido cambiar entre proveedores.	X			
Mis proveedores encuentran difícil entrar a mi negocio (integración hacia adelante).			X	
Puedo cambiar los insumos realmente.			X	
Tengo muchos proveedores potenciales.		X		
Mi negocio es importante para mis proveedores.	X			
Mis costos de insumos no tienen influencia significativa en mis costos totales.	X			

Fuente: Elaboración propia.

El poder de negociación con los proveedores es favorable porque se pueden crear relaciones de contrato y fidelidad, así como también créditos, existe una gran variedad de proveedores tanto local como regional.

Tabla 5. Rivalidad entre competidores existentes.

RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES				
CUESTIONAMIENTOS	SI	MEDIO	NO	OBSERVACIONES
La industria está creciendo rápidamente	X			
Los costos fijos son una porción relativamente baja del costo total.			X	
Hay diferencias significativas del producto e identidades de marca entre los competidores	X			
Los competidores están diversificados más que concentrados en algún producto	X			
No es difícil salir de la industria porque no hay habilidades especializadas, instalaciones o contratos de largo plazo.			X	
Mis clientes incurren en un costo significativo al cambiar a un competidor.			X	

Mi producto es complejo y se requiere una comprensión detallada de parte de mi cliente.			X	
Todos mis competidores son de aproximadamente el mismo tamaño que mi empresa.			X	

*Fuente: Elaboración propia.*

La rivalidad entre competidores existentes es desfavorable debido que es una industria en crecimiento lo que conlleva a la incursión de nuevos competidores.

*Tabla 6. Evaluación global.*

<b>EVALUACIÓN GLOBAL</b>			
	<b>ALTA (FAVORABLE)</b>	<b>MEDIA (MODERADO)</b>	<b>BAJA (DESFAVORABLE)</b>
<b>Amenaza de posibles entrantes</b>	2	1	7
<b>Poder de negociación de los consumidores</b>	5	1	2
<b>Amenaza de posibles sustitutos</b>	1	0	3
<b>Poder de negociación de los proveedores</b>	4	1	2
<b>Rivalidad entre competidores existentes</b>	3	0	5

*Fuente: Elaboración propia.*

El resultado de la evaluación global de los puntos anteriormente mencionados calificando de manera alta, media y baja según la puntuación obtenida para los puntos observados en la *Tabla 6*.

## 1.2. Estrategias de Marketing

De acuerdo al diamante de Porter se obtuvieron de las encuestas aplicadas se determinarán las estrategias para la introducción del producto al mercado utilizando las 5 fuerzas de Porter.

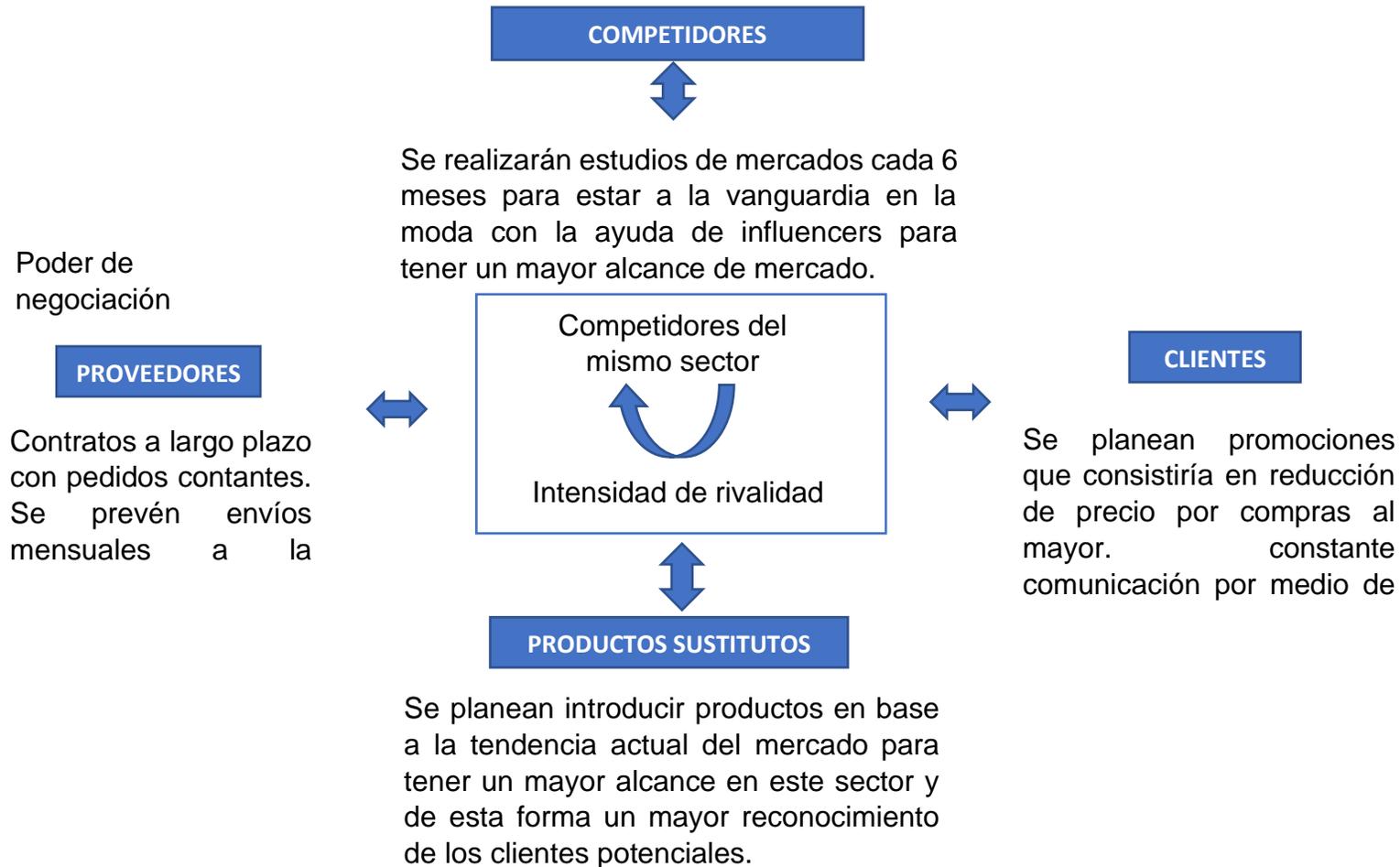


Ilustración 3 Diagrama según Porter

### 1.3. Universo, población y muestra

El universo del estudio se realizó el municipio de la Concordia, del departamento de Jinotega, cuya población es obtenida a través del Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE, 2008) afirmando que al año 2018 la población estimada de La Concordia es de 7,281 habitantes. Asimismo (INIDE), refiere que «El 46.5% de la población total es económicamente activa (PEA)», dato que fue utilizado para llevar a cabo el análisis muestral, concentrando y especificando el estudio en la participación de la PEA

De acuerdo a lo anterior el cálculo de la población económicamente activa de la ciudad de La Concordia es de:

$$N = 7,281 * 0.46.5$$

$$N = 3,385.66 \text{ habitantes}$$

Posteriormente se determinó el tamaño de la muestra, bajo una metodología de muestreo por conveniencia, seleccionando a los individuos de fácil acceso ya sean compradores de ropa en tiendas, mercados, paradas de autobuses.

En el muestreo por conveniencia según Baca Urbina determina que:

En este procedimiento se acude a un sitio determinado, donde se supone que estará presente el encuestado que interesa al investigador. Por ejemplo, si desea saber la opinión autorizada sobre un nuevo libro de medicina, no preguntará en la calle a toda persona. La primera premisa es que la persona entrevistada sea médica, por ello es necesario acudir a sitios donde se sabe que hay médicos. (2013, pág. 52)

Munch & Ángels, (1996) brindan la fórmula para poblaciones finitas la cual será utilizada:

$$n = \frac{z^2 * p + q * n}{(n * e^2) + (z^2 * p + q)}$$

Cuando:

n= tamaño de la muestra

p= proporción de aceptación deseadas

N= tamaño de la población

q= proporción de rechazo (1-p)

Z= distribución normalizada 90%

e= Porcentaje deseado de error 10

Entonces:

$$n = \frac{z^2 * p + q * n}{(n * e^2) + (z^2 * p + q)} = \frac{1.65^2 * 0.5 + 0.5 * 1556}{(1556 * 10\%^2) + (1.65^2 * 0.5 + 0.5)} = 66$$

n= 66 personas a ser encuestadas.

#### 1.4. Diseño del producto

Para la determinación del diseño óptimo de las camisas y blusas se utilizaron los métodos de encuesta, creatividad propia y la tendencia del mercado hacia el diseño de estos productos, además el producto está diseñado para un público joven y adulto entre las edades de 16 a 60 años. (Ver anexo 3)



Ilustración 4 Concepto de diseño camisa para hombre



Ilustración 5 Concepto de diseño blusa para mujer

#### 1.5. Naturaleza y uso del producto

Baca Urbina (2013, pág. 27) en el libro “Evaluación de proyectos” 7ma edición clasifica los productos según **su vida de almacén**, este producto obedece a la clasificación en duraderos (no perecederos), y su vez **por conveniencia** debido a que constituyen uno de los tipos de bienes de consumo y se caracteriza por que el consumidor tiene un conocimiento completo del producto deseado antes de ir a comprarlo y por qué el producto se adquiere con un mínimo esfuerzo de comparación y compra.

## 1.6. Características del producto

- Elaborado a base de tela de algodón

Esta fibra vegetal es una de las más populares para la confección de millones de vestimentas en todo el mundo, es una fibra que permite mucha versatilidad y de fácil manejo para los diseñadores, más cuando se busca poder innovar el tipo de prendas de ropa.

- Diseños variados

Se realizarán 3 tipos de diseños para sustentar con una buena aceptación los gustos de la población siendo que con los diseños para ganar el público con los gustos más simples hasta con los gustos más extravagantes.

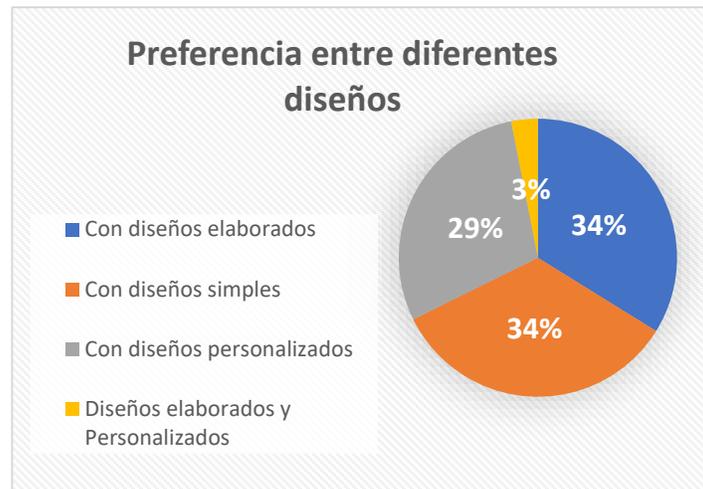


Gráfico 1. Preferencias de diseño. Fuente: Datos obtenido de

- Comodidad reconfortante

Esto es para ayudar a que se mantengas fresco cuando hace calor y a conservar la temperatura durante los meses fríos de invierno. Esta característica del algodón está relacionada con la manera en la que la tela esta tejida, ya que sus fibras previenen que haya mucho contacto con la piel, creando una barrera entre la tela y la piel y evitando el contacto directo con el calor del sol, manteniendo así fresco a quien lo porta. Durante el

invierno, es esta misma barrera la que ayuda a mantener cálida a una persona, ya que atrapa el calor del cuerpo y no lo deja escapar fácilmente.

- Elaboración mayormente artesanal

Un diseño artesanal y su hechura representan algunas ventajas frente a aquellas creaciones de manufactura industrial:

Las artesanías por lo general se producen a manos de creadores que obtienen su sustento a partir de su producción. Micro empresarios se ven beneficiados por la venta de sus creaciones y la economía local se fortalece.

Un diseño artesanal dice mucho del espíritu de quien lo crea, de su comunidad y de la visión de mundo que se tiene en la localidad donde se produce poseen. A través de la artesanía es posible conocer más de cultura, valores y costumbres de pequeñas comunidades

- Accesibilidad de precios

El producto tendrá un precio unitario de C\$250 el cual concuerda con el precio de adquisición de productos similares que se manejan en el lugar.



Gráfico 2. Rango de precios de adquisición

*Fuente: Datos obtenido de*

Con los datos analizados de la encuesta los precios para adquirir blusas o camisas varían según la posibilidad económica de cada cliente siendo lo más común adquirir una camisa o blusa entre los 150 y 500 córdobas, como resultado se optó por realizar un precio medio entre los dos precios para determinar el precio de venta del producto el cual se eligió como resultado 250 córdobas.

### 1.7. Segmentación del mercado

**Segmentación demográfica:** Toma en cuenta el ingreso económico porque es la población económicamente activa la cual compra el producto y se toma en cuenta el género porque el producto está dirigido de la siguiente manera: camisas a hombres y blusas a mujeres.

«Las características más comunes que se toman en cuenta son: edad, género, etapa del ciclo vital de la familia, ingreso y educación» (Baca Urbina, 2013)

Tabla 7. Segmentación de Mercado

Segmentación Demográfica				
Nacionalidad	Sexo	Edad	Ocupación	Ciclo de Vida
Nicaragüense	Masculino	16-60	Campeños	Jóvenes y edad madura, Adultos
	Femenino		Propietarios	Solteros o casados
			Comerciantes	Con o sin hijos
			Turistas	
			Universitarios	

Fuente: Elaboración propia

### 1.8. Investigación de mercado.

Para realizar la investigación del mercado se aplicaron encuestas a la población económicamente activa en el municipio de la Concordia. De esta forma se adecuaron los intereses, planes y estrategias basándose en un escenario lo más real posible, conociendo las necesidades que satisfagan al consumidor y minimizando el riesgo de comercialización.

Obteniendo como resultado lo siguiente:

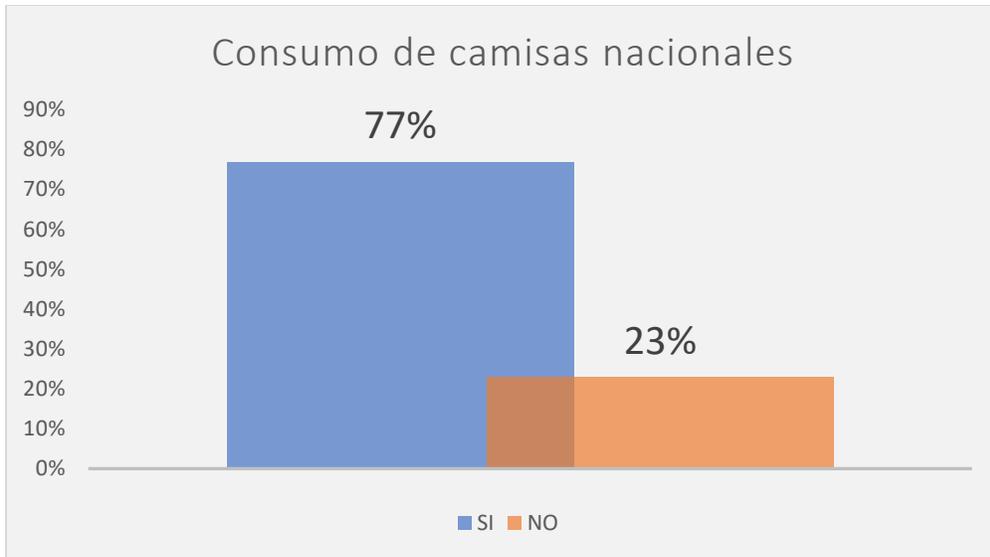


Gráfico 3. Consumo de camisas nacionales.

Fuente: Datos obtenido de las encuestas.

Según la encuesta realizada se observa que las camisas nacionales tendrían una buena aceptación en el mercado debido a que la mayoría de los encuestados seleccionaron que si comprarían.

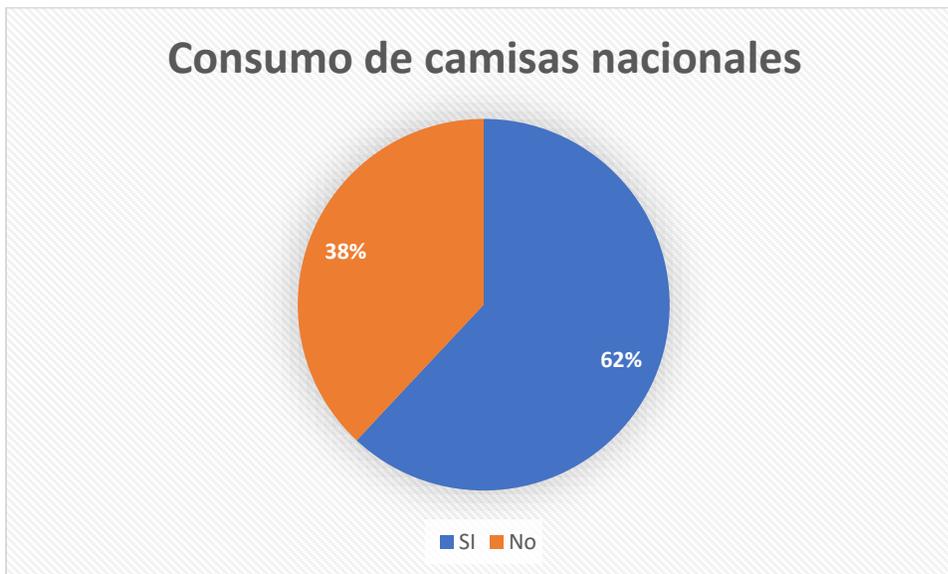


Gráfico 4. Consumo de blusas nacionales.

Fuente: Datos obtenido de las encuestas.

Del mismo modo que la demanda de camisas nacionales es bien recibida por los encuestados, los datos arrojaron que las personas estarían dispuestas a comprar.

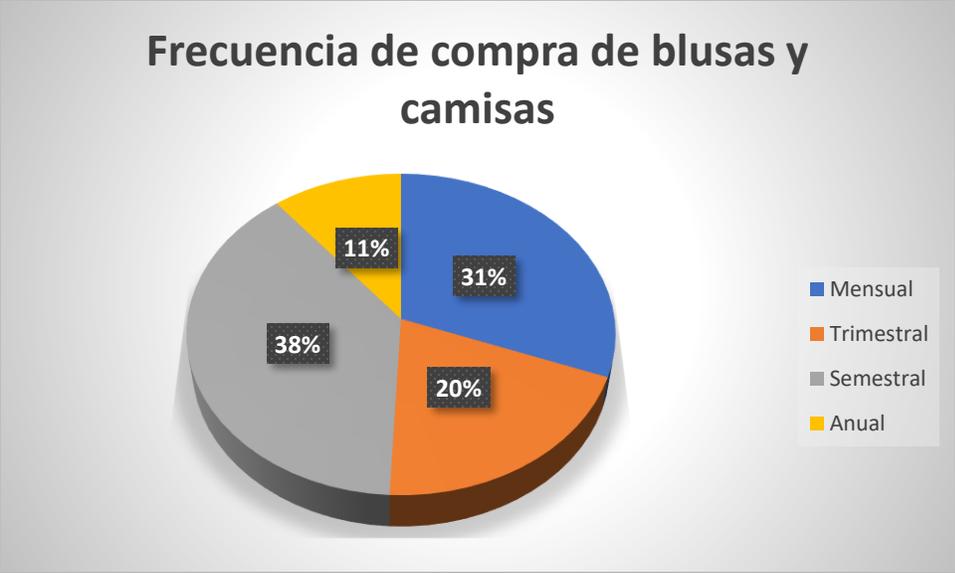


Gráfico 5. Frecuencia de compra blusas o camisas. Fuente: Datos obtenido de las encuestas.

Entre las personas encuestadas se encontró que la mayoría de la población compra blusas o camisas en diferentes periodos del año siendo el semestral y mensual los más frecuentados.

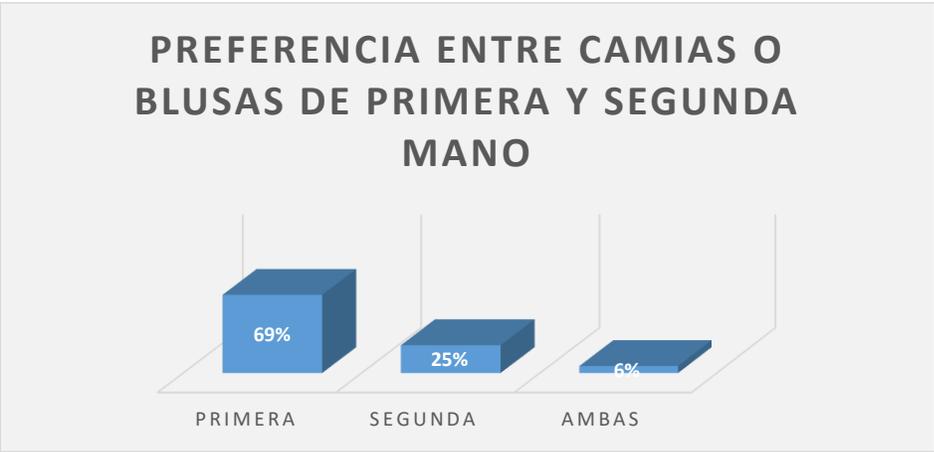


Gráfico 6. Preferencias entre primera y segunda mano. Fuente: Datos obtenido de las encuestas.

Un 68% de los encuestados prefiere comprar una blusa o camisa de primera mano, lo que indica que es una oportunidad para la comercialización, mientras que un 26% las prefiere de segunda mano, los cuales se tomaran en cuenta como productos sustitutos y un 6% no tiene preferencia.

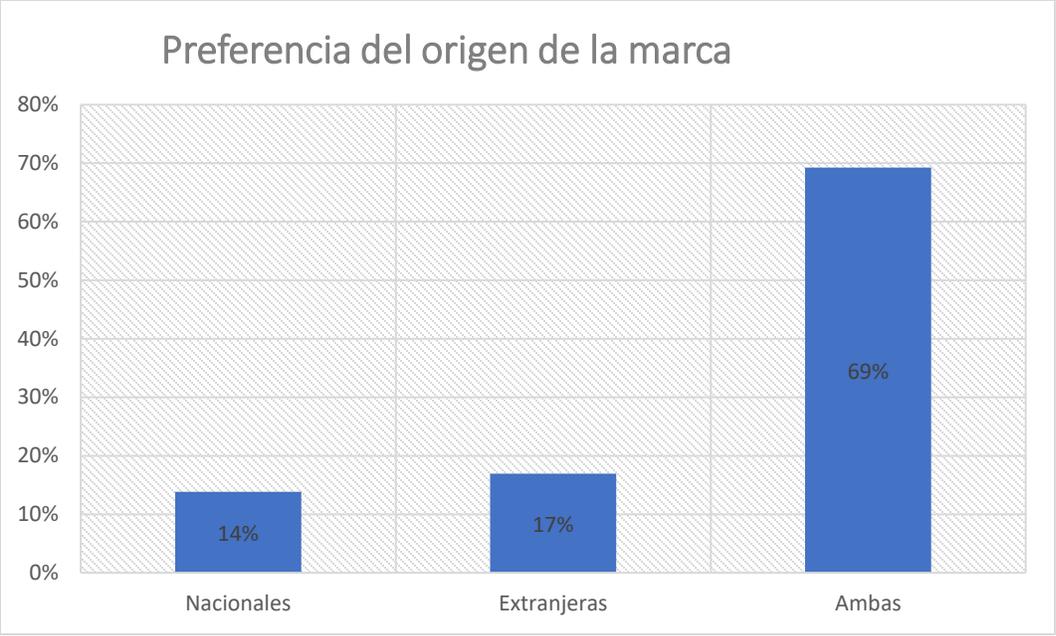


Gráfico 7. Preferencia de origen de la marca.

Fuente: Datos obtenido de las encuestas.

La mayoría de los encuestados concuerdan que no existe problema alguno al comprar marcas de ambas procedencias, por otra parte, algunos dieron a relucir preferencias por una sola fuente de compra como se puede verificar en el gráfico. Esto verifica que al ser un producto nacional será bien recibido entre los posibles compradores.

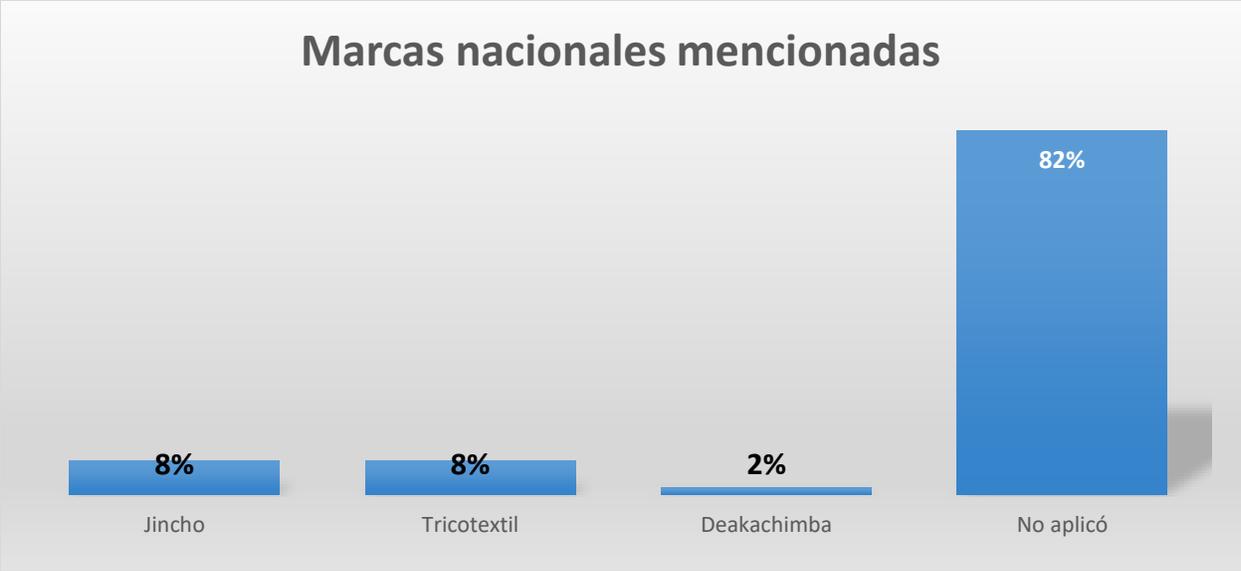


Gráfico 8. Demanda de marcas nacionales.

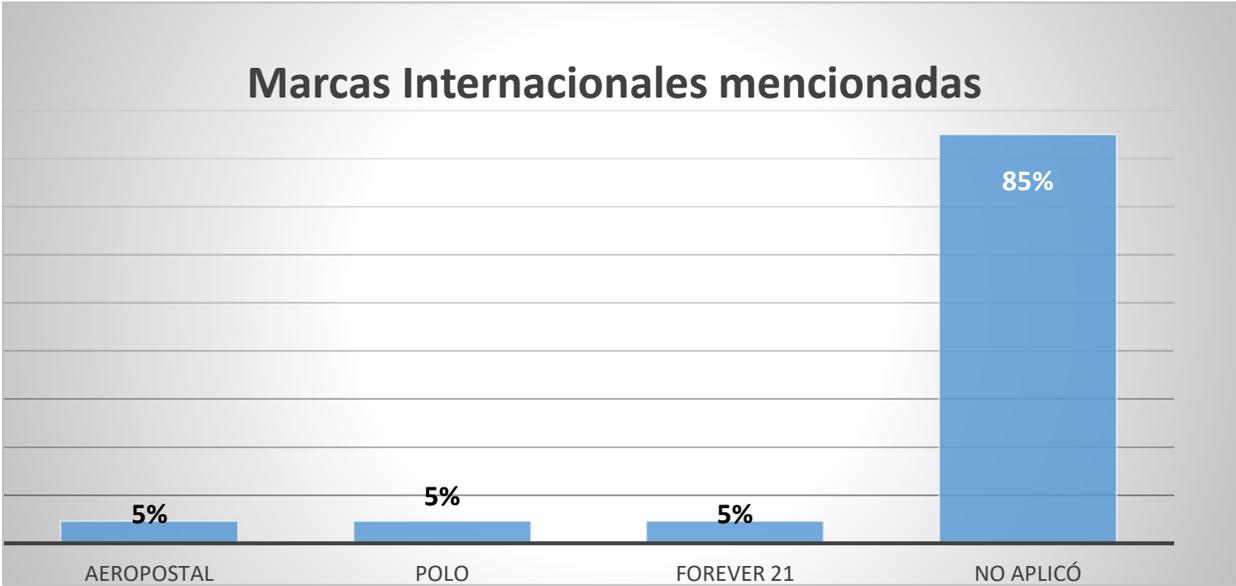


Gráfico 9. Demanda de marcas internacionales.

Existe una variedad de opiniones en cuanto a la variedad de marcas las cuales en el ámbito nacional predominaron las marcas como Tricotextil, Deakachimba y Glasses, con su contra parte internacional fue dominada por Aeropostale, Polo, Forever 21.

Los porcentajes no cumplen con el 100% Únicamente para esta pregunta, lo que indica desconocimiento de marca por parte de los encuestados.

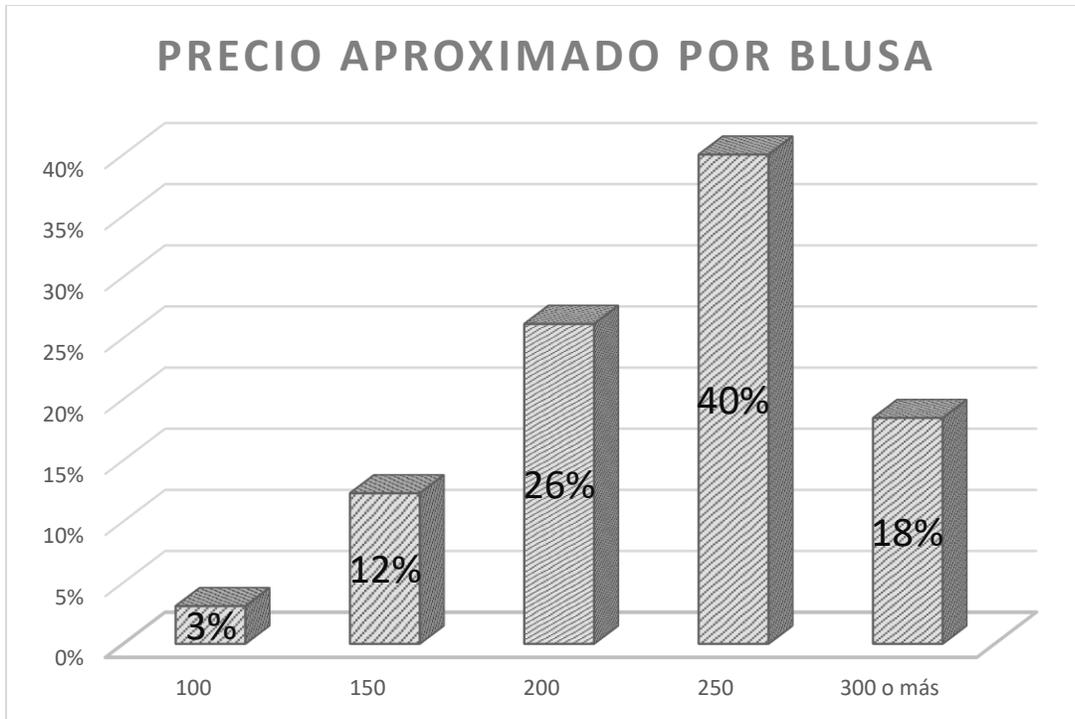


Gráfico 10. Precio aproximado por blusas.

Fuente: Datos obtenido de las encuestas.

Según los datos de los encuestados se encontró que el precio óptimo de adquisición es de 250 córdobas seguido por el de 200 córdobas, con lo cual estarían satisfactoriamente realizando sus compras a su vez concuerda con el gasto general que se han realizado en productos parecidos. Cabe mencionar que este es el precio (C\$ 250) aceptado por la demanda el cual se encuentra entre el rango de precio de venta calculados en los ingresos en las *tablas 41 y 42*.



Gráfico 11. Precio aproximado por camisas

Fuente: Datos obtenido de las encuestas.

A los encuestados se les dio un prototipo de camisas o blusas para que escogieran un precio adecuado según su análisis de calidad o preferencia la cual tomaron como referencia la pregunta anterior por ende el resultado fue casi el mismo, con preferencia a los precios de 250 y 200 córdobas.

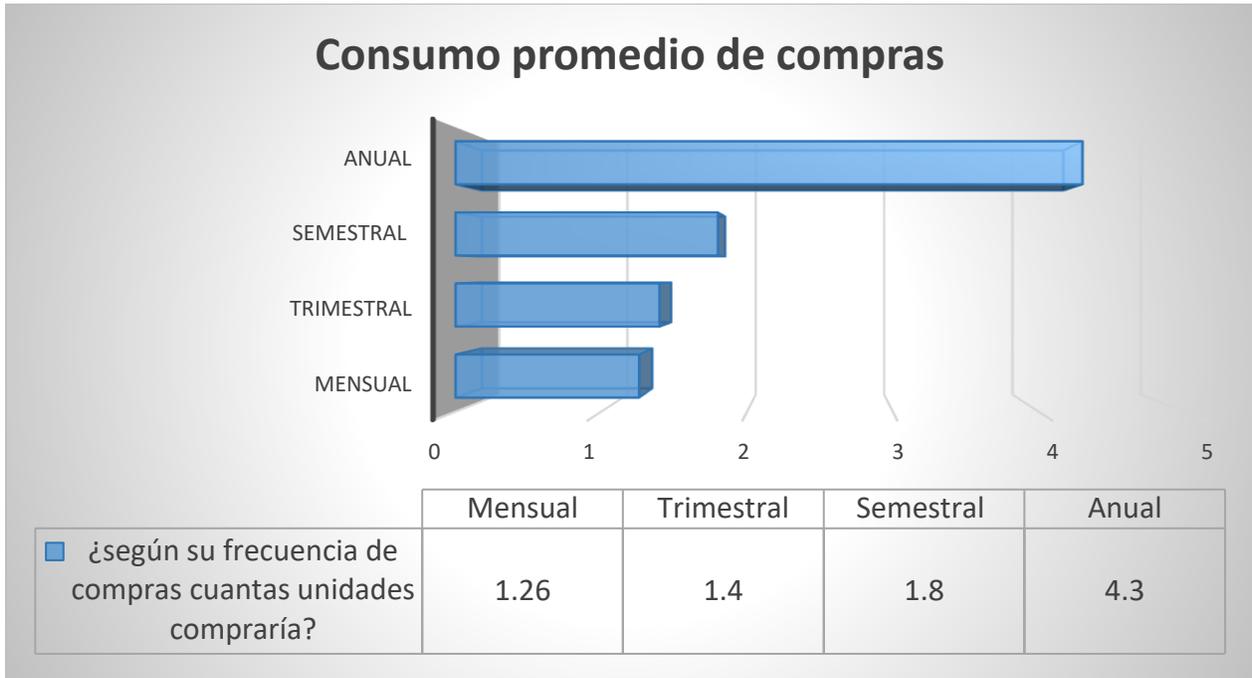


Gráfico 12. Promedio de consumo según frecuencia de adquisición. Fuente: Datos obtenido de las encuestas.

Con los resultados presentados en la encuesta se determina el consumo promedio de los compradores por cada tipo según la frecuencia de compra, el cual se tomó el consumo mensual por la proximidad de su tiempo



Gráfico 13. Nivel de aceptación del producto. Fuente: Datos obtenido de las encuestas.

Se encontró que el 100% de los 66 encuestados estarán dispuestos a comprar los productos si la empresa existiera en su localidad porque de esta tendrán un fácil acceso a un producto de calidad sin moverse a la ciudad, de igual manera no se gastara en transporte.

### **1.9. Marca**

La marca del producto es muy importante, ésta es la representación de la empresa. El producto se comercializará bajo la marca “Mooncloth” debido a su fácil pronunciación, la población aprende fácilmente el nombre de la marca, por esta razón se optó por un nombre en el idioma inglés. También usar el idioma ingles ayudo a combinar los dos conceptos con menos palabras.

La M en el logotipo hace referencia al mismo nombre de la marca el cual comienza con M.



*Ilustración 6. Logotipo de la marca.*

### **1.10. Análisis de la competencia**

Para este análisis se realizaron diez entrevistas a los administradores de tiendas de ropa de las cuales se obtuvo la siguiente información.

Se tomaron en cuenta estos lugares mediante resultados obtenidos a la hora de realizar la encuesta se preguntó cuáles eran las tiendas con mayor relevancia en a la comunidad. asimismo, se utilizó el método de la observación por el cual se determinó qué establecimientos son los más frecuentados por la población en general.

Debido a que los productos ofertados en las tiendas no son de marcas naciones o creadas en la localidad no fueron utilizados en el cálculo de la demanda de la empresa, pero de igual manera se hace mención de ellos para tener información cuantitativa

acerca de las principales marcas competidoras que se ofertan en el mercado de la concordia.

Para establecer una visualización de los productos aproximados que la población consume se tomaron datos de la encuesta donde se indica que tipos de productos consume con resultados la siguiente tabla. (ver anexo 1)

Tabla 8. Análisis de Oferta

Competidor (marcas)	Ventajas	Desventajas	Acciones de posicionamiento
Aeropostale 	Excelente demanda Calidad	Precios altos Poco alcance del país	Mucha publicidad Accesibilidad Productos transnacionales
Polo 	Calidad Excelente demanda	Precios altos	Mantiene la calidad del producto y un precio accesible al cliente
Forever 21 	Calidad	Poco alcance de mercado Ventas disminuidas. precios	Ofrece un empaque más llamativo. Últimamente han cerrado varias tiendas en el mundo
Glasses Nicaragua 	Precio accesible Buena publicidad	Poco posicionamiento en el mercado	Ofrece alianzas comerciales con los negocios locales para abarcar diferentes clientes
TrioTexTil 	Precio	Calidad Poca publicidad	Empaque poco atractivo. Es una empresa que tiene una buena cantidad de tiempo en el mercado.

<p>Diacachimba</p> 	<p>Calidad</p>	<p>Precio Poco posicionamiento en el mercado</p>	<p>Ofrece precios competitivos de acuerdo con la calidad del producto.</p>
--	----------------	--	--

*Fuente: Datos obtenido de las encuestas.*

Como empresa distribuidora o fabrica no tiene competencia en forma local, a nivel nacional se compite con los fabricantes de ropa en el mercado más grande de Centro América Mercado Oriental el cual alguna de las tiendas que se realizó la entrevista adquieren su producto, la competencia directa se podría localizar en el mercado de Masaya debido a que se compite con el intento de satisfacer las necesidad de moda que genera el pueblo es decir el tipo de formato o diseño que la comunidad tiene por tendencia.

### **Boutique Candy**

Boutique Candy es la tienda con mayor inversión realizada debido a que es la única que compra su producto en el mercado nacional, trabaja con distribuidores de ropa y realizan viajes a Managua para comprar su mercadería en el mercado oriental, la tienda consta con las mejores marcas de ropa por consecuencia es la tienda con mayor tasa de precios, entre sus marcas principales se encuentran tanto marcas originales como imitación. Levi's, Aeropostal, Abercrombie, Wrangler.

### **Variedades Graciela**

Variedades Graciela es la competencia de Boutique Candy meramente porque su forma de adquisición de productos es la misma, con a la diferencia es que esta realiza promociones con mayor aceptación en los pobladores y con índice de aceptación mayor que su competencia más cercana, se destaca por tener precios un porcentaje menor que su competencia, en las marcas básicamente son idénticas.

## **Doña Leca, Doña Agustina, Doña Ilse, Doña Arlen, Doña Candelaria, Doña Sola, Doña Emileyda**

Son tiendas con características similares, pequeñas, con precios muchos más accesibles que las otras tiendas que se podrían decir grandes, y la mayoría de su economía se basa en sus compras realizadas en la ciudad de Estelí, su popularidad y forma de realizar su economía es que se basan en la adquisición por deuda o sea que se fía, además de que compran tanto marcas nacionales, como internacionales y es ropa de bajo precio.

### **1.11. Análisis de la Demanda**

Para el análisis de la demanda potencial se utilizó herramientas como la encuesta, la cual fue aplicada a la población económicamente activa del municipio de La Concordia, departamento de Jinotega; con una muestra de 66 personas de un total de 3,385 habitantes, el resultado obtenido fue:

- El 77% de la población compraría mensualmente camisas. (Ver gráfico 1)
- El 62% de la población compraría mensualmente blusas. (Ver gráfico 2)
- El consumo promedio es de 1 unidades mensuales. (Ver gráfico 12)
- El precio promedio que estarían dispuestos a pagar es de C\$250. (Ver gráfico 10 y 11)

Tomando como referencia el de demanda es viable con 66 encuestados.

**Ecuación 2. Fórmula de Demanda Potencial tomada como referencia del marco teórico en la página 8.**

$$Q = n p q$$

Dónde:

Q= Demanda potencial.

n= Número de pobladores posibles para el mismo tipo de producto en un mercado determinado.

p= Precio promedio del mercado.

q= Cantidad promedio del consumo en el mercado.

Aplicando la fórmula para camisas

$$n = (3,385 * 77\%) / 100 = 2606$$

p= 250 córdobas.

q= 1 unidades mensuales.

$$Q = n p q = \text{C\$ } 651,500$$

Aplicando la fórmula para blusas

$$n = (3,385 * 62) / 100 = 2098$$

p= 250 córdobas.

q= 1 unidades mensual

$$Q = n p q = \text{C\$ } 524,500$$

Se obtuvo que n es de 2606 para las camisas y 2098 para blusas, posteriormente se multiplicó la cantidad de posibles consumidores (n) por la cantidad promedio del consumo en el mercado dando una demanda potencial de 2606 unidades anuales para camisas y 2098 unidades anuales para blusas.

Para lograr el resultado del potencial de mercado se multiplicó la cantidad de producto demandado 2606 para camisas y 2098 para blusas como unidades anuales (Q) por el precio promedio con mayor aceptación del producto que es de C\$250, obteniendo **C\$ 651,500** anuales potenciales para las camisas y **C\$ 524,500** para las blusas.

### 1.12. Determinación de la demanda

Para la determinación de la demanda se tomó como referencia el consumo mensual calculado en el análisis de la demanda, siendo de 2606 unidades para camisas y 2098 para blusas, se determinó que la participación de mercado que se va a captar es del 30%, obteniendo como resultado una demanda de 781 y 629 unidades mensuales para cada uno.

Tabla 9. Segmentación de Mercado

	¿Qué tan grandes son sus competidores?	¿Qué tantos competidores tienes?	¿Qué tan similares son los productos suyos?	¿Cuál parece ser su porcentaje?
1	Grandes	Muchos	Similares	0-0.5%
2	Grandes	Algunos	Similares	0-0.5%
3	Grandes	Uno	Similares	0.5%-5%
4	Grandes	Muchos	Diferentes	0.5%-5%
5	Grandes	Algunos	Diferentes	0.5%-5%
6	Grandes	Uno	Diferentes	10%-15%
7	Pequeños	Muchos	Similares	5%-10%
8	Pequeños	Algunos	Similares	10%-15%
9	Pequeños	Muchos	Diferentes	10%-15%
10	Pequeños	Algunos	Diferentes	20%-30%
11	Pequeños	Uno	Similares	30%-50%
12	Pequeños	Uno	Diferentes	40%-80%
13	Sin competencia	Sin competencia	Sin competencia	80%-100%

Fuente: (Entrepreneur, 2011)

En base a la guía realizada por la tabla de la revista Entrepreneur (2011) en su artículo menciona que siguiendo los pasos a realizar es identificar el tipo de competidores del 1 al 13 por cada sección que se menciona.

Para el estudio se toma que los **competidores son pequeños**, porque este tipo de productos es distribuido por pequeños negocios familiares e incluso en pulperías, y no hay productores solo distribuidores. Se tienen **algunos competidores** los oferentes son pocos en el mercado y venden **productos similares** lo cual da resultado de captación de un 20% y un 30% el cual se selecciona a necesidades y objetivos de la empresa.

Se tomará el 30% de captación debido a que el producto es bastante innovador para el mercado actual de la comunidad, y con el posible impacto generado con la publicidad a implementar se genera confianza de poder captar el 30% del mercado.

Otro aspecto clave para medir la participación en el mercado de tu negocio está en la consideración de las estrategias de promoción y capacidad de producción y distribución de las empresas 'rivales'.

En base a los puntos anteriores se fija a manera de meta, cuál va a ser la participación en el mercado.

Del mismo modo en el año (2005) se obtuvo la tabla de proyección de población en el periodo 2005 - 2020 del municipio de La Concordia en el cual estipula que la población en el año 2018 fue de 7,281 ver anexo 16. Basado con este dato se proyectó la demanda mensual.

### **1.13. Canales de distribución**

Los canales de distribución permitirán llevar cada una de las presentaciones de camisas y blusas a los clientes segmentados, de la forma más completa, eficiente y económica posible. Para ello se plantea el uso de los siguientes:

#### **1.13.1. Canal directo**



*Ilustración 7 Canal directo*

Este canal está pensado para que el consumidor pueda adquirir directamente el producto, por las siguientes razones:

- a) Lograrán obtener mejores precios y tendrán al alcance la variedad de estilos en blusas y camisas.

- b) Les permitirá estar al tanto de las promociones y novedades de los productos que ofrece el fabricante.
- c) Podrán recibir asistencia técnica sobre las diferentes tendencias que se manejan en el mercado actual.
- d) Gracias a la comunicación directa se logrará una mayor eficiencia en la solicitud y entrega de pedidos.

### 1.13.2. Canal corto



*Ilustración 8 Canal corto. Fuente propia*

El canal corto, a diferencia del directo, necesita de un intermediario para hacerlo llegar al consumidor final. En este caso se utilizarán a las pulperías como intermediarios para facilitar los productos al consumidor final.

Las ventajas que tendrán los intermediarios y los consumidores serán las siguientes:

#### **Pulperías**

En el municipio de la Concordia, departamento de Jinotega se acostumbra vender en las pulperías productos variados como ropa y zapatos, por lo cual, se convierten en intermediarios potenciales.

- a) La incorporación de este producto aportará a la diversificación e innovación de la pulpería.
- b) Al tener una relación directa con el fabricante podrán manejar precios favorables que les permitan ser competitivos y obtener un buen margen de ganancia.

## Consumidores finales

- a) Adquisición rápida y confiable de los productos.
- b) Revisión de calidad de producto al momento de compra.
- c) Diversificación de diseños

### 1.14. Publicidad

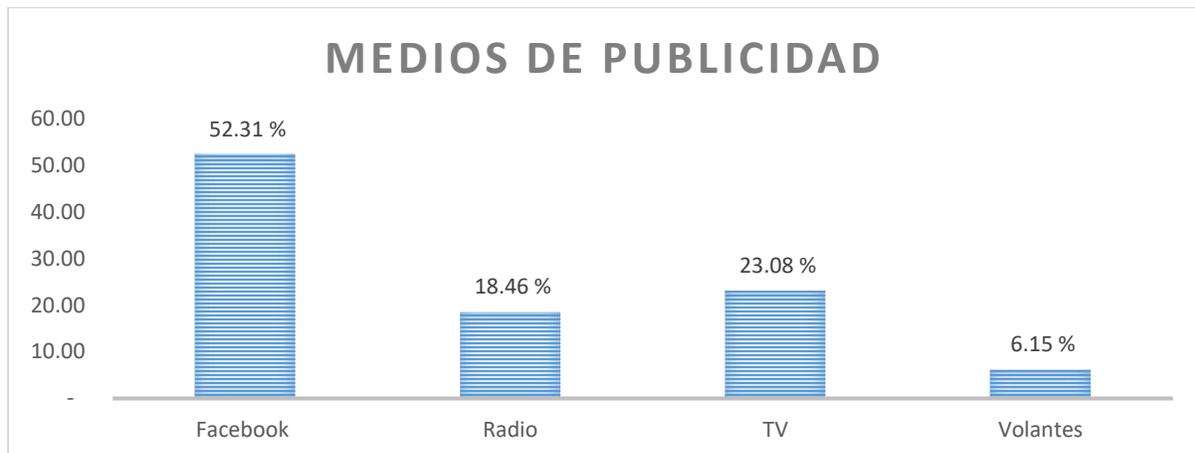


Gráfico 14. Medios publicitarios.

Fuente: Elaboración según encuesta.

Es necesario utilizar todos los medios posibles de publicidad para dar a conocer los productos de la empresa, de manera que los clientes puedan comprobar la calidad y precios del producto, para lograr su fidelización, esto se realizara mediante un plan de marketing en el cual se llevaran a cabo anuncios publicitarios, se realizara marketing digital, entre otros.

Como se demostró en la gráfica el 52% de la población encuestada valido el uso actual del medio más fácil y accesible de realizar publicidad la cual es mediante la red social denominada Facebook, se podría ver en aumento esta tendencia de publicidad debido a la globalización esta se expande con más fuerza y llegando a casi todo tipo de público desde menores de edad hasta los adultos mayores.

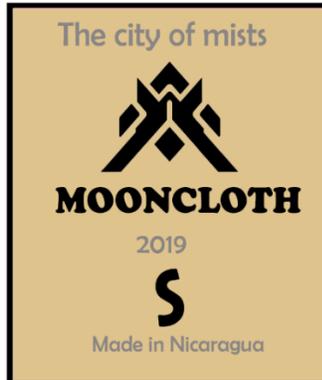
### 1.15. Estrategia de producto

**Nombre del producto:** Mooncloth – (Blusas y Camisas). La palabra Mooncloth está constituida por dos palabras en inglés las cuales son: Luna y Tela; se eligió la palabra luna porque desde cualquier punto en el planeta se puede ver la luna y de esta manera se busca que la marca sea reconocida a gran escala.

### Descripción del Producto:

- **Producto:** Blusas y Camisas – MOONCLOTH.
- **Bolsa:** Bolsa para empacar color transparente.
- **Descripción:** Bolsa color transparente con el logo de la empresa en la parte superior de una sola capa.

### Etiqueta:



*Ilustración 9. Etiqueta*

### Descripción:

Consta de un rectángulo de 2cm de ancho x 5cm de largo, el logo de la empresa se puede apreciar al lado derecho del logo en con junto con la talla en cuestión. Los colores apreciados son el blanco y el negro los normalmente se aprecian en las etiquetas.

#### 1.16. Estrategia de precio

Mooncloth utiliza la estrategia de fijación de “Precios de lanzamiento”, con el objetivo de introducir de inmediato en el mercado local, generar un volumen sustancial de ventas, lograr una gran participación en el mercado meta, desalentar a otras empresas de introducir productos competidores y atraer nuevos clientes o clientes adicionales que son sensibles al precio.

El precio del producto se establece conforme a los resultados obtenidos en las encuestas realizadas, en donde se evalúa el precio de la competencia y el precio que estaría dispuesto a pagar el cliente por este. Por lo que el valor es relativamente bajo y se adapta al bolsillo del segmento de mercado.

El precio de MOONCLOTH se muestra posteriormente en el análisis del estudio financiero de la empresa.

## 1.17. Estrategia de promoción y publicidad

### **Medios de promoción utilizados:**

- Descuentos por cantidad
- Incentivar a los compradores a aumentar el valor de sus compras. Por ejemplo, por la compra de 4, lleva el 5to completamente gratis. Esta es una excelente táctica cuando el objetivo de un punto de venta es aumentar el promedio de clientes, o el valor promedio por transacción la cual solo es válida una vez al día por cliente.
- También se puede utilizar la acción de descontar por mayor, después de ciertas docenas de compras por la misma persona, venta o empresa se genera un descuento automático de un 10% en su factura total.

### **Fechas especiales:**

Ciertas fechas especiales como: la celebración del día del amor y la amistad, el mes del orgullo LGBT (LGBT pride), Halloween, Navidad, etc. se crean productos especiales para la fecha y modificaciones en los colores del logro lo cual crea una tendencia de compras por afinidad.

### **Aniversario de la marca:**

Celebrar los aniversarios de la empresa con promociones y obsequios ayuda a comunicar efectivamente los cambios y mejoras que se realizan, como los lanzamientos de nuevos productos, además de demostrar mayor trayectoria y confianza para el consumidor final.

### **Medios de Publicidad Utilizados**

Los medios de publicidad utilizados para dar a conocer a MOONCLOTH son: radio, redes sociales (Facebook e Instagram), estas plataformas son medios publicitarios que son de bajos costos y de gran consumo por los posibles clientes.

«La publicidad digital es un medio sólido para llegar a los adultos jóvenes, estos tienen una computadora o teléfono móvil y más del 80% de ellos usan las redes sociales.»  
(Altman, 2016)

El principal objetivo es que la población se entere de la existencia del producto, los lugares donde puede adquirirlo, los diferentes diseños ofertados y los precios de adquisición.

## **Evaluación de la Publicidad**

Para la evaluación de la publicidad se tomaron en cuenta cuatro etapas a desarrollar.

### a) Planeación:

Las razones para realizar la publicidad son:

La comunidad de la Concordia se desconoce de la existencia de la empresa Mooncloth, por lo que con estos medios se pretenden informarlos.

Para que el consumidor conozca los puntos de venta del producto. Sus objetivos principales son:

- Dar información sobre los beneficios y comodidad que el producto contiene.
- Informar sobre los precios y lugares de adquisición.
- Definir la idea clave que se desea posicionar:
- Definición del presupuesto.
- Para introducir el producto se utilizará redes sociales como Facebook e
- Instagram que no tienen ningún costo.

### b) Desarrollo publicitario

La publicidad se llevará a cabo en y redes sociales como Facebook e Instagram, la cual debe tener la información completa del producto. Para ello se usaron las siguientes vías:

Deferencia:

- Aspectos del producto: características, atributos, dirección, teléfono.
- Etiqueta.

Contenido del mensaje publicitario:

- Características del producto.
- Indicar consumidores a los que se dirige (mayores de 15 años, mujeres, hombres).
- Mención de las promociones
- Precio de introducción.

## Capítulo II. Estudio técnico

El estudio técnico se realizó con el objetivo de determinar las condiciones tecnológicas y de procesos en la elaboración de camisas y blusas en el municipio de la Concordia, departamento de Jinotega, mediante el diagrama de procesos, la descripción técnica de la maquinaria que se requiere, así mismo, establecer la misión y visión de la microempresa.

### 1.1. Localización del Proyecto

La decisión de localización es una de las más importantes en el proceso de elaboración del proyecto. Tiene una incidencia directa en los flujos de ingresos y egresos y por ende en la evaluación.

El objetivo general de este punto es, por supuesto, llegar a determinar el sitio donde se instalará la empresa. En este caso no se tomó en cuenta un estudio de macro localización debido a que con anticipación se determinó el municipio de La Concordia como el lugar más idóneo para la realización del proyecto.

### 1.2. Ficha municipal

Tabla 10. Ficha municipal

<b>Departamento</b>	<b>Jinotega</b>
<b>Ubicación</b>	<b>Nicaragua, América Central</b>
<b>Límites</b>	<b>Al norte con San Sebastián de Yalí, Al sur con La Trinidad. Al oeste con Estelí, Al este con San Rafael del Norte.</b>
<b>Población</b>	<b>7,281</b>

Fuente: (INIDE, 2008)

### 1.3. Ubicación de la empresa



Ilustración 10 Tomado de Google mapa en fecha julio 25 del 2019.

Esta ubicación es idónea porque existen factores que favorecen la instalación de la planta. Se destacan en este estudio los siguientes, obtenidos mediante el método cualitativo por puntos:

Tabla 11. Importancia de los factores para la ubicación

N°	Factores	Porcentaje
1	Punto de reunión de la población cercano	30%
2	Calle bastante circulada por automóviles	20%
3	Fácil de recordar su dirección	10%
4	Ubicación céntrica	20%
5	Disponibilidad y costo relativo del local	15%
6	Disponibilidad de servicios básicos	15%
Total		100%

Fuente: Elaboración propia.

Se designó un peso a cada uno de los factores que inciden en la decisión de la ubicación del proyecto, se estableció el peso dentro de un rango de 0 a 10.

Tabla 12. Puntaje por barrio.

Factor	Porcentaje	Calificación			Calificación ponderada		
		Bo. La Concordia	Bo. Cantagallo	Bo. Los Calpules	Bo. La Concordia	Bo. Cantagallo	Bo. Los Calpules
1	30%	9	6	7	2.7	1.8	2.1
2	20%	9	5	9	1.8	1	1.8
3	10%	8	5	9	0.8	0.5	0.9
4	20%	9	4	7	1.8	0.8	1.4
5	15%	7	6	7	1.05	0.9	1.05
6	15%	9	6	8	1.35	0.9	1.2
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>51</b>	<b>32</b>	<b>47</b>	<b>9.5</b>	<b>5.9</b>	<b>8.45</b>

Fuente: Elaboración propia

Se determinó por medio este método que la micro empresa estará ubicada en el barrio La Concordia a 50 metros del parque central de La Concordia y a 350 metros de la carretera principal a Jinotega.

#### 1.4. Determinación del tamaño óptimo de la empresa

La demanda que el producto blusas y camisas Mooncloth propone captar es el 30% de la demanda potencial existente en el mercado del municipio de La Concordia, por ende, la capacidad instalada estará en función a la demanda existente, la cual es de 781 camisas y 629 blusas unidades mensuales a producir.

#### 1.5. Determinación de las capacidades en maquinaria

Capacidad de costura de las telas

Es la facilidad que presenta un tejido para ser cosido. fruncidos, arrugas, pliegues pueden considerarse condiciones del modelo. Por lo tanto, la capacidad de costura de una tela incluye la posibilidad de coserlas con:

- 1) Diferentes efectos para distintos modelos.
- 2) Ausencia de distorsiones(arrugas).
- 3) Ausencia de rotura de las fibras expuestas(deshilachado).

La capacidad de costuras de las telas tiene aspectos cuantitativos, así como cualitativos.

Algunas máquinas no pueden coser ciertas fibras sintéticas sin efecto de fusión al trabajar a su régimen máximo. Puede fusionar a 2500 rpm. a pesar de poder rendir perfectamente a 5000 rpm. Esto mismo se puede aplicar a otras distorsiones, así como para la rotura de fibras. Cuanto más baja sea la velocidad de la maquina con la que se debe coser para obtener la calidad buscada más baja será la medida cuantitativa de capacidad de costura de la tela para ese aspecto.

La mayoría de las máquinas de coser requieren constante atención del operario durante su ciclo de trabajo. Los elementos componentes del ciclo y que son objeto de atención son:

- 1) Posicionado de la tela.
- 2) Guiar la tela
- 3) Acelerar la máquina.
- 4) Desacelerar la máquina.
- 5) Sacar la tela.

Ese incremento, medido en la capacidad del operario en tiempo requerido, entre telas, indicaran una diferencia cuantitativa de la capacidad de costura de ambas telas.

Toda tela debe ser ensayada, a los efectos de determinar su capacidad de costura, por los industriales de la confección, al recibir la pieza de muestra.

## 1.6. Requerimiento de materia prima para una producción mensual.

Tabla 13. Tabla de consumo al mes para blusas

Consumo materia prima para blusas		Consumo Hilo para blusas	
Y 1 =Mt 0.9144		Hilo de la aguja	9
Tela gastada( <b>yardas</b> )	1.4	Hilo de corchete	8
Hilo gastado( <b>Yardas</b> )	9.52	Total aguja consumido	3
Tiempo para blusas	18.32	Hilo corchete consumido	2.67
Hilo grande 800 mts	6.84	Hilo total aguja consumido	4.2 Yardas
Total tela gastada al mes	880.35	Hilo total corchete consumido	3.73 Yardas
Botones gastados	0	Hilo total	7.93 Yardas
Produccion Semanal	157	Hilo total mas factor de perdida	9.52 Yardas
Produccion Mensual	629		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14. Tabla de consumo al mes para camisas

Consumo materia prima para camisas		Consumo Hilo para camisas	
Y 1 =Mt 0.9144		Hilo de la aguja	9
Tela gastada( <b>yardas</b> )	1.6	Hilo de corchete	8
Hilo gastado( <b>Yardas</b> )	10.88	Total aguja consumido	3
Tiempo para blusas	14.75	Hilo corchete consumido	2.67
Hilo grande 800 mts	9.71	Hilo total aguja consumido	4.8 Yardas
Total tela gastada al mes	1249.63	Hilo total corchete consumido	4.27 Yardas
Botones gastados por unidad	11	Hilo total	9.07 Yardas
Producción Semanal	195	Hilo total mas factor de perdida	10.88 Yardas
Producción Mensual	781		

Fuente: Elaboración propia.

Tablas representan la cantidad de consumo al mes que se generan para las blusas y camisas lo cual toma como resultado que al mes cada trabajador produce 629 blusas y 781 camisas eso se toma en cuenta la complejidad de elaboración de cada quien lo cual modifica el tiempo del proceso para finalización del producto.

Las líneas de trabajo constan de 6 obreros lo cual cumplen con funciones múltiples.

### **Consumo de hilo**

Es muy importante saber la cantidad de hilo que se consume en un producto de forma que usted pueda:

- 1) Estimar la cantidad de conos necesarios
- 2) Calcular el costo del hilo necesario para el producto terminado.

El consumo del hilo se puede determinar de varias formas.

Para calcular la cantidad de hilo en una costura, se puede:

- Medir la cantidad actual de hilo consumido en una longitud específica de la costura.
- Calcular el consumo de hilo por medio de fórmulas matemáticas basadas en el grosor de la costura y la cantidad de puntadas por pulgada.
- Calcular el consumo del hilo, usando el estimado de consumo individual del mismo.

Para el consumo de las blusas y camisas se calcula del mismo método solo varía la cantidad de tela consumida, como ejemplo se tomó el cálculo de hilo para blusas que utilizan 1,4 yardas de tela.

Hilo de la aguja =  $9/3 = 3$  pulgadas de hilo de la aguja por pulgada de costura.

Hilo del corchete =  $8/3 = 2.67$  pulgadas del hilo del corchete por pulgada de costura.

Total, del hilo de la aguja consumido = factor 3 \* 1.4 yardas = 4.2 yardas

Total, del hilo del corchete consumido = factor 2.67 X 1.17yardas = 3.73 yardas

Hilo Total =  $4.2 + 3.73 = 7.93$  yardas por costura.

Generalmente, de un 15 a un 20% de factor de desperdicio es agregado debido a desviaciones, rupturas de hilo, reparaciones, etc.

Si se ha seleccionado un factor de desperdicio del 20% entonces:

7.93 yardas/costura \* 1.20 = 9.52 yardas/costura incluyendo el 20% del factor de desperdicio.

Para determinar el tiempo de elaboración para las blusas y las camisas se utilizó una fuente primaria, en cual se entrevistó a la propietaria de la empresa textiles en “La Fe”, ubicada en Jalapa. Se hicieron observaciones del tiempo promedio que tardan los operarios en la producción, los cuales poseen una experiencia de 12 años en el mercado.

Para botones se determinó de igual forma de que lo anterior observamos que en las camisas tienen un promedio de 12 botones, utilizado para blusas es ronda la yarda claramente va a determinarse por el tipo de estilo que el modista determinar en fabricar.

Para determinar la información del resto del cuadro solo se multiplican por cantidades, las horas laborales, 48 horas de trabajo semanal, según la ley de Nicaragua.

### **Descripción técnica del producto**

La camisa es una prenda de vestir que, combinado con diferentes elementos, otorgan un número infinito de modelos y diseños de camisas. Los elementos que mayormente se diferencian en una camisa son: el cuello, las mangas, los botones y los bolsillos.

La blusa es una prenda de vestir femenina generalmente de tela fina en la cual incorpora elementos como el cuello, mangas y botones, estos elementos combinados dan origen a diferentes estilos.

A continuación, se puede observar las características de las camisas y blusas

Tabla 15. Descripción de camisa

Nombre	Camisa
<b>Descripción</b>	Prenda de vestir elaborada con diferentes elementos (manga, cuello, botones y bolsillos) la cual será de un color solido en diferentes presentaciones y puede incluir diseños elaborados o logos y marcas personalizadas a gusto del cliente.
<b>Composición</b>	Tela de 100% algodón
<b>Características</b>	Color: blanco, azul, amarillo, rojo, a preferencia del cliente. Diseño: diseños elaborados, diseño simple, diseño personalizado. Cuello: cuello americano simple. Manga: corta, larga, 3/4. Bolsillo: con bolsillo, sin bolsillo Talla: XS, S, M, L, XL.
<b>Empaque y presentación</b>	Bolsita plástica de empaque de color transparente

Fuente: Datos obtenido de las

Tabla 16. Descripción técnica de blusa

Nombre	Blusa
<b>Descripción</b>	Prenda de vestir elaborada con diferentes elementos (manga, cuello, botones y bolsillos) la cual será de un color solido en diferentes presentaciones y puede incluir diseños elaborados o logos y marcas personalizadas a gusto del cliente.
<b>Composición</b>	Tela de 100% algodón
<b>Características</b>	Color: blanco, azul, amarillo, rojo, a preferencia del cliente. Diseño: diseños elaborados, diseño simple, diseño personalizado. Cuello: cuello alado, cuello Chelsea, cuello corbata Manga: corta, larga, 3/4, desmangadas, tirantes Bolsillo: con bolsillo, sin bolsillo Tallas: XS, S, M, L, XL.
<b>Empaque y presentación</b>	Bolsita plástica de empaque de color transparente

Fuente: Datos obtenido de las

## 1.7. Tecnología

Al ser una micro empresa se optó por una máquina de coser semi industrial de la marca Singer, dicha marca es una empresa estadounidense de fabricación de máquinas de coser de buen renombre a nivel mundial.

El modelo elegido es la máquina de coser semi industrial Singer 4452 que está especialmente diseñada para el uso profesional, permitiendo ser utilizada varias horas al día sin que dañe.



*Ilustración 16 máquina de coser Singer 4452.*



*Ilustración 17 máquina de coser Singer 4452.*

A continuación, se detallan las características de la máquina de coser semi industrial Singer 4452 (ver anexo 5):

- ✓ 32 puntadas incorporadas: 6 puntadas básicas, 7 puntadas elásticas, 18 puntadas decorativas, 1 ojal.
- ✓ Hilo de aguja automático: después de enhebrar sin esfuerzo la máquina, esta función enrosca automáticamente el ojo de la aguja sin fatiga visual o frustración.
- ✓ 1,100 puntadas por minuto: Sews más rápido que una máquina de coser estándar.
- ✓ Motor 60% más fuerte: un motor más fuerte que las máquinas de coser estándar le permite coser a través de tejidos pesados con facilidad.
- ✓ Placa de cama de acero inoxidable: la tela se desliza fácilmente a través del brazo de la máquina.
- ✓ Bobina Drop-in superior: la práctica canilla de inserción es fácil de insertar, eliminar y controlar el suministro de hilo.
- ✓ Ojal totalmente automático de 1 paso: hermosos ojales automáticamente en 1 sencillo paso

- ✓ Pies prensa telas ajustables: lanzamiento rápido para prensa telas fáciles de poner y sacar sin prisas
- ✓ Bastidor de metal resistente: el soporte rígido mantiene todos los mecanismos en alineación perfecta para coser sin saltos.
- ✓ Almacenamiento en la placa: el almacenamiento de los accesorios en la cama de costura extraíble significa que los accesorios siempre son prácticos.
- ✓ Brazo libre Proporciona resultados profesionales al ofrecer un acceso fácil a los puños, los cuellos, los dobladillos y otras áreas difíciles de alcanzar.
- ✓ Elevador de pie extra prensa telas: ofrece más espacio para múltiples capas de tejido voluminoso debajo de la prensa telas
- ✓ Control de presión del pie de la prensa telas ajustable: cosa de tela liviana a pesada con facilidad ajustando la presión de la prensa telas.
- ✓ Ancho de puntada de hasta 6 mm: las puntadas decorativas y satinadas se pueden ajustar a 6 mm de ancho, lo que hace que el diseño sea más audaz y más pronunciado.
- ✓ Tres posiciones de aguja: la posición de la aguja se puede cambiar para proyectos individuales, como la inserción de cremalleras o cintas y pespunte.
- ✓ Reversa automática: costura automática en reversa que refuerza las puntadas.
- ✓ Longitud de puntada ajustable ajuste la longitud de puntada deseada con solo girar el dial
- ✓ Accesorios incluidos: pie de uso múltiple, pie de cremallera, pie de ojal, pie de costura del botón, cepillo Ripper / pelusa de costura, guía de acolchado, agujas, bobinas, destornillador, pin de carrete auxiliar, fieltro de carrete, cubierta de polvo de lados suaves
- ✓ BONUS Heavy Duty Accesorios incluidos: incluso alimentación / pie que camina, pie antiadherente, placa de separación, agujas de servicio pesado - Tamaño 16

De igual manera se optó por la marca COSTWAY para las mesas de las máquinas de coser, las cuales presentan gran comodidad y gran adaptabilidad a las máquinas de coser para hacer que esta labor sea más fácil.



Ilustración 18. Mesa para máquina de coser.

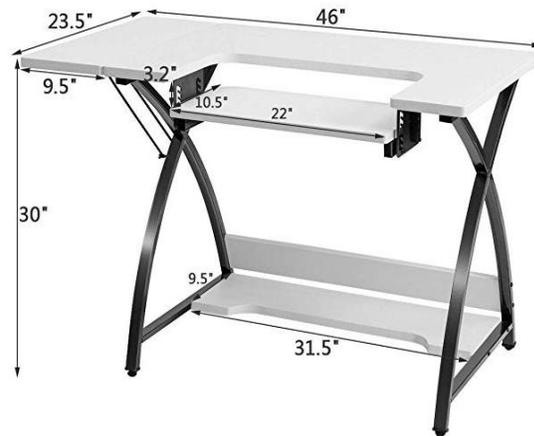


Ilustración 19. Mesa para máquina de coser.

A continuación, se detallan las características de la mesa para las máquinas de coser:

- ✓ Mueble de costura estilo mesa.
- ✓ El diseño combina una estación de costura con un escritorio de ordenador.
- ✓ Construcción de alta calidad que añade durabilidad y estabilidad.
- ✓ El estante lateral y el estante inferior proporcionan almacenamiento y una amplia área de trabajo.
- ✓ Plataforma desplegable con 6 posiciones ajustables.
- ✓ Plataforma ajustable a tu preferencia.
- ✓ Con una superficie fácil de limpiar, fácil de limpiar.
- ✓ Necesita montaje.
- ✓ Especificaciones:
- ✓ Material: MDF + PVC, acero.
- ✓ Color: blanco.
- ✓ Peso: 77.2 libras.
- ✓ Capacidad de peso: 299.8 libras.
- ✓ Dimensiones totales: 46.0 x 23.6 x 30.0 in (largo x ancho x alto).
- ✓ Dimensiones de la plataforma desplegable: 22.0 x 10.3 in (LXW).
- ✓ Altura desplegable: 3.5 in.
- ✓ Estante lateral plegable: 23.6 x 9.4 in (largo x ancho).

Para el área de planchado se optó por la marca Steamfast con su máquina de planchar industrial modelo Steamfast SF-623 con la cual se logra ahorrar tiempo en el planchado de las camisas y blusas.



Ilustración 20. Máquina de planchar Steamfast Sf-62.



Ilustración 21. Máquina de planchar Steamfast SF-62.

A continuación, se detallan las características de la máquina de planchar industrial:

- ✓ Satisfacción garantizada, respaldada por dos años de garantía y soporte gratis por nuestro servicio al cliente.
- ✓ Tiempo de calentamiento rápido: un tanque de agua fácil de llenar de 5.07 onzas se calienta en 3 minutos, la prensa de vapor se apaga automáticamente si se deja inactivo durante períodos prolongados.
- ✓ Múltiples configuraciones de tela: 5 configuraciones de tela (nylon, seda, lana, algodón, lino), dos botones de explosión de vapor ubicados en el mango producen una potente explosión de vapor.
- ✓ Superficie de vapor: la superficie de presión antiadherente mide 20 x 8 pulgadas, el tamaño de la mesa con la función de bloqueo de prensa permite un transporte y almacenamiento más fáciles.
- ✓ Equipado para el trabajo: los accesorios incluyen una botella de spray, un cojín de presión y una taza de medir para ayudar en el proceso de prensado.

## 1.8. Proceso productivo

 Diseño y dibujo

① Crear diseño de blusas o camisas

 Transportar a mesa de corte

 Material

② Buscar de material en almacén

③ Dibujar diseño de blusas o camisas en la tela

 Transportar mesa de corte

 Mesa de corte y medidas

④ Cortar cuerpo de blusas o camisas

⑤ Cortar cuellos y mangas

 Inspeccionar

 Transportar a costura

 Costura

⑥ Costurar cuerpo de blusas o camisas

⑦ Costurar manga y cuello

⑧ Costurar botones

 Inspeccionar

 Decisión, si tiene mancha, limpieza, antes de planchar

⑨ Limpieza

⑩ Planchar

 Transportar a almacén

 Almacén

 Almacenar

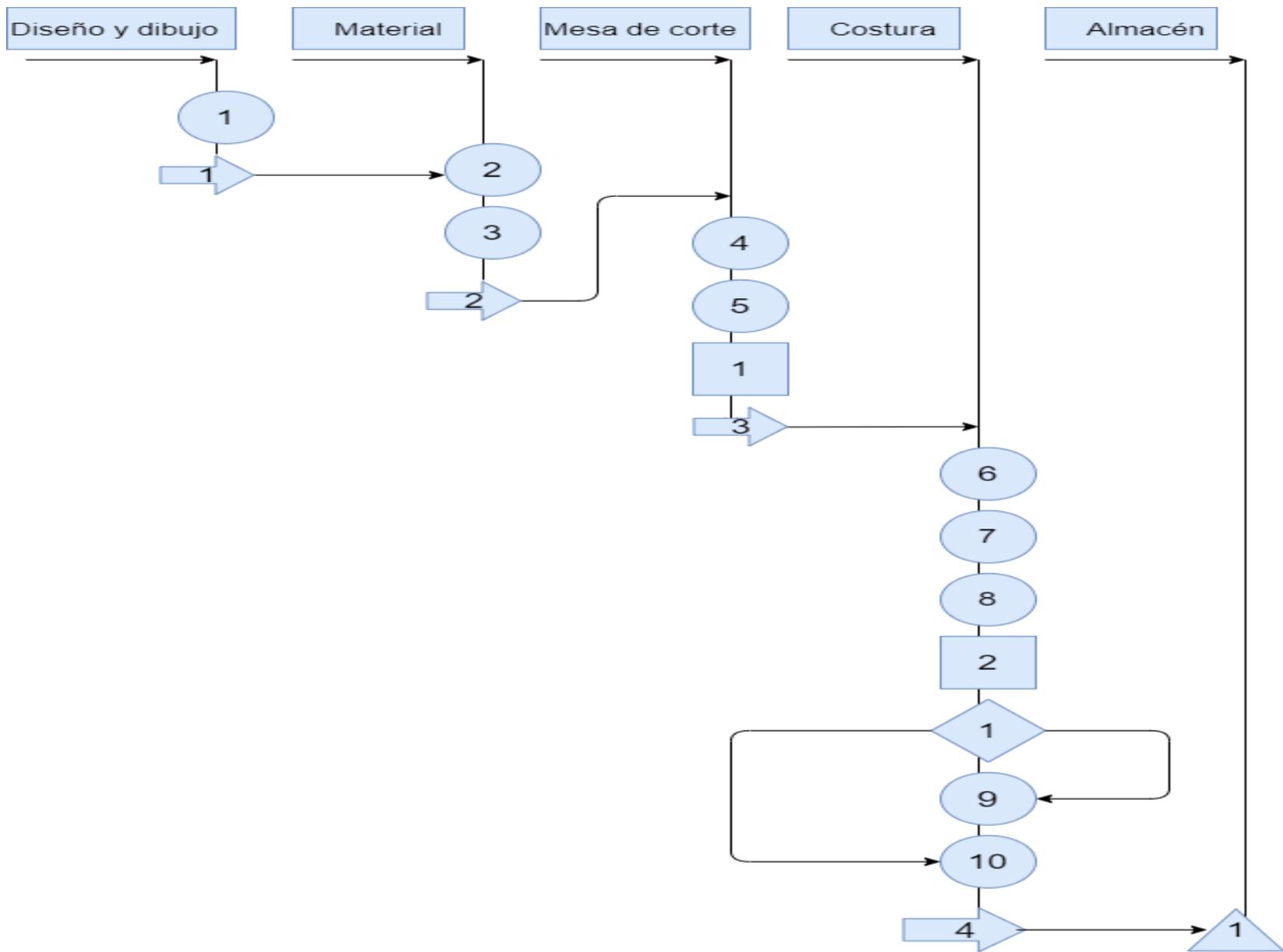


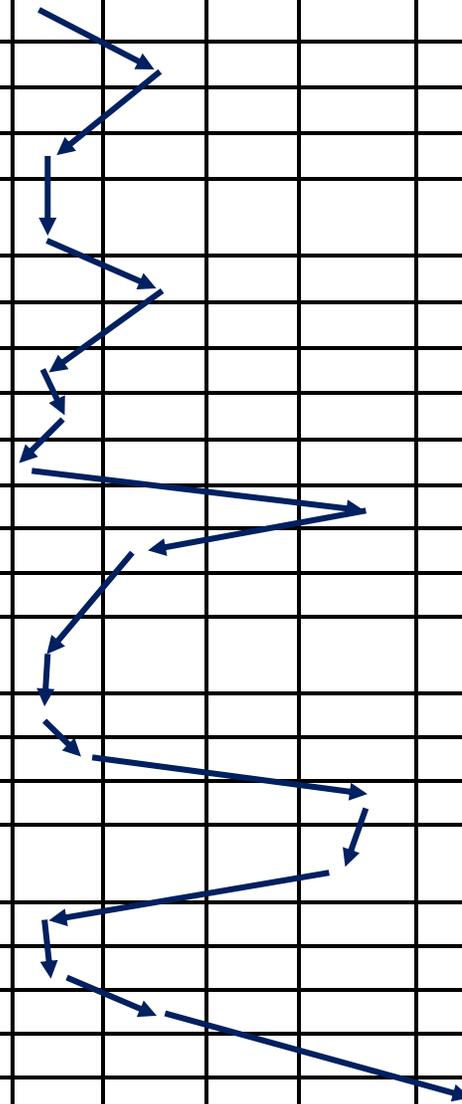
Ilustración 22 Diagrama de proceso productivo .

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17. Cursograma analítico.

Curso grama analítico		Operario/Materia/Equipo								
Diagrama Núm. 1 Hoja número 1 de 1		Resumen								
Objeto: Camisas o Blusas		Actividad			Actual		Propuesta	Economía		
<b>Actividad:</b> Diseño y dibujo, Material, Mesa de corte y medidas, Costura y finalización		<b>Operación</b>								
		<b>Transporte</b>								
		<b>Decisión</b>								
		<b>inspección</b>								
		<b>Almacenamiento</b>								
<b>Lugar:</b> Empresa Mooncloth		<b>Distancia</b>								
<b>Operarios:</b>		<b>Tiempo</b>								
<b>Compuesto:</b>	Fecha:	Costo Mano de obra Material								
Aprobado por:	Fecha:	<b>Total</b>								
<b>Descripción</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Distancia</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Símbolo</b>					<b>Observaciones</b>
										

<b>Diseño y dibujo</b>									
Crear diseño de blusas o camisas									
Transportar a mesa de corte									
<b>Material</b>									
Buscar de material en almacén									
Dibujar diseño de blusas o camisas en la tela									
Transportar mesa de corte									
<b>Mesa de corte</b>									
Cortar cuerpo de blusas o camisas									
Cortar cuellos y mangas									
Cortar encajes									
Inspeccionar									
Transportar a costura									
<b>Costura &amp; finalización</b>									
Costurar cuerpo de blusas o camisas									
Costurar manga y cuello									
Costurar encaje o botones									
Revisión									
Decisión, si tiene mancha, limpieza, antes de planchar									
Limpieza									
Planchar									
Transportar a almacén									
<b>Almacén</b>									
Almacenar									



Fuente: Elaboración propia.

### **1.9. Mobiliario y equipo**

Comprendiendo todos los aspectos que conllevan las especificaciones del proyecto, la inversión en mobiliario y equipo son todos aquellos rubros que intervendrán en la operación normal del proyecto, mediante la cotización con diferentes proveedores y fabricantes de estos recursos para minimizar los costos del proyecto, sin perder calidad de los mismos. Generalizando, la inversión en mobiliario y equipo comprenderá los siguientes rubros:

#### **1.10. Mobiliario y equipo aplicable al proyecto**

En este apartado se menciona el mobiliario y equipo que se aplica a la micro empresa textil para su correcta operación y más adelante se detallara cada uno de ellos, entre los cuales tenemos:

- Muebles y equipo de oficina.
- Equipo de reparto.
- Maquinaria y equipo de producción.
- Equipo auxiliar.
- Material publicitario.

#### **1.11. Especificaciones del equipamiento.**

En este punto se muestran con detalle los recursos necesarios en equipamiento para la operación de la micro empresa textil, de igual manera, el monto de inversión requerida, expresado en el siguiente balance de equipamiento, con la tasa de cambio oficial de \$1 a C\$33.20 al mes de julio 2019:

Tabla 18. Especificaciones del equipamiento

Balance de Mobiliario y Equipo					
N°	Partida	Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
1	Muebles y equipo de oficina	Escritorio	3	C\$ 5,644	C\$ 16,932
		Archivador	2	C\$ 5,312	C\$ 10,624
		Papelera	6		
		Impresora	1	C\$ 3,984	C\$ 3,984
		Sillas de escritorio	6	C\$ 1,328	C\$ 7,968
		Computadoras portátiles	3	C\$ 12,026.7	C\$ 36,080.1
2	Equipo de reparto	Moto mensajera	1	C\$ 11,620	C\$ 11,620
3	Maquinaria y equipo de producción	Máquina de coser marca Singer Modelo 4452	3	C\$ 5,577.6	C\$16,732.80
		Mesa de corte (2.5 x 1.10)	2	C\$ 6,786.08	C\$ 13,572.16
		Mesa para máquina de coser	2	C\$ 2,822	C\$ 5,644
		Tijeras	5	C\$ 431.6	C\$ 2,158
4	Equipo Auxiliar	Kit de Limpieza (lampazo, escoba, aromatizantes, desinfectantes)	1	C\$ 398.4	C\$ 398.4
		Botiquín de primeros auxilios	1	C\$ 1,687.556	C\$ 1,687.556
<b>Inversión total en mobiliario y equipo</b>			<b>41</b>	<b>C\$57,618</b>	<b>C\$127,401</b>

Fuente: Elaboración propia.



Se tomó el diseño presentado como el objetivo de distribución de planta por dos factores, el cual el primero es por el tipo de local alquilado se adapta a las condiciones establecidas por necesidades de la empresa, el segundo factor es debido a una línea directa por cada área de la producción.

La distribución de planta obedece a una producción por procesos, en donde cada área está distribuida para seguir el flujo del proceso de producción desde el área de diseño, almacén materia prima, área de dibujo y corte, área de costura, área de planchado, área de empaque y almacén producto terminado. Además, incluye el área de administración y ventas, distribuidas de manera estratégica.

### Capítulo III. Análisis organizacional

El análisis organizacional se realizó con el objetivo de detallar la estructura, las funciones del personal y su descripción de cargo que requiere la micro empresa.

#### 3.1. Enunciados estratégicos

Todo emprendimiento debe enfatizar el los enunciados de misión, visión y valores con sus colaboradores, lo que clarifica el propósito y los objetivos principales y medibles de la organización, porque dan dirección al comportamiento del empleado y ayudan a proveer inspiración.

#### Visión

Ser la mayor empresa en la fabricación y comercialización de blusas y camisas en el mercado nacional y ser reconocida por la calidad humana y profesional de nuestra gente, apoyando de esta manera el desarrollo del sector textil.

#### Misión

Constituimos una empresa líder en la fabricación y comercialización de blusas y camisas, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes y brindándoles un producto de calidad y con un excelente servicio.

#### Valores y Principios

Tabla 19. Valores y principios

Valor	Principios
Respeto mutuo.	Transparencia.
Compañerismo.	Excelencia.
Calidad.	Compromiso.
Trabajo en equipo.	Innovación en procesos.
Seguridad laboral.	Humanidad.
Espíritu emprendedor.	Nuevas Ideas
Compromiso con el cliente.	Ser sociable.

Fuente: Elaboración propia

### 3.2. Recursos Humanos

La mano de obra es un importante recurso en la realización de un proyecto. Por tal cual, es de suma importancia identificar y cuantificar el tipo de personal que el proyecto requiere; así como determinar el costo de la mano de obra.

De igual manera, se presentará un balance de personal que resuma la información correspondiente a la mano de obra requerida y al cálculo de los costos que esta implica para el proyecto.

### 3.3. Balance de personal

Para establecer estos salarios fijos se tomó como referencia el salario mínimo estipulado por la Ley 625, Ley de Salario Mínimo para la Industria Manufacturera. También se estipula que a partir del primero de septiembre de 2018 al veintiocho de febrero de 2019 habrá un incremento del 5.20 % sobre el salario mínimo. (MITRAB)

Tabla 20 Salarios mínimos y real.

BALANCE DE PERSONAL		
	Salario mínimo básico mensual	Salario Mensual
<b>Gerente General</b>	C\$5,615.75	C\$12,000
<b>Diseñador</b>	C\$5,615.75	C\$10,000
<b>Control de calidad</b>	C\$5,615.75	C\$8,000
<b>Contador</b>	C\$5,615.75	C\$10,000
<b>Recursos humanos</b>	C\$5,615.75	C\$6,000
<b>Transportador</b>	C\$5,615.75	C\$6,000
<b>Cortador</b>	C\$5,615.75	C\$6,000
<b>Dibujador de patronaje</b>	C\$5,615.75	C\$6,000
<b>Planchador</b>	C\$5,615.75	C\$6,000
<b>Costurador de cuerpo</b>	C\$5,615.75	C\$6,000
<b>Costurador de cuello y manga</b>	C\$5,615.75	C\$6,000
<b>Vendedor</b>	C\$5,615.75	C\$6,000
<b>TOTAL</b>	<b>C\$56,157.75</b>	<b>C\$88,000</b>

Fuente: Elaboración propia.

### 3.4. Organización y administración de la empresa

Un organigrama horizontal o vertical como el presentado son conocidos como diagrama de organizativo o gráfico de jerarquía, es un esquema que se utiliza para organizar una empresa, actividad o entidad. Del mismo modo, se puede utilizar para poder nombrar la representación gráfica de las operaciones que se llevan a cabo en un determinado proceso industrial e informático. (Riquelme, 2019)

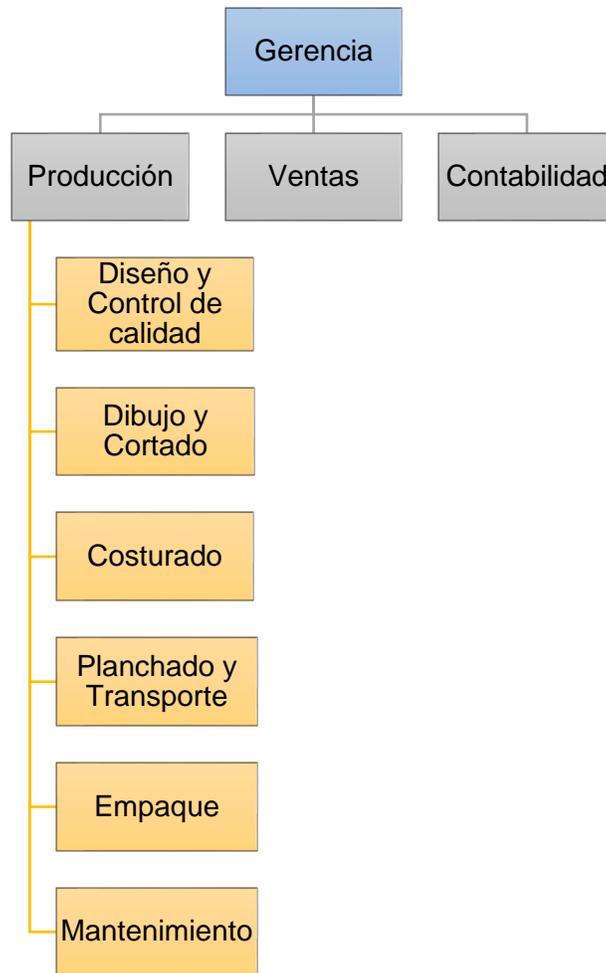


Ilustración 27. Organigrama

Fuente: Elaboración propia.

### 3.5 Ficha ocupacional

Tabla 21 Ficha ocupacionales de gerente

<b>MOONCLOTH</b>	
<b>Versión:</b> M_001	
Cargo	Gerente General
Departamento	Administrativo
Reporta a	Junta Directiva
Supervisa a	Instancias Funcionales
Objetivo del cargo	
<p><b>Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.</b></p> <p><b>Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.</b></p> <p><b>Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta</b></p>	
Funciones principales	
<p><b>Planeación:</b> Formular objetivos y determinar medios para alcanzarlos.</p> <p><b>Organización:</b> Diseñar el trabajo, asignar los recursos y coordinar las actividades.</p> <p><b>Dirección:</b> Asignar personas responsables, dirigir las actividades, motivarlas, liderarlas y comunicarlas.</p> <p><b>Control:</b> Monitorear las actividades y corregir los desvíos, una vez que todo está en marcha, una de las funciones de un gerente es la supervisión. Validar, verificar y ofrecer retroalimentación.</p> <p><b>Liderar:</b> en esa misma línea, cabe destacar que un profesional en esta posición necesita hacer algo más que planear, organizar y supervisar.</p>	
Perfil del cargo	
a) Grado de Instrucción y Experiencia.	<p><b>Intelectuales:</b> Administración de empresas.</p> <p><b>Experiencia:</b> 5 años de experiencias en puestos similares.</p>
b) Grado de Requisito Físico necesario.	Solamente esfuerzo visual y mental.
c) Grado de Condiciones Laborales	<p><b>Ambiente:</b> Oficina acondicionada.</p> <p><b>Seguridad:</b> Peligrosidad Nula.</p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 22 Ficha ocupacional de contador

MOONCLOTH		
Versión: <b>M_002</b>		
Cargo	Contador	
Departamento	Administrativo	
Reporta a	Gerente	
Supervisa a	N/A	
Objetivo del cargo		
<b>Realizar las operaciones de la gestión administrativa de compraventa de productos y servicios, tesorería y personal.</b>		
Funciones principales		
Realizar los registros contables predefinidos, con previa obtención y procesamiento y archivo de la información necesaria mediante los soportes convencionales o informáticos adecuados, siguiendo instrucciones definidas, en condiciones de seguridad, respeto a la normativa vigente y atendiendo a criterios de calidad definidos por la organización tales como: <b>Crear estados financieros.</b> <b>Declarar impuestos.</b> <b>Preparar nóminas de pago.</b> <b>Realizar la contabilidad de costes.</b>		
Perfil del cargo		
a) Grado de Instrucción y Experiencia.	Intelectuales: Contabilidad y Finanzas o carreras afines. Experiencia: 2 años de experiencias en puestos similares.	
b) Grado de Requisito Físico necesario.	Solamente esfuerzo visual y mental.	
c) Grado de Condiciones Laborales	Ambiente: Oficina acondicionada. Seguridad: Peligrosidad Nula.	

Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 23 Ficha ocupacional de diseñador modista

MOONCLOTH		
Versión: <b>M_003</b>		
Cargo	Diseñador & control de calidad.	
Departamento	Producción	
Reporta a	Gerente	
Supervisa a	Cortador & Dibujador de croquis.	
Objetivo del cargo		
<b>Diseño de las blusas y camisa de acuerdo a las especificaciones del cliente</b> <b>Mantener en seguimiento las tendencias de moda.</b> <b>Planificar las temporadas de producción.</b>		
Funciones principales		
<b>Diseñar, patrona<sup>1</sup>, crea prototipos, elije tejidos, corta, ajusta, confecciona cuando es un producto nuevo.</b> <b>Mejorar la productividad de los empleados, a través de una correcta gestión.</b> <b>Verificar que el producto final cumpla con las especificaciones de diseño de acuerdo a las expectativas del cliente.</b> <b>Desarrollar un uso óptimo de los recursos.</b> <b>Obtener una adecuada rentabilidad de cada actividad realizada.</b> <b>Desarrollar constantemente a los empleados de manera integral.</b> <b>Monitorear las actitudes de los subordinados.</b> <b>Contribuir a mejorar las condiciones laborales.</b>		
Perfil del cargo		
a) Grado de Instrucción y Experiencia.	Intelectuales: Diseñador de moda o carreras afines. Experiencia: 5 años de experiencias en puestos similares.	
b) Grado de Requisito Físico necesario.	Solamente esfuerzo visual y mental.	
c) Grado de Condiciones Laborales	Ambiente: Oficina acondicionada. Seguridad: Peligrosidad leve.	

Fuente: Elaboración propia.

<sup>1</sup> El **patronaje** es el sistema de organización de la construcción de una prenda de vestir, consistente en desglosar por piezas separadas las diferentes áreas del cuerpo humano a vestir, de forma y manera que cada pieza de tela se adapte a esa área

Tabla 24 Ficha ocupacional de cortador & dibujador de croquis

Descripción del cargo		
Cargo	Cortador & Dibujador de croquis	
Departamento	Producción	
Reporta a	Diseñador	
Supervisa a	N/a	
Objetivo del cargo		
<b>Seguir normas de seguridad de la empresa</b>		
<b>Realizar funciones que el diseñador indique</b>		
Funciones principales		
<b>Cortar en tiempo y forma las partes de las prendas asignadas.</b> <b>Utilizar correctamente el patronaje con la cantidad de tela debida.</b> <b>Tener disciplina en su cargo.</b> <b>Mantener el ambiente laboral tranquilo.</b> <b>Obedecer cualquier orden que se le indique mientras se encuentre en su rango laboral.</b>		
Perfil del cargo		
a) Grado de Instrucción y Experiencia.	Intelectuales: Conocimientos en costura y manufactura. Experiencia: 0 años de experiencias en puestos similares.	
b) Grado de Requisito Físico necesario.	Leve esfuerzo físico, esfuerzo visual.	
c) Grado de Condiciones Laborales	Ambiente: Oficina acondicionada. Seguridad: Peligrosidad leve-media.	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 25 Ficha ocupacional de planchador & transportador

MOONCLOTH		
Versión: <b>M_007</b>		
Cargo	Planchador, transportador & Empacador	
Departamento	Producción	
Reporta a	Diseñador	
Supervisa a	N/a	
Objetivo del cargo		
<b>Seguir normas de seguridad de la empresa.</b> <b>Realizar funciones que control de calidad indique.</b>		
Funciones principales		
<b>Planchar en tiempo y forma las prendas terminadas.</b> <b>Transportar material terminado según área de línea de trabajo.</b> <b>Transportar materia prima a áreas indicadas por el diseñador.</b> <b>Tener disciplina en su cargo.</b> <b>Mantener el ambiente laboral tranquilo.</b> <b>Obedecer cualquier orden que se le indique mientras se encuentre en su rango laboral.</b> <b>Empacar el producto terminado</b>		
Perfil del cargo		
a) Grado de Instrucción y Experiencia.	Intelectuales: conocimientos en empaque y embalaje. Experiencia: 0 años de experiencias en puestos similares.	
b) Grado de Requisito Físico necesario.	Leve esfuerzo físico, esfuerzo visual.	
c) Grado de Condiciones Laborales	Ambiente: Oficina acondicionada. Seguridad: Peligrosidad leve.	

Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 26 Ficha ocupacional de costurador.

MOONCLOTH		
Versión: <b>M_008</b>		
Cargo	Costurador	
Departamento	Producción	
Reporta a	Supervisor	
Supervisa a	N/a	
Objetivo del cargo		
<b>Seguir normas de seguridad de la empresa.</b> <b>Realizar funciones que control de calidad indique.</b>		
Funciones principales		
<b>Costurar en tiempo y forma las partes terminadas asignadas.</b> <b>Tener disciplina en su cargo.</b> <b>Mantener el ambiente laboral tranquilo.</b> <b>Obedecer cualquier orden que se le indique mientras se encuentre en su rango laboral.</b>		
Perfil del cargo		
a) Grado de Instrucción y Experiencia.	Intelectuales: Conocimientos en costura y manufactura. Experiencia: 0 años de experiencias en puestos similares.	
b) Grado de Requisito Físico necesario.	Leve esfuerzo físico, esfuerzo visual.	
c) Grado de Condiciones Laborales	Ambiente: Oficina acondicionada. Seguridad: Peligrosidad leve.	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 27 Ficha ocupacional de vendedor.

MOONCLOTH		
Versión: <b>M_011</b>		
Cargo	Ventas	
Departamento	Ventas	
Reporta a	Contador	
Supervisa a	N/a	
Objetivo del cargo		
<b>Captar nuevos clientes, lograr determinados volúmenes de venta, mantener o mejorar la participación en su zona de ventas, generar una determinada utilidad o beneficio.</b>		
Funciones principales		
<b>Establecer un nexo entre el cliente y la empresa</b> <b>Contribuir activamente a la solución de problemas de mercado (necesidades y deseos insatisfechos, falta de asesoramiento para el correcto lavado del producto, falta de una adecuada información acerca de lo que el producto)</b> <b>Integrarse a las actividades de mercadotecnia de la empresa</b> <b>Administrar página de Facebook para administración de publicidad.</b>		
Perfil del cargo		
a) Grado de Instrucción y Experiencia.	Intelectuales: Estudio superiores o técnico en carreras afines, Marketing y publicidad, Conocimiento básico de tecnología de teléfonos celulares. Experiencia: 3 años de experiencias en puestos similares.	
b) Grado de Requisito Físico necesario.	Leve esfuerzo físico, esfuerzo visual.	
c) Grado de Condiciones Laborales	Ambiente: Oficina acondicionada. Seguridad: Peligrosidad leve.	

Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 28 Ficha ocupacional de mantenimiento.

MOONCLOTH		
Versión: <b>M_012</b>		
Cargo	Mantenimiento	
Departamento	Todos	
Reporta a	Gerencia	
Supervisa a	N/a	
Objetivo del cargo		
<p><b>Un técnico de mantenimiento que asuma la responsabilidad de conservar el buen estado y funcionalidad de las instalaciones.</b>  <b>Realizarás tareas de mantenimiento de gran variedad como pintar, mantener instalaciones de climatización, paisajismo, etc.</b>  <b>Ser capaz de trabajar de manera autónoma y responsable, mediante la observación de todas las directrices de salud y de seguridad.</b>  <b>El objetivo es mantener los edificios, maquinaria y las áreas comunes en el mejor estado posible.</b></p>		
Funciones principales		
<p><b>Inspeccionar edificios y reparar sistemas mecánicos para garantizar que cumplen las normas de salud y de seguridad</b>  <b>Realizar mantenimiento de sistemas eléctricos (sustituir bombillas y enchufes, limpiar y reparar paneles de disyuntores, etc.)</b>  <b>Realizar reparaciones manuales cuando sea necesario (arreglar cerraduras, sustituir ventanas, etc.)</b>  <b>Realizar procedimientos generales de mantenimiento (p. ej., paisajismo) y otras tareas asignadas (pintura, carpintería, etc.)</b></p>		
Perfil del cargo		
a) Grado de Instrucción y Experiencia.	Intelectuales: Experiencia demostrable como técnico de mantenimiento.	
b) Grado de Requisito Físico necesario.	Esfuerzo físico, esfuerzo visual.	
c) Grado de Condiciones Laborales	Ambiente: N/a Seguridad: Peligrosidad leve.	

*Fuente: Elaboración propia.*

## **Capítulo IV. Estudio económico financiero**

El presente plan económico-financiero contempla el análisis de la totalidad de egresos e ingresos proyectados para la puesta en marcha de la microempresa Mooncloth estimando un periodo de tiempo de 5 años, con lo cual se logra una óptima evaluación de la rentabilidad de proyecto vista a través de indicadores financieros tales como: flujo de efectivo, estados de resultados, balance general y flujo neto de efectivo.

### **4.1. PIB proyección de crecimiento en ventas**

La Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Económico y Social (FUNIDES) estimó una actualización de la caída en el Producto Interno Bruto (PIB) entre un 5.4 y 6.8 por ciento este año, esto asociado con una caída del consumo, el gasto público, la inversión, las exportaciones e importaciones, reportó (Calero, 2019).

Para el cuarto trimestre del año 2017 el Producto Interno Bruto (PIB) creció de manera significativa lo cual sirvió de referencia para el crecimiento anual de este estudio. El valor agregado de la industria manufacturera mostró un crecimiento de 5.4 por ciento (5.2% en promedio anual), resultado de aumentos en la producción de carnes y pescados, azúcar, tabaco, textiles, derivados de petróleo, maquinaria y equipo, entre los más importantes (Banco Central de Nicaragua, 2017).

Para la realización de este estudio, se toman como referencia los datos de crecimiento antes de la crisis económica que enfrenta Nicaragua, debido a la mejora y proyecciones de crecimiento, esperando un incremento del 10% anual en las ventas, como se muestra a continuación.

### **4.2. Inflación**

Los costos de producción aumentan anualmente conforme a la tasa de inflación la cual es del 6.3%.

La tasa de variación anual del IPC en Nicaragua en agosto de 2019 ha sido del 6,3%, 2 décimas superior a la del mes anterior. No ha habido variación mensual del IPC, de forma que la inflación acumulada en 2019 es del 4% (DATOSMACRO, 2019).

### 4.3. Salario mínimo

Para establecer estos salarios se tomó como referencia el salario mínimo estipulado por la Ley 625, Ley de Salario Mínimo para la Industria Manufacturera. «A partir del uno de septiembre del dos mil dieciocho al veintiocho de febrero de dos mil diecinueve» (MITRAB, 2018).

Los Salarios mínimos en Nicaragua se encuentran congelados, esto quiere decir que no aumentaran hasta 2020. «El salario mínimo se mantendrá congelada hasta el próximo año, una medida que fue avalada por empresarios del sector MIPYME, sindicalistas y el gobierno» (Alvarez, 2019). Por lo anteriormente mencionado como beneficio e incentivo a los trabajadores se les incrementara el salario a partir del 4to año en un 5%.

### 4.4. Inversión inicial

La inversión total del plan de negocio es el presupuesto de capital que se necesita para llevar a cabo el presente estudio. Para obtener tal cantidad monetaria, se toma en cuenta el cálculo de la inversión fija, inversión diferida y el capital de trabajo; se requiere C\$ 743,629.58 (setecientos cuarenta y tres mil, seiscientos veintinueve con cincuenta y ocho centavos de córdoba) como capital de trabajo para operar durante los primeros tres meses de inicio como se observa en la *Tabla 29* y de la misma manera en la *Tabla 30* se muestran los detalles donde se determina que para iniciar funciones se necesitan C\$ 891,166.64 (ochocientos noventa y un mil, ciento sesenta y seis con sesenta y cuatro centavos de córdoba).

*Tabla 29. Cálculo del capital de trabajo*

<b>CFT mensuales (sin incluir la depreciación y amortización del diferido)</b>	<b>CVT mensuales</b>	<b>Costos operativos mensuales</b>
<b>58,859.17</b>	<b>189,017.36</b>	<b>247,876.53</b>
<b>Capital de trabajo en base a 3 meses</b>	<b>Total</b>	
	<b>743,629.58</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Tabla 30. Cálculo de inversión inicial

Inversión	Monto de inversión
<b>Inversión Fija</b>	
Equipo de reparto	C\$16,620.00
Mobiliario y equipo	C\$75,588.10
Maquinaria y equipo	C\$40,928.96
Herramientas de trabajo	C\$7,200.00
<b>Total Inversión Fija</b>	<b>C\$140,337.06</b>
<b>Inversión Diferida</b>	
<b>Gastos legales</b>	
Abogado	C\$1,200.00
Escritura de asociación	C\$1,000.00
Escritura de formación	C\$5,000.00
<b>Total inversión diferida</b>	<b>C\$7,200.00</b>
<b>Capital de Trabajo</b>	
<b>Total capital trabajo</b>	<b>C\$743,629.58</b>
<b>Total Inversión</b>	<b>C\$891,166.64</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.5. Amortización

En la *Tabla 30* se estableció que la inversión total del proyecto es de C\$ 891,166.64 (ochocientos noventa y un mil, ciento sesenta y seis con sesenta y cuatro centavos de córdoba). Se propone que el 30% de la inversión se obtendrá a través de una institución bancaria, por ser el monto porcentual máximo de financiamiento recibido para la inversión empresarial, por lo mismo, el 70% restante será un aporte de capital de parte de los socios de la empresa. A continuación, se detalla en la *Tabla 31* donde se muestra el monto en córdobas de cada concepto.

Tabla 31. Cálculo del financiamiento requerido

	Porcentaje	Cantidad
<b>Aporte de los socios</b>	70.00%	C\$623,816.65
<b>Financiamiento requerido</b>	30.00%	C\$267,349.99
<b>Totales</b>		<b>C\$891,166.64</b>

Fuente: Elaboración propia.

Se determinó que el financiamiento requerido será de C\$ 267,349.99 (doscientos sesenta y siete mil, trescientos cuarenta y nueve con noventa y nueve centavos de córdobas), lo cual se acredita con una tasa de interés anual de 33% en un período de tiempo de 4 años, dicho financiamiento en Nicaragua solo está abierto para PYME en algunas instituciones, con lo

cual se realizó la cotización en el Banco Avanz, (ver anexo 3), en la *Tabla 32* se encuentran consolidados los valores anuales a pagar por gastos de amortización de la deuda.

*Tabla 32. Cálculo de amortización del financiamiento*

33%

Amortización de deuda				
Periodo	Interés	Principal	Cuota	Saldo
0				C\$267,349.99
1	C\$88,225.50	C\$41,439.74	C\$129,665.23	C\$225,910.26
2	C\$74,550.38	C\$55,114.85	C\$129,665.23	C\$170,795.41
3	C\$56,362.48	C\$73,302.75	C\$129,665.23	C\$97,492.66
4	C\$32,172.58	C\$97,492.66	C\$129,665.23	C\$0.00

*Fuente: Elaboración propia.*

#### 4.6. Depreciación de los equipos

Se calculó la depreciación de los activos fijos de la empresa, los cuales son: equipo de reparto, maquinaria y equipo, mobiliario y equipo; éstos sufren un desgaste a partir de un periodo de tiempo determinado, usando el método de línea recta que toma en cuenta su vida útil y el porcentaje de depreciación, según el activo.

*Tabla 33. Depreciación de mobiliario y equipo*

Mobiliario y equipo (Computadoras)				
Año	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libro
0				C\$36,080.10
1		C\$18,040.05	C\$18,040.05	C\$18,040.05
2		C\$18,040.05	C\$36,080.10	C\$0.00
Mobiliario y equipo (Impresora)				
Año	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libro
0				C\$3,984.00
1		C\$1,992.00	C\$1,992.00	C\$1,992.00
2		C\$1,992.00	C\$3,984.00	C\$0.00
Mobiliario y equipo (Escritorios, archivadores, sillas)				
Año	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libro
0				C\$35,524.00
1		C\$7,104.80	C\$7,104.80	C\$28,419.20
2		C\$7,104.80	C\$14,209.60	C\$21,314.40
3		C\$7,104.80	C\$21,314.40	C\$14,209.60
4		C\$7,104.80	C\$28,419.20	C\$7,104.80
5		C\$7,104.80	C\$35,524.00	C\$0.00

*Fuente: Elaboración propia.*

Tabla 34. Depreciación de maquinaria y equipo

<b>Maquinaria y Equipo (Máquinas de coser)</b>				
<b>Año</b>	<b>Costo del activo</b>	<b>Depreciación anual</b>	<b>Depreciación Acumulada</b>	<b>Valor en Libro</b>
0				C\$16,732.80
1		C\$3,346.56	C\$3,346.56	C\$13,386.24
2		C\$3,346.56	C\$6,693.12	C\$10,039.68
3		C\$3,346.56	C\$10,039.68	C\$6,693.12
4		C\$3,346.56	C\$13,386.24	C\$3,346.56
5		C\$3,346.56	C\$16,732.80	C\$0.00
<b>Maquinaria y Equipo (Planchas)</b>				
<b>Año</b>	<b>Costo del activo</b>	<b>Depreciación anual</b>	<b>Depreciación Acumulada</b>	<b>Valor en Libro</b>
0				C\$4,980.00
1		C\$996.00	C\$996.00	C\$3,984.00
2		C\$996.00	C\$1,992.00	C\$2,988.00
3		C\$996.00	C\$2,988.00	C\$1,992.00
4		C\$996.00	C\$3,984.00	C\$996.00
5		C\$996.00	C\$4,980.00	C\$0.00
<b>Maquinaria y Equipo (Mesas de corte)</b>				
<b>Año</b>	<b>Costo del activo</b>	<b>Depreciación anual</b>	<b>Depreciación Acumulada</b>	<b>Valor en Libro</b>
0				C\$13,572.16
1		C\$2,714.43	C\$2,714.43	C\$10,857.73
2		C\$2,714.43	C\$5,428.86	C\$8,143.30
3		C\$2,714.43	C\$8,143.30	C\$5,428.86
4		C\$2,714.43	C\$10,857.73	C\$2,714.43
5		C\$2,714.43	C\$13,572.16	C\$0.00
<b>Maquinaria y Equipo (Mesas de máquina de coser)</b>				
<b>Año</b>	<b>Costo del activo</b>	<b>Depreciación anual</b>	<b>Depreciación Acumulada</b>	<b>Valor en Libro</b>
0				C\$5,644.00
1		C\$1,128.80	C\$1,128.80	C\$4,515.20
2		C\$1,128.80	C\$2,257.60	C\$3,386.40
3		C\$1,128.80	C\$3,386.40	C\$2,257.60
4		C\$1,128.80	C\$4,515.20	C\$1,128.80
5		C\$1,128.80	C\$5,644.00	C\$0.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 35. Depreciación de equipo de reparto

Equipo de Reparto (Moto mensajera)				
Año	Costo del activo	Depreciación anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libro
0				C\$16,620.00
1		C\$3,324.00	C\$3,324.00	C\$13,296.00
2		C\$3,324.00	C\$6,648.00	C\$9,972.00
3		C\$3,324.00	C\$9,972.00	C\$6,648.00
4		C\$3,324.00	C\$13,296.00	C\$3,324.00
5		C\$3,324.00	C\$16,620.00	C\$0.00

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, en la *Tabla 36* se muestra la obtención de la depreciación anual, siendo de C\$ 38,646.64 (Treinta y ocho mil seiscientos cuarenta y seis con sesenta y cuatro centavos de Córdoba), correspondientes al año 1 y 2, mientras que para el año de 3 a 5 corresponden C\$ 18,614.59 (Dieciocho mil seiscientos catorce con cincuenta y nueve centavos) anuales.

Tabla 36. Resumen de depreciación

Resumen de Depreciación		
Activo	1 A 2	3 A 5
<b>Mob y equipo</b>	C\$27,136.85	C\$7,104.80
<b>Maq y equipo</b>	C\$8,185.79	C\$8,185.79
<b>Equipo de reparto</b>	C\$3,324.00	C\$3,324.00
<b>Totales</b>	<b>C\$38,646.64</b>	<b>C\$18,614.59</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.7. Estado de costo de producción

Para calcular los costos de producción para las blusas y camisas, primeramente, se determinaron los costos fijos anuales ver *Tabla 40* y los costos variables para blusas y camisas ver *Tabla 37* y *Tabla 38*, dichas tablas muestran los costos totales en base a una producción anual de 7548 blusas y 9372 camisas según la demanda calculada en el estudio de mercado, de tal forma se conoce el costo de producción de cada unidad producida tanto de blusas como de camisas. Según la *Tabla 37*, se muestran detallados los costos de producción para blusas es de C\$ 124.36 (ciento veinticuatro con treinta y seis centavos de córdobas) y según la *Tabla 38*, se muestran detallados los costos de

producción para camisas el cual es de C\$ 141.86 (ciento cuarenta y uno con ochenta y seis centavos de córdobas) cabe resaltar que la para fabricar una blusa se requieren 1.4 yardas de tela y 9.52 yardas de hilo, de igual modo para una camisa se requieren 1.6 yardas de tela, 10.88 yardas de hilo y 11 botones.

Tabla 37. Estado de costos para blusas.

<b>Estado de Costos Blusas</b>					
<b>Concepto</b>	<b>Costo</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cant. Semanal</b>	<b>Cant. Mensual</b>	<b>Cant Anual</b>
Tela (yardas)	C\$55.00	1	220.15	880.6	10567.2
Hilo (tubo en yardas)	C\$58.00	874.89	1497.02	5988.08	71856.96
Bolsa de empaque (metro)	C\$1,500.00	100	31.45	125.8	1509.6
<b>Cantidad Semanal</b>	<b>157</b>				
<b>Inversión</b>	<b>C\$ 891,166.64</b>				
<b>Costos Fijos</b>	<b>C\$ 746,396.64</b>				
<b>Numero de Unidades a vender mensual</b>				629	
<b>Numero de Unidades a vender anual</b>				7548	
<b>Concepto</b>	<b>Material Directo</b>	<b>MOD</b>	<b>CIF</b>	<b>TOTAL</b>	
Tela (yardas)	C\$581,196.00			C\$581,196.00	
Hilo (tubo en yardas)	C\$4,763.69			C\$4,763.69	
Salario producción		C\$326,397.47		C\$326,397.47	
Bolsa de empaque (metro)			C\$22,644.00	C\$22,644.00	
Depreciación de maquinaria y equipo			C\$3,651.68	C\$3,651.68	
<b>TOTAL</b>	<b>C\$585,959.69</b>	<b>C\$326,397.47</b>	<b>C\$26,295.68</b>	<b>C\$938,652.83</b>	
<b>Costo Unitario</b>	<b>C\$124.36</b>				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 38. Estado de costos para camisas.

Estado de Costos Camisas					
Concepto	Costo	Unidad	Cant. Semanal	Cant. Mensual	Cant Anual
Tela (yarda)	C\$55.00	1	312.4	1249.6	14995.2
Hilo (tubo en yardas)	C\$58.00	874.89	2124.32	8497.28	101967.36
Botones (docena)	C\$7.00	12	2147.75	8591	103092
Bolsa de empaque (metro)	C\$1,500.00	100	39.05	156.2	1874.4
<b>Cantidad diaria</b>	<b>195</b>				
<b>Inversión</b>	<b>C\$ 891,166.64</b>				
<b>Costos Fijos</b>	<b>C\$ 746,396.64</b>				
<b>Numero de Unidades a vender mensual</b>				781	
<b>Numero de Unidades a vender anual</b>				9372	
Concepto	Material Directo	MOD	CIF	TOTAL	
Tela (yarda)	C\$824,736.00			C\$824,736.00	
Hilo (tubo en yardas)	C\$6,759.83			C\$6,759.83	
Botones	C\$60,137.00			C\$60,137.00	
Salario producción		C\$405,272.53		C\$405,272.53	
Bolsa de empaque (metro)			C\$28,116.00	C\$28,116.00	
Depreciación de maquinaria y equipo			C\$4,534.12	C\$4,534.12	
<b>TOTAL</b>	<b>C\$891,632.83</b>	<b>C\$405,272.53</b>	<b>C\$32,650.12</b>	<b>C\$1,329,555.48</b>	
<b>Costo Unitario</b>	<b>C\$141.86</b>				

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.7.1. Nómina de pago

Para la realización de la nómina de pago ver *tabla 39* se tomaron las tres áreas de la empresa la cual se divide en: producción, administración y ventas, para los trabajadores que laboran en el área de producción, los cuales serán contratados por contrato determinado debido a esto no se les pagara indemnización datos mostrados en la *tabla 39*, en dichas áreas se pagaran las prestaciones sociales las cuales incluyen INSS patronal, vacaciones, aguinaldo e INATEC pagando solamente indemnización a los trabajadores que sean contratados por un periodo indefinido como lo es el área de administración según el artículo 45 de la ley N° 185 código del trabajo.

De igual manera se agregan retenciones de ley en la nómina de pago como lo es el INSS laboral y el IR, teniendo en cuenta que el pago del IR únicamente lo realiza el área de administración siendo el contador y el administrador porque sus salarios anuales tomando en cuenta el pago del INSS ascienden a más de C\$100,000.01 como lo estipula la tabla de pago de porcentaje de IR, ver anexo 14. **Pero estos cálculos no afectan el análisis financiero** debido a que son retenciones del trabajador y no de la empresa.

Cuando el empleador rescinda el contrato de trabajo por tiempo indeterminado y sin causa justificada pagara al trabajador una indemnización equivalente a:

1)Un mes de salario por cada uno de los primeros tres años de trabajo;

2)Veinte días de salario por cada año de trabajo a partir del cuarto año.

En ningún caso la indemnización será menor de un mes ni mayor de cinco meses. Las fracciones entre los años trabajados se liquidarán proporcionalmente. (Poder Judicial Republica de Nicaragua, 2016).

Tabla 39. Cálculo de la nómina de pago.

Cargo	Salario básico mensual para el personal de Moocloth						Total Mensual	Total Anual
	Prestaciones Sociales							
	Salario Básico	INSS Patronal (21.5%)	Vacaciones	Aguinaldo	Indemnización	INATEC 2%		
<b>Producción</b>								
Diseñador y Control de calidad	C\$8,000.00	C\$1,720.00	C\$666.67	C\$666.67		C\$160.00	C\$11,213.33	C\$134,560.00
Cortador y Dibujador de croquis 1	C\$7,000.00	C\$1,505.00	C\$583.33	C\$583.33		C\$140.00	C\$9,811.67	C\$117,740.00
Costurador 1	C\$7,000.00	C\$1,505.00	C\$583.33	C\$583.33		C\$140.00	C\$9,811.67	C\$117,740.00
Costurador 2	C\$7,000.00	C\$1,505.00	C\$583.33	C\$583.33		C\$140.00	C\$9,811.67	C\$117,740.00
Mantenimiento	C\$7,500.00	C\$1,612.50	C\$625.00	C\$625.00		C\$150.00	C\$10,512.50	C\$126,150.00
Planchador/ Transportador/Empacador	C\$7,000.00	C\$1,505.00	C\$583.33	C\$583.33		C\$140.00	C\$9,811.67	C\$117,740.00
<b>Totales</b>	<b>C\$43,500.00</b>	<b>C\$9,352.50</b>	<b>C\$3,625.00</b>	<b>C\$3,625.00</b>		<b>C\$870.00</b>	<b>C\$60,972.50</b>	<b>C\$731,670.00</b>
<b>Administración</b>								
Gerente General	C\$9,500.00	C\$2,042.50	C\$791.67	C\$791.67	C\$791.67	C\$190.00	C\$14,107.50	C\$169,290.00
Contador	C\$9,000.00	C\$1,935.00	C\$750.00	C\$750.00	C\$750.00	C\$180.00	C\$13,365.00	C\$160,380.00
<b>Totales</b>	<b>C\$18,500.00</b>	<b>C\$3,977.50</b>	<b>C\$1,541.67</b>	<b>C\$1,541.67</b>	<b>C\$1,541.67</b>	<b>C\$370.00</b>	<b>C\$27,472.50</b>	<b>C\$329,670.00</b>
<b>Ventas</b>								
Vendedor	C\$7,000.00	C\$1,505.00	C\$583.33	C\$583.33		C\$140.00	C\$9,811.67	C\$117,740.00
<b>Totales</b>	<b>C\$7,000.00</b>	<b>C\$1,505.00</b>	<b>C\$583.33</b>	<b>C\$583.33</b>		<b>C\$140.00</b>	<b>C\$9,811.67</b>	<b>C\$117,740.00</b>
Cargo	Salario Mensual	INSS Laboral (7%)	IR	Total de Retenciones	Neto a Recibir			
<b>Producción</b>								
Diseñador y Control de calidad	C\$8,000.00	C\$560.00	C\$0.00	C\$560.00	C\$7,440.00		Salario - INSS	Anual
Cortador y Dibujador de croquis 1	C\$7,000.00	C\$490.00	C\$0.00	C\$490.00	C\$6,510.00		C\$7,440.00	C\$89,280.00
Costurador 1	C\$7,000.00	C\$490.00	C\$0.00	C\$490.00	C\$6,510.00		C\$6,510.00	C\$78,120.00
Costurador 2	C\$7,000.00	C\$490.00	C\$0.00	C\$490.00	C\$6,510.00		C\$6,510.00	C\$78,120.00
Planchador/ Transportador/Empacador	C\$7,000.00	C\$490.00	C\$0.00	C\$490.00	C\$6,510.00		C\$6,510.00	C\$78,120.00
<b>Totales</b>	<b>C\$36,000.00</b>	<b>C\$2,520.00</b>	<b>C\$0.00</b>	<b>C\$2,520.00</b>	<b>C\$33,480.00</b>			
<b>Administración</b>								
Gerente General	C\$9,500.00	C\$665.00	C\$75.25	C\$740.25	C\$8,759.75		C\$8,835.00	C\$106,020.00
Contador	C\$9,000.00	C\$630.00	C\$5.50	C\$635.50	C\$8,364.50		C\$8,370.00	C\$100,440.00
<b>Totales</b>	<b>C\$18,500.00</b>	<b>C\$1,295.00</b>	<b>C\$80.75</b>	<b>C\$1,375.75</b>	<b>C\$17,124.25</b>			
<b>Ventas</b>								
Vendedor	C\$7,000.00	C\$490.00	C\$0.00	C\$490.00	C\$6,510.00		C\$6,510.00	C\$78,120.00
<b>Totales</b>	<b>C\$7,000.00</b>	<b>C\$490.00</b>	<b>C\$0.00</b>	<b>C\$490.00</b>	<b>C\$6,510.00</b>			

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.7.2. Costos fijos

Para el cálculo de los costos fijos primeramente se tomó en cuenta el cálculo de los gastos varios ver *tabla 41* en el cual se tiene el rubro, el costo mensual y el costo anual que se obtiene multiplicando el costo mensual por los doce meses, luego se procede a realizar el cálculo de los costos fijos en el cual se tienen los valores de renta del local, gastos varios, depreciación, amortización de la inversión diferida, personal de ventas y el salario administrativo, sumando todo estos valores obtenemos los costos fijos como se observa en la *tabla 40*.

La publicidad será ejecutada según las estrategias propuestas de mercado, la cual es para pago de publicidad a través de redes sociales.

*Tabla 40. Costos fijos anuales*

Costos Fijos Anuales	
Rubro	Cantidad
Renta local	C\$119,700.00
Gastos varios	C\$139,200.00
Depreciación	C\$38,646.64
Amortización inversión diferida	C\$1,440.00
Personal de ventas	C\$117,740.00
Salario administrativo	C\$329,670.00
<b>Total costos fijos Anuales</b>	<b>C\$746,396.64</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

*Tabla 41. Gastos varios.*

Gastos Varios		
Rubro	Costo Mensual	Costo Anual
Agua	C\$500.00	C\$6,000.00
Energía	C\$6,000.00	C\$72,000.00
Internet y Teléfono	C\$1,400.00	C\$16,800.00
Papelería	C\$1,300.00	C\$15,600.00
Utensilios de Limpieza	C\$500.00	C\$6,000.00
Combustible	C\$1,300.00	C\$15,600.00
Herramientas menores	C\$600.00	C\$7,200.00
<b>Totales</b>	<b>C\$11,600.00</b>	<b>C\$139,200.00</b>
Publicidad	C\$1,000.00	C\$12,000.00

*Fuente: Elaboración propia.*

#### 4.8. Precio de Venta

Para realizar el cálculo del precio de venta de blusas y camisas de la marca Mooncloth, se tomó en cuenta la formula publicada en el libro Contabilidad de Costos I por Narváez Sánchez y Narváez Ruiz (2007).

$$\text{Precio de ventas} = \frac{\text{Costos}}{100 - \% \text{ de utilidad}}$$

En la cual el costo unitario del producto calculado previamente en **el estado de costos de producción en la *tabla 37* y la *tabla 38***, a dicho costo se divide entre 100 menos el

porcentaje de utilidad esperada por los inversionistas del 30% como se observa en la *tabla 42* y la *tabla 43*, dichos precios de venta se encuentran dentro del rango que el consumidor está dispuesto a pagar según el estudio de mercado, el cual es del C\$ 250 para las blusas y camisas ver gráfico 10 y 11.

Tabla 42. Precio de venta de blusas e ingresos mensuales y anuales.

<b>Calculo del precio de venta Blusas</b>	
<b>Precio de venta =</b>	$\frac{\text{Costo}}{100 - \% \text{ de utilidad}}$
<b>Precio de venta =</b>	$\frac{124.36}{100 - 30\%}$
<b>Precio de Venta en base a Costos</b>	<b>C\$177.65</b>
<b>Precio de Venta en base a Encuestas</b>	<b>C\$250.00</b>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 43. Precio de venta de camisas e ingresos mensuales y anuales.

<b>Calculo del precio de venta Camisas</b>	
<b>Calculo del precio de venta Camisas</b>	
<b>Precio de venta =</b>	$\frac{\text{Costo}}{100 - \% \text{ de utilidad}}$
<b>Precio de venta =</b>	$\frac{141.86}{100 - 30\%}$
<b>Precio de Venta en base a Costos</b>	<b>C\$202.66</b>
<b>Precio de Venta Encuestas</b>	<b>C\$250.00</b>

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.9. Ingresos

Con el fin de calcular los ingresos que percibirá Mooncloth, se tomó en cuenta el precio de venta aceptado por los encuestados el cual es del C\$ 250 para las blusas y camisas, de igual manera se realizó el cálculo del precio de venta para blusas y camisas como se observa en la *tabla 42* y la *tabla 43*, así mismo se tomó en cuenta la cantidad mensual de unidades a producir de blusas, obteniendo un total de C\$ 157,250.00 (ciento cincuenta y setenta mil doscientos cincuenta córdobas) como se muestra en la *tabla 44* y un total de C\$ 195,250.00 (ciento noventa y cinco mil doscientos cincuenta córdobas) para camisas como se muestra en la *tabla 45*.

Además, con dichas cantidades mensuales multiplicadas por 12 obtenemos el ingreso anual que aplicado el porcentaje de crecimiento esperado que es del 10% anual, se elaboró una proyección a 5 años para ver el crecimiento de las ventas ver *tabla 46*.

Tabla 44. Precio de venta de blusas e ingresos mensuales y anuales.

Ingreso Mensual Blusas	
Precio de Venta	C\$250.00
N° de unidades	629
<b>Total</b>	<b>C\$157,250.00</b>
Ingreso Anual Blusas	
Precio de Venta	C\$250.00
N° de unidades	7548
<b>Total</b>	<b>C\$1,887,000.00</b>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 45. Precio de venta de camisas e ingresos mensuales y anuales.

Ingreso Mensual Camisas	
Precio de Venta	C\$250.00
N° de unidades	781
<b>Total</b>	<b>C\$195,250.00</b>
Ingreso Anual Camisas	
Precio de Venta	C\$250.00
N° de unidades	9372
<b>Total</b>	<b>C\$2,343,000.00</b>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 46. Proyección de ingresos en un período de 5 años.

Proyección de Ventas Anual							
Producto	Precio de venta	Cantidad	1	2	3	4	5
Camisas	250	9372	C\$2,343,000.00	C\$2,577,300.00	C\$2,835,030.00	C\$3,118,533.00	C\$3,430,386.30
Blusas	250	7548	C\$1,887,000.00	C\$2,075,700.00	C\$2,283,270.00	C\$2,511,597.00	C\$2,762,756.70

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.10. Punto de equilibrio

Se calculó el punto de equilibrio para la confección de productos de Mooncloth S.A., refiriéndose tanto para las camisas como para las blusas, tomando en cuenta costos variables unitarios, costos fijos, porcentaje de participación de cada producto y el margen de contribución ponderado en córdobas. Obteniendo finalmente que se requieren 2,872 (Dos mil ochocientos setenta y dos) y 3,566 (Tres mil quinientos sesenta y seis) unidades producidas de blusas y camisas respectivamente para un total de 6,437 (Seis mil cuatrocientos treinta y siete) unidades para lograr el punto de equilibrio de la empresa, dicho punto de equilibrio se encuentra por debajo de la demanda lo que significa que es favorable para la empresa como se observa en la tabla 48.

La metodología que se sigue para encontrar el punto de equilibrio es la siguiente:

Paso 1. Se determinó el porcentaje de ventas de cada producto, con respecto al total de ventas.

Paso 2. Se calcula la contribución marginal de cada producto y se multiplica por la ponderación.

Paso 3. El punto de equilibrio en unidades monetarias, resultará de dividir los costos fijos entre el porcentaje de contribución marginal.

Paso 4. El total de ventas de equilibrio se divide entre cada producto, de acuerdo a la ponderación; y se calcula las unidades mínimas, dividiendo las ventas entre el precio unitario logrando la cantidad mínima de “Mooncloth” a producir de cada presentación. (Chambergo García, 2012)

Tabla 47. Margen de contribución

Margen de contribución						
Producto	Costo	Precio Venta	Margen de contribución	N° de unidades	% de participación	Margen promedio
Blusas	C\$124.36	C\$250.00	C\$125.64	7548	44.61%	C\$56.05
Camisas	C\$141.86	C\$250.00	C\$108.14	9372	55.39%	C\$59.90
<b>Total</b>				<b>16920</b>	<b>100%</b>	<b>C\$115.95</b>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 48. Fórmula para el cálculo del punto de equilibrio

Formula		
Q=Costos Fijos totales / Margen de Contribucion		
Q=	6437	Ingresos totales
Blusas	2872	C\$717,940.89
Camisas	3566	C\$891,433.75
<b>Sumatoria</b>	<b>6437</b>	<b>C\$1,609,374.64</b>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 49. Punto de equilibrio para multiproducto.

Punto de Equilibrio Multiproducto	
Costos fijos totales	C\$746,396.64
Punto de equilibrio Unidades	6437
<b>PE\$</b>	<b>C\$1,609,374.64</b>

Fuente: Elaboración propia.

### 1.1. Flujo neto de efectivo

Describe los ingresos y los egresos en efectivo de la microempresa “Mooncloth” en el transcurso de un período de tiempo de 5 años, mediante el cual nos permite obtener los indicadores financieros como VPN, TIR, RBC y PRI.

Tabla 50. Flujo neto de efectivo proyectado

Flujo Neto de Efectivo Proyectado						
Concepto	0	1	2	3	4	5
<b>Ingresos por ventas</b>						
Camisas		C\$2,343,000.00	C\$2,577,300.00	C\$2,835,030.00	C\$3,118,533.00	C\$3,430,386.30
Blusas		C\$1,887,000.00	C\$2,075,700.00	C\$2,283,270.00	C\$2,511,597.00	C\$2,762,756.70
<b>Total de ingresos</b>		<b>C\$4,230,000.00</b>	<b>C\$4,653,000.00</b>	<b>C\$5,118,300.00</b>	<b>C\$5,630,130.00</b>	<b>C\$6,193,143.00</b>
<b>Egresos Costos y Gastos</b>						
<b>Costo de producción</b>		<b>C\$2,268,208.31</b>	<b>C\$2,365,010.22</b>	<b>C\$2,467,910.66</b>	<b>C\$2,613,877.32</b>	<b>C\$2,730,151.62</b>
<b>Material directo</b>						
Camisas		C\$891,632.83	C\$947,805.70	C\$1,007,517.46	C\$1,070,991.06	C\$1,138,463.49
Blusas		C\$585,959.69	C\$622,875.15	C\$662,116.28	C\$703,829.61	C\$748,170.87
<b>Mano de obra directa</b>						
Camisas		C\$405,272.53	C\$405,272.53	C\$405,272.53	C\$425,536.16	C\$425,536.16
Blusas		C\$326,397.47	C\$326,397.47	C\$326,397.47	C\$342,717.34	C\$342,717.34
<b>Costos indirectos de fabricación</b>						
Camisas		C\$32,650.12	C\$34,707.07	C\$36,893.62	C\$39,217.92	C\$41,688.65
Blusas		C\$26,295.68	C\$27,952.30	C\$29,713.30	C\$31,585.24	C\$33,575.11
<b>Gastos de operación</b>		<b>C\$846,622.14</b>	<b>C\$842,472.63</b>	<b>C\$814,378.39</b>	<b>C\$823,322.61</b>	<b>C\$802,591.78</b>
Salarios administrativos		C\$329,670.00	C\$329,670.00	C\$329,670.00	C\$346,153.50	C\$346,153.50
Gastos Varios		C\$139,200.00	C\$147,969.60	C\$157,291.68	C\$167,201.06	C\$177,734.73
Salarios de ventas		C\$117,740.00	C\$117,740.00	C\$117,740.00	C\$123,627.00	C\$123,627.00
Publicidad		C\$12,000.00	C\$12,756.00	C\$13,559.63	C\$14,413.88	C\$15,321.96
Depreciación		C\$38,646.64	C\$38,646.64	C\$18,614.59	C\$18,614.59	C\$18,614.59
Pago de Diferidos		C\$1,440.00	C\$1,440.00	C\$1,440.00	C\$1,440.00	C\$1,440.00
Intereses		C\$88,225.50	C\$74,550.38	C\$56,362.48	C\$32,172.58	C\$0.00
Alquiler		C\$119,700.00	C\$119,700.00	C\$119,700.00	C\$119,700.00	C\$119,700.00
<b>Total de egresos</b>		<b>C\$3,114,830.45</b>	<b>C\$3,207,482.85</b>	<b>C\$3,282,289.05</b>	<b>C\$3,437,199.93</b>	<b>C\$3,532,743.40</b>
<b>Saldo antes de impuesto</b>		<b>C\$1,115,169.55</b>	<b>C\$1,445,517.15</b>	<b>C\$1,836,010.95</b>	<b>C\$2,192,930.07</b>	<b>C\$2,660,399.60</b>
Impuesto 30%		C\$334,550.87	C\$433,655.15	C\$550,803.29	C\$657,879.02	C\$798,119.88
<b>Saldo después de impuesto</b>		<b>C\$780,618.69</b>	<b>C\$1,011,862.01</b>	<b>C\$1,285,207.67</b>	<b>C\$1,535,051.05</b>	<b>C\$1,862,279.72</b>
Depreciación		C\$38,646.64	C\$38,646.64	C\$18,614.59	C\$18,614.59	C\$18,614.59
Pago de Diferidos		C\$1,440.00	C\$1,440.00	C\$1,440.00	C\$1,440.00	C\$1,440.00
Inversiones	C\$891,166.64					
Prestamos		C\$41,439.74	C\$55,114.85	C\$73,302.75	C\$97,492.66	
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>-C\$891,166.64</b>	<b>C\$779,265.59</b>	<b>C\$996,833.80</b>	<b>C\$1,231,959.51</b>	<b>C\$1,457,612.98</b>	<b>C\$1,882,334.31</b>

Fuente: Elaboración propia.

## 1.2. Indicadores financieros

Los indicadores financieros permitieron analizar el estado de la empresa Mooncloth S.A., los cuales señalan los puntos fuertes o débiles, con el fin de tomar decisiones que de ser necesario permitan corregir las desviaciones financieras que se están saliendo de los pronósticos realizados al momento de hacer la planeación de la empresa, para lo que fue indispensable realizar un Flujo Neto de Efectivo como se muestra en la *Tabla 5 1*, posterior a dicha tabla se describen cada uno de los indicadores calculados: Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), Valor Presente Neto (VPN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Valor Presente Neto (VPN), Relación Beneficio Costo (RBC) y el Periodo de Retorno de la Inversión (PRI).

*Tabla 51. Indicadores financieros*

<b>VPN</b>	<b>C\$ 3,731,026.42</b>
<b>VPN ingresos</b>	<b>C\$ 18,336,106.09</b>
<b>VPN egresos</b>	<b>C\$ 11,598,551.53</b>
<b>RBC</b>	<b>1.58</b>
<b>TIR</b>	<b>105%</b>
<b>PRI</b>	<b>1 año y 1 mes</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

### 1.2.1. Valor Presente Neto (VPN)

El VPN es un criterio sencillo y efectivo en la elección de inversiones, permite comprobar si la inversión de Mooncloth S.A. se maximiza a largo plazo, y determina si es rentable o no realizar esta inversión, se calculó tomando en cuenta la TMAR y el flujo neto de efectivo del año de apertura y los próximos años 1, 2, 3, 4 y 5 obteniendo el valor de C\$ 3,731,026.42, indicando que el proyecto es aceptable ya que es  $> 0$  como se muestra en la *Tabla 51*.

### 4.12.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece la inversión, es decir, el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá la inversión en el proyecto de la empresa Mooncloth S.A., donde luego de haberse calculado se logra una rentabilidad o tasa interna de retorno del 105%, lo que indica que es viable invertir en este proyecto como se muestra en la *Tabla 51*.

#### 4.12.3 Relación Beneficio Costo (RBC)

La relación costo beneficio toma los ingresos que efectivamente se recibirán en los cinco años proyectados los que en relación con los ingresos presentes netos se consigue un resultado de C\$ 18,336,106.09, y los egresos presentes netos como se muestran en la *Tabla 44*, los que también se logró un resultado de C\$ 11,598,551.53, para determinar la RBC se dividen los datos lo que da como resultado 1.58 esto quiere decir que por cada córdoba invertido se obtienen ganancias de 58 centavos de córdoba como se muestra en la *Tabla 51*.

#### 4.12.4. Periodo de Retorno de la Inversión (PRI)

El PRI permite medir el plazo de tiempo que se requiere para recuperar el costo u inversión inicial de la microempresa Mooncloth, se calculó a partir de la resta de la inversión inicial (C\$ 891,166.64) y la sumatoria del primer (C\$ 779,265.59 dando como resultado una diferencia de C\$111,901.05, esto se divide con el flujo del segundo año (C\$ 996,833.80), dando como resultado un valor de 0.1122 el cual se multiplica por 12 obteniendo 1.35, esto quiere decir que la inversión inicial se recupera en 1 año y 1 mes como se puede ver en la *Tabla 52*.

*Tabla 52. Cálculo del PRI*

Años	VPN por año	Sumatoria de flu	Inversión inicial	Diferencia	División
1	C\$779,265.59	C\$779,265.59	C\$891,166.64	C\$111,901.05	
2	C\$996,833.80	C\$1,776,099.39		C\$996,833.80	Resultado
3	C\$1,231,959.51	C\$3,008,058.90		0.112256473	
4	C\$1,457,612.98	C\$4,465,671.88		1.35	Meses
5	C\$1,882,334.31			10	Dias
<b>Sumatoria</b>	<b>C\$6,348,006.20</b>		<b>PRI</b>	<b>1 año y 1 mes</b>	

*Fuente: Elaboración propia.*

### 1.3. Estado de resultado

El siguiente estado contiene el resultado de ganancias o pérdidas del presente plan de negocios, lo cual incluye los ingresos, además de los costos y gastos en que incurrirá la empresa para operar en su actividad económica de manufacturar y comercializar blusas y camisas durante un periodo de 5 años.

Se utilizó primeramente la proyección de ingresos, a lo que se le restó el total costos de producción para obtener la utilidad bruta. Seguidamente se calculó el total de costos de operación, sumando los gastos administrativos (salarios y gastos varios), los gastos de ventas (salarios, publicidad), los gastos financieros (intereses), la depreciación de los activos, el pago de diferidos y a esta sumatoria se le restó a la utilidad bruta, consiguiendo como resultado la utilidad antes de impuesto. Posteriormente, a dicha utilidad antes de impuesto se le aplica el 30% de impuestos, consiguiendo conocer la utilidad que generará la empresa, correspondiente a C\$ 780,618.69 para el primer año, como se observa a detalle en la *Tabla 53*.

*Tabla 53. Estado de resultado proyectado*

Estado de Resultado Proyectado						
CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas		C\$4,230,000.00	C\$4,653,000.00	C\$5,118,300.00	C\$5,630,130.00	C\$6,193,143.00
Costos de Producción		C\$2,268,208.31	C\$2,365,010.22	C\$2,467,910.66	C\$2,613,877.32	C\$2,730,151.62
<b>Utilidad Bruta</b>		<b>C\$1,961,791.69</b>	<b>C\$2,287,989.78</b>	<b>C\$2,650,389.34</b>	<b>C\$3,016,252.68</b>	<b>C\$3,462,991.38</b>
<b>Gastos de Operación</b>		<b>C\$846,622.14</b>	<b>C\$842,472.63</b>	<b>C\$814,378.39</b>	<b>C\$823,322.61</b>	<b>C\$802,591.78</b>
Gastos administrativos		C\$468,870.00	C\$477,639.60	C\$486,961.68	C\$513,354.56	C\$523,888.23
Gastos ventas		C\$129,740.00	C\$130,496.00	C\$131,299.63	C\$138,040.88	C\$138,948.96
Pago de Intereses		C\$88,225.50	C\$74,550.38	C\$56,362.48	C\$32,172.58	C\$0.00
Depreciación		C\$38,646.64	C\$38,646.64	C\$18,614.59	C\$18,614.59	C\$18,614.59
Pago de Diferidos		C\$1,440.00	C\$1,440.00	C\$1,440.00	C\$1,440.00	C\$1,440.00
Alquiler		C\$119,700.00	C\$119,700.00	C\$119,700.00	C\$119,700.00	C\$119,700.00
<b>Utilidad de antes de impuesto</b>		<b>C\$1,115,169.55</b>	<b>C\$1,445,517.15</b>	<b>C\$1,836,010.95</b>	<b>C\$2,192,930.07</b>	<b>C\$2,660,399.60</b>
Impuesto 30%		C\$334,550.87	C\$433,655.15	C\$550,803.29	C\$657,879.02	C\$798,119.88
<b>Utilidad Neta</b>		<b>C\$780,618.69</b>	<b>C\$1,011,862.01</b>	<b>C\$1,285,207.67</b>	<b>C\$1,535,051.05</b>	<b>C\$1,862,279.72</b>
<b>Utilidad acumulada</b>		<b>C\$780,618.69</b>	<b>C\$1,792,480.69</b>	<b>C\$3,077,688.36</b>	<b>C\$4,612,739.41</b>	<b>C\$6,475,019.13</b>

Fuente: Elaboración propia.

#### **1.4. Balance general**

El balance general muestra lo que la empresa posee, llamado cuentas de activo, y las deudas de la misma o pasivo, sirve a manera de diagnóstico para estar al tanto si los recursos con los que cuenta Mooncloth se han utilizado de manera acertada y eficiente. Para su realización, primeramente, se toma en cuenta que no hay inventarios de productos terminados, ni de materia prima debido a que se supone que todo lo que se produce se vende, se reflejaron los activos de la empresa, divididos en activo circulante y activo no circulante, se sumó cada uno de sus componentes obteniendo el total de activos. Seguidamente, se calculó el pasivo, sumando los impuestos por pagar y los préstamos por pagar seguido al pasivo se le sumo el aporte de los socios llamado capital social y se le sumo la utilidad retenida. La *Tabla 54* muestra el balance general, donde los activos son igual al total de pasivo más capital, de igual manera en el anexo 15 se puede observar las respectivas cuentas T de dicho balance general proyectado.

Tabla 54. Balance general proyectado

<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO</b>						
<b>Cuentas</b>	<b>Inicial</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Activo Circulante</b>						
Banco	C\$750,829.58	C\$1,864,646.03	C\$2,960,584.11	C\$4,309,691.76	C\$5,874,380.48	C\$7,896,955.65
Inventario						
Inversión diferida	C\$7,200.00	C\$5,760.00	C\$4,320.00	C\$2,880.00	C\$1,440.00	C\$0.00
<b>TOTAL CIRCULANTE</b>	<b>C\$758,029.58</b>	<b>C\$1,870,406.03</b>	<b>C\$2,964,904.11</b>	<b>C\$4,312,571.76</b>	<b>C\$5,875,820.48</b>	<b>C\$7,896,955.65</b>
<b>NO CIRCULANTE</b>						
Mobiliario y Equipo	C\$75,588.10	C\$48,451.25	C\$21,314.40	C\$14,209.60	C\$7,104.80	C\$0.00
Maquinaria	C\$40,928.96	C\$32,743.17	C\$24,557.38	C\$16,371.58	C\$8,185.79	C\$0.00
Equipo de reparto	C\$16,620.00	C\$13,296.00	C\$9,972.00	C\$6,648.00	C\$3,324.00	C\$0.00
<b>TOTAL NO CIRCULANTE</b>	<b>C\$133,137.06</b>	<b>C\$94,490.42</b>	<b>C\$55,843.78</b>	<b>C\$37,229.18</b>	<b>C\$18,614.59</b>	<b>C\$0.00</b>
<b>TOTAL DE ACTIVO</b>	<b>C\$891,166.64</b>	<b>C\$1,964,896.45</b>	<b>C\$3,020,747.89</b>	<b>C\$4,349,800.95</b>	<b>C\$5,894,435.07</b>	<b>C\$7,896,955.65</b>
<b>PASIVO CIRCULANTE</b>						
Impuestos por pagar		C\$334,550.87	C\$433,655.15	C\$550,803.29	C\$657,879.02	C\$798,119.88
<b>NO CIRCULANTE</b>						
Prestamos por pagar	C\$267,349.99	C\$225,910.26	C\$170,795.41	C\$97,492.66	C\$0.00	C\$0.00
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>C\$267,349.99</b>	<b>C\$560,461.12</b>	<b>C\$604,450.55</b>	<b>C\$648,295.94</b>	<b>C\$657,879.02</b>	<b>C\$798,119.88</b>
<b>CAPITAL</b>						
Capital Social	C\$623,816.65	C\$623,816.65	C\$623,816.65	C\$623,816.65	C\$623,816.65	C\$623,816.65
Utilidad de Ejercicio						
Utilidad Retenida		C\$780,618.69	C\$1,792,480.69	C\$3,077,688.36	C\$4,612,739.41	C\$6,475,019.13
<b>TOTAL CAPITAL</b>	<b>C\$623,816.65</b>	<b>C\$1,404,435.33</b>	<b>C\$2,416,297.34</b>	<b>C\$3,701,505.00</b>	<b>C\$5,236,556.05</b>	<b>C\$7,098,835.77</b>
<b>Pasivo + Capital</b>	<b>C\$891,166.64</b>	<b>C\$1,964,896.45</b>	<b>C\$3,020,747.89</b>	<b>C\$4,349,800.95</b>	<b>C\$5,894,435.07</b>	<b>C\$7,896,955.65</b>
Comprobación (P+C)-A	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00

Fuente: Elaboración propia.

## **VII. Conclusiones**

A través de la elaboración del presente plan de negocio para la creación de una micro empresa textil orientada a la confección de camisas y blusas en el municipio de la Concordia, departamento de Jinotega, comprendido en el período 2018-2019.

Mediante el previo análisis del mercado donde se aplicaron encuestas a los posibles consumidores, se logró identificar que “Mooncloth” es aceptado en un 100% por los encuestados, reflejando preferencia hacia las blusas o las camisas. Se determinó que la participación en el mercado equivale a un 44% y 56% para blusas y camisas respectivamente. Por otro lado, se obtuvo información acerca de las preferencias en las características de comercialización de parte de los clientes potenciales, lo que permitió crear estrategias relacionadas con un cambio de imagen en las presentaciones, fijación de precio, canales de distribución, medios publicitarios y técnicas de promoción.

En cuanto al estudio técnico, se concreta principalmente el volumen de producción total mensual de blusas (629 und), camisas (781 und). Se especifican los insumos, maquinarias, equipos y herramientas útiles, así como la cantidad necesaria de los mismos para alcanzar una producción óptima, los cuales permitieron a su vez, elegir la localización adecuada para la micro empresa, siendo en el barrio La Concordia del municipio de La Concordia del departamento de Jinotega, así como la determinación de la distribución de planta y con lo mismo, se midió la capacidad requerida e instalada.

Cabe mencionar que Mooncloth, cuenta con 9 colaboradores en sus inicios, siendo el recurso humano necesario para el cumplimiento de los objetivos productivos y organizacionales, cada puesto cuenta con su respectiva ficha ocupacional donde se describieron sus funciones principales y básicas a llevar a cabo, además, se definió una política de remuneración con relación al salario mínimo, según el rubro o sector de actividad.

Finalmente, gracias al plan económico-financiero, se calculó que se requiere de C\$ 891,166.64 para la inversión inicial, desglosándose en inversión fija con C\$ 140,337.06, inversión diferida con C\$7.200,00 y capital de trabajo con C\$ 743,629.58, que se obtiene un 30% de la inversión a través de un préstamo de financiamiento. Asimismo, se confirma que la puesta en marcha del proyecto es viable en lo económico y financiero, siguiendo

el volumen de ventas y el crecimiento de las mismas según lo establecido, lo cual refiere a un 10% anualmente, además, es aceptado por el resultado obtenido del VPN el cual es mayor que C\$ 0, y se logra una tasa interna de retorno del 105% y un período de recuperación de la inversión de aproximadamente 1 año y 1 mes.

## **VIII. Recomendaciones**

- Llevar a cabo un plan de mercado que valore la viabilidad y aceptación de comercialización de “Mooncloth en otros municipios de Nicaragua, con el fin de aumentar la participación en el mercado.
- Evaluar la creación de nuevas líneas de producto con otros proveedores.
- Comprar la materia prima directamente del proveedor (los cuales son productos de exportación) para evitar intermediarios.
- Realizar un estudio de métodos y de tiempos para mejorar la eficiencia y la eficacia de la línea de producción.
- Elaborar un plan de capacitación por cada colaborador, según su desempeño.
- Analizar anualmente los precios en base a los cambios de la inflación y según los estándares de la competencia, permitiendo mantener una estrategia de mejores costos (incluyendo bajos precios y atributos de diferenciación).
- Controlar el flujo de efectivo de Mooncloth.

## IX. Bibliografía

- Alcaraz Rodríguez, R. (2011). *El Emprendedor de Éxito*. Mexico D.F.: McGraw Hill.
- Altman, R. (2016). *Formas mas efectivas de publicidad*. Obtenido de La voz de Houston: <https://pyme.lavoztx.com/las-formas-ms-efectivas-de-publicidad-7743.html>
- Álvarez, S., & Herrera, A. (6 de Junio de 2011). *Diseño y Distribución de la planta*. Obtenido de Unad.edu.co: <https://repository.unad.edu.co/bitstream/10596/5680/1/dise%C3%B1oydistribuciondelaplanta-110606163649-phpapp02.pdf>
- Álvarez, W. (29 de 08 de 2019). Salario mínimo queda congelado hasta el 2020. Estos son los salarios vigentes para nueve sectores. Obtenido de <https://www.laprensa.com.ni/2019/08/29/economia/2583996-salario-minimo-queda-congelado-hasta-el-2020-segun-acordo-la-mesa-negociadora-estos-son-los-salarios-vigentes-para-nueve-sectores>
- Andrés Narváez Sánchez, J. N. (2007). *Contabilidad de Costos I*. Managua: Ediciones A.N.
- Aznar, A., & Cabanelas, J. C. (2012). *Materia primas*. Madrid: Universidad Carlos III de Madrid.
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. Mexico: The McGraw-Hill.
- Banco Central de Nicaragua. (2017). *Cuentas Nacionales Trimestrales*. (B. C. Nicaragua, Ed.) Obtenido de Banco Central de Nicaragua: [https://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/trimestral/cuentas\\_nacionales/2017/cuentas\\_nacionales\\_4.pdf](https://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/trimestral/cuentas_nacionales/2017/cuentas_nacionales_4.pdf)
- BBVA. (15 de Mayo de 2017). *¿Qué es la inversión?* Recuperado el 08 de Octubre de 2018, de BBVA: <https://www.bbva.com/es/que-es-la-inversion/>
- Calero, M. (2019). *Producto Interno Bruto caerá entre 5.4 % y 6.8 % en Nicaragua en 2019*. Managua: La Prensa. Obtenido de <https://www.laprensa.com.ni/2019/07/16/economia/2570063-producto-interno-bruto-caera-entre-5-4-y-6-8-en-nicaragua-en-2019>
- CENTRAL AMERICADATA. (1 de Junio de 2018). *Vestimenta: Importaciones records en 2017*. Obtenido de Centralamericadata.com: [https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Vestimenta\\_Importaciones\\_record\\_en\\_2017](https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Vestimenta_Importaciones_record_en_2017)
- Chambergó García, A. (Junio de 2012). *Finanzas: Punto de Equilibrio Multiproducto*. Obtenido de finanzasdued.blogspot.com: <http://finanzasdued.blogspot.com/2012/06/punto-de-equilibrio-multiproducto.html>

- Cifuentes Vásquez, K. A. (Julio de 2013). *Estudio de Factibilidad*. Ecuador: Universidad Ibarra.
- Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyecto*. Colombia: Digiprint Editores E.U. doi:58.404 ed. 20
- Correa García, J. A., Ramírez Bedoya, L. J., & Castaño Ríos, C. E. (2010). *LA IMPORTANCIA DE LA PLANEACIÓN FINANCIERA EN LA*. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.
- CreceNegocios. (26 de marzo de 2010). *Calculo de la demanda potencial*. Obtenido de CreceNegocios: <https://www.crecenegocios.com/como-hallar-la-demanda-potencial/>
- Cuevas, C. F. (2010). *Contabilidad de Costos: enfoque gerencial y de gestión*. Colombia: Pearson Educación de Colombia Ltda.
- DATOSMACRO. (Agosto de 2019). *IPC de Nicaragua*. Obtenido de datosmacro.com: <https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/nicaragua>
- Díaz Martell, M. (08 de Junio de 2006). *Fundamentos de los costos*. Obtenido de MailxMail.com: <http://www.mailxmail.com/curso-fundamentos-costos/estado-costos-produccion>
- EmprendePyme. (27 de Abril de 2016). *Balance General*. Obtenido de EmprendePyme.net: <https://www.emprendepyme.net/balance-general.html>
- Entrepreneur. (2011). *Calcula tu participación de mercado y punto de equilibrio*. *Entrepreneur*.
- Epmundo. (17 de Julio de 2017). *Importancia de la Maquinaria Industrial en el Mundo*. Obtenido de Epmundo: <http://epmundo.com/2017/importancia-de-la-maquinaria-industrial-en-el-mundo/>
- Espinoza, R. (06 de Mayo de 2014). *Marketing Mix*. Obtenido de robertoespinoza.es: <https://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- G.Logenecker, J., W, C., Petty, J., & E.Palich, L. (2007). *Administración de Pequeñas Empresas ENFOQUE EMPREDEDOR*. DF, Mexico: Cengage Learning.
- Gerencie.com. (09 de Octubre de 2017). *Costos Fijos*. Obtenido de Gerencie.com: <https://www.gerencie.com/costos-fijos.html>
- Ingenioempresa. (11 de Abril de 2016). *Capacidad de producción: ¿Qué es y cómo se calcula?* Obtenido de Ingenioempresa : [https://ingenioempresa.com/capacidad-produccion-empresa/#Que\\_es\\_capacidad\\_de\\_produccion](https://ingenioempresa.com/capacidad-produccion-empresa/#Que_es_capacidad_de_produccion)
- INIDE. (Marzo de 2008). *La Concordia*. Obtenido de [www.inide.gob](http://www.inide.gob): [www.inide.gob.ni/docu/censos2005/CifrasMun/Jinotega/LA%20CONCORDIA.pdf](http://www.inide.gob.ni/docu/censos2005/CifrasMun/Jinotega/LA%20CONCORDIA.pdf)

- López, Y. (08 de 01 de 2016). Textiles nicas a conquistar su propio mercado. *La Prensa*. Obtenido de <https://www.laprensa.com.ni/2016/01/08/economia/1965492-textiles-nicas-conquistar-propio-mercado>
- Mejía Lacayo, M. C. (2009). *Mercado potencial de la artesanía textil en el municipio de Masaya-Departamento de Masaya de Abril a Julio 2009*. Masaya: Universidad Nacional Agraria.
- MITRAB. (2018). *Acuerdo Miniesterial sobre la aplicacion de los salarios mínimos*. Managua: Mitrab.gob. Obtenido de <http://www.mitrab.gob.ni/bienvenido/documentos/acuerdos/Acuerdo%20Ministerial%20ALTB-01-03-18.pdf>
- Munch, L., & Ángels, E. (1996). *Metodos y tecnicas de Investigacion*. Obtenido de [www.kupdf.com](http://www.kupdf.com): [https://www.google.com.ni/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi14NHHpr7eAhVGu1MKHWqrBnAQFjAAegQIBxAB&url=https%3A%2F%2Fkupdf.net%2Fdownload%2Fmunch-angeles-metodos-y-tecnicas-de-investigacion-pdf\\_5914b8eadc0d606b5ce5e556\\_pdf](https://www.google.com.ni/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi14NHHpr7eAhVGu1MKHWqrBnAQFjAAegQIBxAB&url=https%3A%2F%2Fkupdf.net%2Fdownload%2Fmunch-angeles-metodos-y-tecnicas-de-investigacion-pdf_5914b8eadc0d606b5ce5e556_pdf)
- Murillo, L. (1 de 11 de 2018). *La prenda*. Obtenido de Tecnología y educación, un reto para Nicaragua.: <https://www.laprensa.com.ni/2018/11/01/contenido-patrocinado/2491069-2491069>
- Navarro Zeledón, M. (04 de Mayo de 2018). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Recuperado el 15 de octubre de 2018, de Estudio económico y evaluación financiera: <https://mauriconavarrozeledon.files.wordpress.com/2018/05/unidad-no-iv-estudio-econoc3b3mico-y-evaluacic3b3n-financiera-uni.pdf>
- Poder Judicial Republica de Nicaragua. (2016). *Juzgados de Distrito del Trabajo y la Seguridad Social*. Obtenido de Complejo Judicial Nejapa: <https://www.poderjudicial.gob.ni/cjnejapa/image/codigo-trabajo.pdf>
- Riquelme, M. (22 de Julio de 2019). *Organigrama (Definición, Estructura Y Como Se Hace)*. Obtenido de Web y empresas: <https://www.webyempresas.com/organigrama/>
- Rivadeneira Unda, M. O. (2014). *La elaboración de presupuestos en empresas manufactureras*. Andaluz: Inca Garcilaso.
- Talavera, P. (1999). *Calidad Total en la Administración Pública*. Unión Iberoamericana de Municipalistas. Granada: CEMCI.
- Tamayo, M. T. (2003). *El proceso de la investigación Científica*. Mexico DF: LIMUSA S.A.

Váquiro C., J. D. (29 de Marzo de 2013). *PYMESFUTURO*. Obtenido de El Valor Presente Neto - vpn: <https://www.pymesfuturo.com>

## X. Anexos

### Anexo 1 Formato de encuesta

#### Encuesta de empresa textil

Buen día, somos estudiantes de UNI-NORTE y estamos realizando una encuesta para comercializar en el mercado camisas y blusas de diseño y confección nacional en el municipio de La Concordia. De antemano agradecemos el tiempo que se ha tomado para responder esta encuesta.

Edad: \_\_\_\_\_

Sexo: F \_\_\_\_\_ M \_\_\_\_\_

Económicamente activo: Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

1. ¿Compra camisas nacionales?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

2. ¿Compra blusas nacionales?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

3. ¿Frecuencia en la que usted compra blusas o camisas?

Mensual\_\_\_\_ Trimestral\_\_\_\_ Semestral\_\_\_\_ Anual\_\_\_\_

4. ¿Prefiere camisas y blusas de primera o segunda mano? ¿Por qué?

Si\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

5. ¿Cuánto es lo máximo que ha gastado para adquirir blusas o camisas?

\_\_\_\_\_

6. Al seleccionar las Blusas o Camisas las prefiere:

- Con diseños elaborados \_\_\_\_\_
- Con diseños simples \_\_\_\_\_
- Con diseños personalizados \_\_\_\_\_

7. ¿Prefiere marcas nacionales o extranjeras?

Nacionales\_\_\_\_\_ Extranjeras\_\_\_\_\_ Ambas\_\_\_\_\_

8. Mencione las marcas que compra

Nacionales\_\_\_\_\_

Extranjeras\_\_\_\_\_

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por esta blusa? (se mostrará el producto):

- 60 \_\_\_\_
- 100 \_\_\_\_
- 150 \_\_\_\_
- 200\_\_\_\_
- 201 a más\_\_\_\_\_.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por esta camisa? (se mostrará el producto):

- 60 \_\_\_\_
- 100 \_\_\_\_
- 150 \_\_\_\_
- 200\_\_\_\_
- 201 a más\_\_\_\_\_

11. ¿según su frecuencia de compras cuantas unidades compraría?

\_\_\_\_\_

12. Si existiese una empresa local que fabrique Blusas o Camisas ¿estaría dispuesto a adquirir estos productos?

\_\_\_\_\_

## Anexo 2 Formato de entrevista

### Entrevista de empresa textil

La presente entrevista está dirigida a las tiendas de venta de ropa en la cual se venden blusas o camisas en el municipio de La Concordia. De antemano agradecemos el tiempo que se ha tomado para responder esta entrevista.

Objetivo: El objetivo de la entrevista es: Conocer la demanda y oferta que tienen las blusas o camisas en el mercado y definir los puntos de venta.

1. ¿Qué estilos de camisas y blusas las que usted vende tiene más demanda?

---

2. ¿Qué marcas y a que precios venden las camisas y blusas?

---

3. ¿En promedio cuántas de esas camisas y blusas vende mensualmente?

---

4. ¿Qué tipo de telas es el que más se mueve en su mercado?

---

5. ¿Qué meses son los de menos demanda de su clientela?

---

6. ¿Qué meses son los que tienen mayor demanda de su clientela?

---

7. ¿Tiene proveedores Nacionales o Internacionales?

---

8. ¿Para usted cuales son inconvenientes de tener un proveedor local?

---

9. Estaría dispuesto a comprar a un proveedor que confeccione y diseñe  
situado en La concordia.}

---

10. Quien considera que es su competidor más cercano.

---

## Anexo 3

### RESUMEN PLAN DE NEGOCIO

<b>Nombre de la Idea de Negocio:</b> Plan de negocio para la creación de una microempresa textil orientada a la confección de camisas y blusas.
<b>Razón Social:</b> La palabra Mooncloth está constituida por dos palabras en inglés las cuales son: Luna y Tela; se eligió la palabra luna porque desde cualquier punto en el planeta se puede ver la luna y de esta manera se busca que la marca sea reconocida a gran escala.
<b>Nombre Comercial:</b> Mooncloth
<b>1. PLANEAMIENTO ESTRATEGICO</b>
<b>VISION DEL NEGOCIO:</b> Ser la mayor empresa en la fabricación y comercialización de blusas y camisas en el mercado nacional y ser reconocida por la calidad humana y profesional de nuestra gente, apoyando de esta manera el desarrollo del sector textil.
<b>MISION DEL NEGOCIO:</b> Constituir una empresa líder en la fabricación y comercialización de blusas y camisas, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes y brindándoles un producto de calidad y con un excelente servicio.
<b>OBJETIVOS DEL NEGOCIO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ofrecer excelente servicio.</li><li>• Ser rentable</li><li>• Contribuir con el desarrollo del país.</li><li>• Aumentar los ingresos</li><li>• Comercializar nuestros productos a través de las redes sociales</li><li>• Mejorar la presencia de la marca en los diferentes puntos de venta</li><li>• Capitalizar nuevos puntos de venta para la expansión del negocio en otras zonas.</li></ul>
<b>BREVE DESCRIPCION DEL NEGOCIO:</b> Es una microempresa textil orientada a la confección de camisas y blusas, se encontrará ubicada en el municipio de La Concordia departamento de Jinotega y constará con un total de 8 trabajadores el cual se considera cantidad ideal para el cumplimiento de la demanda.

## 2. ANÁLISIS DEL MERCADO

### 2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL

En La Concordia existen negocios tales como pulperías y pequeñas tiendas de ropa locales que perfectamente podrían ser el canal de distribución ideal para una mejor incursión en el mercado.

### 2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

CONCEPTO	N
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	7,281
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	3,385
Establecer la cantidad que compran por período	1und mensual
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	2

### 2.3 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Población económicamente activa, oscilan entre las edades de 16 y 60 años con poder adquisitivo

### 2.4 VENTAJA COMPETITIVA

- Es una idea innovadora en la localidad
- Se oferta calidad a bajo precios
- Recuperación de la inversión a corto plazo
- Presencia en las redes sociales
- Potencial de crecimiento

## 2.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Empresas	Nivel de Aceptación			Tipo de cliente que atiende	¿Por qué razón la elijen?	¿Dónde se comercializa el producto?	¿A qué precio lo venden?
	Alta	Regular	Poca				
Boutique Candy	X			Jóvenes y adultos	Popularidad	Tienda local	CS 450
Variedades Graciela	X			Niños	Antigüedad	Tienda local	CS 250
Tienda Imelda	X			Jóvenes	Precios	Tienda local	CS 420
Glasses Nicaragua		X		Variado	Diseños	Distribuidores	Variados
Doña Isela			X	Adultos	Precios	Tienda local	CS 150

## 2.6 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

### 2.6.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO

- Descuentos por cantidad
- Incentivar a los compradores a aumentar el valor de sus compras. Por ejemplo, por la compra de 4, lleva el 5to completamente gratis. Esta es una excelente táctica cuando el objetivo de un punto de venta es aumentar el promedio de clientes, o el valor promedio por transacción la cual solo es válida una vez al día por cliente.
- También se puede utilizar la acción de descontar por mayor, después de ciertas docenas de compras por la misma persona, venta o empresa se genera un descuento automático de un 10% en su factura total.

## 2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto?	Ambos productos se comercializarán a CS 250 c/u
¿Cómo se ha determinado el precio?	Mediante la fórmula de cálculo de precio utilizando margen de utilidad, el precio calculado será siempre un <b>precio sugerido</b> , el cual fue confrontado con el precio de mercado y el precio sugerido por los clientes.
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Es un precio de introducción al mercado, definido en las encuestas por los consumidores.

## 2.6.3 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

**Canal directo:** este canal está pensado para que el consumidor pueda adquirir directamente el producto, por las siguientes razones.

**El canal corto:** a diferencia del directo, necesita de un intermediario para hacerlo llegar al consumidor final. En este caso se utilizarán a las pulperías como intermediarios para facilitar los productos al consumidor final.

## 2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Los medios de publicidad utilizados para dar a conocer a MOONCLOTH son: radio, redes sociales (Facebook e Instagram). El principal objetivo es que la población se entere de la existencia del producto, los lugares donde puede adquirirlo, los diferentes diseños ofertados y los precios de adquisición
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	CS 1000 Mensuales

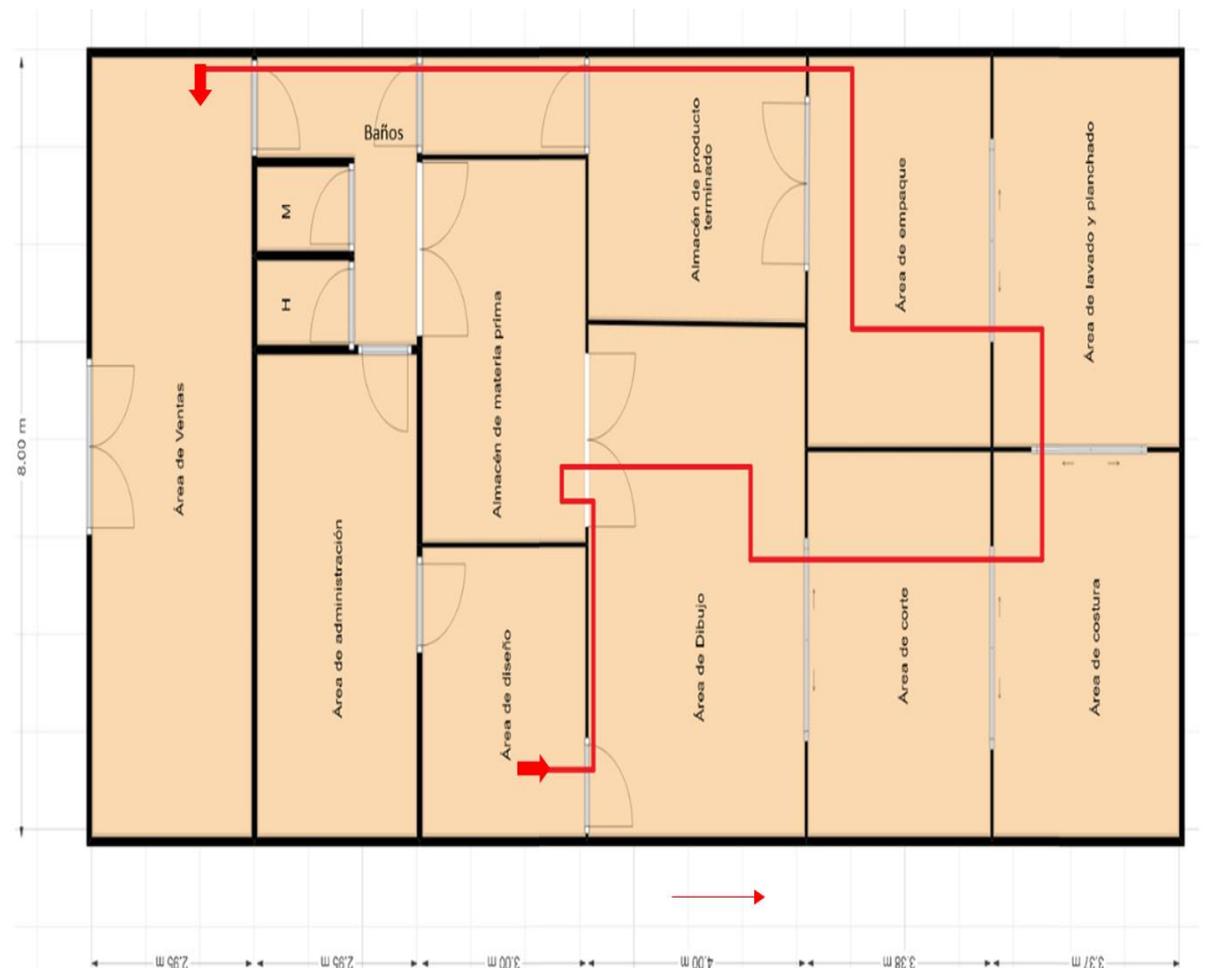
**Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos:** Se planea el uso de herramientas como el e-mail, telemarketing, correo e internet con el objetivo de lograr una mayor adaptabilidad del producto a la necesidad o interés del consumidor.

### 3. ESTUDIO TÉCNICO DE LA PRODUCCIÓN

#### 3.1 Localización del negocio

Se determinó que la micro empresa estará ubicada en el barrio La Concordia a 50 metros del parque central de La Concordia y a 350 metros de la carretera principal a Jinotega.

#### 3.2 Distribución de planta



### 3.3 Especificaciones técnicas

La camisa es una prenda de vestir que, combinado con diferentes elementos, otorgan un número infinito de modelos y diseños de camisas. Los elementos que mayormente se diferencian en una camisa son: el cuello, las mangas, los botones y los bolsillos.

La blusa es una prenda de vestir femenina generalmente de tela fina en la cual incorpora elementos como el cuello, mangas y botones, estos elementos combinados dan origen a diferentes estilos.



### 3.4 Diagrama de Operaciones

- > Diseño y dibujo
- ① Crear diseño de blusas o camisas
- ➡<sub>1</sub> Transportar a mesa de corte
- > Material
- ② Buscar de material en almacén
- ③ Dibujar diseño de blusas o camisas en la tela
- ➡<sub>2</sub> Transportar mesa de corte
- > Mesa de corte y medidas
- ④ Cortar cuerpo de blusas o camisas
- ⑤ Cortar cuellos y mangas
- 1 Inspeccionar
- ➡<sub>3</sub> Transportar a costura
- > Costura
- ⑥ Costurar cuerpo de blusas o camisas
- ⑦ Costurar manga y cuello
- ⑧ Costurar botones
- 2 Inspeccionar
- ◇<sub>1</sub> Decisión, si tiene mancha, limpieza, antes de planchar
- ⑨ Limpieza
- ⑩ Planchar
- ➡<sub>4</sub> Transportar a almacén
- > Almacén
- △<sub>1</sub> Almacenar

### 3.5 Maquinaria y Equipo

<b>Maquinaria</b>	<b>Cantidad (Unidades Requeridas)</b>	<b>Equipos y Herramientas</b>	<b>Cantidad (Unidades Requeridas)</b>
Máquina de coser	3	Escritorio	3
Mesa de corte	2	Archivador	2
Mesa de máquina de coser	2	Papelera	6
Tijeras	5	Impresora	1
		Sillas de escritorio	6
		Computadoras portátiles	3
		Kit de limpieza	1
		Kit de primeros auxilios	1

### 3.6 Materiales y/o Materias Primas

#### Camisas

<b>Materia Prima Insumos</b>	<b>Cantidad Unidades Requeridas</b>	<b>Unidades a Producir</b>
Tela (yarda)	1249,6	781
Hilo (yarda)	8497,28	781
Botones (Docena)	8591	781
Bolsas de empaque (Mtr)	156,2	781

#### Blusas

<b>Materia Prima Insumos</b>	<b>Cantidad Unidades Requeridas</b>	<b>Unidades a Producir</b>
Tela (yarda)	880,6	629
Hilo (yarda)	5988,08	629
Bolsas de empaque (Mtr)	125,8	629

### 3.7 Proveedores

- Se evaluó y se sugiere Textiles Kanan, a quien se solicitó cotizaciones para demostrar la viabilidad, existencias de proveedores y costos de mercado competitivo.

### 3.8 Organización de las personas en el proceso productivo

Puesto de Trabajo	Numero
Diseñador y control de calidad	1
Costurador	2
Cortador y dibujador de croquis	1
Mantenimiento	1
Planchador, transportador, empacador	1

### 3.9 Enumerar las tareas según las responsabilidades de cada uno.

Puesto de Trabajo	Tareas del puesto	Experiencia mencionada en la Idea de Negocio u Otra
Gerente	Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.	5 años
Contador	Realizar los registros contables predefinidos, con previa obtención y procesamiento de la información.	2 años
Vendedor	Establecer un nexo entre el cliente y la empresa Contribuir activamente a la solución de problemas de mercado (necesidades y deseos insatisfechos,	3 años
Diseñador y control de calidad	Diseñar, patrona, crea prototipos, elije tejidos, corta, ajusta, confecciona cuando es un producto nuevo. Verificar que el producto final cumpla con las	5 años

	especificaciones de diseño	
Cortador y dibujador de croquis	Cortar en tiempo y forma las partes de las prendas asignadas. Utilizar correctamente el patronaje con la cantidad de tela debida.	No se requiere
Costurador	Costurar en tiempo y forma las partes terminadas asignadas.	No se requiere
Mantenimiento	Un técnico de mantenimiento que asuma la responsabilidad de conservar el buen estado y funcionalidad de las instalaciones. Realizarás tareas de mantenimiento de gran variedad como pintar, mantener instalaciones de climatización, paisajismo, etc.	Experiencia demostrable como técnico de mantenimiento
Planchador	Planchar en tiempo y forma las prendas terminadas.	No se requiere
Transportador	Transportar material terminado según área de línea de trabajo.	No se requiere
Empacador	Transportar materia prima a áreas indicadas por el diseñador.	No se requiere

## 4. ESTUDIO ECONÓMICO

### 4.1 Plan de inversión

<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO</b>						
<b>Cuentas</b>	<b>Inicial</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Activo Circulante</b>						
Banco	C\$454,914.32	C\$507,859.19	C\$689,621.63	C\$983,625.14	C\$1,353,876.73	C\$1,960,092.29
Inventario						
Inversión diferida	C\$7,200.00	C\$5,760.00	C\$4,320.00	C\$2,880.00	C\$1,440.00	C\$0.00
<b>TOTAL CIRCULANTE</b>	<b>C\$462,114.32</b>	<b>C\$513,619.19</b>	<b>C\$693,941.63</b>	<b>C\$986,505.14</b>	<b>C\$1,355,316.73</b>	<b>C\$1,960,092.29</b>
<b>NO CIRCULANTE</b>						
Mobiliario y Equipo	C\$75,588.10	C\$48,451.25	C\$21,314.40	C\$14,209.60	C\$7,104.80	C\$0.00
Maquinaria	C\$35,351.36	C\$28,281.09	C\$21,210.82	C\$14,140.54	C\$7,070.27	C\$0.00
Equipo de reparto	C\$16,620.00	C\$13,296.00	C\$9,972.00	C\$6,648.00	C\$3,324.00	C\$0.00
<b>TOTAL NO CIRCULANTE</b>	<b>C\$127,559.46</b>	<b>C\$90,028.34</b>	<b>C\$52,497.22</b>	<b>C\$34,998.14</b>	<b>C\$17,499.07</b>	<b>C\$0.00</b>
<b>TOTAL DE ACTIVO</b>	<b>C\$589,673.78</b>	<b>C\$603,647.53</b>	<b>C\$746,438.85</b>	<b>C\$1,021,503.28</b>	<b>C\$1,372,815.80</b>	<b>C\$1,960,092.29</b>
<b>PASIVO CIRCULANTE</b>						
Impuestos por pagar		C\$12,418.17	C\$57,503.49	C\$114,321.43	C\$159,043.08	C\$223,895.87
<b>NO CIRCULANTE</b>						
Prestamos por pagar	C\$176,902.13	C\$149,481.98	C\$113,013.18	C\$64,509.67	C\$0.00	C\$0.00
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>C\$176,902.13</b>	<b>C\$161,900.15</b>	<b>C\$170,516.66</b>	<b>C\$178,831.10</b>	<b>C\$159,043.08</b>	<b>C\$223,895.87</b>
<b>CAPITAL</b>						
Capital Social	C\$412,771.64	C\$412,771.64	C\$412,771.64	C\$412,771.64	C\$412,771.64	C\$412,771.64
Utilidad de Ejercicio						
Utilidad Retenida		C\$28,975.74	C\$163,150.54	C\$429,900.54	C\$801,001.07	C\$1,323,424.77
<b>TOTAL CAPITAL</b>	<b>C\$412,771.64</b>	<b>C\$441,747.38</b>	<b>C\$575,922.18</b>	<b>C\$842,672.19</b>	<b>C\$1,213,772.72</b>	<b>C\$1,736,196.41</b>
<b>Pasivo + Capital</b>	<b>C\$589,673.78</b>	<b>C\$603,647.53</b>	<b>C\$746,438.85</b>	<b>C\$1,021,503.28</b>	<b>C\$1,372,815.80</b>	<b>C\$1,960,092.29</b>
Comprobación (P+C)-A	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00

## 4.2 Estructura de costos

Egresos						
Costo de producción		C\$2,268,208.31	C\$2,365,010.22	C\$2,467,910.66	C\$2,613,877.32	C\$2,730,151.62
<b>Material directo</b>						
Camisas		C\$891,632.83	C\$947,805.70	C\$1,007,517.46	C\$1,070,991.06	C\$1,138,463.49
Blusas		C\$585,959.69	C\$622,875.15	C\$662,116.28	C\$703,829.61	C\$748,170.87
<b>Mano de obra directa</b>						
Camisas		C\$405,272.53	C\$405,272.53	C\$405,272.53	C\$425,536.16	C\$425,536.16
Blusas		C\$326,397.47	C\$326,397.47	C\$326,397.47	C\$342,717.34	C\$342,717.34
<b>Costos indirectos de fabricación</b>						
Camisas		C\$32,650.12	C\$34,707.07	C\$36,893.62	C\$39,217.92	C\$41,688.65
Blusas		C\$26,295.68	C\$27,952.30	C\$29,713.30	C\$31,585.24	C\$33,575.11
<b>Gastos de operación</b>		<b>C\$846,622.14</b>	<b>C\$842,472.63</b>	<b>C\$814,378.39</b>	<b>C\$823,322.61</b>	<b>C\$802,591.78</b>

## 4.3 Costo Total Unitario

Estado de Costos Blusas					
Concepto	Costo	Unidad	Cant. Semanal	Cant. Mensual	Cant Anual
Tela (yardas)	C\$55,00	1	220,15	880,6	10567,2
Hilo (tubo en yardas)	C\$58,00	874,89	1497,02	5988,08	71856,96
Bolsa de empaque (metro)	C\$1.500,00	100	31,45	125,8	1509,6
<b>Cantidad Semanal</b>	<b>157</b>				
<b>Inversión</b>	<b>C\$ 891.166,64</b>				
<b>Costos Fijos</b>	<b>C\$ 746.396,64</b>				
<b>Numero de Unidades a vender mensual</b>				629	
<b>Numero de Unidades a vender anual</b>				7548	
Concepto	Material Directo	MOD	CIF	TOTAL	
Tela (yardas)	C\$581.196,00			C\$581.196,00	
Hilo (tubo en yardas)	C\$4.763,69			C\$4.763,69	
Salario producción		C\$326.397,47		C\$326.397,47	
Bolsa de empaque (metro)			C\$22.644,00	C\$22.644,00	
Depreciación de maquinaria y equipo			C\$3.651,68	C\$3.651,68	
<b>TOTAL</b>	<b>C\$585.959,69</b>	<b>C\$326.397,47</b>	<b>C\$26.295,68</b>	<b>C\$938.652,83</b>	
<b>Costo Unitario</b>	<b>C\$124,36</b>				

<b>Estado de Costos Camisas</b>					
Concepto	Costo	Unidad	Cant. Semanal	Cant. Mensual	Cant Anual
Tela (yarda)	C\$55,00	1	312,4	1249,6	14995,2
Hilo (tubo en yardas)	C\$58,00	874,89	2124,32	8497,28	101967,36
Botones (docena)	C\$7,00	12	2147,75	8591	103092
Bolsa de empaque (metro)	C\$1.500,00	100	39,05	156,2	1874,4
<b>Cantidad diaria</b>	<b>195</b>				
<b>Inversión</b>	<b>C\$ 891.166,64</b>				
<b>Costos Fijos</b>	<b>C\$ 746.396,64</b>				
<b>Numero de Unidades a vender mensual</b>				781	
<b>Numero de Unidades a vender anual</b>				9372	
Concepto	Material Directo	MOD	CIF	TOTAL	
Tela (yarda)	C\$824.736,00			C\$824.736,00	
Hilo (tubo en yardas)	C\$6.759,83			C\$6.759,83	
Botones	C\$60.137,00			C\$60.137,00	
Salario producción		C\$405.272,53		C\$405.272,53	
Bolsa de empaque (metro)			C\$28.116,00	C\$28.116,00	
Depreciación de maquinaria y equipo			C\$4.534,12	C\$4.534,12	
<b>TOTAL</b>	<b>C\$891.632,83</b>	<b>C\$405.272,53</b>	<b>C\$32.650,12</b>	<b>C\$1.329.555,48</b>	
<b>Costo Unitario</b>	<b>C\$141,86</b>				

#### 4.4 Proyección de Ventas

Nº	Producto	Precio del producto o servicio	Períodos					Total
			1	2	3	4	5	
1	Camisas	C\$ 250	C\$ 2.343.000,00	C\$ 2.577.300,00	C\$ 2.835.030,00	C\$ 3.118.533,00	C\$ 3.430.386,3	C\$ 14,304249
2	Blusas	C\$ 250	C\$1.887.000,00	C\$ 2,075,700,00	C\$ 2,283,270,00	C\$ 2,511,597,00	C\$ 2,762,756,7	C\$ 11,520,324

#### 4.5 Margen de Contribución y Punto de Equilibrio

Margen de contribución						
Producto	Costo	Precio Venta	Margen de contribución	Nº de unidades	% de participación	Margen promedio
Blusas	C\$136.70	C\$250.00	C\$113.30	3468	44.60%	C\$50.53
Camisas	C\$154.21	C\$250.00	C\$95.79	4308	55.40%	C\$53.07
<b>Total</b>				<b>7776</b>	<b>100%</b>	<b>C\$103.60</b>

Punto de Equilibrio Multiproducto	
Costos fijos totales	C\$696,241.12
Punto de equilibrio Unidades	6720
<b>PE\$</b>	<b>C\$1,680,078.63</b>

Formula		
Q=Costos Fijos totales / Margen de Contribucion		
	Q= 6720	Ingresos totales
Blusas	2997	C\$749,294.33
Camisas	3723	C\$930,784.30
<b>Sumatoria</b>	<b>6720</b>	<b>C\$1,680,078.63</b>

#### 4.6 FLUJO DE EFECTIVO

<b>Flujo Neto de Efectivo Proyectado</b>						
<b>Concepto</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Ingresos por ventas</b>						
Camisas		C\$1,077,000.00	C\$1,184,700.00	C\$1,303,170.00	C\$1,433,487.00	C\$1,576,835.70
Blusas		C\$867,000.00	C\$953,700.00	C\$1,049,070.00	C\$1,153,977.00	C\$1,269,374.70
<b>Total de ingresos</b>		<b>C\$1,944,000.00</b>	<b>C\$2,138,400.00</b>	<b>C\$2,352,240.00</b>	<b>C\$2,587,464.00</b>	<b>C\$2,846,210.40</b>
<b>Egresos Costos y Gastos</b>						
<b>Costo de producción</b>		<b>C\$1,138,387.26</b>	<b>C\$1,183,084.33</b>	<b>C\$1,230,597.32</b>	<b>C\$1,302,549.12</b>	<b>C\$1,356,237.31</b>
<b>Material directo</b>						
Camisas		C\$409,854.27	C\$435,675.09	C\$463,122.62	C\$492,299.35	C\$523,314.20
Blusas		C\$269,224.72	C\$286,185.88	C\$304,215.59	C\$323,381.17	C\$343,754.19
<b>Mano de obra directa</b>						
Camisas		C\$237,621.44	C\$237,621.44	C\$237,621.44	C\$249,502.51	C\$249,502.51
Blusas		C\$191,288.56	C\$191,288.56	C\$191,288.56	C\$200,852.99	C\$200,852.99
<b>Costos indirectos de fabricación</b>						
Camisas		C\$16,841.02	C\$17,902.00	C\$19,029.83	C\$20,228.71	C\$21,503.12
Blusas		C\$13,557.25	C\$14,411.36	C\$15,319.28	C\$16,284.39	C\$17,310.31
<b>Gastos de operación</b>		<b>C\$764,218.83</b>	<b>C\$763,637.38</b>	<b>C\$740,571.25</b>	<b>C\$754,771.27</b>	<b>C\$743,653.52</b>
Salarios administrativos		C\$311,850.00	C\$311,850.00	C\$311,850.00	C\$327,442.50	C\$327,442.50
Gastos Varios		C\$124,800.00	C\$132,662.40	C\$141,020.13	C\$149,904.40	C\$159,348.38
Salarios de ventas		C\$100,920.00	C\$100,920.00	C\$100,920.00	C\$105,966.00	C\$105,966.00
Publicidad		C\$9,600.00	C\$10,204.80	C\$10,847.70	C\$11,531.11	C\$12,257.57
Depreciación		C\$37,531.12	C\$37,531.12	C\$17,499.07	C\$17,499.07	C\$17,499.07
Pago de Diferidos		C\$1,440.00	C\$1,440.00	C\$1,440.00	C\$1,440.00	C\$1,440.00
Intereses		C\$58,377.70	C\$49,329.05	C\$37,294.35	C\$21,288.19	C\$0.00
Alquiler		C\$119,700.00	C\$119,700.00	C\$119,700.00	C\$119,700.00	C\$119,700.00
<b>Total de egresos</b>		<b>C\$1,902,606.09</b>	<b>C\$1,946,721.71</b>	<b>C\$1,971,168.57</b>	<b>C\$2,057,320.39</b>	<b>C\$2,099,890.83</b>
<b>Saldo antes de impuesto</b>		<b>C\$41,393.91</b>	<b>C\$191,678.29</b>	<b>C\$381,071.43</b>	<b>C\$530,143.61</b>	<b>C\$746,319.57</b>
Impuesto 30%		C\$12,418.17	C\$57,503.49	C\$114,321.43	C\$159,043.08	C\$223,895.87
<b>Saldo después de impuesto</b>		<b>C\$28,975.74</b>	<b>C\$134,174.80</b>	<b>C\$266,750.00</b>	<b>C\$371,100.53</b>	<b>C\$522,423.70</b>
Depreciación		C\$37,531.12	C\$37,531.12	C\$17,499.07	C\$17,499.07	C\$17,499.07
Pago de Diferidos		C\$1,440.00	C\$1,440.00	C\$1,440.00	C\$1,440.00	C\$1,440.00
Inversiones	C\$589,673.78					
Prestamos		C\$27,420.15	C\$36,468.80	C\$48,503.51	C\$64,509.67	
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>-C\$589,673.78</b>	<b>C\$40,526.71</b>	<b>C\$136,677.12</b>	<b>C\$237,185.56</b>	<b>C\$325,529.94</b>	<b>C\$541,362.77</b>



## Tarifario de Créditos Empresariales

Estimado Cliente:

El presente tarifario contiene nuestras tasas máximas vigentes para créditos empresariales, las cuales pueden disminuir bajo ciertas condiciones y en correspondencia con el tipo y calidad de la garantía. Las principales condiciones que pueden llevar a una mejora en la tasa son:

- Si el financiamiento es un Crédito Verde cuyo destino es una medida de efectiva protección al medioambiente (mejora en eficiencia energética, en energías renovables u otra).
- Si es un cliente integral que posee sus cuentas operativas, cuentas de ahorro y utiliza servicios financieros de Avanz.
- Alto nivel de formalización de la empresa.

Otras consideraciones son:

- Este tarifario aplica para créditos desembolsados a partir de la fecha de emisión, por lo que la tasa de interés de créditos vigentes puede ser diferente.
- Los créditos formalizados con tasa variable están sujetos a ser ajustados al inicio de cada trimestre.

### Tasas de interés máximas

Monto (en USD)	Tipo de garantía		
	Hipoteca o prenda inscrita*	Prenda inscrita	Inventario o fianza personal
Hasta 10,000.00	28.00%	31.00%	33.00%
10,001.00 - 30,000.00	25.00%	28.00%	31.00%
30,001.00 - 50,000.00	24.00%	27.00%	N/A
50,001.00 - 100,000.00	23.00%	23.00%	N/A
100,001.00 - 250,000.00	21.00%	22.00%	N/A

\*Considera la antigüedad del bien y el tipo de seguro vigente.

### Tasas de interés máximas

Monto (en USD)	Destino			
	Vivienda	Vehículos nuevos	Vehículos usados	Otros
=<20,000				23%
20,001 - 100,000	15%	18%	19%	N/A
100,001 - 250,000	15%	N/A	N/A	N/A

Fecha de emisión: 12/05/2019



## Anexo 5 Máquina de coser marca SINGER modelo 4452

Arte y Manualidades > Costura > Máquinas de Coser



Pasa el mouse encima de la imagen para aplicar zoom

Singer 4452 - Máquina de coser resistente con accesorios, 32 puntadas integradas, 60 % más fuerte, placa de cama de acero inoxidable, 48 % más rápida velocidad de costura y enhebrador automático de agujas

de SINGER

★★★★★ 323 opiniones de clientes | 391 preguntas respondidas

Amazon's Choice para "singer heavy duty sewing machine"

Precio: US\$ 174.98 & Envío GRATIS. Detalles & Devoluciones GRATIS

prime | Prueba envío GRATIS y rápido

- La máquina de coser SINGER Heavy Duty 4452 cuenta con una amplia gama de características que hacen que crear elegantes prendas y regalos para ti y otros sea divertido y emocionante. La máquina de coser con 32 puntadas incorporadas incluye 6 básicas, 7 elásticas, 18 puntadas decorativas y 1 botón totalmente automático de 1 paso. Una gran variedad de puntadas para todo tipo de costura y perfecto para manualidades, decoración del hogar, construcción de ropa y mucho más.
- AUTOMÁTICA MÁQUINA DE CABLE DE NECESIDAD: Después de seguir el camino de rosca impreso directamente en la máquina, esta característica integrada le ayuda a enroscar sin esfuerzo el ojo de la aguja sin fatiga ocular o frustración, tamaño de la máquina: 15.7 x 6.3 x 11.8 in.
- Costura de alta velocidad: la máquina de coser Singer 4452 tiene una velocidad máxima de costura de 1.100 puntadas por minuto, por lo que los proyectos se pueden coser rápidamente. El motor 60% más fuerte que las máquinas de coser estándar le permite coser a través de tejidos pesados con facilidad.
- Accesorios para coser y caminar: cuatro accesorios resistentes y optimizados que incluyen: pie para caminar o alimentar para capas de tela, pie antiadherente para cuero y vinilo, un paquete de 5 agujas de tamaño 16 y una placa de limpieza para costuras gruesas. Además, una variedad de accesorios imprescindibles se incluyen con pie, pie de cremallera, pie de botón, pie de costura, cepillo de costura/pincel de pelusa, guía de acolchado, agujas, bobinas, destornillador, alfiler auxiliar de bobina, alfiler de bobina, fieltro de bobina están todos convenientemente ubicados y almacenados en la bandeja de accesorios. También se incluye en el embalaje una cubierta para el polvo de tacto suave.
- La mejor máquina de coser de venta: la máquina de coser SINGER Heavy Duty 4452 es un verdadero caballo de trabajo. La placa de cama de acero inoxidable permite un flujo de tela suave y el resistente marco de metal interior garantiza una costura sin saltos. La parte superior es fácil de insertar, quitar y controlar el suministro de rosca.
- Esta máquina de coser está garantizada para uso en los Estados Unidos y Canadá a 110 voltios solamente.
- Amperios (0,7) / W (120) / Voltios (120V) / Hertz (60)

Usado y nuevo (29) desde US\$ 131.24 y envío gratuito. Detalles

Nuevo: US\$ 174.98

& Envío GRATIS. Detalles & Devoluciones GRATIS

Llega: 5 de ago - 8 de ago

Entrega más rápida: **mié, jul 31**  
Realiza el pedido en 9 horas y 44 minutos

Enviar a David - Miami 33126

Disponible.

Cantidad: 1

Agregar al Carrito

Comprar ahora

Vendido y enviado por Amazon.com en **paquete fácil de abrir**.

**El producto llega en un embalaje que revela lo que hay dentro.**  
Para ocultarlo, elige **Enviar en embalaje de Amazon** al procesar la compra.

Agregar un plan de protección:

- 4-Year Protection para US\$29.99
- 3-Year Protection para US\$21.99

Se puede envolver para regalo.

Usado: US\$ 153.98

## Anexo 6 Moto mensajera



Marketplace > Vehículos

### MOTO MENSAJERA

Estelí, - hace más de una semana · 🌐

**350 C\$**

📍 150 km

🛞 Transmisión automática

MARCA AVANTI ,MOTOR 150,AÑO 2008,CON SU CIRCULACIÓN,PLACA Y ESCRITURAS PRECIO NEGOCIABLE MAYOR INFO... Más

PAUL A UBEDA

Estelí

Envía un mensaje al vendedor

¿Está disponible?

Enviar

Enviar un mensaje Guardar

Compartir

## Anexo 7 Computadora portátil

### LAPTOP ASUS N3350 500GB 4GB 15.6



**Características**

- LAPTOP ASUS VIVOBOOK MAX X541N Intel® 2Core™ N3350 1.10GHz Disco Duro 500 GB Memoria Ram 4 Gb Red inalámbrica Cámara Web Bluetooth 2 Puertos USB 1 Puerto VGA Lector de Tarjetas 1 Puerto HDMI 1 Puerto RJ45 Teclado Numérico Sistema Operativo Linux Endless Pantalla de 15.6 Pulgadas

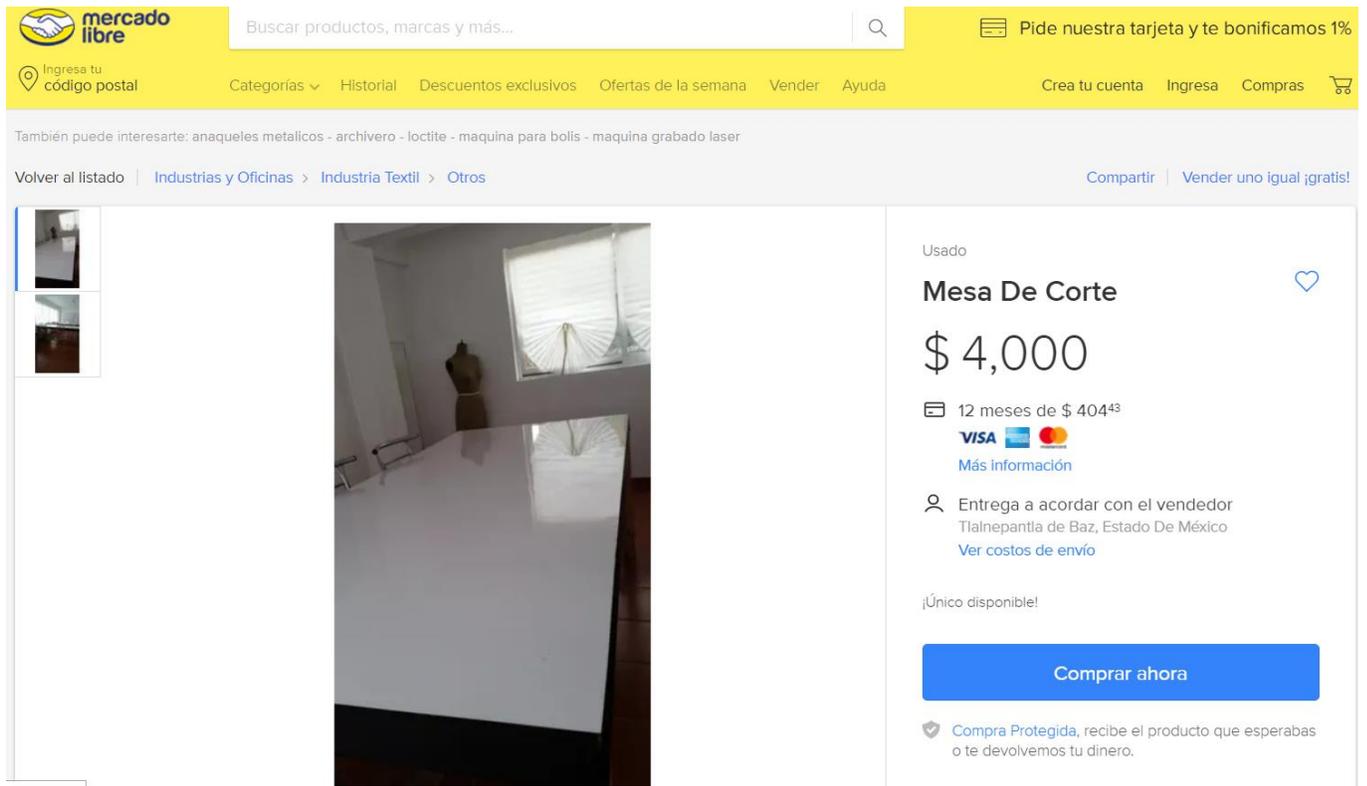
Item # 9596 • Parte #

<b>Precio:</b>	<b>\$ 315.00</b>
<b>IVA</b>	<b>\$ 47.25</b>
<b>Total:</b>	<b>\$ 362.25</b>

Cantidad:

AGREGAR AL CARRITO

## Anexo 8 Mesa de corte



mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Ingresar tu código postal

Categorías Historial Descuentos exclusivos Ofertas de la semana Vender Ayuda

Pide nuestra tarjeta y te bonificamos 1%

También puede interesarte: anaqueles metalicos - archivero - loctite - maquina para bolis - maquina grabado laser

Volver al listado Industrias y Oficinas > Industria Textil > Otros

Compartir Vender uno igual ¡gratis!

Usado

### Mesa De Corte

\$ 4,000

12 meses de \$ 404<sup>43</sup>

VISA

Más información

Entrega a acordar con el vendedor  
Tlalneantla de Baz, Estado De México  
[Ver costos de envío](#)

¡Único disponible!

[Comprar ahora](#)

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

## Anexo 9 Tijeras profesionales de la marca SINGER



### Singer serie de tijeras profesionales de 8-1/2 pulgadas inclinadas y resistentes

by SINGER

★★★★★ 421 opiniones de clientes | 18 preguntas respondidas

Amazon's Choice para "textile scissors"

List Price: ~~US\$ 12.99~~

Price: **US\$ 8.25 & FREE Shipping** on orders over \$25 shipped by Amazon. Details & FREE Returns

You Save: **US\$ 4.74 (36%)**

Get \$50 off instantly: Pay \$0.00 upon approval for the Amazon Rewards Visa Card. No annual fee.

**prime** | Try Fast, Free Shipping

Color: **Teal**

US\$ 8.25 from 1 seller

- Excepcionalmente fuerte de tijeras de corte de tela de múltiples capas
- Razor Sharp para un corte sin esfuerzo
- Cuchillas de acero templado son terreno en ambos lados para mayor nitidez; Vida útil más larga y un corte suave
- Cómodo mango facilita el cansancio de la mano y el uso de diseño ergonómico para diestros y zurdos.
- Este paquete contiene un 8 - 1/2-inch tijeras curvadas, que se cortan de 18 capas de denim con asas de color rosa y negro

[Ver los detalles del producto](#)

Comparar con artículos similares

**Used & new (14)** from US\$ 7.26 & FREE shipping on orders over US\$ 25.00. Details

[Reportar información de producto incorrecta](#)

## Anexo 10 Botiquín de primeros auxilios



### Qualicare Grande Medicina Primeros Auxilios Soporte de pared armario + llaves

★★★★★ Sé el primero en escribir una reseña.

Estado: **Nuevo**

Cantidad:  2 disponible(s)

Precio: **45.45 EUR**  
Aproximadamente C\$ 1 685.32

[¡Cómpralo ahora!](#)

[Agregar al carro de compras](#)

[Agregar a Lista de favoritos](#)

**30 días para devoluciones**

Usuario antiguo

Envío: Se hacen envíos a Nicaragua. Para conocer las opciones de envío, lee la descripción del artículo o [contacta al vendedor](#). | [Ver detalles](#)

Ubicación del artículo: Bolton, Reino Unido

Realiza envíos a: todo el mundo [Ver exclusiones](#)

Entrega: Varía

Pagos:

Devoluciones: 30 días, el comprador paga por la devolución del artículo | [Ver detalles](#)

## Anexo 11 Impresora de la marca HP



### Impresora inalámbrica todo en uno HP OfficeJet Pro 8025, con tareas inteligentes para la productividad de oficina en casa y nunca se acabó la tinta con tinta instantánea HP (1KR57A)

de HP

★★★★☆ 49 opiniones de clientes | 94 preguntas respondidas

Precio recomendado: ~~US\$ 169.99~~

Precio: **US\$ 119.99** & Envío GRATIS. Detalles & Devoluciones GRATIS

Ahorras: **US\$ 50.00 (29%)**

Get \$60 off instantly: Pay \$59.99 upon approval for the Amazon.com Store Card.

[prime](#) | Prueba envío GRATIS y rápido

Soporte de producto de Amazon gratis incluido.

Estilo: **Printer**

**Printer**

US\$ 119.99

Printer + Instant Ink Prepaid

Code

US\$124.99

- Mejora tu oficina. Sustituye a la HP Office Jet Pro 6968, esta impresora de oficina en casa ofrece una impresión más rápida a 20 páginas por minuto, incluye copia de color rápida, escaneado y fax para aumentar la productividad, y es un 14% más pequeña
- Organiza los documentos un 50 % más rápido – Elimina los pasos en tareas repetitivas y sincroniza con QuickBooks, Google Drive y mucho más con Smart Tasks– la forma más fácil de digitalizar y organizar los recibos y documentos de empresa en tu teléfono
- Imprime de forma remota utilizando la aplicación HP SMART: acceda a su impresora y escáner, supervise los niveles de tinta, e imprima, copie y escanee sobre la marcha con nuestra aplicación HP Smart altamente calificada.
- WI-FI SELF-HEALING – Garantiza que te mantengas conectado detectando problemas y sufriendo automáticamente hasta 3 etapas de reconexión, para mantener tu Wi-Fi estable y fiable
- ESENCIALES DE SEGURIDAD COMPLEMENTARIAS - Proteja los datos confidenciales con los elementos esenciales de seguridad incorporados como cifrado básico, protección mediante contraseña, seguridad Wi-Fi y protección de documentos

[Comparar con artículos similares](#)

## Anexo 12 Mesa para la máquina de coser



### Costway - Mesa de costura para ordenador, mesa de escritorio, mueble para el hogar con plataforma ajustable, estante lateral plegable

de COSTWAY

★★★★☆ 29 opiniones de clientes | 16 preguntas respondidas

Precio: **US\$ 84.99** & Envío **GRATUITO**

Get \$60 off instantly: Pay \$24.99 upon approval for the Amazon.com Store Card.

Opciones de ensamblaje: **Obtén montaje especializado** [Detalles](#)

**Sin ensamblaje profesional**

Montaje especializado  
+US\$74.56 por unidad

▼ [Cuatro motivos para contratar ensamblaje profesional en Amazon](#)

- **Plataforma ajustable:** la plataforma desplegable tiene 6 posiciones diferentes de ajuste fino para proporcionarte comodidad. La plataforma se puede ajustar para adaptarse a la costura, máquina o teclado.
- **Estructura de acero resistente:** el marco está hecho de acero recubierto de polvo resistente que garantiza que no hay vibraciones. La construcción de alta calidad le puede servir durante mucho tiempo.
- **Escritorio espacioso:** la encimera grande y un estante inferior grande están disponibles, por lo que puedes organizar tus suministros y mantenerlos cerca.
- **Diseño que ahorra espacio:** el estante lateral de 9.6 in de ancho se pliega si se necesita menos espacio cuando no está en uso.
- **Fácil de montar:** ofrecemos una guía de instalación explícita y comprensible, lo que le ayuda a configurar fácilmente la mesa. Todo el hardware incluido. Con una superficie limpia, es fácil de limpiar.

**Nuevo** (1) desde US\$ 84.99 y envío GRATIS.

[Reportar información de producto incorrecta](#)

HOMEST

*For storage and on  
the an*



HOMEST Quilted Sewing  
Machine Dust Cover, Dust  
Shield with Storage Pockets, C...  
★★★★★ 30

## Anexo 13 Máquina para planchar



Roll over image to zoom in

### Steamfast SF-623 Mid-Size Steam Press with Multiple Fabric Settings and Steam Burst Function

by Steamfast

★★★★☆ 147 customer reviews | 53 answered questions

Price: **\$149.99** & **FREE Shipping**. [Details](#) & [FREE Returns](#)

Get \$60 off instantly: Pay \$89.99 upon approval for the Amazon.com Store Card.

**prime**

Free Amazon product support included

- **SATISFACTION GUARANTEED** — Backed by a 2-year hassle-free warranty and supported by a customer service team based in Andover, KS
- **Quick heat up time** — a 5.07-Ounce easy-to-fill water tank heats up in 3 minutes, steam press automatically shuts off if left idle for prolonged periods
- **Multiple fabric settings** — 5 fabric settings (nylon, silk, wool, cotton, linen), two steam burst buttons located on the handle produce a powerful burst of steam
- **Steaming surface** — non-stick pressing surface measures 20 x 8 inches, tabletop size with press lock feature allows for easier carrying and storage
- **Equipped for the job** — accessories include a spray bottle, pressing cushion, and measuring cup to aid in the pressing process
- **Built to meet U. S. voltage requirements**. Certified, safety-tested, and warrantied for use only in the U. S.

[Compare with similar items](#)

[Used & new \(4\)](#) from \$95.95 & [FREE shipping](#). [Details](#)

[Report incorrect product information](#).

LANGRIA

*Upgraded 2 in 1 Iron Steamer for Clothes*

[Shop now](#)



60s Fast Preheat Removable Water Tank 2 in 1 Handheld Flat Ironing and Vertical Steaming ...

★★★★☆ 99

**\$39.99** **prime**

[Ad feedback](#)

## Anexo 14 Tabla progresiva del porcentaje de pago IR

*De conformidad al artículo 23, la tarifa progresiva es como sigue:*

<i>Estratos de Renta Neta Anual</i>		<i>Impuesto base</i>	<i>Porcentaje aplicable</i>	<i>Sobre exceso de</i>
<i>De C\$</i>	<i>Hasta C\$</i>	<i>C\$</i>	<i>%</i>	<i>C\$</i>
<i>0.01</i>	<i>100,000.00</i>	<i>0</i>	<i>0.00%</i>	<i>0</i>
<i>100,000.01</i>	<i>200,000.00</i>	<i>0</i>	<i>15.00%</i>	<i>100,000.00</i>
<i>200,000.01</i>	<i>350,000.00</i>	<i>15,000.00</i>	<i>20.00%</i>	<i>200,000.00</i>
<i>350,000.01</i>	<i>500,000.00</i>	<i>45,000.00</i>	<i>25.00%</i>	<i>350,000.00</i>
<i>500,000.01</i>	<i>a más</i>	<i>82,500.00</i>	<i>30.00%</i>	<i>500,000.00</i>

*Base legal: art. 23 de la LCT.*

## Anexo 15 Cuentas T correspondientes al balance general.

Banco Inicial				Banco 1				Banco 2			
Concepto	Debe	Haber	Concepto	Concepto	Debe	Haber	Concepto	Concepto	Debe	Haber	Concepto
	C\$891,166.64	C\$75,588.10	Compra de Mobiliario y Equipo	Cuenta Banco Inicial	C\$750,829.58	C\$1,477,592.52	Compra de materia prima	Cuenta Banco 1	C\$1,864,646.03	C\$1,570,680.85	Compra de materia prima
		C\$40,928.96	Compra de Maquinaria y Equipo	Ventas de Contado	C\$4,230,000.00	C\$58,945.79	CIF	Ventas de Contado	C\$4,653,000.00	C\$62,659.38	CIF
		C\$16,620.00	Compra de Equipo de Reparto			C\$329,670.00	Salarios de Administración			C\$329,670.00	Salarios de Administración
		C\$7,200.00	Pago de Activos Diferidos			C\$139,200.00	Gastos Varios			C\$147,969.60	Gastos Varios
<b>Total</b>	<b>C\$891,166.64</b>	<b>C\$140,337.06</b>	<b>Total</b>			C\$117,740.00	Salarios de Ventas			C\$117,740.00	Salarios de Ventas
<b>Banco Inicial</b>	<b>C\$750,829.58</b>		<b>Banco Inicial</b>			C\$12,000.00	Publicidad			C\$12,756.00	Publicidad
						C\$731,670.00	Costo de Producción			C\$731,670.00	Costo de Producción
						C\$119,700.00	Alquiler			C\$119,700.00	Alquiler
						C\$88,225.50	Pago de intereses			C\$334,550.87	Pago de impuesto
						C\$41,439.74	Pago de principal			C\$74,550.38	Pago de intereses
				<b>Total</b>	<b>C\$4,980,829.58</b>	<b>C\$3,116,183.54</b>	<b>Total</b>			C\$55,114.85	Pago de principal
				<b>Banco 1</b>	<b>C\$1,864,646.03</b>		<b>Banco 1</b>	<b>Total</b>	<b>C\$6,517,646.03</b>	<b>C\$3,557,061.92</b>	<b>Total</b>
								<b>Banco 2</b>	<b>C\$2,960,584.11</b>		<b>Banco 2</b>
Banco 3				Banco 4				Banco 5			
Concepto	Debe	Haber	Concepto	Concepto	Debe	Haber	Concepto	Concepto	Debe	Haber	Concepto
Cuenta Banco 2	C\$2,960,584.11	C\$1,669,633.74	Compra de materia prima	Cuenta Banco 3	C\$4,309,691.76	C\$1,774,820.67	Compra de materia prima	Cuenta Banco 4	C\$5,874,380.48	C\$1,886,634.37	Compra de materia prima
Ventas de Contado	C\$5,118,300.00	C\$86,606.92	CIF	Ventas de Contado	C\$5,630,130.00	C\$70,803.15	CIF	Ventas de Contado	C\$6,193,143.00	C\$75,263.75	CIF
		C\$329,670.00	Salarios de Administración			C\$346,153.50	Salarios de Administración			C\$346,153.50	Salarios de Administración
		C\$157,291.68	Gastos Varios			C\$167,201.06	Gastos Varios			C\$177,734.73	Gastos Varios
		C\$117,740.00	Salarios de Ventas			C\$123,627.00	Salarios de Ventas			C\$123,627.00	Salarios de Ventas
		C\$13,559.63	Publicidad			C\$14,413.88	Publicidad			C\$15,321.96	Publicidad
		C\$731,670.00	Costo de Producción			C\$768,253.50	Costo de Producción			C\$15,321.96	Publicidad
		C\$119,700.00	Alquiler			C\$119,700.00	Alquiler			C\$768,253.50	Costo de Producción
		C\$433,655.15	Pago de impuesto			C\$550,803.29	Pago de impuesto			C\$119,700.00	Alquiler
		C\$56,362.48	Pago de intereses			C\$32,172.58	Pago de intereses			C\$657,879.02	Pago de impuesto
		C\$73,302.75	Pago de principal			C\$97,492.66	Pago de principal			C\$0.00	Pago de intereses
<b>Total</b>	<b>C\$8,078,884.11</b>	<b>C\$3,769,192.35</b>	<b>Total</b>	<b>Total</b>	<b>C\$9,939,821.76</b>	<b>C\$4,065,441.28</b>	<b>Total</b>	<b>Total</b>	<b>C\$12,067,523.48</b>	<b>C\$4,170,567.83</b>	<b>Total</b>
<b>Banco 3</b>	<b>C\$4,309,691.76</b>		<b>Banco 3</b>	<b>Banco 4</b>	<b>C\$5,874,380.48</b>		<b>Banco 4</b>	<b>Banco 5</b>	<b>C\$7,896,955.65</b>		<b>Banco 5</b>

## Anexo 16 Proyecciones de población.

**CUADRO 7. PROYECCIONES DE POBLACIÓN AL 30 DE JUNIO POR SEXO, SEGÚN AÑO CALENDARIO Y TASA DE CRECIMIENTO. PERÍODO 2005 - 2020.**

Municipio, Año y Tasa de Crecimiento	Ambos Sexos	Hombres	Mujeres
<b>LA CONCORDIA</b>			
2005	6 955	3 576	3 379
2006	6 984	3 586	3 398
2007	7 012	3 596	3 416
2008	7 039	3 605	3 434
2009	7 131	3 647	3 484
2010	7 155	3 655	3 500
2011	7 178	3 662	3 516
2012	7 200	3 669	3 531
2013	7 219	3 674	3 545
2014	7 235	3 679	3 556
2015	7 250	3 683	3 567
2016	7 263	3 688	3 575
2017	7 273	3 692	3 581
2018	7 281	3 696	3 585
2019	7 284	3 697	3 587
2020	7 294	3 698	3 596
<b>Tasa de Crecimiento</b>			
2005 - 2010	0.6	0.4	0.7
2010 - 2015	0.2	0.1	0.3
2015 - 2020	0.1	0.1	0.2