

# UNIVERSIDAD DE TECNOLOGÍA Y COMERCIO

## Facultad de Ingeniería



### Proyecto de Graduación para Optar al Título de Grado de Ingeniero Industrial:

**Plan de negocio para la elaboración y comercialización de miel a base de carao  
durante el periodo del 2024 a 2029.**

#### **Autor:**

1. Andy Zamora Acuña

#### **Tutores:**

1. Lic. Guadalupe Martínez
2. Lic. Tania Fajardo
3. Ing. Allan Granizo
4. Lic. Nelson Morales

**Managua, marzo de 2025**

## **Dedicatoria**

Primeramente, este plan de negocio va dedicado a Dios y a la Virgen de Guadalupe ya que a ellos le debo todo lo que soy y todo lo que tengo, les doy las gracias por brindarme sabiduría, entendimiento, la capacidad de adquirir conocimiento y sobre todo que a lo largo de los años me dieron el privilegio de conocer a personas que me brindaron sus conocimientos y que me apoyaron a llegar a donde estoy ahora.

Este plan de negocio también va dedicado a mi madre por su amor, sacrificio y esfuerzo para lograr culminar mis estudios. Se lo dedico a ella porque ha estado para mí incondicionalmente en los momentos más difíciles y apoyándome en cada paso que daba.

Se lo dedico a mi hermano por apoyarme emocionalmente y estar conmigo en la noche larga que pase para prepararme para llegar a este momento.

A mis tías y prima que me apoyaron cuando iniciaba la carrera brindándome su ayuda y sus conocimientos para poder avanzar a lo largo de los años.

A mis tutores y maestro que tuve durante la carrera como símbolo de respeto, por compartir con sus conocimientos, experiencia, sus tiempos y atención que nos brindaron durante todo este periodo.

Por último, le dedicó este plan de negocio a los compañeros que he conocido a lo largo de estos años por ser persona comprensiva y solidaria, en especial a los que en estos últimos meses me han brindado su apoyo y conocimiento para poder culminar.

Andy Zamora Acuña

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por permitirme llegar a este momento, por bríndame su bendición y por su guía durante este proceso.

Agradezco a mi madre y mi hermano por su apoyo incondicional, su comprensión y paciencia durante todo este tiempo. Su amor y su confianza y el deseo de superación ha sido el motivo para seguir adelante.

Agradezco a mis tías y prima por apóyame en los días complicado, por se parte de este proceso de aprendizaje, por estar cuando las necesitaba y por desearme que culminara mis estudios.

Agradezco a los compañeros de clase y del trabajo, gracias por compartir este camino, por el aprendizaje brindado, por sus palabras de aliento, por la motivación de seguir adelante y por su apoyo en los momentos más difíciles a lo largo de este proceso.

Agradezco a la Universidad de Tecnología y Comercio y a sus colaboradores (maestro) que han hecho posible la oportunidad de una formación de calidad donde se nos ha brindado conocimiento, experiencias, dedicación y que se nos han inculcado buenos valores.

Andy Zamora Acuña

## Índice de contenido

DEDICATORIA .....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
GLOSARIO.....	10
INTRODUCCIÓN .....	15
OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIO .....	16
OBJETIVO GENERAL.....	16
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	16
GENERALIDADES DEL PLAN.....	17
1.    DESCRIPCIÓN DE LA IDEA SELECCIONADA.....	18
2.    JUSTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO SELECCIONADA.....	20
3.    PROPUESTA DE VALOR DEL PRODUCTO.....	21
4.    NOMBRE DE LA EMPRESA .....	21
5.    IDENTIDAD EMPRESARIAL .....	22
5.1.    MISIÓN.....	22
5.2.    VISIÓN .....	22
5.3.    VALORES .....	22
6.    DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA .....	23
6.1.    GIRO QUE SE UBICA LA EMPRESA .....	23
6.2.    UBICACIÓN Y TAMAÑO .....	24
7.    ANÁLISIS SITUACIONAL .....	25
7.1.    ANÁLISIS DE PORTER.....	25
7.2.    ANÁLISIS PESTEL.....	27
7.3.    ANÁLISIS FODA .....	30
7.4.    MATRIZ DE EVALUACIÓN CUANTITATIVA .....	34
I.    HIPÓTESIS.....	36
II.   MARCO TEÓRICO .....	37

<b>PLAN DE MERCADEO .....</b>	<b>40</b>
<b>1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....</b>	<b>41</b>
1.1. OBJETIVOS.....	41
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	42
1.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	43
1.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	43
1.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	45
1.6. TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	46
1.7. CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DEL INSTRUMENTO .....	46
1.8. PROCESAMIENTO DE DATOS Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....	46
1.9. NICHOS DE MERCADO .....	49
<b>2. LA COMPETENCIA.....</b>	<b>51</b>
2.1. PRINCIPALES COMPETIDORES .....	51
<b>3. RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....</b>	<b>52</b>
<b>4. DESARROLLO DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA .....</b>	<b>53</b>
4.1. ELEMENTO DE LA MARCA.....	53
<b>5. EL PRODUCTO Y LA MARCA .....</b>	<b>54</b>
5.1. DISEÑO DEL PRODUCTO (CARACTERÍSTICA).....	54
5.2. PACKAGING (ENVASE, ETIQUETADO, EMBALAJE).....	55
<b>6. OBJETIVO DE PLAN DE MERCADEO.....</b>	<b>57</b>
6.1. OBJETIVO A CORTE, MEDIANO Y LARGO PLAZO .....	57
<b>7. ESTRATEGIA DE MARKETING .....</b>	<b>58</b>
<b>8. VENTAJAS Y DISTINGO COMPETITIVO .....</b>	<b>60</b>
<b>9. PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>62</b>
<b>10. PLAN DE VENTA .....</b>	<b>65</b>
<b>OPERACIONES DE LA EMPRESA .....</b>	<b>70</b>
1. OBJETIVOS DEL PLAN DE PRODUCCIÓN .....	71
2. ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO.....	72
3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	74

4.	DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO Y CURSOGRAMA ANALÍTICO .....	77
5.	CRONOGRAMA DE PROCESO DE PRODUCCIÓN .....	79
5.1.	DIAGRAMA DE RED Y RUTA CRÍTICA .....	81
5.2.	DIAGRAMA DE GANTT .....	82
6.	EQUIPO E INSTALACIONES .....	83
6.1.	CAPACIDAD INSTALADA .....	86
7.	DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINA .....	88
8.	MICRO LOCALIZACIÓN.....	93
8.1.	ESTRATEGIA DE ABASTECIMIENTO .....	94
9.	MATERIA PRIMA .....	98
10.	MANEJO DE INVENTARIO .....	99
11.	MANO DE OBRA REQUERIDA.....	100
12.	PLANES DE MEJORAR CONTINUA .....	103
13.	POLÍTICA DE CALIDAD .....	106
14.	CONCLUSIÓN.....	107
	ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA .....	108
1.	OBJETIVOS DE LA EMPRESA EN EL ÁREA ORGANIZACIONAL .....	109
2.	GESTIÓN LEGAL .....	110
2.1.	CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD .....	110
2.2.	OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LA EMPRESA .....	123
3.	ESTRUCTURA DE LA EMPRESA.....	129
3.1.	ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA .....	130
4.	MÉTODO DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE LA EMPRESA .....	133
5.	TABLA DE PUESTO Y FUNCIONES.....	139
6.	CONCLUSIONES .....	150
	FINANZAS.....	151
1.	OBJETIVOS DEL PLAN FINANCIERO .....	152

2.	IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES COSTOS Y GASTOS .....	153
2.1.	CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ GENERAL DE COSTO .....	153
2.2.	CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO. ....	155
3.	CÁLCULO DE PRECIO (EN BASE AL COSTO) .....	156
4.	CÁLCULO DEL FINANCIAMIENTO EXTERNO .....	157
5.	CONSTRUCCIÓN DEL FLUJO DE EFECTIVO .....	159
6.	ELABORACIÓN DE ESTADO FINANCIERO .....	161
6.1.	BALANCE GENERAL INICIAL Y PROYECTADO .....	161
6.2.	ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO .....	164
7.	DETERMINACIÓN DE INDICADORES FINANCIERO BÁSICO .....	165
8.	VALORACIÓN ECONÓMICA GENERAL DEL PLAN .....	168
	CONCLUSIÓN.....	169
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	170
	ANEXOS.....	172

## Índice de tablas

Tabla 1:	Análisis PORTER.....	25
Tabla 2:	Análisis PESTEL.....	28
Tabla 3:	Matriz FODA.....	30
Tabla 4:	Estrategia MAXI-MAXI .....	32
Tabla 5:	Matriz EFE.....	34
Tabla 6:	Matriz EFI .....	35
Tabla 7:	Planificación de acción de marketing.....	62
Tabla 8:	Cronograma de actividades.....	64
Tabla 9:	Datos de la investigación.....	65
Tabla 10:	Participación del mercado .....	66
Tabla 11:	Datos del mercado.....	66
Tabla 12:	Proyecciones de venta en los próximos 5 años.....	66
Tabla 13:	Composición del carao .....	73
Tabla 14:	Cursograma analítico.....	78

<b>Tabla 15: Procedencia de proceso .....</b>	<b>80</b>
<b>Tabla 16: Ruta crítica.....</b>	<b>81</b>
<b>Tabla 17: Diagrama de Gantt.....</b>	<b>82</b>
<b>Tabla 18: Equipo de producción.....</b>	<b>83</b>
<b>Tabla 19: Utensilios de producción.....</b>	<b>83</b>
<b>Tabla 20: Equipo de oficina.....</b>	<b>84</b>
<b>Tabla 21: Equipo de limpieza .....</b>	<b>85</b>
<b>Tabla 22: Capacidad de producción.....</b>	<b>86</b>
<b>Tabla 23: Materiales de construcción .....</b>	<b>92</b>
<b>Tabla 24: Micro localización de negocio .....</b>	<b>93</b>
<b>Tabla 25: Cantidad de producto requerido .....</b>	<b>98</b>
<b>Tabla 26: Personal requerido.....</b>	<b>101</b>
<b>Tabla 27: Cotizaciones legales .....</b>	<b>129</b>
<b>Tabla 28: Cantidad de trabajadores.....</b>	<b>131</b>
<b>Tabla 29: Formato de evaluación .....</b>	<b>136</b>
<b>Tabla 30: Plan de aprendizaje .....</b>	<b>138</b>
<b>Tabla 31: Habilidades y funciones requerido del gerente general .....</b>	<b>140</b>
<b>Tabla 32: Habilidades y funciones del encargado de contabilidad.....</b>	<b>141</b>
<b>Tabla 33: Habilidades y funciones del encargado de marketing.....</b>	<b>142</b>
<b>Tabla 34: Habilidades y funciones del supervisor de producción .....</b>	<b>143</b>
<b>Tabla 35: Habilidades y funciones de los operarios .....</b>	<b>144</b>
<b>Tabla 36: Habilidades y funciones del auditor de calidad .....</b>	<b>145</b>
<b>Tabla 37: Habilidades y funciones del encargado de bodega .....</b>	<b>146</b>
<b>Tabla 38: Habilidades y funciones del recepcionista.....</b>	<b>147</b>
<b>Tabla 39: Habilidades y funciones de talento humano .....</b>	<b>148</b>
<b>Tabla 40: Habilidades y funciones de conserjería.....</b>	<b>149</b>
<b>Tabla 41: Costo por producto .....</b>	<b>154</b>
<b>Tabla 42: Punto de equilibrio .....</b>	<b>155</b>
<b>Tabla 43: Cálculo de precio en base al costo .....</b>	<b>156</b>
<b>Tabla 44: Financiamiento externo .....</b>	<b>157</b>
<b>Tabla 45: Detalles del financiamiento .....</b>	<b>158</b>
<b>Tabla 46: Flujo de efectivo .....</b>	<b>160</b>
<b>Tabla 47: Balance general.....</b>	<b>161</b>



<b>Tabla 48: Estado de resultado proyectado .....</b>	<b>164</b>
<b>Tabla 49: Rentabilidad.....</b>	<b>165</b>
<b>Tabla 50: Razones financieras.....</b>	<b>166</b>

## **Índice de ilustraciones**

<b>Ilustración 1: Ubicación de la empresa.....</b>	<b>24</b>
<b>Ilustración 2: La competencia .....</b>	<b>51</b>
<b>Ilustración 3: Isologo .....</b>	<b>54</b>
<b>Ilustración 4: Etiqueta .....</b>	<b>55</b>
<b>Ilustración 5: Envase.....</b>	<b>56</b>
<b>Ilustración 6: Proceso de elaboración .....</b>	<b>77</b>
<b>Ilustración 7: Distribución de la planta .....</b>	<b>89</b>
<b>Ilustración 8: Plano de recorrido.....</b>	<b>90</b>
<b>Ilustración 9: Plano de dimensiones.....</b>	<b>91</b>
<b>Ilustración 10: Organigrama de la empresa.....</b>	<b>130</b>
<b>Ilustración 11: Organigrama de CASSIA a largo plazo .....</b>	<b>132</b>

## **Glosario**

1. **Ácido fólico:** nutriente del complejo de la vitamina B que el cuerpo necesita en pequeñas cantidades para funcionar y mantenerse sano. El ácido fólico ayuda a elaborar glóbulos rojos. (Instituto nacional de cáncer)
2. **Agroquímicos:** f. parte de la química aplicada que trata de la utilización de productos químicos en la agricultura, como abonos, herbicidas, etc. (Real academia española)
3. **Anemia:** estado patológico producido por una disminución del contenido de hemoglobina en la sangre y, generalmente, de los glóbulos rojos. (Real academia española)
4. **Antimicrobianas:** sustancia que destruye microorganismos, tales como las bacterias o el moho, o les impide crecer y causar enfermedad. (Instituto nacional de cáncer)
5. **Autóctono:** ha nacido o se ha originado en el mismo lugar donde se encuentra. (Real academia española)
6. **Biodiversidad:** variedad de especies animales y vegetales en su medio ambiente. (Real academia española)

7. Botánico: medicamento elaborado a partir de partes de una planta, como raíces, hojas, corteza o bayas. (Dictionary)
8. Calcio: es un mineral que el cuerpo necesita para formar y mantener huesos fuertes y llevar a cabo muchas funciones importantes. El calcio es el mineral más abundante en el organismo. (National institutes of health)
9. Complejo b12: es una vitamina hidrosoluble es importante para el metabolismo de proteínas. Ayuda a la formación de glóbulos rojos y al mantenimiento del sistema nervioso. (Medline plus)
10. Diurética: tiene virtud para aumentar la excreción de la orina. (Real academia española)
11. Extracción: la extracción es el proceso por el cual se separan las partes comestibles o la esencia de un ingrediente de las partes no utilizables en un producto procesado. (Tetra pak)
12. Flavónicos: miembro de un grupo de sustancias que se encuentran en muchas plantas y alimentos basados en plantas. Los flavonoides han demostrado tener efectos antioxidantes. (Instituto nacional de cáncer)
13. Glóbulo rojo: tipo de glóbulo sanguíneo (célula de la sangre) que se produce en la médula ósea y se encuentra en la sangre. (Instituto nacional de cáncer)

14. Hematológica: rama de la medicina que estudia la morfología de la sangre y los tejidos que la producen. Permite generar diagnósticos, y trata las enfermedades de la sangre y de sus componentes celulares. (Sysmex)
15. Hemoglobina: proteína de la sangre, de color rojo característico, que transporta el oxígeno desde los órganos respiratorios hasta los tejidos. (Real academia española)
16. Hierro: es un mineral necesario para el crecimiento y desarrollo del cuerpo. El cuerpo utiliza el hierro para fabricar la hemoglobina, una proteína de los glóbulos rojos que transporta el oxígeno de los pulmones a distintas partes del cuerpo, además de la mioglobina, una proteína que suministra oxígeno a los músculos. (National institutes of health)
17. Laxante: sustancia que estimula las evacuaciones intestinales. (Instituto nacional de cáncer)
18. Lípidos: compuestos orgánicos que resultan de la esterificación de alcoholes, como la glicerina y el colesterol, con ácidos grasos. (Real academia española)
19. Magnesio: es un nutriente que el cuerpo necesita para mantenerse sano. El magnesio es importante para muchos procesos que realiza el cuerpo. Por ejemplo, regula la función de los músculos y el sistema nervioso, los niveles de azúcar en la sangre, y la presión sanguínea. (National institutes of health)

20. Paripinnadas: las hojas con más de tres foliolos y en la que éstos se distribuyen a ambos lados del raquis como las aletas de un pez o las barbas de una pluma, se denominan pinnaticompuestas o pinnadas. Si acaban en un foliolo terminal son imparipinnadas, y paripinnadas si lo hacen en dos foliolos, con o sin zarcillo. (UPNA)

21. Ph: índice que expresa el grado de acidez o alcalinidad de una disolución. (Real academia española)

22. Preservante: es una sustancia o mezcla de sustancias que se utiliza para prevenir o retardar el deterioro de los alimentos y prolongar su vida útil. (Química - industrial)

23. Pubescentes: planta que posee vellosoidad a lo largo de su tallo y hojas. (Universidad de pamplona)

24. Semicaducifolios: tipo de árboles que pierden sus hojas en determinadas épocas del año. (Fronda centro de jardinería)

25. Sintético: producto que se obtiene por procedimientos industriales y que reproduce la composición y propiedades de uno natural. (Diccionario de la lengua española)

26. Sondeo: investigación de la opinión de una colectividad acerca de un asunto mediante encuestas realizadas en pequeñas muestras, que se juzgan representativas del conjunto a que pertenecen. (Real academia española)

27. Toxina: sustancias que producen ciertas bacterias, plantas o animales, incluso insectos. (Instituto nacional de cáncer)

28. Vitamina b6: sustancia que ayuda a mantener sanos los nervios y la piel, luchar contra las infecciones, mantener normales las concentraciones de azúcar en la sangre, elaborar glóbulos rojos y hacer que algunas enzimas funcionen correctamente. (Instituto nacional de cáncer)

## **Introducción**

Hoy en día, más personas están buscando opciones saludables y naturales para cuidar de su bienestar, lo que da origen a la idea de crear y comercializar miel a base de carao. Este proyecto nace con la intención de ofrecer un producto que contenga propiedades beneficiosas para la salud, como su alto contenido de antioxidantes, vitaminas y minerales. La miel de carao, al ser completamente natural, representa una opción saludable para quienes desean disfrutar de los beneficios de la naturaleza sin la intervención de productos que sean procesados. La elaboración de esta miel se lleva a cabo de forma artesanal, con mucho cuidado y respeto por el proceso natural, para preservar todas sus propiedades y beneficios.

El desarrollo de este proyecto se estructurará en cinco pasos fundamentales, que nos ayudarán a organizar de manera clara y efectiva cada etapa del negocio. En la primera etapa nos estaremos enfocando en plantear los objetivos generales del plan, en establecer la misión, visión, el giro que estará enfocada y la creación de la hipótesis. La segunda etapa se establecerá el tipo de investigación, los principales competidores, se diseñará el logo y se establecerá las estrategias de marketing para lograr una introducción favorable al mercado. En la etapa de operaciones de la empresa, se describirá el proceso de producción, se establecerán los tiempos para la elaboración, se determinará la cantidad y los equipo que se estará ocupando para que el proyecto se ponga en marcha, se establecerá la localización y se determinara la materia prima.

Para tener un buen funcionamiento se necesita una buena organización por tal motivo en la cuarta etapa nos centraremos en establecer las gestiones legales, la construcción de la sociedad, se establecerá el método de selección y se determinará la cantidad del personal para poder empezar a funcionar. En la quinta etapa se llevará a cabo un estudio financiero donde se abarcará los principales costos, gasto, el punto de equilibrio y se hará un estado financiero para determinar si el proyecto es viable o no.

## **Objetivos del plan de negocio**

### Objetivo general

- Desarrollar un plan de negocio que sea factible y sustentable para la extracción y comercialización de la miel de carao en el sector de Managua, durante el periodo del año 2024 al 2025, que integre el análisis del entorno desde la investigación del mercado, el análisis de la competencia, la planificación financiera y las estrategias de marketing.

### Objetivos específicos

- Elaborar un producto innovador utilizando al máximo el beneficio del carao, incluyendo su alta concentración de nutrientes.
- Crear estrategias que ayuden al posicionamiento durante los 6 primeros meses del proyecto, garantizando que este producto sea conocido y aceptado por los consumidores.
- Determinar la inversión inicial necesaria para el proyecto a través de estados financieros que incluyan costos de materia prima, mercado y distribución, iniciando la producción de la miel de carao.
- Identificar el nivel de producción mínima para cubrir los costos fijos, como los insumos, el personal y la infraestructura, asegurando que el proyecto sea financieramente viable.
- Establecer la viabilidad económica del plan de negocios para la producción y comercialización de la miel de carao (CASSIA NATURAL), considerando proyecciones de ventas, costos y márgenes de ganancia, confirmando la sostenibilidad de este proyecto.



## **GENERALIDADES DEL PLAN**

## **1. Descripción de la idea seleccionada**

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, (2020) informo que:

El 22.5% de la población total presentó anemia. El sexo femenino fue predominante con 57.8%. La mayoría de los casos de anemia se identificó en niños con rango de edad entre 5 y 7 años, el 16.7% presentó sobrepeso; 8.8% fue diagnosticado en riesgo de desnutrición (P.22.)

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS 2020), la anemia es una afección en la que el número de glóbulos rojos o la concentración de hemoglobina que contienen son inferiores a lo normal. La hemoglobina es una proteína necesaria para transportar oxígeno. Cuando una persona tiene muy pocos glóbulos rojos, estos son anómalos o no contienen suficiente hemoglobina.

Según la OMS (2020), las muertes causadas por anemia en Nicaragua han llegado a 28 (0,10% de todas las muertes). La tasa de mortalidad por edad es de 0,57 por 100,000 de población. Nicaragua ocupa el lugar número 20 en el mundo.

*Cassia grandis* (Carao) semicaducifolios, hasta 30 m de alto; ramas pubescentes. Hojas alternas, compuestas, paripinnadas, de 15 a 30 cm de largo; pecíolos 10 a 25 mm de largo. Flores rosadas y blancas en racimos.

Se utiliza como purgante. También la pulpa de las semillas se utiliza como sustituto del chocolate para combatir la anemia.

El que se estará usando es *Cassia Grandis* (Carao) por sus propiedades que tiene como; hierro, calcio, magnesio.

Los espectros Es-972 correspondiente a Masaya, Es-973 Jalapa, y Es-974 Chinandega, muestran oxidación (línea negra) de la muestra, y reducción (línea gris) con acetileno y los correspondientes valores de absorbancias obtenidos a 248 nm nos permiten apreciar que de las tres muestras de análisis (Jalapa, Chinandega y Masaya.), Jalapa obtuvo el valor más alto de absorción, a un tiempo de intervalo máximo de 6 minutos, esto indica

claramente que la muestra de Cassia grandis proveniente de Jalapa contiene la mayor cantidad de hierro.

Este fruto es alto en hierro, por lo que su consumo aumenta la producción de glóbulos rojos en la sangre. De esta forma se puede evitar la anemia.

Por ser rico en hierro, la miel de carao es muy recomendable para las personas que padezcan esa enfermedad, porque aumenta el número de glóbulos rojos.

Es un buen laxante: También se recomienda para las personas estílicas por sus propiedades laxantes y diuréticas, ya que ayuda a sacar las toxinas del cuerpo.

Alivia la fiebre: En casos de fiebre el refresco de carao ayuda a bajar la temperatura, además produce cierto efecto purgante y sedante

Disminuye la tos los frutos de carao también se usan como remedio para aliviar enfermedades respiratorias, como la tos y el asma.

CASSIA NATURAL es un suplemento natural producido en Nicaragua, a base de carao, que busca aprovechar al máximo los beneficios de este fruto en cuanto a vitaminas y minerales, especialmente en su capacidad para evitar la anemia. El nombre **\*\*Cassia Natural\*\*** refleja la visión de promover un bienestar integral y saludable, utilizando los recursos naturales de nuestro ecosistema, y brindando a los consumidores un producto altamente nutritivo y sostenible.

## **2. Justificación de la idea de negocio seleccionada**

La anemia es una condición donde la sangre no tiene suficiente glóbulos rojos o hemoglobina, lleva variedad de problemas a la salud como: palidez, dificultad para respirar y mareos.

La idea de este proyecto surge por la necesidad de un producto natural y eficaz en la prevención de la anemia y ante la preocupación por los efectos secundarios de los suplementos sintéticos.

Está acorde con el Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza y del Desarrollo Humano (2022- 2026) que promueve el “acceso universal y gratuito en la salud”, y también con el Objetivo de desarrollo Sostenible (ODS) “Hambre Cero”, nuestro enfoque se centra en ofrecer soluciones que apoyen esta iniciativa, contribuir a la salud publica ofreciendo un producto que no solo sea seguro y efectivo, sino que también ayude a mejorar a la nutrición.

La miel de Carao se presenta como una alternativa para mejorar los niveles de hierro en el organismo es conocido por sus propiedades nutricionales excepcionales, incluyendo su capacidad para aumentar los niveles de hemoglobina en la sangre. Esta planta es una fuente rica en hierro, vitaminas y antioxidantes, que son esenciales para la producción de glóbulos rojos y el fortalecimiento del sistema inmunológico (Mendoza et al., 2022).

Además de sus beneficios nutricionales, el carao tiene usos tradicionales en la medicina popular. La decocción de hojas, frutos y cortezas se usa por vía oral para tratar hemorragias nasales, enfermedades del hígado, infecciones urinarias, resfriados y tos. Tópicamente, un ungüento de hojas se aplica para afecciones dermatomicosis como herpes, llagas y tiña. De la raíz se extrae un líquido antiséptico utilizado en el tratamiento de heridas, y la corteza se usa como cicatrizante.

### **3. Propuesta de valor del producto**

CASSIA NATURAL es una miel de carao caracterizada por ser 100 % natural, sin preservantes, ofrece una solución significativa para la salud de los consumidores.

La miel carao, comúnmente utilizado como suplemento nutricional, destaca por su alto contenido de hierro y otros nutrientes esenciales. Sin embargo, en el mercado nicaragüense no existe una oferta significativa de productos elaborados a partir del fruto de carao para la prevención de la anemia y la mejora general de la salud.

Por lo tanto, la propuesta de aprovechar este recurso natural en la producción de miel de carao se considera innovadora, dándole un valor agregado a este fruto autóctono. El carao, con su contenido de vitaminas y minerales, se convierte en una materia prima valiosa, ideal para crear un suplemento natural que favorece la salud, en especial en poblaciones vulnerables como niños y personas con deficiencias de hierro.

### **4. Nombre de la empresa**

#### **CASSIA NATURAL**

La primera parte del nombre de la empresa (Cassia) es por su nombre científico.

La segunda parte (Natural) es que será un producto totalmente natural.

#### **Razón social:**

CASSIA NATURAL, S.A.

Marca del producto: MIEL DE CARAO

## **5. Identidad empresarial**

### **5.1. Misión**

Desarrollar y comercializar miel de carao de alta calidad en Managua, integrando un enfoque innovador y sustentable que maximice los beneficios nutricionales del carao. Comprometidos a ofrecer un producto natural que se posicione en el mercado como un suplemento saludable, respaldado por un análisis exhaustivo del entorno, estrategias de marketing efectivas, y una planificación financiera sólida para asegurar la viabilidad y el éxito continuo del proyecto.

### **5.2. Visión**

Convertirnos en líderes en la producción y comercialización de miel de carao en la región de Managua, siendo reconocidos por nuestra innovación, calidad del producto, y prácticas empresariales sustentables. Aspiramos a establecer un estándar en la industria de suplementos naturales y a contribuir al bienestar de nuestros consumidores, mientras mantenemos un crecimiento financiero y una operación eficiente que garantice la sostenibilidad del proyecto a largo plazo.

### **5.3. Valores**

- Sostenibilidad: compromiso con prácticas que protegen el medio ambiente, biodiversidad y el uso responsable de los recursos naturales.
- Respeto: tratar con respeto al cliente y a sus trabajadores.
- Responsabilidad: entrega a tiempo del producto.
- Calidad: asegurarse de que los productos sean de la más alta calidad posible, manteniendo estándares estrictos

- Innovación: buscar continuamente formas de mejorar los productos y procesos, introduciendo nuevas tecnologías o métodos que beneficien tanto a los consumidores como al medio ambiente.

## **6. Descripción de la empresa**

CASSIA NATURAL, es una empresa privada que va a ofrecer su producto en el departamento de Managua (Nicaragua), comprometida con el bienestar a través de soluciones naturales. Nuestro enfoque es posicionarlo en el mercado de productos naturales particularmente con la fruta del carao, ofreciendo un producto de calidad que contribuye a una vida más saludable.

### **6.1. Giro que se ubica la empresa**

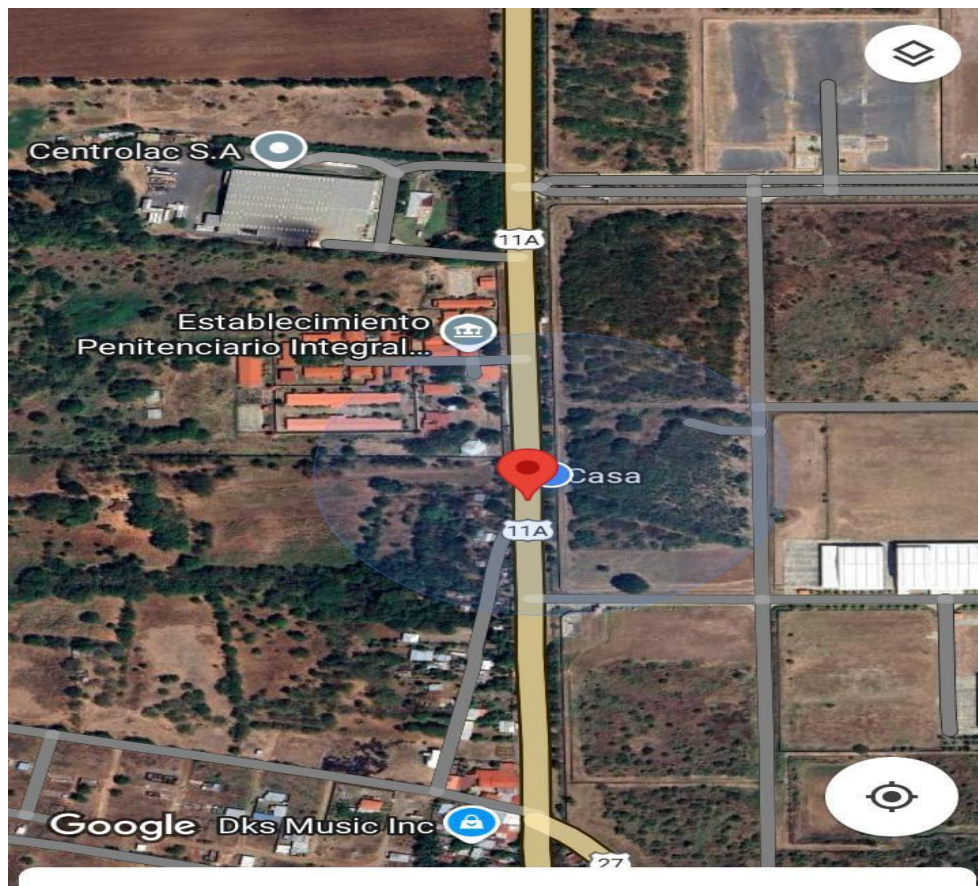
Para ubicar la empresa buscaremos en el clasificador uniforme de la actividad económica de Nicaragua (CUAEN), que señala que la empresa está ubicada en:

Sección C	División 10	Grupo 107	Clase 1079	Subclase 1079-16
• Industrias manufactureras.	•Elaboración de productos alimenticios.	•Elaboración de otros productos alimenticios.	•Elaboración de otros productos alimenticios.	•Miel artificial, caramelo elaboración.

## 6.2. Ubicación y tamaño

La ubicación física de CASSIA NATURAL, S.A. para su actividad de almacenaje y elaboración del producto de miel de carao se en Tipitapa del kilómetro 26, 100 vrs al norte mano izquierda. Coordenadas  $12^{\circ}09'17.7''$  N  $86^{\circ}05'34.6''$ W NIC-11<sup>a</sup>.

Ilustración 1: Ubicación de la empresa



Fuente: google maps (s.f).



## 7. Análisis situacional

### 7.1. Análisis de PORTER

Tabla 1: Análisis PORTER

PODER DE LOS PROVEEDORES	AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTO
CASSIA NATURAL busca establecer asociaciones directas con productores de carao, ya sean pequeños o grandes productores especializados en la cosecha de la fruta. El poder de los proveedores es una fuerza que puede influir en nuestra competitividad. Al trabajar directamente con los proveedores reducimos el riesgo de desabastecimiento ya que tenemos un mayor control de la materia prima, mejora la calidad y transparencia y por últimos mejoramos las condiciones favorables con esto buscamos acuerdo que beneficien a ambas partes, como puede ser el precio y pagos flexibles.	Los productos sustitutos, como la medicina tradicional y los suplementos nutricionales. Representan una amenaza significativa. La existencia de productos sustitutos puede limitar el potencial de precios y presionar sobre la diferenciación del producto. Aunque este producto puede ofrecer beneficios similares a menudo contienen aditivos y conservante artificiales que pueden ser perjudicial para la salud, en tanto CASSIA NATURAL se piensa distinguir al ofrecer una miel de carao 100% natural, sin aditivos ni conservantes.

## Analisis situacional

PODER DE LOS COMPRADORES	RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES
<p>El mercado de productos naturales puede ser alto, especialmente si existen varias alternativas disponibles. CASSIA NATURAL piensa distinguir con los siguientes puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofreciendo un producto de alta calidad y completamente natural.</li> <li>• Experiencia de la cliente satisfactoria mediante una atención personalizada.</li> <li>• Diferenciación por su pureza y eficacia.</li> </ul>	<p>El mercado de productos naturales en Nicaragua es un factor crucial que influye en nuestra estrategia de mercado.</p> <p>Entre los competidores directo encontramos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tienda naturista Matrioshka, Nicaragua se especializa en productos naturales.</li> <li>• Parque nacional de ferias, Nicaragua conocido por su alta oferta de productos naturales.</li> </ul> <p>Competidores indirectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercados locales, Nicaragua.</li> <li>• Tienda en línea Amazon, EE. UU.</li> </ul>
AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES	
<p>Para enfrentar a nuevos entrantes, CASSIA NATURAL se diferenciará mediante:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedad de presentaciones</li> <li>• Estrategia en redes sociales: colaboración con figuras influyente en el ámbito de la salud, contenido visual de alta calidad, promociones y descuento.</li> </ul>	

Fuente: elaboración propia.

## Conclusión del análisis PORTER.

CASSIA NATURAL se encuentra en una posición estratégica prometedora dentro del mercado de productos naturales en Nicaragua. Al tener las diversas fuerzas competitivas y factores del entorno se diseñó un enfoque integral para fortalecer su competitividad y sostenibilidad en el mercado.

La estrategia de trabajar con los proveedores es clave para garantizar un suministro estable, y viendo diversas alternativas se distinguirá por su producto 100% natural alineándose con la demanda creciente en los productos naturales.

## **7.2. Análisis PESTEL**

CASSIA NATURAL se encuentra en un mercado que es dinámico y cambiante. Para entender mejor la situación que se encuentra es necesario realizar un análisis del entorno que se quiere adentrar. El análisis PESTEL ofrece una alternativa invulnerable para examinar los factores políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ambientales y legales que influyen en la industria de los productos sobre la salud.

Tabla 2: Análisis PESTEL

<b>Factor</b>		<b>Detalles</b>	<b>Positivo o Negativo</b>
Político	Leyes fiscales	Ley No. 645: De acuerdo con la Ley de Promoción y Fomento de las Micro, Pequeña y Mediana Empresa (LEY MiPymes) y su Decreto Ejecutivo No. 17-2008 capítulo 1, artículo 2 los constituye como una empresa.	Positivo
	Salud	Ley No. 774 Ley de Medicina Natural, Terapias Complementarias y Productos Naturales en Nicaragua. Capítulo V, artículo 25, los fabricantes, importadores, exportadores y comercializadores de producción natural deben registrarse en la dirección de farmacia, con los requisitos que establece en los artículos 43,44,45,46 y 49 del presente reglamento.	Positivo
Económico	Inflación	La variación mensual del IPS (Índice de Precios al Consumidor) la inflación del mes de Julio fue del 0.16% por ciento. En tanto la inflación acumulada se ubicó en 3.02%. El mercado del carao está en crecimiento por esa razón no se encuentran datos sobre la producción.	Positivo
Sociocultural	Preferencia producto naturales	Según “The foodtech” la tendencia hacia ingredientes botánico a nivel mundial está teniendo un fuerte impacto en la industria de la alimentación y la salud, y está impulsada por la creciente demanda de productos naturales.	Positivo
	Cobertura de internet	El lugar de establecimiento cuenta con internet para poder realizar todas sus campañas.	Positivo
Tecnológico	Publicidad	Se implementará marketing en todas las redes sociales.	Positivo
	Cosecha	Según el “Plan Nacional de Producción, Consumo y Comercio 2024 a 2025” se estima que la actividad económica en el sector agrícola sea del 4.6%.	

## Analisis PESTEL

Ambiental	En caso de desastre o clima	El clima de Nicaragua es favorable para el cultivo y producción del carao ya que este fruto es una leguminosa nativa del bosque tropical seco, también se adapta a zona más húmeda y alta.	Positivo
	Ley no. 380	“Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos” dicen en su consideración 1 que que la Constitución Política de Nicaragua en sus artículos 125 a 128 promueve y protege la propiedad intelectual; y establece la obligación del Estado de Nicaragua de apoyar la cultura nacional en todas sus expresiones sean de carácter colectivo o individual.	Positivo
Legal	Ley no. 618	Ley “General de Higiene y Seguridad del Trabajo” se van a considerar los artículos 1, 3 y 4 que el ministerio del trabajo, a través de las correspondientes normativas, reglamento e instructivos y demás publique, determinara los requisitos que se deben reunir los centros de trabajo en material de higiene y seguridad del trabajo.	Positivo

Fuente: elaboración propia

## Conclusión

A través de este análisis se conocieron los diferentes factores que se deben tener en cuenta para llevar a cabo a la hora de la producción de dicho producto como es la miel de carao. Teniendo en cuenta que es importante contar con la certificación y licencia para la producción de la miel.

### 7.3. Análisis FODA

Tabla 3: Matriz FODA

<b>Factores internos y Factores externos</b>	<b>Fortaleza - F</b>	<b>Debilidades - D</b>
	Producción de total mente natural. 4	Ser nuevo en el mercado. 4
	Innovación del empaque. 4	Falta de experiencia en la producción. 4
	Producción local. 5	Falta de presupuesto para el montaje de la empresa. 3
	Apoyo a los pequeños productos. 4	Falta de alianza para la comercialización. 4
<b>Oportunidades - O</b>	<b>FO</b>	<b>DO</b>
Canal de distribución alto. 4	F=17	D=15
Financiamiento a través de empresa crediticias. 3	<u>O=15</u>	<u>O=15</u>
Aumento de compra en línea. 4	FO=32	<u>DO=30</u>
Aumento del uso medicina natural. 4		
<b>Amenaza - A</b>	<b>FA</b>	<b>DA</b>
Nuevos competidores. 4	F=17	D=15
Posibles desastres naturales. 3	<u>A=14</u>	<u>A=14</u>
Crecimiento en la competencia actual. 4	<u>FA=31</u>	<u>DA=29</u>
Aumento del costo de la materia prima. 3		

Fuente elaboración propia.

## **Conclusión**

El análisis FODA muestra que la empresa CASSIA NATURAL tiene un conjunto de fortaleza y oportunidades como es la producción local y el aumento de compra en línea, debido a esto factores puede hacer que la empresa cuenta con una alta posibilidad de consolidación y expansión en el mercado. Pero, así como cuenta con eso factores también cuenta con amenaza y debilidades como es la falta de experiencia, falta de presupuesto y carecer de una alianza estratégica para la comercialización. La combinación de esto factores impactan directamente en la estabilidad y crecimiento de la empresa si no se abordan de una manera correcta, esta problemática podría hacer que la empresa no sea viable financieramente.

## Estrategia MAXI MAXI

Tabla 4: Estrategia MAXI-MAXI

<b>Fortaleza y oportunidad</b>	<b>Minimizar la debilidad y aprovechar las oportunidades</b>	<b>Aprovechar la fortaleza y minimizar amenaza</b>	<b>Minimizar debilidades y amenaza</b>
Desarrollar y promocionar el uso de la miel de carao para captar la demanda de medicina natural.	Fortalecer la red de alianza lo que puede ayudar a superar la falta de experiencia y presupuesto.	Mantener una estrategia de innovación continua y mejorar el producto para enfrentar a los nuevos competidores	Hacer planes para mejorar la eficiencia en la producción y así lograr la optimización del presupuesto para enfrentar posible competencia y el aumento de materia prima.
Expandir el canal de distribución para aprovechar la producción local.	Invertir en capacitar al personal disponible para mitigar la falta de experiencia y así optimizar recurso	Desarrollar planes de contingencia para desastre naturales y fluctuaciones de costo de la materia prima, asegurando la estabilidad de la empresa.	

Fuente: elaboración propia.



## **Conclusión**

La estrategia maxi maxi busca maximizar la potencia con el que cuenta la empresa y para llevarlo a cabo se necesitan poner en práctica los siguientes puntos:

- Desarrollar y promocionar la miel de carao.
- Crear una red de alianza.
- Mantener una estrategia de innovación continua.
- Invertir en capacitación de los empleados para la elaboración del producto.

Poniendo en práctica esto puntos se podrá central en sus fortalezas para poder aprovechar las oportunidades que se le presenten en el mercado.

#### 7.4. Matriz de Evaluación Cuantitativa

Tabla 5: Matriz EFE

Factores externos	peso	Calificación	Puntuación ponderada
<b>Oportunidades</b>			
Canal de distribución alto.	0.15	4	0.60
Financiamiento a través de empresa crediticias.	0.10	3	0.30
Aumento de compra en línea.	0.10	4	0.40
Aumento del uso medicina natural.	0.15	4	0.60
<b>Amenaza</b>			
Nuevos competidores.	0.15	4	0.60
Posibles desastres naturales.	0.10	3	0.30
Crecimiento en la competencia actual.	0.15	4	0.60
Aumento del costo de la materia prima.	0.10	3	0.30
Total, puntuación	1		3.70

Fuente: elaboración propia.

Tabla 6: Matriz EFI

Factores externos	peso	Calificación	Puntuación ponderada
Fortaleza			
Producción de total mente natural.	0.15	4	0.60
Innovación del empaque.	0.10	4	0.40
Producción local.	0.10	5	0.50
Apoyo a los pequeños productos.	0.15	4	0.60
Debilidades			
Ser nuevo en el mercado.	0.15	4	0.60
Falta de experiencia en la producción.	0.10	4	0.40
Falta de presupuesto para el montaje de la empresa.	0.15	3	0.45
Falta de alianza para la comercialización.	0.10	4	0.40
Total, puntuación	1		3.95

Fuente: elaboración propia.

## **I. Hipótesis**

La miel de carao, debido a su origen 100% natural y su alto contenido de hierro, es más eficaz para mejorar los niveles de hierro en la sangre y prevenir la anemia en comparación con suplemento sintético de hierro. Además, su naturaleza natural puede facilitar su inclusión diaria en la dieta, promoviendo una mayor adherencia al tratamiento.

## **II. Marco teórico**

La anemia es un grave problema de salud pública mundial que afecta especialmente a los niños, a los adolescentes, mujeres que están en periodo de menstruación, a las mujeres embarazadas y puérperas. Según (OMS,2020) estima que el 40% de los niños de 6 a 59 meses de edad, el 37% de las mujeres embarazadas y el 30% de las mujeres de 15 a 49 años en todo el mundo son anémicos.

Síntomas de la anemia.

La anemia presenta síntomas inespecíficos, como agotamiento, debilidad, mareos, somnolencia y dificultad para respirar. Los niños y las embarazadas son más vulnerables hasta el riesgo de muerte como señala la (OMS,2020) es por carencia de hierro (ferropénica).

La (OMS,2020) afirma que la anemia es un indicador de desnutrición y mala salud que es un problema que puede repercutir en otros problemas de salud pública en el mundo como el retraso del crecimiento y la emaciación, el peso bajo al nacer afecta al rendimiento escolar deficiente en los niños y la reducción de la productividad laboral en los adultos ocasionados por la anemia.

Planta de carao

El nombre científico del carao es *Cassia grandis* y su etimología al parecer procede de un antiguo nombre griego; *grandis*, de grande, que posiblemente se refiere al tamaño del fruto.

El carao es un arboles subcaducifolios de 12-30 metros de alto; hojas compuestas paripinadas, alternas; savia acuosa; estípulas pequeñas; flores rosadas a púrpuras; frutos en vainas largas, leñosas con una fisura ventral, negras lustrosas maduras; las semillas cremas envuelta en una pulpa resinosa dulce color café como afirma (Grijalva y Quezada,2014).

Según (Vizoso et al.,2000), el carao se le atribuyen propiedades en medicina popular y tradicional como anti anémica, antiasmática, mineralizante y sedante. Por vía tópica se prepara un ungüento a partir de las hojas y se utiliza para ataques de histeria, mientras que la pulpa se emplea para la anemia. Farmacológicamente se le ha demostrado actividad antibacteriana y antimicótica, es inactiva contra la *Cándida albicans*.

El fruto del carao es utilizado para prevenir la anemia, para dar energía, para aumentar el vigor y el apetito especialmente en los niños, ayuda a la producción de leche en mujeres lactantes y varios beneficios que da fruto del carao.

El fruto del carao es utilizado como:

- Anti anémico
- Dar energía, fuerza creciente y resistencia (energizante)
- Aumentar el vigor y el apetito, particularmente en niños
- Aumentar la producción de leche en mujeres lactantes
- Prevenir las hemorragias (nasal y general)
- Combatir las afecciones de la piel
- Constructor de la sangre
- Prevención de desmayos
- Prevenir los vértigos

### **La idea de negocio**

El fruto del carao ha demostrado una capacidad asombrosa de generar la hemoglobina y las células de sangre roja, durante tres años de estudios científicos realizados en Venezuela y Nicaragua. Se ha sabido que en medicina popular de Centroamérica se utiliza como anti anémico natural, así como un constructor de la fuerza y del vigor.

Entre algunos de los compuestos que se encuentran en el carao se pueden mencionar: fibra, carbohidratos y proteínas, por lo que se dice que es gran fuente alimenticia. Entre las vitaminas que se pueden encontrar en el carao están: el ácido fólico, la vitamina B6 y la cobalamina-complejo B12.

La decocción de hojas, frutas y corteza es utilizada por vía oral para el tratamiento de anemia, hemorragia nasal, enfermedades del hígado, infección urinaria, histeria, resfrío y tos. La pulpa del fruto maduro tiene un olor fuerte, es comestible y se puede preparar en refresco que es astringente, depurativo, laxante y pectoral tónico. Para anemia: prepara el fruto en refresco o en leche. Tomar un vaso por la mañana y otro por la noche. Para tos y problemas del hígado: hacer refresco con el fruto y se recomienda tomar un vaso de refresco 3 veces al día.<sup>13</sup>

La miel se mezcla con leche para hacer un fresco rico en azúcares, proteínas, lípidos y minerales. Tiene compuestos fenólicos, taninos, saponinas, porfirinas, flavonoides, carotenoides, proteínas, minerales (hierro), aceites esenciales. Usos medicinales: La miel de carao se utiliza popularmente contra la anemia y como purgante. Se le atribuyen propiedades antioxidantes y antimicrobianas. Se usa para tratar enfermedades del hígado, infecciones urinarias, resfríos, tos, hemorragias nasales y es astringente. Referencias: (Fernández, 2009; Fuentes et al., 2021; Navas, 2000)

Este marco teórico proporciona una base sólida para entender el valor y la innovación de tu producto, la miel de carao, en el contexto de la salud y la nutrición.

## **Plan de mercadeo**



## **1. Investigación de mercado**

### **1.1. Objetivos**

#### **Objetivo General**

- Desarrollar una investigación de mercado sobre la introducción de un nuevo producto de miel a base de carao, mediante el análisis de las preferencias del consumidor, competencias y oportunidades, contribuyendo a su posicionamiento como un producto natural en el distrito 8 de Managua.

#### **Objetivos Específicos**

- Identificar el tamaño del mercado potencial y los segmentos de consumidores más receptivos a la miel de carao, a través del análisis de dato, hábitos y preferencias, definiendo estrategias según las necesidades del mercado.
- Analizar el grado de aceptación de la miel de carao, mediante encuestas, pruebas de producto, diseñando estrategias que optimicen los canales de distribución.
- Evaluar la disposición de los consumidores a pagar por la miel de carao en comparación con otros productos, según estudios de precio y comparación de valor, estableciendo precios competitivos que favorezcan la aceptación.

## **1.2. Planteamiento del problema**

### **¿Cómo se puede desarrollar un sistema de producción y distribución de miel de carao que garantice calidad, eficiencia y seguridad para tratar enfermedades como la anemia?**

La anemia es un padecimiento hematológico prevalente que es caracterizado por la disminución de la cantidad de glóbulo rojos o en la concentración de hemoglobina en la sangre. Esta afección puede tener diversas causas, incluyendo deficiencias nutricionales, pérdida de sangre y enfermedades crónicas. El carao se ha utilizado tradicionalmente para tratar la anemia debido a su alto contenido de hierro y otros nutrientes esenciales.

La miel de carao, obtenida de la vaina que produce este árbol, es reconocida por aumentar los niveles de hemoglobina en la sangre, lo que sugiere su eficacia en el tratamiento de la anemia.

La miel de carao no está regulada oficialmente en varios países, lo que genera desafíos en cuanto a su estandarización, dosificación y garantía de calidad. Además, aunque es un producto natural, el consumo excesivo puede provocar efectos secundarios como malestar estomacal. Por tanto, es crucial establecer una dosis adecuada y los estándares de calidad para asegurar su seguridad y eficiencia.

Este proyecto tiene como meta desarrollar un sistema de producción y distribución de miel de carao, destinada a su venta en tienda, farmacias y botánicas. El objetivo es ofrecer a los consumidores un producto efectivo y seguro, promoviendo sus beneficios naturales para el tratamiento de la anemia.

### **1.3. Tipo de investigación**

El propósito de esta investigación es conocer la cantidad de personas que consumen o han consumido producto natural, donde generalmente lo compra y cuanto es el precio.

Por ese motivo se utilizará el método cuantitativo ya que este método te permite tener datos concretos de las rutas que se pueden tomar para tener un mayor impacto a la hora de la introducción al mercado.

### **1.4. Población y muestra**

La población estuvo conformada por personas que pueden padecer anemia, especialmente mujeres en edad fértil, niños y adultos mayores en el distrito 8 de Managua. Totalizando una población de 156 523 persona en Tipitapa según el INIDE en el año 2022. La mayoría de persona cuenta con las mismas posibilidades de ser consumidores del producto.

La muestra se calculó por medio de la siguiente formula debido a la naturaleza del estudio:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2 (N-1) + Z^2 \times P \times Q}$$

$$n = \frac{1.645^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 156523}{(156523-1) \times 0.1 + 1.645^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{2.706025 \times 0.25 \times 156523}{(156522) \times 0.01 + 2.706025 \times 0.25}$$

$$n = \frac{105888.7878}{1565.22 + 0.67650625}$$

$$n = \frac{105888.7878}{1565.896506}$$

Donde la población a estudiar es:  $n = 67.6218303$  aproximadamente 68 persona. Si la población segmentada oscila entre 68 compradores de 156,523 habitante en total y el porcentaje de aceptación del producto es de 97.1% entonces el mercado disponible es de:

$$\text{Mercado disponible} = \frac{68 * 97.1\%}{100\%}$$

El mercado disponible es de 67 persona.

## 1.5. Operacionalización de variables

Tabla 6. Operacionalización de variable

Variable	Concepto	Indicadores	Método
Demanda	Grado de disposición de los consumidores para utilizar miel de carao	Producto Mercado	Encuesta
Tamaño del producto	Volumen o cantidad de miel de carao ofrecida en cada presentación	Preferencia de tamaño Relación percibida entre tamaño y precio	Encuesta
Precio	Valor monetario asignado a la miel de carao	Disposición a pagar Comparación con precio de producto similares Percepción de relación calidad-precio	Encuesta
Promoción	Estrategia de comunicación y marketing para dar a conocer la miel de carao.	Reconocimiento de marca Influencia en la decisión de compra Claridad de la información sobre beneficio medicinales	Encuesta

Elaboración propia

### **1.6. Técnica e instrumento de recolección de datos**

La información que se recopiló se logró mediante una encuesta dirigida a personas que podrían consumir productos naturales en el municipio de Tipitapa.

Lo que se usó para la recolección de información fue una encuesta para saber si estaban dispuestos a comprar productos naturales o si conocían sobre esto, lo que esperamos sobre esta encuesta es darnos una idea de lo que piensan posibles compradores.

### **1.7. Confiabilidad y validez del instrumento**

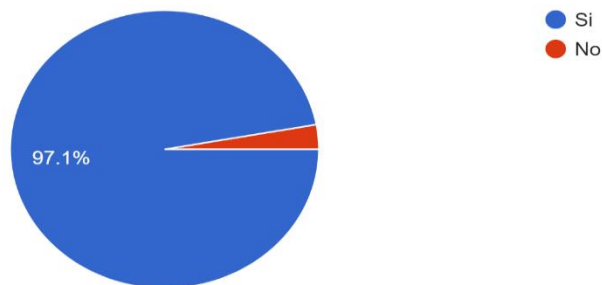
Los resultados obtenidos del análisis de confiabilidad indican que el instrumento de recolección utilizado en el proyecto de la miel de carao es adecuado para medir la aceptación natural del producto ya que se ha logrado un porcentaje de compra del 97% de los encuestados están dispuestos a comprar la miel de carao.

### **1.8. Procesamiento de datos y análisis de la información**

Principal pregunta de la encuesta. La otra pregunta se podrá encontrar en el anexo.

Grafico 1. Encuesta

¿Compraría miel de carao?  
70 responses



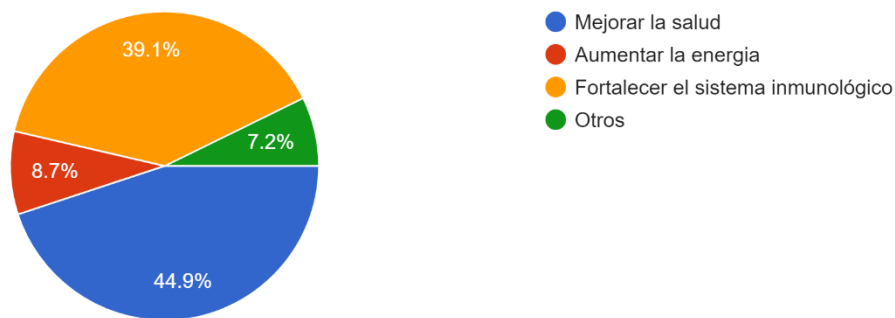
Elaboración propia

Como refleja el gráfico el 97.1% de los encuentros respondieron afirmativamente diciendo que si comprarían miel de carao. Esto se debe a que confían en sus propiedades curativas naturales para tratar la enfermedad de anemia. Las personas del municipio de Tipitapa se mostraron interesados al momento de ser cuestionados sobre este producto, más aún cuando se les informaba que la miel de carao también fortalece el sistema inmunológico.

## Grafico 2. Encuesta

¿Cuáles son los principales motivos por lo que consideraría comprar miel de carao?

69 responses



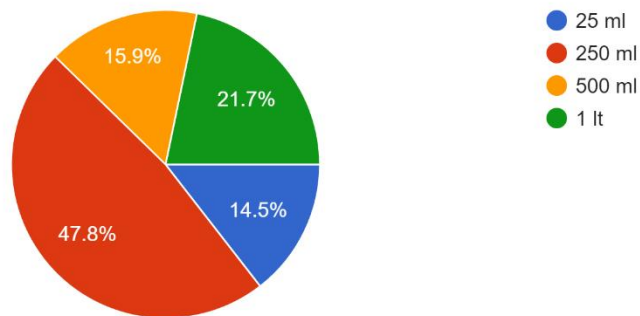
## Elaboración propia

Cómo se mencionaba anteriormente las personas mostraron gran interés al enterarse que esta miel de carao (producto) es ideal para el mejoramiento de la salud, con un 44.9% la mayoría de los encuestados decidieron que esta sería la principal causa por la que comprarían la miel de carao.

### Gráfico 3. Encuesta

¿Qué presentación compraría?

69 responses



#### Elaboración propia

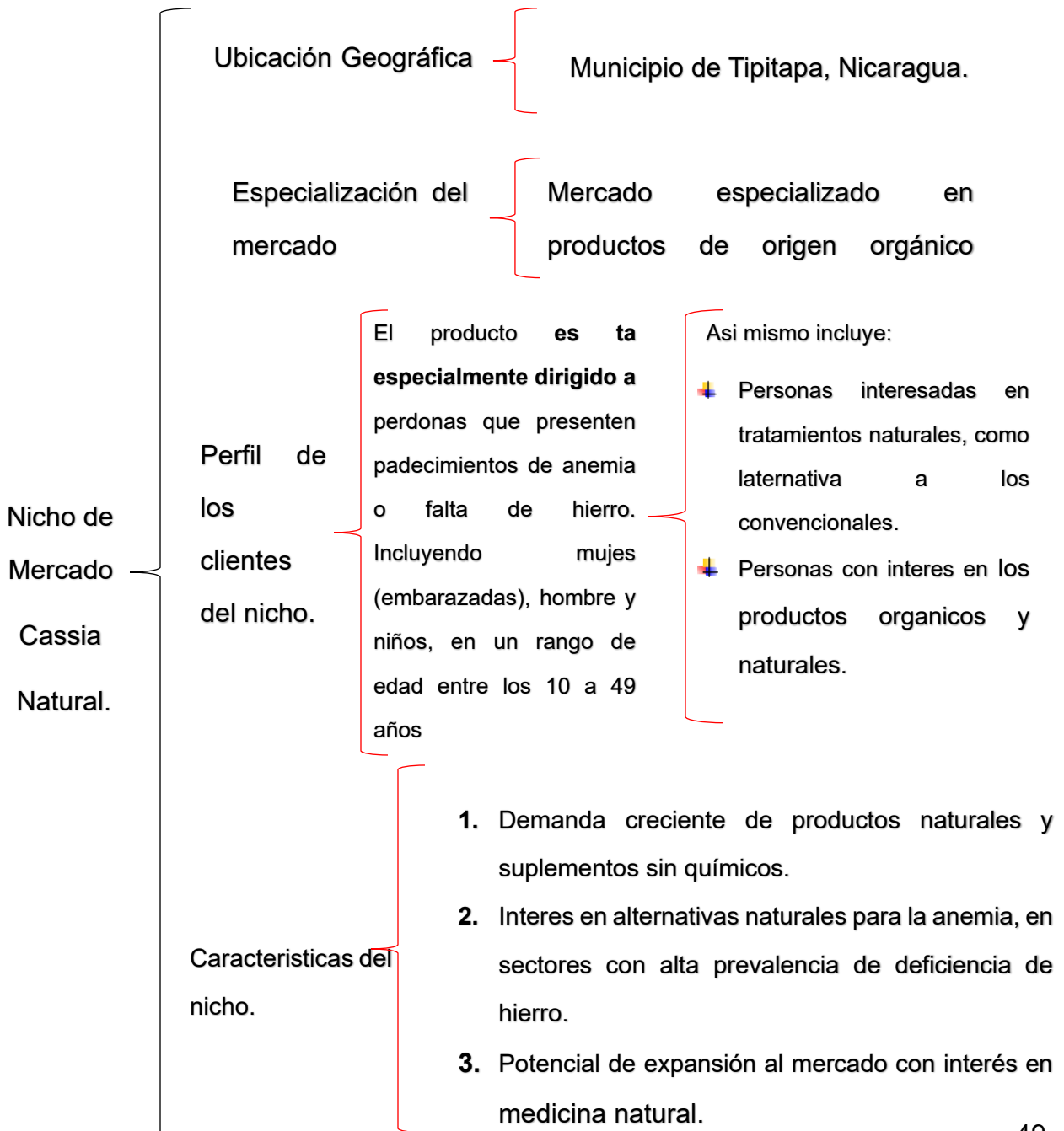
La presentación en tamaño que más fue seleccionada en encuesta con un 47.8% fue la de 250 ML. El tamaño es ideal para mantener en casa y en caso de mayor poder cargarlo. Se ha descrito el precio con relación a esta presente el cual ronda de 51 a 250 Córdoba netos. Tanto en tamaño del envase como su presentación promocional son diseños únicos elaborado propia.

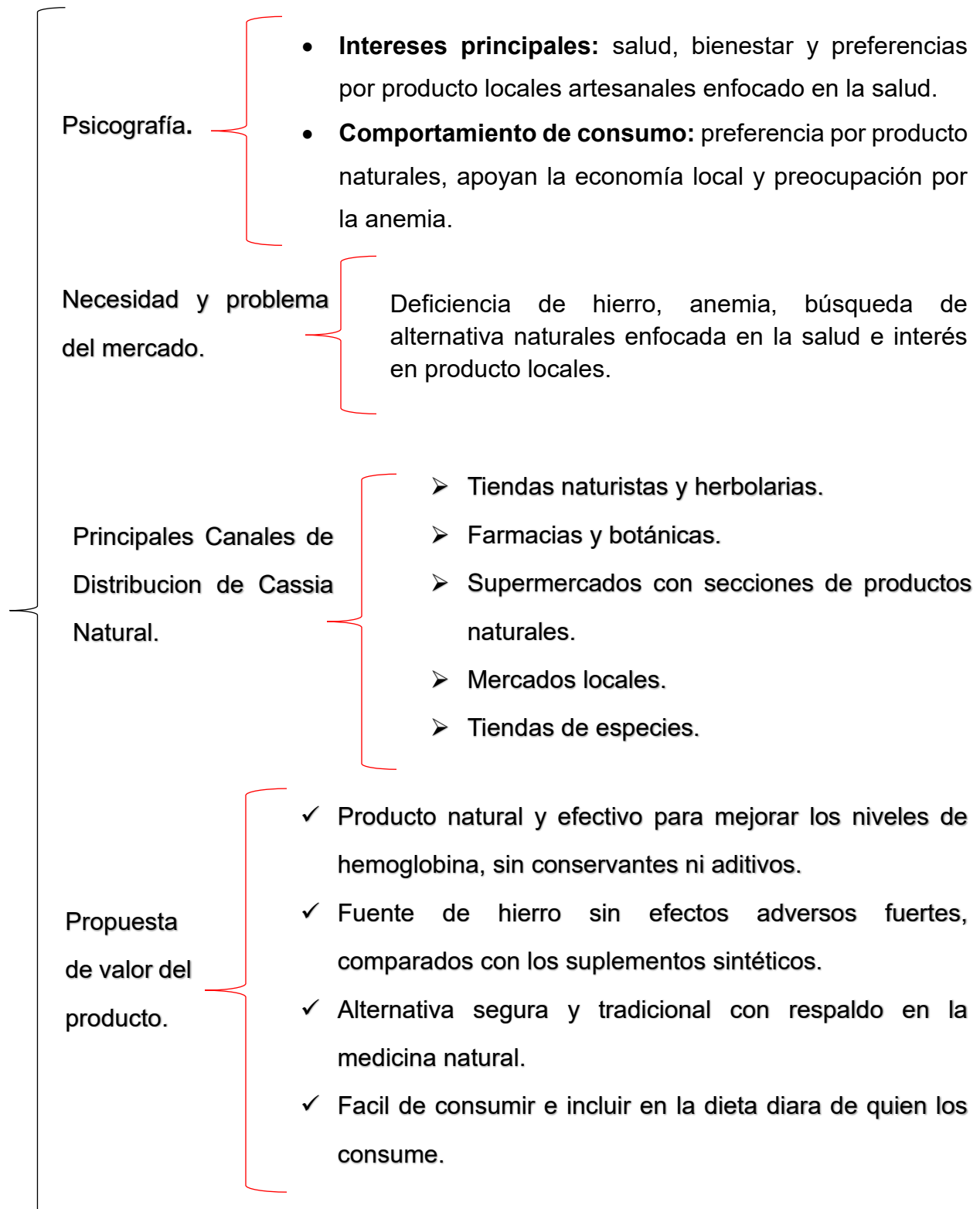


## 1.9. Nicho de mercado

Conocer este término es fundamental para entenderlo. Un nicho de mercado es un grupo de personas pequeño y especializado dentro de un mercado más amplio, las cuales comparten necesidades y deseos similares o que bien tienen preferencias únicas.

**Para definir el nicho de mercado de la miel de carao, se deben considerar los siguientes aspectos claves.**



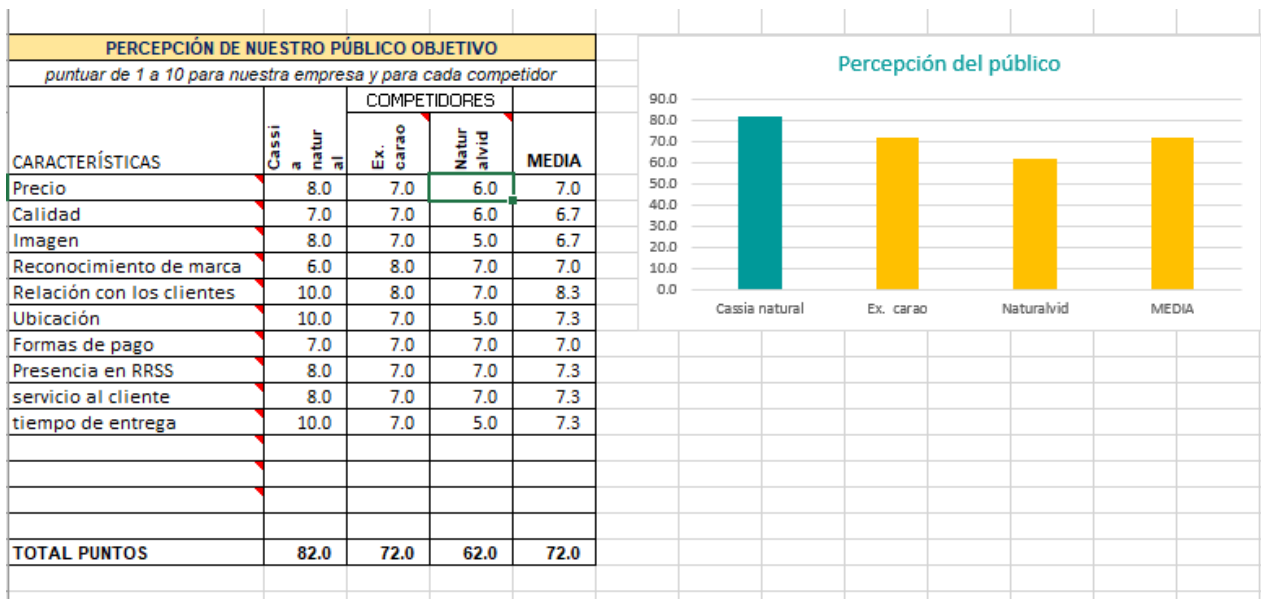


## 2. La competencia

### 2.1. Principales competidores

Se realizó un sondeo en tienda y farmacia de Tipitapa para conocer los principales competidores y lo que logramos encontrar fue extracto de carao y Natural vida “miel de carao” pero según los encargados de la tienda esto producto se escasean bastante debido a la demanda, a la distancia que hay entre donde lo fabrican y donde lo ofrecen y a la poca producción que se elabora de esto producto.

Ilustración 2: La competencia



Fuente: elaboración propia.

### **3. Resultados del estudio de mercado**

Concluyendo el estudio de mercado se puede decir que el producto tiene buenas protecciones de aceptación por parte del público, las encuestas tabuladas son evidencia de que la mayoría de las personas han optado por probar la miel de carao. La realización de Estrategias de marketing (marketing mix) obtiene información detalla sobre los aspectos principales desde el producto hasta sus precios y métodos de distribución para poder llegar al cliente final. Así mismo se hace referencia al aspecto sostenible que se promueve el cultivo árbol de carao. Es un compromiso importante con el ambiente y la salud.

## **4. Desarrollo de la identidad corporativa**

El negocio CASSIA NATURAL es una microempresa que se dedicara a la elaboración y distribución de miel a base de carao en el municipio de Tipitapa. Teniendo un enfoque en la salud ya que el fruto de carao tiene múltiple beneficio para la salud.

### **4.1. Elemento de la marca**

Nombre del producto: Miel de Carao

Eslogan: “De la Naturaleza a tu mesa”

El nombre de la empresa es CASSIA NATURAL se eligió debido al nombre científico de la fruta de carao ya que pareció que estaría ligado a lo que se piensa elaborar en el negocio y el nombre del producto es “miel de carao”.

El eslogan “De la naturaleza a tu mesa” se debe a que es un producto 100% natural.

Ilustración 3: Isologo



Fuente: elaboración propia.

## 5. El producto y la marca

### 5.1. Diseño del producto (característica)

Para iniciar se estará ofreciendo en una presentación 250 ml.

Para la preparación se utilizará 6 vainas de carao y 7 litros de agua para logra obtener los 250 ml.

La miel de carao es conocida por sus múltiples beneficios para la salud donde los más esenciales son los siguientes:

- Origen y elaboración: proviene del árbol de carao (*Cassia grandis*) y su contenido es 100% natural.

- Alto contenido de hierro: Es una de sus propiedades más valorada. Este mineral es esencial debido a que contribuye a prevenir y combatir la anemia, aumentando la producción de glóbulos rojos.
- Contenido de antioxidantes: tiene compuesto que neutralizan los radicales libres, ayudando a proteger las células y retardando el envejecimiento.
- Contiene vitaminas: aportan vitamina del complejo b, para el funcionamiento del sistema nervioso.
- Contiene efecto energizante: el consumo regular puede combatir la fatiga y aumentar los niveles de energía.
- Propiedades medicinales: tiene atribuciones anti-anémicas, antiinflamatorias y antimicrobianas.

## 5.2. Packaging (envase, etiquetado, embalaje)

Ilustración 4: Etiqueta



Fuente: elaboración propia.

### Ilustración 5: Envase



Fuente: elaboración propia.

La longitud del envase es de 4 pulgada de altura y 2 pulgadas de ancho, este contiene información sobre la miel, en la parte frontal presenta el nombre y logo del producto y en la parte posterior presenta una pequeña reseña del producto, los beneficio, la fecha de elaboración y vencimiento, número de registro sanitario y código de barra.



## **6. Objetivo de plan de mercadeo**

### **6.1. Objetivo a corte, mediano y largo plazo**

#### **Corto plazo (0-6 meses)**

- Establecer alianzas para la distribución de la miel de carao, negociando con administradores de diferentes tiendas, garantizando una presencia efectiva del producto en puntos claves.
- Generar conciencia sobre la miel de carao y sus beneficios para la salud, a través de campañas de redes sociales y medios locales, estimulando el interés en los consumidores.

#### **Mediano plazo (6-12 meses)**

- Fomentar la interacción con los consumidores y clientes potenciales, implementando estrategias de redes sociales, con contenido educativo, generando confianza y fidelizar a los clientes.
- Incentivar la repetición de compras y la lealtad de los clientes, mediante un programa de recompensa y beneficios exclusivos, aumentando la retención de clientes y ventas recurrentes.
- Ampliar la visibilidad de la miel de carao en nuevos mercados, participando en ferias de productos naturales y orgánicos, atrayendo nuevos clientes y generar ventas directas.

#### **Largo plazo (12+ meses)**

- Expandir la presencia de la miel de carao en mercados internacionales, identificando mercados con alta demanda de productos naturales, diversificando las oportunidades comerciales del producto.

## **7. Estrategia de marketing**

### **Producto:**

La miel de carao es un producto que es 100% natural y es un alimento para los consumidores que buscan una alternativa natural para mejorar su salud ya que este alimento contiene componente que garantiza un contenido de proteínas, minerales, aceites esenciales y varios compuestos como son los fenólicos y flavonoides. Además, el proceso de producción está alineado con prácticas sostenibles ya que el proceso de elaboración se produce de forma artesanal siguiendo prácticas tradicionales que respetan al medio ambiente.

### **Propuesta de valor:**

- Contiene beneficios para la salud ya que resalta propiedades antioxidantes, antiinflamatoria y energizantes.
- El sabor del producto es único.
- Practica sostenibles como son la elaboración tradicional y el respeto al medio ambiente.

### **Precio:**

La estrategia de precio, según la encuesta, muestra que el 79.7% del posible cliente pagaran alrededor de 51 a 250 córdobas por una presentación de 250 ml de miel de carao. Al realizar el análisis de precio que CASSIA NATURAL, tiene frente a la competencia ya que esta ronda los estándares de precio que están en el mercado por este producto.

La idea es presentar al cliente un precio de introducción, en el primer mes de C\$250 córdobas.

- Escala de precio: ofrecer varias presentaciones y tamaños con precios escalonados para adaptarse a las posibilidades del consumidor.

- Promociones estacionales: implementar descuento especial en fecha conmemorativa como el día de la tierra o la fecha de lanzamiento del producto.
- Crear un programa de fidelización: premiar a los clientes frecuentes con descuentos y beneficios exclusivos.

### **Plaza (Distribución)**

La idea de distribución estará basada en posicionarse en el municipio de Tipitapa y gradualmente irse expandiendo por otros departamentos de Nicaragua. Se empezará las distribuciones en tiendas, farmacia y también se ofrecerá el producto en línea.

- Canales directos: ventas en línea a través de plataforma del negocio.
- Tiendas especializadas: hacer alianza con negocios de farmacias, botánicas y tiendas para la distribución del producto.
- Ferias y eventos: participar en ferias gastronómicas y eventos locales para dar a conocer el producto y promocionarlos.

### **Promoción:**

- Estrategia 1: diseñar volante informativo de la miel de carao.

El objetivo de este es promocionar la miel de carao a través de volante informativos a cerca de los beneficios del producto.

- Estrategia 2: presencia de un stand de la marca en feria o alguna actividad local.

Con el objetivo de presentar la miel de carao creado a base de carao en las diferentes ferias y eventos locales presentado sus atributos y beneficios.

- Estrategia 3: creación de perfil en las diferentes plataformas digitales.

El objetivo de este es la creación de articulo relacionados al beneficio de la miel de carao, la creación de videos promocionales.

- Estrategia 4: relaciones públicas.

La implementación de esta estrategia tiene como objetivo crear una relación sólida con los potenciales compradores y dueño de negocios que se piensa distribuir el producto. Esto se llevará a cabo con visita a los locales de distribución.

## **8. Ventajas y distingo competitivo**

La miel de carao es conocida por su alto contenido de hierro, lo que la convierte en un suplemento natural efectivo para combatir la anemia, también contiene otro compuesto esencial que la posiciona como un alimento que funciona aportando energía y también contribuye al bienestar general del cuerpo.

Beneficios destacados:

- Prevención de la anemia: su alto contenido de hierro ayuda aumentar los glóbulos rojos ya que esto es crucial para el bienestar.
- Contiene antioxidantes naturales: combate los radicales libre, protegiendo las células del daño y retrasando el envejecimiento celular. “según el instituto nacional del cáncer los radicales libre son molécula inestable que se elaboran durante el metabolismo normal de la célula. Los radicales libre en ocasiones se acumulan en las células y dañan otras moléculas, como el ADN, los lípidos y las proteínas del cuerpo”.

Sostenibilidad

- Cultivo responsable: resalta la agricultura sostenible al utilizar un recurso natural que no requiere el uso de agroquímicos.
- Apoyo a las comunidades locales: fomenta el cultivo y recolección de carao, se apoyan a los agricultores locales, contribuyendo al desarrollo económico local.

Propiedades medicinales

- Uso tradicional para tratar diversa dolencia desde problema digestivo hasta afecciones respiratorias.
- Fortalece el sistema inmunológico debido a su combinación de nutriente y la hace ser un alimento de prevención de enfermedades.

### Adaptabilidad en el mercado

- Es un alimento versátil que puede ser utilizado en receta de cocina saludable, como endosante natural y como ingrediente de cosméticos por sus propiedades antioxidantes.
- Con el aumento de interés en productos naturales y orgánicos, la miel de carao se alinea bien con las preferencias del consumidor.

### Precios

- Costo asequible debido a su producción local y el uso de ingredientes naturales le permite al producto tener precios competitivos.
- Al ser un producto accesible la fidelización de los clientes puede incrementar ya que esto busca alternativa natural saludable que no afecte su presupuesto.

## 9. Plan de marketing

Tabla 7: Planificación de acción de marketing

Objetivo Específico	Línea Estratégica	Acción	Indicador
<b>Lanzamiento de la miel de carao.</b>	Presentar un precio de introducción atractivo al mercado.	Ofrecer demostraciones gratis, destacando sus beneficios para generar confianza en el producto.	Lograr vender la cantidad de 1126 envase en el primer mes.
<b>Captar distribuidores locales.</b>	Enfocar primeramente en distribuidores que este en una ubicación estratégica para logra más visibilidad.	Tener un estante por distribuidor para generar confianza.	Lograr tener por lo menos 3 distribuidores en lugares específicos.
<b>Participación en ferias.</b>	Ofrecer descuentos del 5-10% por compras al por mayor.	Presentar un descuento especial del 5% por compras de 6 unidades más, y del 10% por compras de 12 unidades a mas en ferias	Aumento del 10% en ventas durante los primeros 3 meses.

Objetivo Específico	Línea Estratégica	Acción	Indicador
<b>Aumentar visibilidad del producto.</b>	Participar en ferias y eventos locales.	Tener presencia en feria y eventos locales para darle promoción al producto.	Participar en 2 ferias y 1 evento por mes.
<b>Expansión de canales de distribución.</b>	Crear alianzas con otras farmacia, tienda y botánica.	Establecer alianzas estratégicas por lo menos con 5 distribuidores más en el departamento de Managua.	5 nuevas alianzas en los primeros 4 meses.
<b>Creación de perfil en redes sociales para dar a conocer el producto.</b>	Hacer sorteo de tiques de descuento o regalías de producto.	Apertura de perfiles en redes como Facebook o Instagram.  Hacer un enfoque en personas que le llama la atención los productos naturales.	Aumentar el alcance de la marca y lograr tener 2500 seguidores en el primer mes.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 8: Cronograma de actividades

Días	Tema	Hora	Medio	Contenido	Forma de presentación del contenido	Costo en córdobas
Domingos	Conocimiento de producto	12:00 p. m.	Facebook Instagram	presentación de tipo de producto, su historia y el tipo de envase que estará disponible	Publicar foto y video del contenido	400
Martes	Dosis recomendada y tiempo para tomar	12:00 p. m.	Facebook Instagram	Dar a conocer cuáles son los beneficios y cuanto es lo recomendado tomar la miel de carao	publicación de un video teniendo a un médico como presentador	1000

Fuente: elaboración propia.



## 10. Plan de venta

Tabla 9: Datos de la investigación

Datos de Investigación de Mercado		
#	Categoría	Descripción
1	Segmento	Hombres y Mujeres, 10 - 49 Años, Distrito VIII Managua
2	Población	156,523.00
3	Marco Muestra	Censo INIDE 2022
4	Producto	Miel de carao
5	% Actualmente Compra	48%
6	Frecuencia Anual	4.00
7	Volumen de Compra	1.00
8	% Dispuesto a Comprar	97%
9	Precio de Compra	C\$250.00
Datos del Sector Industrial / Macroentorno		
#	Categoría	Descripción
10	Crecimiento del Sector	2.10%
11	Inflación	1.70%
12	Intensidad de Rivalidad	media
13	Ciclo de Vida del Sector	crecimiento

Fuente: elaboración propia.

Tabla 10: Participación del mercado

Participación de Mercado	
Intensidad de Rivalidad	% de Participación
Baja	25%
Media	15%
Alta	4.50%
Ciclo de Vida	% de Participación
Introducción	20% - 30%
Crecimiento	10% - 20%
Madurez	5% - 10%
Declinación	0.5% - 5%

Fuente: elaboración propia.

Tabla 11: Datos del mercado

Datos de Investigación de Mercado		
#	Categoría	Descripción
1	<b>Demanda Total</b>	300,524.16
2	<b>Demanda Potencial</b>	291,508.44
3	<b>Cuota de Mercado</b>	4.50%
4	<b>Demanda Inicial</b>	13,523.59

Fuente: elaboración propia.

Tabla 12: Proyecciones de venta en los próximos 5 años

Proyección / Años	1	2	3	4	5
<b>Proyección de Ventas en Unidades</b>	13,523.59	13,807.58	14,097.54	14,393.59	14,695.86
<b>Precio de Venta</b>	\$250.00	\$254.25	\$258.57	\$262.97	\$267.44
<b>Proyección de Ventas en U\$</b>	\$3,380,896.80	\$3,510,577.86	\$3,645,233.09	\$3,785,053.30	\$3,930,236.59

Fuente: elaboración propia.

Las proyecciones de ventas presentadas se basan en varios factores que detallo a continuación:

El crecimiento del sector de productos naturales está en crecimiento, según el banco central tiene una expansión del 2.10% y esto sugiere que el mercado sigue expandiéndose, lo que permite un aumento constante en las ventas.

La frecuencia de compra de 48% se basó en la entrevista que se realizó al médico ya que con los datos que proporcionó de la porción se calculó los que podría dilatarse en tomarse un frasco y volver a comprar otro y eso nos dio la cantidad de 13 523 unidades proyectadas.

El precio de venta se estableció de acuerdo con la hoja de producción de un frasco y se realizó una comparación entre los precios de la competencia y la relación que queríamos establecer nosotros como empresa.

La disposición de compra se determinó con la encuesta realizada y eso nos dio como resultado que el 97.1% estaría dispuesto a comprar la miel de carao.

Las proyecciones de venta van aumentando a medida que el mercado se expande.

Las proyecciones se basan en un crecimiento sostenido del sector, un alto interés de comprar productos naturales relacionados en la salud, tomando un precio competitivo en el sector y esto garantiza una expansión constante del sector y esto beneficia a las ventas.

## Planes de contingencia

La producción de miel a base carao es una opción para ofrecer un producto natural que podría llegar a tener un gran potencial en el mercado. Sin embargo, como cualquier otro proceso de producción, no esta exento de enfrentar desafíos. Por ello es necesario contar con planes de contingencia pensando en la producción, que nos permitan actuar de manera efectiva cuando nos suceda algún imprevisto en lo que nos enfocamos en los siguientes.

<b>Plan de contingencia</b>	<b>Causas potenciales</b>	<b>Acciones para realizar</b>
<b>Escase de vaina de carao</b>	Bajas cosecha debido a causa climáticas	Diversificar los proveedores y tener relaciones con agricultores
	Enfermedades o plaga en los arboles	
	Problema de logística	Optimizar la cosecha manual con los productores
<b>Contaminación de producto</b>	Falta de higiene en el proceso de extracción o empaquetado	Control de calidad continuo con muestreo frecuente o buena práctica de manufactura
	Uso incorrecto de materiales o equipo utilizado	Obtener certificación de calidad (ISO BPM) o mejorar las instalaciones y proceso de calidad
<b>Problema logístico en la producción y distribución</b>	Retraso en la producción por falta de mano de obra	Redistribuir tarea, búsqueda de personal temporal
	Interrupciones en la cadena de suministro	búsqueda de ruta alternativa y trasportista
	Fallo en el almacenamiento	Revisión del almacén semanal
<b>Baja calidad en el producto final</b>	Uso de materia prima en mal estado	Revisar lotes de producción
	Errores en las proporciones establecida para elaborar un frasco	Revisar cantidad establecida y garantizar calidad de los ingredientes

Elaboración Propia

## **11. Conclusión**

En conclusión, general el plan de mercado muestra el estudio que se realizó para poder ver el desarrollo del producto miel de carao en el mercado, la aceptación por parte de los clientes y la implementación de las estrategias promocionales que le permitan llamar la atención del público. Así mismo se proyectan ventas con datos positivos para los próximos cinco años.

Las estrategias y el plan de mercadeo se resumen en establecer contacto con los distribuidores y llegar de manera sutil al cliente por medio de volantes informativos, ferias agrónomas, visitas a los distribuidores y publicidad por las redes sociales. Por lo que, se espera un consumo de 5,191 unidades del producto en el primer año.

La miel de caro tiene como finalidad ser un suplemento natural para tratar la enfermedad de la anemia, los pacientes que sufren esta enfermedad se muestran interesados ya que este tipo de tratamiento ayuda a combatir la sin provocar más daños a la sangre y fortalece el sistema inmunológico, algo que todo paciente con este padecimiento debe tratar.

## **OPERACIONES DE LA EMPRESA**

## **1. Objetivos del plan de producción**

### **Objetivo general**

- Implementar un plan de operaciones de la producción de miel de carao, describiendo el flujo del proceso, identificando la ruta crítica, evaluando la demanda y definiendo la localización del negocio, estandarizando la elaboración y distribución de la miel de carao y garantizando eficiencia y calidad.

### **Objetivos específicos**

- Determinar la capacidad instalada de la miel de carao, analizando los recursos disponibles, infraestructura y demanda proyectada, valorando la viabilidad y satisfacción de la demanda proyectada.
- Crear una plataforma digital como medio de promoción del producto, utilizando herramientas de compra en línea y marketing digital, aumentando la visibilidad de la miel de carao potenciando las ventas.
- Implementar métodos de mejoras continua como Kaizen, Gemba y Six Sigma optimizando procesos, aumentando la eficiencia, reduciendo tiempos de producción y minimizando los desperdicios.

## **2. Especificaciones del producto**

CASSIA NATURAL, será una miel a base de carao cuyo propósito es tratar o prevenir ciertas afecciones del cuerpo humano. El producto es creado a base de carao ya que, este fruto contiene múltiples beneficios como son el aumento de hierro, proporciona energía, se usa como laxante y contiene antioxidantes.

CASSIA NATURAL contará con una página web donde se podrá hacer pedidos, conocer la marca, conocer la ubicación de la empresa, la misio, visión y también se encontrarán las indicaciones de cómo es correcto tomar la miel. A continuación, se presenta el siguiente enlace para acceder al sitio de CASSIA NATURAL:

<https://gentle-jasmine-mztkkd.mystrikingly.com/>

En cuanto a la presentación física del envase. Se ofrecerá en una presentación de 250 ml en un envase de plástico, con dimensiones de 4 pulgada de alto con 2 pulgada de ancho y el contenido será de un tono oscuro.

La viabilidad del producto (vaina) varía de 60-90 % si la mantienen de 6-12 meses a condiciones ambientales. Las semillas con pulpa se pueden almacenar por hasta 5 años a 4°C y 5-6% de contenido en humedad.

Según el Doctor Juan Ramírez del Hospital Solidaria con sede en Tipitapa, "el tiempo recomendado para tomar la miel es de treinta días, con una dosis para adulto de quince cc (cc) dividida en tres dosis al día, y en caso de un niño, la cantidad al día es de nueve cc (cc) dividida en tres dosis al día. Después del mes de ingerir la miel se tiene que tomar un mes para volver a ingerir la miel o hacerse prueba para ver cómo está de la enfermedad para ver si se puede seguir tomando consecutivo" (entrevista personal, 25 de noviembre de 2024).



Según la tabla de composición de alimento del INCAP el carao contiene el siguiente aporte nutricional en 100 g de porción comestible.

Tabla 13: Composición del carao

Ingredientes	Carao
Energía	39 kcal
Proteína	0.60 g
Grasa total	0.20 g
Carbohidratos	0.10 g
hierro	0.20 mg

Fuente: Abarca, D., Lopez, Y. (junio 2016) alternativa alimentaria a base de carao. Escuela de tecnología médica. Pág. (23).

### **3. Descripción del proceso de producción**

Se realizaron prueba para determinar la cantidad de vaina y cantidad de agua necesaria para elaboración de un frasco de 250 ml. Como resultado de esto se obtuvieron los siguientes datos. Se necesitan 6 vaina de carao con dimensiones de dieciocho pulgadas de alto y una pulgada y media de ancho esto combinado con siete litros de agua para obtener la cantidad deseada.

El proceso de producción para elaborar un frasco es el siguiente:

- **Recepción de materia prima:**

En esta etapa se recibe materia prima directa que es la vaina y este proceso tardaría cinco minutos por las seis vainas para elaborar un frasco. Se recibe también materia prima indirecta como es el envase, etiqueta y caja.

- **Inspección de lo recibido:**

Se revisa que toda la materia prima directa venga en óptimas condiciones para poder seguir con el siguiente proceso de producción de la miel, en cuanto al tiempo estimado es de un minuto por vaina siendo el total por las seis vainas de seis minutos.

- **Traslado de material:**

Se lleva la vaina a área de preparación y este proceso puede tardar tres minutos.

- **Lavado de la vaina:**

Primeramente, se procede a lavar la vaina para libarla de cualquier contaminación, este proceso tarda dos minutos por vaina. Sumando un total de doce minutos por las seis vainas.

- **Quebrado y separación de semilla y pulpa de la vaina:**

Una vez lavada la vaina se le trasfiere al responsable de quebrar la vaina, una vez quebrada procede a separar la semilla y la pulpa de la cascara, luego la limpia de

cualquier residuo que pueda haber quedado de la cascara, este proceso puede tardar diez minutos por vaina. Dado que son seis vainas da un total de sesenta minutos.

- **Remojo:**

Se pone en remojo la semilla y la pulpa en agua para que se diluya la sustancia y esto tarda setecientos veinte minutos.

- **Filtrado:**

Después que allá transcurrido lo establecido del remojo se separa la semilla y la pulpa del líquido para que este pase al siguiente proceso tardaría diez minutos.

- **Traslado**

Luego del filtrado se traslada al área de cocina donde se elaborará la miel y el tiempo que tomara trasladarlo es de tres minutos.

- **Hervir la dilución del producto:**

Una vez en el área de cocina se deposita en un recipiente para poder hervirlo hasta que el contenido este espeso y este proceso dura aproximadamente ciento ochenta minutos.

- **Inspección de calidad del producto después del proceso de hervido:**

Una vez realizado la hervida se realiza prueba de color y espesor para garantizar que cumpla con los estándares de calidad puede tardar diez minutos.

- **Traslado de envase, etiqueta y caja**

Se traslada el envase, caja y la etiqueta del área de bodega a área de cocina y este traslado puede tomar seis minutos.

- **Envasado:**

Luego que pasa la inspección se procede a empacar el contenido en el frasco y por frasco puede tardar dos min por frasco.

- **Etiquetado:**

Una vez empacado se colocada la etiqueta y esto tarda dos minutos por frasco.

- **Inspección final**

Luego de etiquetar el envase se realiza una inspección para hacer contar que el frasco valla sellado y que cuente con la etiqueta esto puede tardar cinco minutos.

- **Embalaje del frasco**

Una vez hecha la inspección final se procede a empaquetar el producto en la caja esta operación tardaría cinco minutos por frasco.

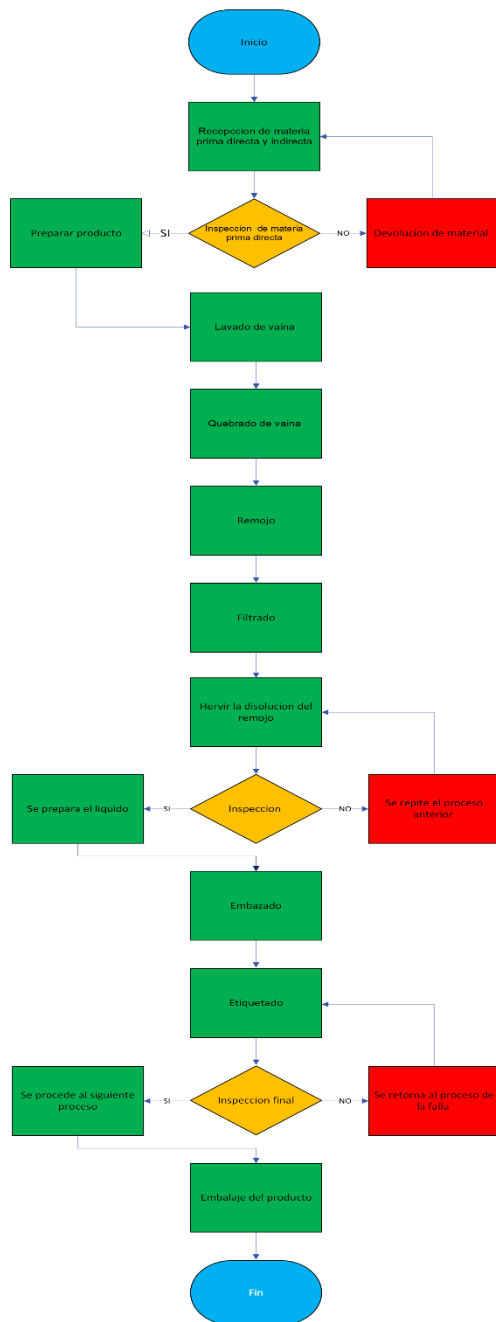
- **Traslado**

Una vez se realice el embalaje se llevará la caja a área de empaque donde se almacenará para después distribuirse y esto puede tardar seis minutos.

#### 4. Diagrama de flujo del proceso y cursograma analítico

En el siguiente diagrama se podrá visualizar la secuencia que contendrá el proceso de la elaboración de miel de carao.

Ilustración 6: Proceso de elaboración


























Elaboración propia.

## Cursograma analítico

En la siguiente información se detalla los proceso y distancias que están establecido en el proceso

Tabla 14: Cursograma analítico

CURSOGRAMA ANALÍTICO DEL PROCESO									
Hoja N° __1__									
De: __1__									
Diagrama N°: __1__				Operar.	<b>varios</b>	Mater.	Maqui	<b>varia</b>	<b>s</b>
<b>Proceso:</b>			<b>RESUMEN</b>						
<b>Fecha: 26/12024</b>			<b>SÍMBOLO</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>Act.</b>	<b>Pro.</b>	<b>Econ.</b>		
<b>El estudio Inicia: 10 de febrero del 2025</b>				Operación	<b>7</b>			0%	
<b>Método: Actual: _____ Propuesto: __X__</b>				Transporte	<b>4</b>			0%	
<b>Producto: miel de carao</b>				Inspección	<b>3</b>			0%	
<b>Nombre del operario: Alexsander acuña</b>				Espera	<b>1</b>			0%	
<b>Elaborado por: Andy zamora</b>				Almacenaje	<b>1</b>			0%	
<b>Tamaño del Lote: 1</b>			Total de Actividades realizadas			<b>16</b>		<b>0%</b>	
			Distancia total en metros			<b>48</b>		<b>0%</b>	
			Tiempo min/hombre			<b>17</b>		<b>0%</b>	
NUMERO	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	Cantidad	Distancia metros	Tiempo minutos	SÍMBOLOS PROCESOS				
									
1	Recepción de material	1	-	5.0					
2	inspección de lo recepcionado	4	-	6.0					
3	Traslado	1	8.18 M	3.0					
4	Lavado de vaina	6	-	12.0					
5	Quebrado de vaina	6	1.41 M	60.0					
6	Remojo	1	1.33 M	720.0					
7	Filtrado	1	-	10.0					
8	Traslado	1	8.75 M	3.0					
9	Hervir la di luición	1	-	180.0					
11	Inspección de lo hervido	1	-	10.0					
12	Traslado	1	14.19 M	6.0					
13	Envasado	1	-	2.0					
14	Etiquetado	1	-	2.0					

15	inspección final	1	-	5.0			●		
16	embalaje	1	-	5.0	●				
17	Traslado a bodega	1	14.19 M	6.0	—	●	—	—	
	Tiempo horas:	17.3	m	48.1M	1,035.0	m			

Fuente: elaboración propia.

## 5. Cronograma de proceso de producción

### Cronología del Proceso

Simbología	Etapas	Descripción	Tiempo (cálculo para 1 frasco)
	1	Inicio	-
	2	Recepción de material	5 minutos
	3	Inspección de lo recepcionado	6 minutos
	4	Traslado	3 minutos
	5	Lavado de la vaina	12 minutos
	6	Quebrado y separación de semilla y pulpa	60 minutos
	7	Remojo de semilla y pulpa	720 minutos
	8	Filtrado	10 minutos
	9	Traslado	3 minutos
	10	Hervir la dilución del producto	180 minutos
	11	Inspección de calidad	10 minutos
	12	Traslado de envase, etiqueta y caja	6 minutos
	13	Embazado	2 minutos
	14	Etiquetado del envase	2 minutos
	15	Inspección final	5 minutos
	16	Embalaje de producto	5 minutos
	17	Traslado	6 minutos
	18	Fin	-
		Total	1035 minutos

Elaboración propia.

Para elaborar un frasco se necesitan 17 hora con 25 minutos, pero este proceso incluye el remojo y se implementara que el remojo se deje en reposo durante la noche para que no afecte los procesos siguientes ya que este paso es el que más tiempo consume.

Restando los 720 minutos de remojo el tiempo de los otros procesos suma 315 minutos que da un total de 5 hora con 25 minutos, pero esto es para un frasco si se le administra más producto se podría hacer más frasco en un día.

### **Análisis de procedencia**

En la siguiente tabla se estará abordando cuál de los puntos del proceso llega a tener predecesores.

Tabla 15: Procedencia de proceso

Etapas	Descripción	predecesores	Tiempo
A	Recepción de material	-	5 minutos
B	Inspección de lo recepcionado	A	6 minutos
C	Traslado	B	3 minutos
D	Lavado de la vaina	C	12 minutos
E	Quebrado y separación de semilla y pulpa	D	60 minutos
F	Remojo de semilla y pulpa	E	720 minutos
G	Filtrado	F	10 minutos
H	Traslado	G	3 minutos
I	Hervir la dilución del producto	H	180 minutos
J	Inspección de calidad	I	10 minutos
K	Traslado	A	6 minutos
L	Envasado	K, J	2 minutos
M	Etiquetado del envase	A, L	2 minutos
N	Inspección final	M	5 minutos
Ñ	Embalaje	N	5 minutos
O	Traslado	Ñ	6 minutos
Total			1035 minutos

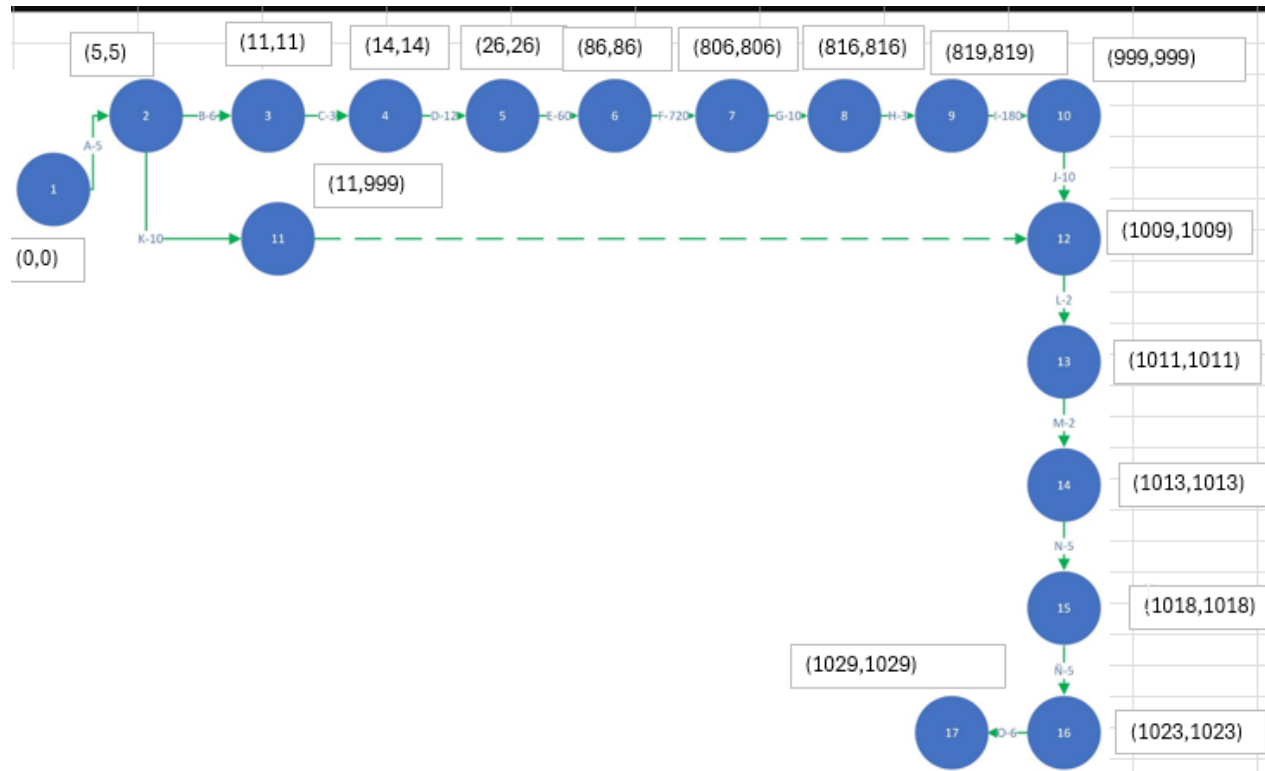
Fuente: elaboración propia.



## 5.1. Diagrama de red y ruta crítica

En el siguiente esquema se determinará cual es la ruta del proceso que tiene más impacto a la hora de realizar la producción de producto.

Tabla 16: Ruta crítica



Fuente: elaboración propia.

La ruta crítica para la elaboración de miel de carao es la siguiente

A – B – C – D – E – F – G – H – I – J – L – M – N – Ñ – O

La ruta es lineal.

## 5.2. Diagrama de Gantt

El siguiente esquema muestra la tarea que forman la línea de producción de cassia.

Tabla 17: Diagrama de Gantt

Diagrama de Gantt para la elaboración de miel de carao			
<b>Etapas</b>	<b>Actividad</b>	<b>Predecesores</b>	<b>Duración en minutos</b>
A	Recepción	-	5
B	Inspección	A	6
C	Traslado	B	3
D	Lavado	C	12
E	Quebrado de vaina	D	60
F	Remojo de semilla y pulpa	E	720
G	Filtrado	F	10
H	Traslado de lo filtrado a cocina	G	3
I	Hervir la cocción del filtrado	H	180
J	Inspección de la cocción	I	10
K	Traslado	A	6
L	Embazado	K, J	2
M	Etiquetado del envase	A, L	2
N	Inspección final	M	5
Ñ	Embalaje	N	5
O	Traslado	Ñ	6

Fuente: elaboración propia.

## 6. Equipo e instalaciones

Para asegurar un buen desempeño en la empresa se deben de conocer los equipos de necesario para la elaboración del producto, así mismo se tomará en cuenta lo que es equipo de oficina y equipo de limpieza y se detallara a continuación:

Tabla 18: Equipo de producción

EQUIPO DE PRODUCCION									
No.	EQUIPO	UNIDAD	MARCA	COSTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
				/UND	Precio total	Precio total	Precio total	Precio total	Precio total
1	Cocina eléctrica	1	Indurama	C\$11,000	C\$14,300	C\$18,590	C\$24,167	C\$31,417	C\$40,842
2	Colador de acero	2	Koopman	C\$228	C\$296	C\$385	C\$501	C\$651	C\$847
3	Bascula	1	truper	C\$499	C\$649	C\$843	C\$1,096	C\$1,425	C\$1,853
4	Fregadero	1	empotrar socoda	C\$2,299	C\$2,989	C\$3,885	C\$5,051	C\$6,566	C\$8,536
6	Selladora de frasco	2	fanlocn	C\$3,477	C\$4,520	C\$5,876	C\$7,639	C\$9,931	C\$12,910
Total				C\$17,503	C\$22,754	C\$29,579	C\$38,454	C\$49,989	C\$64,988

Fuente: elaboración propia.

En la siguiente tabla se detallará los utensilios que se ocupará en la producción.

Tabla 19: Utensilios de producción

No.	EQUIPO	UNIDAD	MARCA	COSTO	COSTO
				/UND	TOTAL
1	Olla de acero	4	Oster	C\$1,159	C\$4,636
2	Medidor de ph	1	meter kit	C\$592	C\$592
3	Mesa de acero	3	wt 3048 e	C\$5,643	C\$16,928
4	Mazo de hule	2	truper	C\$228	C\$456
5	Garra de acero	2	grillmark	C\$639	C\$1,278.00
Total				C\$8,261	C\$19,254

Fuente: elaboración propia.

En la siguiente se presentará los equipos de oficina que se estarán ocupando en el negocio.

Tabla 20: Equipo de oficina

No.	EQUIPO	UNIDAD	MARCA	COSTO	COSTO
				/UND	TOTAL
1	Computadora	6	DELL	16995	101970
2	Impresora	1	EPSON	9567	9567
3	Escritorio	6	MORADAESC	2500	15000
4	Silla	12	260061	1300	15600
5	Estate	3	ELEPHANT	2989	8967
6	Oasis	4	G PLUS	2339	9356
7	Alfombra	5	SANTINI 60 X 40	605	3027
8	Ventiladores	6	VOLTECK	2879	17274
9	Resma de papel	2	CHAMEX	252	504
10	Tinta para impresora	4	HP	414	1655
11	Engrapadora	2	B-440	395	791
12	Grapa	2	BOSTITCH	67	135
13	Saca grapa	2	40000M BLK	128	257
Total				40431	184102

Fuente: elaboración propia

En la siguiente tabla se detalla los equipos que se estará usando para limpieza del local. Esto equipo se estarán comprando cada dos meses exceptuando el lavadero, escoba, pala, basurera y lampazo.

Tabla 21: Equipo de limpieza

EQUIPO	UNIDAD	COSTO	COSTO
		/UNI/PAQ	TOTAL
<b>Escoba</b>	2	C\$112.75	C\$225.50
<b>Pala</b>	2	C\$75	C\$149
<b>Papel tualla</b>	9	C\$107	C\$429
<b>Papel higieineico</b>	12	C\$352	C\$352
<b>Jabon de lavar traste</b>	4	C\$7	C\$29
<b>Ambientador</b>	4	C\$153	C\$612
<b>Lavadero</b>	1	C\$900	C\$900
<b>Bolsa de basura</b>	18	31.5	63
<b>Jabon liquido</b>	2	89	178
<b>Alcohol</b>	2	125	250
<b>Cloro</b>	2	175.5	351
<b>Basurera</b>	7	320.85	2245.95
<b>Lampazo</b>	2	197.25	394.5
<b>Paste metalico</b>	4	38	152
<b>Mascariilla</b>	2	90	180
<b>Guante</b>	100	3.5	350
<b>Maya para cabello</b>	144	10.069	1449.936
<b>Desinfectante</b>	2	175.8	351.6
<b>Pastilla desinfectate</b>	4	33.5	134
<b>Sanitario</b>	1	4109	4109
<b>Llave para lavado de manos</b>	2	1379	2758
<b>Lavamanos</b>	1	2189	2189
<b>Mecha de lampazo</b>	4	115	460
		C\$10,788.72	C\$18,312.49

Fuente: elaboración propia.

## 6.1. Capacidad instalada

CASSIA NATURAL contara con una eficiencia del 90% en el área de producción debido a diverso motivo que se pueden presentar a la hora de estar elaborando del producto, la empresa laborara de lunes a viernes 8 hora diaria teniendo en cuenta que se van a ocupar 7 hora para la producción y 1 para envasado y etiquetado.

Tabla 22: Capacidad de producción

Capacidad de producción					
Incremento de la producción trimestral (1 año)					
Producción (unidades)	1 trimestre	2 trimestre	3 trimestre	4 trimestre	
unidades	3380.885	3380.885	3380.885	3380.885	
Ajuste de la capacidad de producción					
Producción (unid / hora)	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
unidad / hora	7.224	7.375	7.53	7.688	7.85
Incremento de la producción anual en 3 %					
Producción (unidades)	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
unidades	13524	13929	14347	14778	15221
Capacidad de producción del primer año para cumplir con las proyecciones.				Cantidad	Unidad
capacidad de producción máxima hora				8	unidades
capacidad de producción máxima día				56	unidades
capacidad de producción máxima mes				1212	unidades
capacidad de producción máxima año				14549	unidades
Demanda potencial total por unidades horas es de 155.72 unidades hora					

Fuente: elaboración propia.

Para la elaboración del producto, se utilizan los siguientes equipos:

- Cocina eléctrica: En esta se calientan y espesan los ingredientes.
- Destiladora de agua: Con ella se obtiene agua purificada para garantizar la calidad del producto final.
- Medidor de pH: Este instrumento permite controlar la acidez del producto, asegurando que cumpla con los estándares de calidad.
- Mazo de hule: Se emplea para romper las cáscaras de manera cuidadosa y extraer las semillas.
- Báscula: Se utiliza para pesar con precisión los envases y garantizar un llenado uniforme.
- Olla de acero: En esta se hierven los líquidos necesarios para el proceso.
- Filtro: Sirve para separar los sólidos de los líquidos, obteniendo un producto más limpio.

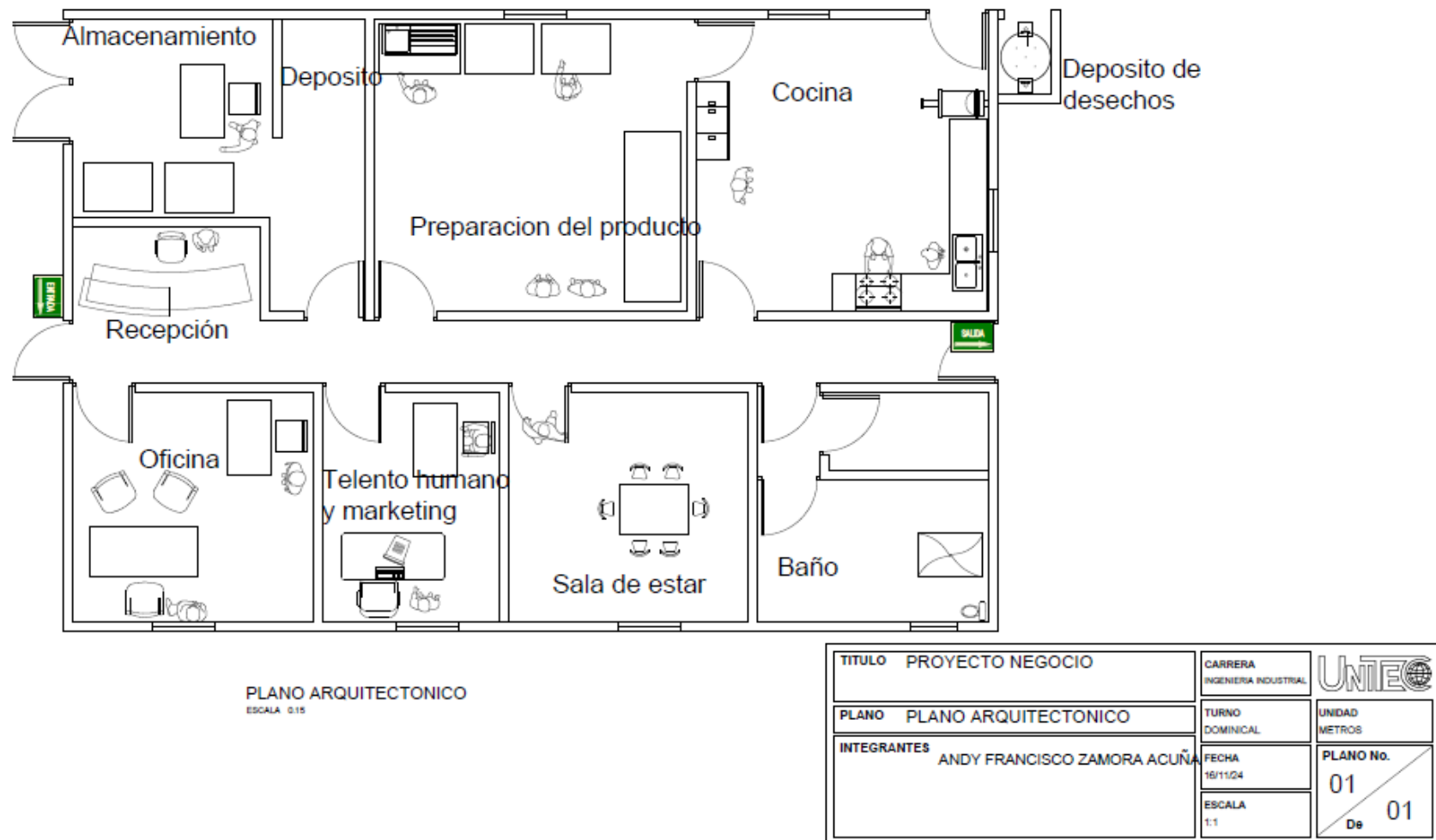
## **7. Diseño y distribución de planta y oficina**

El diseño y distribución de la empresa contara con:

- Sala de conferencia: en esta área se piensa hace reuniones con posibles inversionistas o cual cualquier tema que necesite ser tratado por el área administrativa ya sea financiero o legal.
- Sala de estar: esta sala va a estar dirigida para la persona para que ello se pueda relajar en su tiempo libre.
- Oficina administrativa: en esta sala va a estar el encargado de representar a la compañía y el encargo de talento humano.
- Área de cocina: esta área es la más primordial ya que en esta es donde se transforma el producto.
- Área de preparación: esta área como su nombre lo indica es donde se preparará el producto para ser llevado al área de cocina.
- Área de almacenamiento: esta área es la que se rececionara y almacenara el producto que vallamos adquiriendo.
- Baño: esta área el personal podrá lavarse las manos y hacer sus necesidades.
- Depósito de desechos: es el lugar donde se llevará los desechos que ya no se ocupen del producto.



Ilustración 7: Distribución de la planta

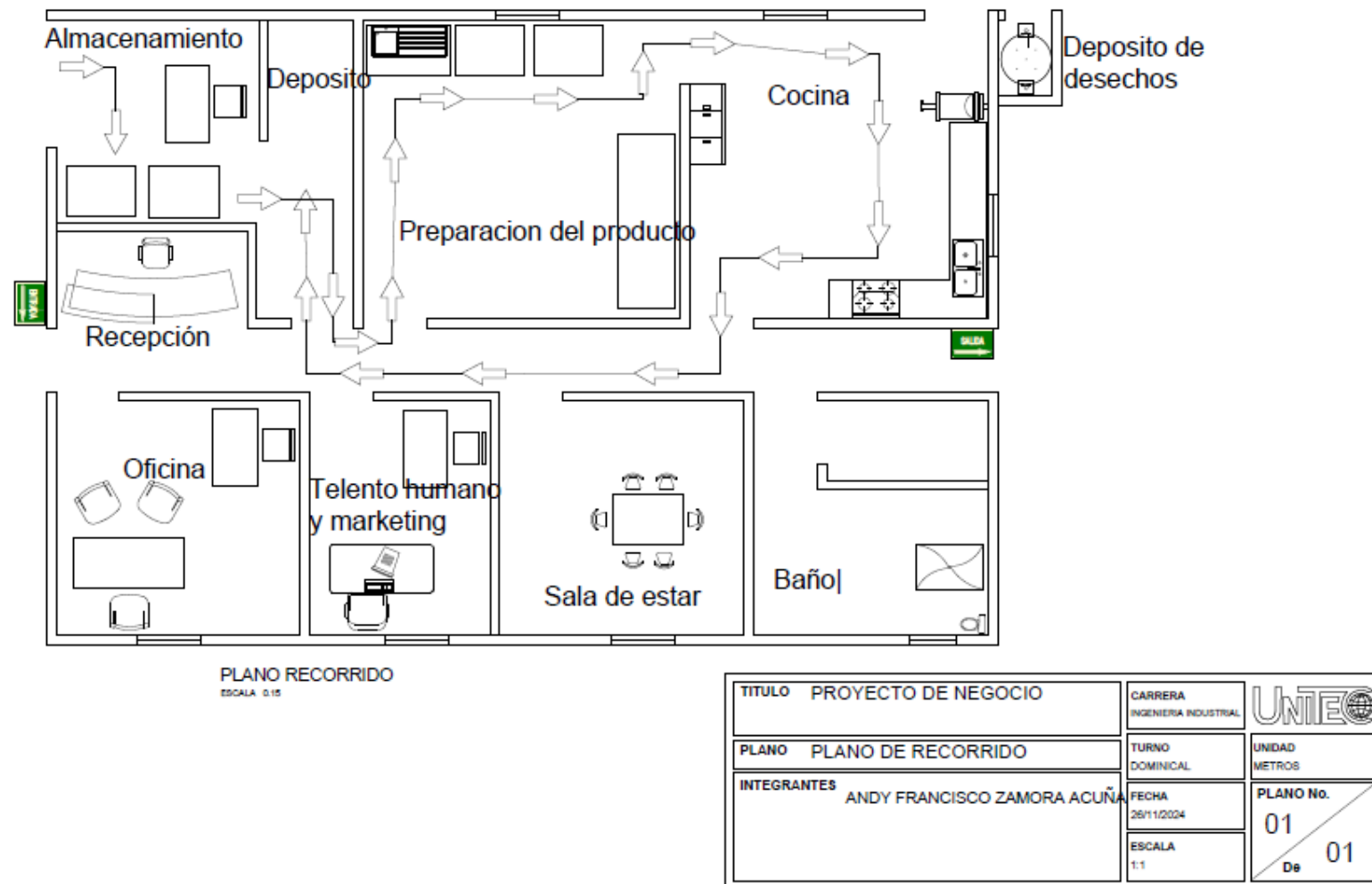


Elaboración propia.

El plano expuesto presenta como será la distribución de la planta y contará con un área de 150 metros cuadrados.

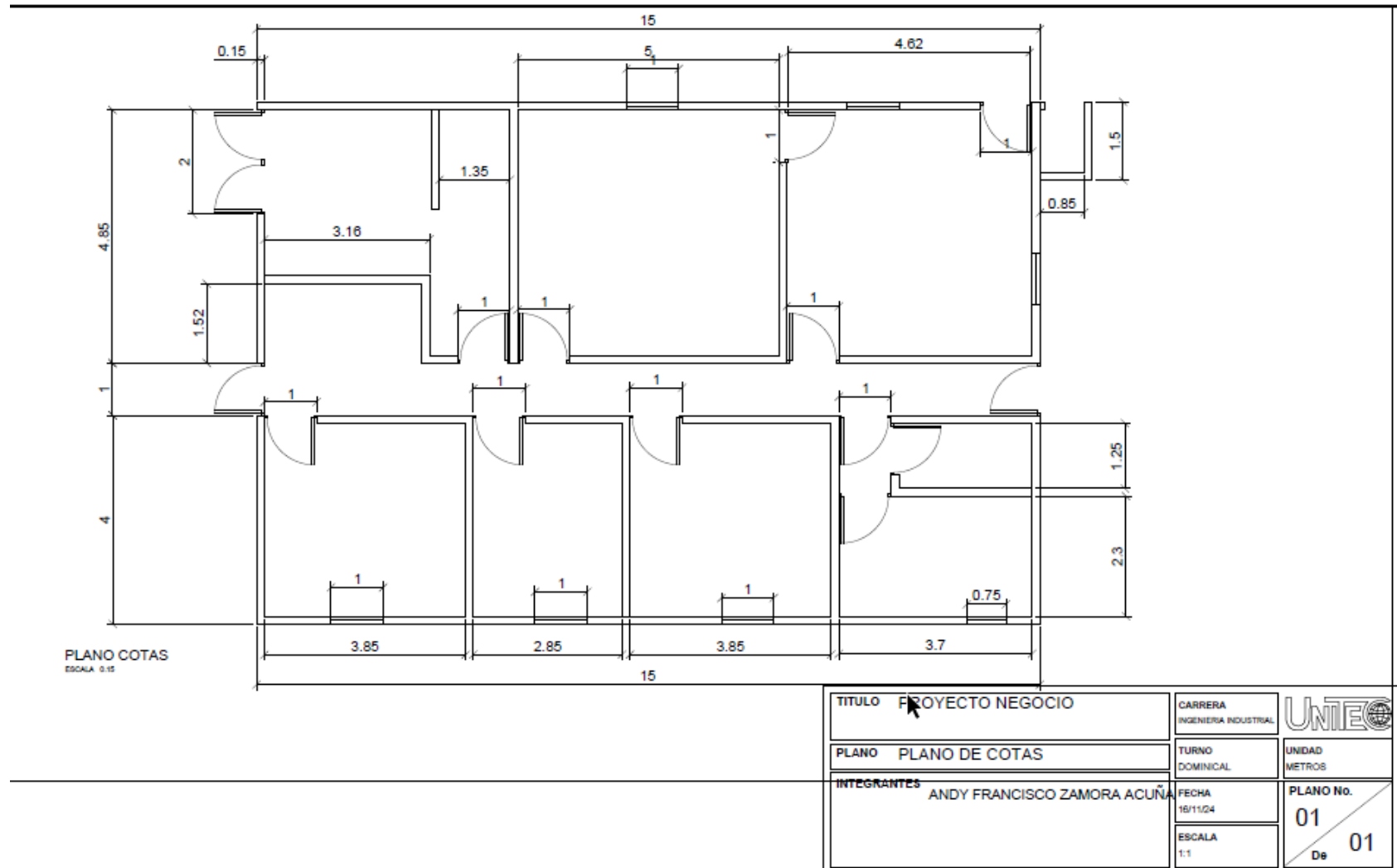
El siguiente plano muestra el recorrido que tendrá el producto para su preparación.

Ilustración 8: Plano de recorrido



Elaboración propia.

Ilustración 9: Plano de dimensiones



Fuente: elaboración propia.

Para la creación de la estructura presentada se ocupará lo siguientes materiales

Tabla 23: Materiales de construcción

No.	MATERIALES	CANTIDAD	COSTO	COSTO
			/UNI/PAQ	TOTAL
1	Piedras cantera	1750	C\$ 50.00	C\$ 87,500.00
2	Hierro de 3/8 carrujado	17.5 Quintales	C\$ 1,800.00	C\$ 31,500.00
3	Cemento	245	C\$ 400.00	C\$ 98,000.00
4	Arena	20 MC	C\$ 325.00	C\$ 6,500.00
5	piedrín	9 MC	C\$ 750.00	C\$ 6,750.00
6	Estribos de 10 x 15	800	C\$ 3.00	C\$ 2,400.00
7	Estribos de 10 x 10	1200	C\$ 1.00	C\$ 1,200.00
8	Alambre de amarre	100	C\$ 40.00	C\$ 4,000.00
9	Clavos de 3 pulgadas	35	C\$ 40.00	C\$ 1,400.00
10	Tabla de 1 x 12 x 6	8	C\$ 780.00	C\$ 6,240.00
11	Tabla de 1 x 10 x 6	6	C\$ 650.00	C\$ 3,900.00
12	Tabla de 1 x 6 x 6	4	C\$ 320.00	C\$ 1,280.00
13	Cuartones de 2 x 2 x 6	6	C\$ 200.00	C\$ 1,200.00
14	Regla de 1 x 3 x 6	5	C\$ 160.00	C\$ 800.00
15	Cajas metálicas 2 x 4	26	C\$ 50.00	C\$ 1,300.00
16	Conectores	26	C\$ 5.00	C\$ 130.00
17	Tubos	25	C\$ 28.00	C\$ 700.00
18	Perlines	60	C\$ 600.00	C\$ 36,000.00
19	Zinc de 12 x 26	65	C\$ 500.00	C\$ 32,500.00
20	Panel de 10 espacio	1	C\$ 840.00	C\$ 840.00
Total			C\$ 7,542.00	C\$ 324,140.00

Elaborado por Carlos Vallejos.

El maestro de obra Carlos estima que el precio de la construcción equivale a 70,000.00 córdobas.

## 8. Micro localización

El presente proyecto está dirigido a las personas que habitan en Tipitapa pero se hizo un análisis con el método cuantitativo de punto para estar seguro que la ubicación seleccionada era la correcta donde se tomaron en cuenta para el estudio los siguientes puntos como son la disponibilidad del negocio, cercanía con el mercado, potencial de crecimiento en la zona, costo de insumo, clima, mano de obra disponible y se tuvo en cuenta el impacto ambiente de los alrededores ya que este producto desprende un olor no muy agradable para los vecino al momento de la preparación.

El carao se tiene que mantener a una temperatura entre los 20° grados y 47° grados lográndose conserva por un tipo, los punto que destacan más a la hora de cultivo son la comunidad la flor en Riva y la zona sur de San Ramos Matagalpa.

Tabla 24: Micro localización de negocio

Criterio	peso	Zona de la producción					
		Tipitapa		Masaya		Altamira (Managua)	
		Cal.	Ponder.	Cal.	Ponder.	Cal.	Ponder.
<b>Dip. Materia prima</b>	0.4	8	3.2	8	3.2	8	3.2
<b>Cercanía con mercados</b>	0.1	2	0.2	4	0.4	4	0.4
<b>Potencial de crecimiento</b>	0.1	4	0.4	2	0.2	1	0.1
<b>Costo de insumo</b>	0.05	4	0.2	4	0.2	5	0.25
<b>Clima</b>	0.1	2	0.2	5	0.5	7	0.7
<b>Mano de obra disponible</b>	0.5	2	0.1	2	0.1	2	0.1
<b>Medio ambiente</b>	0.2	8	1.6	5	1	3	0.6
<b>Total</b>	1	30	5.9	30	5.6	30	5.35

Fuente: elaboración propia.

Como se puede ver la zona de Tipitapa es la que tiene mayor ponderación y es la seleccionada para la creación del negocio.

La ubicación exacta de CASSIA NATURAL, S.A. para su actividad de almacenaje y elaboración del producto será en Tipitapa del Establecimiento Penitenciario de Mujeres 50 vrs al sur mano derecha.

### **8.1. Estrategia de Abastecimiento**

Nuestro objetivo es asegurar un suministro contante, sostenible y de calidad de la vaina de carao para la miel en municipio de Tipitapa. Para ellos se Cassia Natural implementará las siguientes estrategias.

#### **1. RED DE PRODUCTORES EXCLUSIVOS.**

Estrategias.	¿Cómo se logra?
<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Crear alianzas con pequeños y medianos productores para evitar depender de uno solo.</li><li>❖ Ofrecer beneficios exclusivos a los productores como precios justos, capacitaciones y transporte, para asegurar que prioricen el abastecimiento a cassia natural.</li><li>❖ Establecer compromisos de producción anual, evitando la escasez en temporadas bajas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Firma de contrato con pequeños y medianos productores.</li><li>❖ Crear incentivos de calidad y volumen de producción.</li><li>❖ Asegurar un plan de pago rápido para fidelizar los proveedores.</li></ul>

Elaboración propia

## 2. ABGRICULTURA POR CONTRATO (Carao bajo demanda)

<b>Estrategias.</b>	<b>¿Cómo se logra?</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Identificar agricultores interesados en cultivar carao bajo pedido exclusivamente para Cassia Natural.</li><li>❖ Brindar asistencia técnica y garantizar la compra de la cosecha a un precio establecido.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Asegurar la compra anticipada con contratos flexibles.</li><li>❖ Asesorar en prácticas sostenibles para garantizar la calidad de la vaina.</li><li>❖ Invertir en capacitaciones sobre técnicas de cultivo eficiente.</li></ul>

Elaboración propia

## 3. CENTRO DE ACOPIO INTELIGENTE.

<b>Estrategias.</b>	<b>¿Cómo se logra?</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Optimizar la logística de transporte con rutas programadas para recolectar la vaina en puntos clave.</li><li>❖ Control de calidad desde el acopio descartando las vainas en mal estado antes de llegar a la planta.</li><li>❖ Implementar centros de acopios móviles en zonas estratégicas para facilitar la estrategia de entrega de materia prima.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Crear puntos de recolección en las comunidades con mayor producción.</li><li>❖ Establecer horarios de recepción para mejorar la eficiencia logística.</li><li>❖ Implementar procesos de preselección en los centros de acopio.</li></ul>

Elaboración propia

#### 4. DIGITALIZACIÓN DEL ABASTECIMIENTO.

Estrategias.	¿Cómo se logra?
<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Hacer uso de las plataformas digitales o un grupo de comunicación (WhatsApp) para concretar a los productores en tiempo real.</li><li>❖ Recibir reportes de disponibilidad de materia prima, precios y calidad antes de realizar la compra.</li><li>❖ Facilitar pagos y transacciones sin intermediarios innecesarios.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Crear una red de comunicación directa con los proveedores.</li><li>❖ Utilizar tecnología sencilla y accesible para los agricultores.</li><li>❖ Monitorear el suministro en tiempo real para tomar decisiones rápidas.</li></ul>

Elaboración propia

#### 5. PROGRAMA PARA LOS RECOLECTORES.

Estrategias.	¿Cómo se logra?
<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Facilitar herramientas básicas (cestos, guantes, tijeras de corte, botas) y capacitaciones en buena recolección.</li><li>❖ Premiar la constancia y calidad con bonificaciones o acceso prioritario a los pedidos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Crear un registro de recolectores asociados a la empresa.</li><li>❖ Organizar reuniones periódicas para fortalecer la relación con los proveedores.</li></ul>

Elaboración propia



## **IMPACTO DE ESTAS ESTRATEGIAS.**

- ✓ **Mejora de la calidad de la materia prima al seleccionar y capacitar a los proveedores.**
- ✓ **Mayor estabilidad en la producción al asegurar el suministro continuo.**
- ✓ **Relaciones sólidas con los proveedores locales, fortaleciendo la economía de la región.**
- ✓ **Reducción de los costos logísticos al optimizar las rutas de abastecimientos.**

Estas estrategias permiten que Cassia Natural obtenga su materia prima de manera eficiente, sostenible y con la mejor calidad posible, asegurando el crecimiento del negocio y la satisfacción de los clientes.

## 9. Materia prima

La siguiente tabla se detallará cual es la cantidad de pedido que tendremos que hacer para cumplir con la proyección establecida y para mantener un inventario acorde a la capacidad de la planta. El pedido se hará de acuerdo con la demanda que tenemos disponible.

Tabla 25: Cantidad de producto requerido

Ítems	presentación	Producción mensual proyectada	Cantidad para elaborar un frasco	Cantidad total para cumplir con la demanda
1 vaina	250 ml	14549	6 vaina con dimensiones de 18 x 1.5 pulgadas	87294
2 agua	250 ml	14549	7 litros de agua	101843

Fuente: elaboración propia.

En la tabla anterior se detalla que se ocuparan 87294 vainas de carao y 101843 litros de agua para cumplir con las proyecciones en un año.

El precio de una vaina en temporada de cosecha anda en el rango de 10 a 40 Córdoba y el costo de agua potable es de 200 Córdoba mensual.

## **10. Manejo de inventario**

CASSIA NATURAL implementara dos manejos de inventario el método económico de pedido este método busca determinar la cantidad de producto que una empresa debe pedir en cada compra para minimizar los costos. La fórmula para calcular la cantidad económica de pedido (EOQ) es:

$$EOQ = \sqrt{(2DS/H)}$$

También se implementará el manejo de inventario por promedio ponderado ya que este sistema ofrece el costo de venta más equilibrado. Precisamente porque representa un promedio de los precios que se pagaron para adquirir o construir el inventario.

Este método de valuación consiste en sumar el costo total de las unidades en existencia y dividirlo entre el número de unidades para obtener un precio promedio. Este método trata de estabilizar las probables fluctuaciones de los precios por lo que puede ser recomendable cuando la empresa no tiene muchas variaciones en su inventario.

Ventajas: Es de fácil aplicación y presenta una utilidad razonable al promediar los costos antiguos y actuales.

## **11.Mano de obra requerida**

CASSIA NATURA tendrá una mano de obra requerida para iniciar de 4 persona operaria, 1 técnico de mantenimiento, 1 auditor de calidad y un encargado de bodega con un horario laboral de lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm. Se proyecta una producción diaria de 56 unidades.

Tabla 26: Personal requerido

ACTIVIDAD	CANTIDAD	HABILIDAD	FUNCIÓN
Operario	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• conocimiento técnico</li> <li>• atención al detalle</li> <li>• conocimiento de los procesos de seguridad y calidad</li> <li>• habilidades matemáticas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• manipulación de materiales y maquinaria que valla a utilizar.</li> <li>• Vigilancia del proceso automático</li> <li>• Inspección de producto para verificar que cumpla las normas.</li> </ul>
Técnico de mantenimiento	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad analítica</li> <li>• Conocimientos técnicos</li> <li>• Comunicación efectiva</li> </ul>	
Auditor de calidad	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• conocimiento de los estándares de calidad que tendra que llevar la miel.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer los procesos de calidad de los procesos</li> <li>• Redactar los informes de la situación y proponer cambios</li> </ul>
Encargado de bodega	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• capacidad fisica</li> <li>• manejo de información y la documentación</li> <li>• capacidad organizativa</li> <li>• orden y limpieza</li> <li>• conocimientos matemáticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• recepción y descarga de mercancía</li> <li>• control de entrada y salida</li> </ul>

Plan de Negocio de Elaboración de Miel de Carao

Recepcionista	1	<ul style="list-style-type: none"><li>• Comunicación efectiva</li><li>• Habilidades organizativas</li><li>• Buena atención al cliente</li><li>• Capacidad de manejar situaciones imprevistas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Atención al cliente</li><li>• Coordinación de agenda y citas</li><li>• Buen manejo de correspondencia</li><li>• Atención a visitante</li></ul>
---------------	---	--	--

Fuente: elaboración propia.

## 12. Planes de mejorar continua

Plan de contingencia	Causas potenciales	Acciones para realizar
<b>Escasez de Materia Prima (Vaina de Carao)</b>	Bajas cosechas debido a cambios climáticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitar a los agricultores en técnicas de cultivo sostenible y control de plagas.</li> <li>- Implementar sistemas de almacenamiento de vainas en épocas de alta producción.</li> </ul>
	Plagas o enfermedades en los árboles de carao.	
	Falta de abastecimiento por problemas con proveedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer acuerdos con múltiples productores para garantizar el suministro de la materia prima.</li> </ul>
<b>Contaminación de producto</b>	Uso incorrecto de materiales o equipo utilizado	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Obtener certificación de calidad (ISO BPM) así como mejora de las instalaciones y proceso de calidad.</li> <li>- Realizar auditorías periódicamente.</li> </ul>
	Falta de higiene en el proceso de extracción o envasado	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementar estrictos protocolos de higiene en todas las etapas de producción.</li> <li>- Control de calidad continuo con muestreo frecuente o buena práctica de manufactura.</li> </ul>
	Presencia de impurezas en la miel debido a fallas en el filtrado	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer un sistema de filtrado y purificación eficiente para evitar impurezas en el producto.</li> </ul>

<b>Problema logístico en la producción y distribución</b>	Equipos dañados o mal calibrados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer un plan de mantenimiento preventivo para los equipos de producción</li> </ul>
	Falta de personal en la línea de producción.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear una base de datos de operarios capacitados para suplir ausencias.</li> </ul>
	Errores en la fórmula de la miel.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estandarizar las recetas y procedimientos de producción con manuales de operación.</li> <li>- Implementar un sistema de control de calidad para verificar la consistencia del producto.</li> </ul>
<b>Problemas en el Almacenamiento y conservación de la Miel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Almacenamiento inadecuado que afecta la calidad del producto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Separar las áreas de almacenamiento de materia prima y producto finalizado.</li> <li>- Implementar inspecciones regulares para detectar signos de deterioro o contaminación.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Malas condiciones de temperatura y humedad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseñar un sistema de almacenamiento con control de temperatura y humedad.</li> <li>- Utilizar envases que protejan la miel de la luz y el aire.</li> </ul>
<b>Baja Calidad en el Producto.</b>	Uso de materia prima en mal estado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementar inspecciones constantes de la materia prima antes de iniciar la producción.</li> <li>- Revisar y calibrar los equipos de producción para garantizar la precisión de las mezclas.</li> </ul>
	Erros en las cantidades de los ingredientes.	



<b>Ineficiencia en la distribución del producto.</b>	Retraso en la entrega del producto por fallas logísticas.	- Optimizar la planificación y distribución según la demanda.
	Falta de coordinación con los distribuidores y los puntos de ventas.	- Crear alianzas con empresas de transporte para garantizar entregas puntuales.

Elaboración propia

### **13. Política de calidad**

CASSIA NATURAL estará alineada a la ISO 9001 y al sistema de análisis de peligro y punto crítico de control (HACCP).

Donde la HACCP es un riguroso sistema de gestión de la inocuidad de los alimentos que tiene como objetivo minimizar o eliminar los posibles peligros al identificarlos y controlarlos en puntos críticos del proceso de producción de alimentos. Es una herramienta esencial para garantizar la seguridad y calidad de los alimentos y es ampliamente utilizada por empresas de todo el mundo.

Se implementará las siguientes normas:

- Inspección de implemento de seguridad en los equipos
- Realizar un reglamento interno de seguridad donde se detalle las obligaciones y derecho de los trabajadores.
- Capacitaciones sobre los instrumento y equipo que se ocupara.
- Uso de equipo de protección como mascarillas, guantes y malla para el cabello.
- Política de aseo como lavado de manos y aseo personal diario.

## **14. Conclusión**

Concluyendo el plan de operaciones y en base al objetivo establecido, se llegó a la siguiente conclusión.

La etapa plan de operaciones permitió la identificación de la ruta crítica, evaluación de la demanda y localización del negocio, para el producto CASSIA NATURAL. Así mismo, se presentó tabla sobre el cursograma analítico del proceso la cual informa sobre los procesos que se tiene que seguir para la elaboración de la miel. En cuanto a los métodos de mejora continua se hizo propuesta de la posible opción (método) que el negocio puede utilizar para hacer mejora en su proceso.

Se logró la capacidad de producción del producto, el propósito de esto es conocer cuántos envases al día se tiene que producir para darle cumplimiento a la demanda proyectada.

Finalmente, se logró la creación de la plataforma digital por medio de la cual el producto será promocionado, distribuido y comercializado.

## **Organización de la empresa**

## **1. Objetivos de la empresa en el área organizacional**

### **Objetivo general**

- Diseñar una estructura organizacional, mediante el análisis de funciones actuales, la evaluación de los perfiles requeridos y la creación de un esquema organizacional, definiendo roles y responsabilidades, optimizando la gestión del talento y mejorando la eficiencia operativa.

### **Objetivos específicos**

- Establecer los requisitos de contratación para cada puesto, mediante el análisis de las necesidades operativas y definiendo perfiles, para asegurarse de que el personal sea calificado y alineado a la organización.
- Diseñar un organigrama que refleje la estructura general de la empresa, mediante la representación de los niveles jerárquicos, facilitando la identificación de roles, asignación de responsabilidades y toma de decisiones.
- Establecer canales de comunicación interno, mediante procedimientos y herramientas que facilite el flujo de información y la toma de decisiones eficiente, mejorando la coordinación entre áreas.

## **2. Gestión legal**

CASSIA NATURAL S.A., es una empresa que se dedicara a la producción y comercialización de miel natural a base de carao. Fundada en la Republica de Nicaragua, CASSIA NATURAL se establece como sociedad anónima, garantizado así la confiabilidad y protegiendo las inversiones de los integrantes de la sociedad, clientes, proveedores y suplidores de materia prima.

La constitución de esta sociedad anónima su principal objetivo es brindar una responsabilidad limitada, debido a que dependerá de lo que está dispuesto a invertir en el negocio. Así mismo, garantiza la agilización de la toma de decisiones debido a que se puede asignar un representante legal en caso de que este fuera del país o presente alguna incapacidad.

Como una empresa que se dedicara a la creación y distribución de miel a base de carao la calidad, compromiso y creación del producto se tiene que garantizar para satisfacer la necesidad de los consumidores debido a esto motivo la empresa se mira obligada a establecer una estructura solidad que permitan poder cumplir con lo propuesto.

### **2.1. Constitución de la sociedad**

## **TESTIMONIO**

ESCRITURA PÚBLICA NÚMERO UNO (1) CONSTITUCION DE SOCIEDAD ANONIMA Y ESTATUTOS.- En la ciudad de Managua, departamento de Managua, lugar de mi domicilio y residencia a las ocho y once minutos de la mañana del once de agosto del dos mil veinticuatro; Ante mí, PERLA MARINA TABLADA PERALTA, Abogado y Notario de la República Nicaragua, debidamente autorizada por la Corte Suprema de Justicia, para cartular en el quinquenio que expira el once de agosto del año dos mil veintinueve, comparecen los señores: ANDY FRANCISCO ZAMORA ACUÑA, Ingeniero Industrial; acreditándose con la cédula de identidad correspondiente 001-110800-1014V y yo la Notario doy fe de haber tenido a la vista las originales y de que tienen a mi juicio, la capacidad legal necesaria para contratar y obligarse especialmente para el

otorgamiento de este acto, en el que proceden en su propio nombre e interés. Exponen los comparecientes en su referido carácter y dicen PRIMERA: (DENOMINACION Y DOMICILIO DE LA SOCIEDAD). - La Sociedad se denominará "CASSIA NATURAL", SOCIEDAD ANONIMA." pudiendo usarse la expresión "SOCIEDAD ANONIMA", en forma abreviada "CASSIA, S.A.", conocida comercialmente como "MIEL DE CARAO CASSIA". Escrita en cualquier tipo de letra y presentada en cualquier estilo o forma, la que tendrá derecho de registrarse en el registro de marcas, si la Junta General de Accionistas lo decidiere.- Tendrá su domicilio legal en esta ciudad de Managua, pero podrá establecer sucursales, agencias y oficinas en cualquier otra parte de la República de Nicaragua o fuera de ella.- Podrá cambiar su domicilio por decisión de la Junta General de Accionistas y de acuerdo con las leyes de la materia.- SEGUNDA: (DURACION): La duración de la Sociedad será de noventa y nueve (99) años, contados a partir de la firma de la presente Escritura Pública y podrá ser renovada con el acuerdo total de los socios.- TERCERA: (OBJETO): La Sociedad tendrá por objeto: La consultoría e ingeniería tecnológica en telecomunicaciones, en informática y en sistemas de la información y el asesoramiento, comercialización, implementación y mantenimiento de proyectos en las materias anteriormente indicadas. La prestación, contratación, subcontratación, elaboración, desarrollo, control y ejecución de todo tipo de servicios informáticos, de telecomunicaciones y de consultoría e integración de tecnologías de la información y de las comunicaciones y la elaboración, edición, producción, publicación y comercialización de productos audiovisuales. El asesoramiento, comercialización, instalación, desarrollo y servicios de mantenimiento en integración de sistemas y servicios de diseño e implementación para aplicaciones de Banda Ancha y Networking, así como integración de redes y servicios de operación y mantenimiento para operadores de telecomunicaciones, compañías eléctricas y todo tipo de empresas. El asesoramiento, comercialización, instalación, desarrollo y mantenimiento de soluciones para redes de telecomunicaciones en las tecnologías PLC, Wi-Max, coaxial e IP. Asimismo, el ofrecimiento de soluciones tales como acceso a Internet de alta velocidad, seguridad, gestión y mantenimiento de redes. La exportación, importación, asesoramiento, comercialización, instalación, soporte y mantenimiento (help desk) de cualquier clase de equipo de telecomunicaciones o informáticos, hardware, software y de aplicaciones instaladas en los equipos especificados. El análisis, programación, preparación y aplicación de sistemas informáticos para toda clase de actividades, su suministro, implantación e integración, así como la formación y el asesoramiento a personas y empresas. Las soluciones integrales para redes de telefonía, construcción e instalación de infraestructuras para telecomunicaciones, la ingeniería y fabricación de soluciones para reducción de impacto visual, así como el desarrollo de redes para telefonía móvil y fija.

La prestación de servicios de externalización de operaciones de sistemas, comunicaciones y relacionados con las tecnologías de la información. La consultoría estratégica, tecnológica, organizativa, formativa y de procesos tanto para las diferentes Administraciones Públicas como para entidades mixtas, privadas y personas físicas. La realización de servicios de gestión integrada de proyectos, dirección de obras y suministros técnicos, actividades de asesoramiento y consultoría de proyectos arquitectónicos y museológicos, así como los servicios de consultoría técnica en arquitectura, ingeniería y sectores afines. La realización de consultoría organizativa, administrativa, planificación estratégica, reingeniería de procesos y de estudios de mercado en todas las citadas materias. La promoción, creación y participación en empresas y sociedades, industriales, comerciales, inmobiliarias, de servicios y de cualquier otro tipo. Las actividades que integran el objeto social podrán ser desarrolladas por la propia Sociedad total o parcialmente de modo indirecto, en cualquiera de las formas admitidas en Derecho y, en particular, a través de la titularidad de acciones o de participaciones en sociedades con objeto idéntico o análogo. Planeación y diseño de sitios celulares en tecnologías 2G GSM, 3G WCDMA y 4G LTE. Gestión de todas licencias y permisos necesarios en todas las instituciones municipales, estatales y federales para el desarrollo de sitios celulares y a fines. Desarrollo de proyectos ejecutivos, elaboración, diseño de planos memorias y catálogos tendientes a la ejecución de trabajos de construcción. Supervisión de obras constructivas y estudios previos a su ejecución. Adecuaciones y construcciones de sitios celulares, obra civil, eléctrica, sistema de tierras y montaje de torre y cualquier otra obra mayor o menor en sitios celulares. Regularización de sitios en obras realizadas sin permisos, respaldando jurídicamente todas aquellas obras construidas sin el permiso de construcción y gestión de retiro de sellos en aquellas obras clausuradas. Instalación de radio bases y sistema completo radiante, equipos de transmisión de datos o cualquier otro dispositivo que se requiera instalar en cualquier estructura soportante. Drive test y walk test en tecnologías 2G GSM, 3G WCDMA y 4G LTE, así como la optimización de red y recomendaciones para mejorar KPI's. Compra e importación de estructuras metálicas (torres) así como cualquier otro material o accesorio que se requiera para instalar y operar sitios celulares. Compra, venta, importación o exportación de cualquier tipo de equipo o materiales de telecomunicaciones tales como equipos medidores de señal, antenas, radio transmisor, equipos de transmisión de datos, material constructivo. Construcción de sitios celulares para su debida renta de espacio en torre y piso para cualquier cliente en telefonía celular, internet inalámbrico, WiMax o cualquier otro servicio que requiera instalar antenas o cualquier otro dispositivo de transmisión o vigilancia en nuestras torres. Importación de sistemas avanzados de tierra para nuestras torres, así como cualquier otro equipo o material que nos permita mantener nuestros



equipos y torres seguras. Compra y renta de propiedades para construir sitios celulares u otro servicio de telecomunicaciones. la organización, operación, prestación, provisión, explotación de las actividades, redes y los servicios de telecomunicaciones, tales como telefonía pública básica conmutada local, local extendida y de larga distancia nacional e internacional, servicios móviles, servicios de telefonía móvil celular en cualquier orden territorial, nacional o internacional, portadores, teleservicios, telemáticos, de valor agregado, servicios satelitales en sus diferentes modalidades, servicios de televisión en todas sus modalidades incluyendo televisión por cable, servicios de difusión, tecnologías inalámbricas, video, servicios de alojamiento de aplicaciones informáticas, servicios de data center, servicios de operación de redes privadas y públicas de telecomunicaciones y operaciones totales de sistemas de información, servicios de provisión y/o generación de contenidos y aplicaciones, servicios de información y cualquier otra actividad, producto o servicio calificado como de telecomunicaciones, y/o de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) tales como, recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios, que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como voz, datos, texto, video e imágenes, incluidas sus actividades complementarias y suplementarias, dentro del territorio nacional y en el exterior y en conexión con el exterior, empleando para ello bienes, activos y derechos propios o ejerciendo el uso y goce sobre bienes, activos y derechos de terceros. La prestación de servicios de telecomunicaciones e informáticos que sirvan de soporte para la realización de actividades de comercio electrónico, y comunicación de mensajes de datos en general, así como los servicios de mensajería especializada y Courier. La Representación de firmas nacionales o extranjeras involucradas en la industria de las telecomunicaciones, ya sea como proveedores de equipos y/o de servicios. La Producción, distribución, venta y mercadeo de productos y elementos relacionados con telecomunicaciones, electricidad, electrónica, informática y afines La Prestación de servicios de asesoría técnica, mantenimiento de equipos y redes y consultoría en los ramos de electricidad, electrónica, informática, telecomunicaciones y afines. La prestación de servicios de gestión delegada de las funciones de tecnología y aplicaciones a otras compañías. Fabricar, diseñar, instalar, poner en funcionamiento y comercializar toda clase de equipos y sistemas eléctricos y electrónicos. Prestar servicios de soporte técnico, tecnológico, de consultoría, auditoria y cualquier otra gestión de asesoría empresarial en telecomunicaciones. Establecer, explotar, usar, instalar, ampliar, ensanchar, expandir, renovar o modificar redes y servicios de telecomunicaciones y sus diferentes elementos, para uso privado o público nacional o internacional. Adquirir, administrar o hacer toda clase de instalaciones comerciales relacionadas con el desarrollo eficiente de su objeto social, tales como oficinas.

Adquirir a cualquier título, importar o exportar, distribuir o vender productos relacionados con su campo de actividad, y abrir y administrar, directa o indirectamente, los establecimientos de comercio que sean necesarios para ello. Obtener y explotar el derecho de propiedad sobre marcas, dibujos, insignias, patentes y cualquier otro bien intangible, propio o de un tercero, y conseguir los registros respectivos ante la autoridad competente, siempre que sean afines o para el cumplimiento del objeto social. Celebrar contratos de servicios públicos o de prestación o suministro de servicios y/o redes de telecomunicaciones, así como cualquier otro tipo de contrato relacionado con servicios de telecomunicaciones y/o redes asociadas a las tecnologías de la información y las comunicaciones, contratos con empresas de telecomunicaciones, o con terceros para la interconexión de sus redes, prestación de servicios adicionales, el uso de redes, y también para la prestación de los servicios de telecomunicaciones. Construir, montar, instalar, administrar, modificar, y operar las redes de telecomunicaciones propias o de terceros, para prestar los servicios contemplados dentro de su objeto social. Adquirir, bajo cualquier título legal, acciones, intereses, participaciones, partes sociales o cualesquiera otros intereses, como quiera que se denominen, de cualquier tipo de sociedades mercantiles, civiles, o de cualquier tipo de entidades, nacionales o extranjeras, ya sea formando parte de su constitución o mediante adquisición posterior, así como enajenar, disponer y negociar tales acciones, participaciones, partes sociales o intereses, incluyendo cualquier otro título o valor. Obtener, adquirir, desarrollar, comercializar, hacer mejoras, utilizar, otorgar y recibir licencias, permisos y cualquier clase de autorizaciones, disponer bajo cualquier título legal de toda clase de patentes, marcas, certificados de invención, nombres comerciales, modelos de utilidad, diseños industriales y cualesquiera otros derechos de propiedad industrial, en cualquier país y conforme a cualquier legislación, así como derechos de autor y derechos relacionados o similares, u opciones sobre ellos. Obtener y otorgar todo tipo de financiamientos, créditos, préstamos y fianzas, así como emitir obligaciones, papel comercial, certificados de participación ordinarios, certificados bursátiles, obligaciones, pagarés y, en general, cualquier título de crédito, o instrumento representativo de obligaciones de la Sociedad, que pueda emitirse en este momento o en el futuro, tanto nacional o en el extranjero, conforme a la legislación de cualquier jurisdicción, para ser colocados entre el público inversionista o entre inversionistas determinados, con o sin garantía específica. CUARTA: (CAPITAL SOCIAL): El capital social será la suma de QUINIENTOS MIL CORDOBAS ( C\$ 500,000),divididos en sesenta (60) ACCIONES Nominativas e inconvertibles al portador, con la facultad del endoso legal para la transmisión como título valor, con un valor de OCHO MIL TRESCIENTOS TREINTA Y TRES CORDOVAS CON TREINTA Y TRES CENTAVOS NETOS (C\$ 8,333,33), cada una.- QUINTA: (JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS): La más

alta autoridad de la Sociedad es la Junta General de Accionistas, cuyos acuerdos y resoluciones serán obligatorios para todos los socios, siempre que se hubiere dictado en la forma establecida por esta Escritura y en los Estatutos que se emitirán.- Las Juntas Generales serán Ordinarias o Extraordinarias celebrándose las primeras una vez al año, en la época en que señalen los Estatutos y las segundas, cuando lo acuerde la Junta de Directores, o cuando lo pidan por escrito cualquiera de los socios con expresión de objeto y causa, accionistas cuyas participaciones reunidas representen por lo menos un sesenta por ciento (60%) del capital social.- Las Juntas Generales podrán celebrarse en Nicaragua o fuera del país.- Las convocatorias para unas y otras se harán con quince días de anticipación por lo menos, por medio de avisos publicados en cualquier diario de circulación nacional, o citaciones individuales enviadas por carta certificada, fax, telegrama, correo electrónico o cualquier otro medio escrito, siendo obligación de la Junta de Directores enviar las convocatorias por carta aérea certificada o correo electrónico a los accionistas no residentes en Nicaragua.- Las convocatorias para las Juntas Generales Extraordinarias especificarán el objeto de la Junta respectiva y no podrán válidamente tomarse resoluciones sobre asuntos no especificados en ellas.- Para que las Juntas Generales Ordinarias o Extraordinarias puedan constituirse, es preciso que concurren a ella, por lo menos el sesenta por ciento (60%) de las acciones que integran el capital social.- Si por falta de quórum no pudiere constituirse la Junta en la fecha señalada en la primera citación, se hará una segunda convocatoria con las mismas formalidades dichas y habrá quórum con la presencia de cualquier número de accionistas que se hagan presentes.- Los socios que por cualquier motivo no puedan concurrir a una sesión de la Junta General de Accionistas, podrán hacerse representar mediante Apoderado en Escritura Pública, por carta, telegrama, o fax.- No obstante los requisitos expresados en esta cláusula para la debida convocatoria de las Juntas Generales de Accionistas, éstas serán válidas cuando se celebren con la asistencia o representación de todos los socios que sean dueños del total de las acciones, aunque no se hubieren llenado las formalidades dichas.- SEXTA: (JUNTA DE DIRECTORES): La Junta de Directores tendrá el manejo, dirección y administración de los negocios sociales con facultades de un apoderado generalísimo, y en consecuencia podrá ejecutar y llevar a cabo por medio del Presidente de la misma, de cualesquiera de sus miembros designados al efecto, o de cualquier otro apoderado designado con ese propósito, cualquier acto o negociación que fuere decidido y aprobado por ella, salvo aquellos que de conformidad con las leyes vigentes, esta Escritura o los Estatutos, estén reservados a la Junta General de Accionistas.- La Junta de Directores se compondrá de Tres miembros, quienes desempeñarán las funciones de Presidente y Secretario respectivamente.- La Junta General de Accionistas, podrá ampliar el número de

miembros que integrarán la Junta de Directores, debiendo acordarlo, antes de proceder a su elección, debiendo además, señalar los cargos que desempeñarán los nuevos Directores así electos.- Serán electos los Directores, de entre los socios de la Sociedad, por la Junta General de Accionistas en la sesión correspondiente, con indicación de cargo.- Para tales efectos, se tendrá como accionista para ser electo Presidente y Secretario a cualquiera de los socios que tuviere acciones registradas en la Sociedad.- El Presidente y Secretario electo ejercerá sus funciones por un período de dos (2) años.- Los miembros de la Junta de Directores podrán ser reelectos una o más veces.- Caso de que no se eligieren oportunamente a los nuevos miembros de la Junta de Directores, continuarán en sus funciones los que estuvieren en ejercicio, hasta que se verifique la nueva elección y tomen posesión de sus cargos los nuevos miembros electos.- En caso de vacante por revocación del nombramiento, renuncia, muerte o incapacidad civil, la Junta General de Accionistas elegirá a la persona que habrá de sustituir al que cause la vacante para completar el período para que éste fue electo.- Las sesiones de la Junta de Directores se celebrarán cuando sean convocadas por el Presidente o el que haga sus veces, con quince (15) días de anticipación.- Los miembros de la Junta de Directores podrán hacerse representar por poder cuando no puedan asistir a las sesiones en persona, por medio de otro Director.- Dichas sesiones podrán celebrarse dentro o fuera de la República de Nicaragua.- El quórum en la Junta de Directores se formará con la presencia del total de sus miembros.- En el caso que se aumentare el número de Directores, el quórum se constituirá con la mayoría simple del número de miembros que la compongan.- SEPTIMA: (CONCURRENCIA MEDIANTE PODER): El poder mediante el cual se pueden hacer representar los socios en la Junta General de Accionistas y los Directores en las sesiones de la Junta de Directores, puede ser abierto a todas las Juntas Generales de Accionistas y sesiones de la Junta de Directores o referido a una determinada Junta General de Accionistas o sesión de la Junta de Directores y en este último caso, el poderdante podrá dar al apoderado instrucciones precisas y concretas de como votar en relación a los asuntos a tratar, tanto en las Juntas Generales de Accionistas, como en las sesiones de la Junta de Directores.- OCTAVA: (VIGILANCIA): La vigilancia de la Administración Social estará confiada a un vigilante.- Dicho vigilante podrá ser accionista o no y será electo por la Junta General de Accionistas en su primera convocatoria después de constituida la sociedad con las formalidades establecidas para los miembros de la Junta de Directores y para un período similar, el que podrá ser reelecto o nombrar un nuevo vigilante.- NOVENA: (ADMINISTRADOR): La Junta de Directores podrá designar un Administrador, quien ejercerá la administración inmediata de los negocios y operaciones de la Sociedad, sujeto a las instrucciones que reciba de dicha Junta y bajo su dirección, siendo sus atribuciones y deberes

los que establezcan los Estatutos.- DECIMA: (SOCIOS FUNDADORES): Los socios fundadores declaran expresamente que no se reservan ninguna ventaja, privilegios ni derechos particulares.- No hay acciones remuneratorias.- DECIMA-PRIMERA: (CONTABILIDAD, BALANCES Y DIVIDENDOS): La Sociedad llevará todos los libros necesarios, habida consideración de la naturaleza de los negocios a que se dedicará y de acuerdo a lo preceptuado por la ley.- El ejercicio económico de la Sociedad será el que establezca la ley.- Los Balances se formarán anualmente junto con los Estados Anuales de Ganancias y Pérdidas y serán presentados para su examen, modificación y aprobación de la Junta General de Accionistas en su primera sesión ordinaria de cada año posterior al cierre del ejercicio fiscal.- La Junta General decretará, si lo cree conveniente, los dividendos a pagar y la forma en que éstos deberán ser pagados, pudiendo delegar esta última decisión en la Junta de Directores.- DECIMA - SEGUNDA: (RESOLUCIONES): Los acuerdos de las Juntas Generales de Accionistas, deberán ser tomados en reuniones de primera convocatoria con un mínimo de un sesenta por ciento (60%) de votos favorables; en reuniones de segunda convocatoria con un mínimo de un cincuenta y uno por ciento (51%) de votos favorables.- Los acuerdos de la Junta de Directores deberán ser tomados por la mayoría de votos presentes y en caso de empate el Presidente decidirá con doble voto.- Se requiere la presencia personal o por medio de apoderado de propietario de acciones que representen las tres cuartas partes del capital social y el voto favorable por lo menos del sesenta por ciento (60%) del capital social, para resolver lo siguiente: a) Disolución anticipada de la Sociedad; b) Prórroga de su duración; c) Fusión con otra sociedad; d) Reducción del capital social; e) Reintegro o aumento del mismo; f) Cambio del objeto de la Sociedad; y g) Cualesquiera otra modificación al presente acto constitutivo.- DECIMA-TERCERA: (FONDO DE RESERVA): Se destinará a la constitución de un Fondo de Reserva una cantidad no inferior a la vigésima parte de las ganancias líquidas anuales de la Sociedad hasta que dicho Fondo represente, por lo menos, la décima parte del capital social.- El Fondo de Reserva habrá de reintegrarse cuantas veces se hallare reducido por cualquier causa.- La Junta de Directores podrá crear otras reservas que crea convenientes además de las aquí estipuladas.- DECIMA-CUARTA: (REPRESENTACION): Sin perjuicio de los poderes que la Junta de Directores confiera, tendrá la representación de la Sociedad el Presidente de dicha Junta quien tendrá las facultades de un apoderado generalísimo, para todos los asuntos o negocios, ya sean judiciales o extrajudiciales, administrativos, contenciosos administrativos, de comercio, criminales, de policía o de cualquier otro orden, pudiendo otorgar cualquier tipo de poder a terceros.- Necesitará del acuerdo de la Junta de Directores para vender, hipotecar y de cualquier manera enajenar los bienes inmuebles de la Sociedad y dar en prenda los bienes muebles de

la misma.- En caso de ausencia temporal o definitiva del Presidente, la representación con todas sus atribuciones, corresponderá al Vice presidente, para mientras se elige el nuevo Presidente, en la última circunstancia señalada.- DECIMA-QUINTA: (DISOLUCION Y LIQUIDACION): La Sociedad terminará en cualquiera de los casos previstos en las leyes mercantiles de la República, con las modificaciones que se establezcan en los Estatutos.- Disuelta la Sociedad se procederá acto seguido a la liquidación, sujetándose a las disposiciones legales pertinentes y a las regulaciones que establezcan los Estatutos.- Los liquidadores tendrán las facultades que las leyes les confieren y la que los Estatutos o la Junta General de Accionistas les atribuyan.- DECIMA-SEXTA: (CLAUSULA ARBITRAL): Los litigios que pudieran surgir entre los accionistas entre sí o entre los accionistas y los órganos administradores de la Sociedad en relación con la administración social, con los derechos de los socios o con la interpretación de la presente Escritura y de los Estatutos, serán necesariamente decididos por arbitramento de amigables componedores, nombrados por las partes en disputa y de acuerdo con lo que se establezca en los Estatutos, el idioma será el español y la legislación la vigente en nuestro sistema jurídico Nicaragüense, de conformidad a la Ley de Mediación y Arbitraje, Ley número Quinientos cuarentas (540) y sus reformas vigentes al momento que se suscite el conflicto societario.- DECIMA-SEPTIMA: (SUSCRIPCION Y APOORTE DE CAPITAL): Los socios suscriben y pagan cada uno el siguiente número de acciones: El socio ANDY FRANCISCO ZAMORA ACUÑA, suscribe y paga VEITIOCHO (28) acciones, con valor de OCHO MIL TRESCIENTOS TREINTA Y TRES CORDOVAS CON TREINTA Y TRES CENTAVOS NETOS (C\$ 8,333.33) cada una, para un total de DOSCIENTOS TREINTA Y TRE MIL TRESCIENTOS TREINTA Y TRE CORDOBA CON TREINTA Y TRES CENTAVOS NETOS (C\$ 233,333.33); el socio ANDY FRANCISCO ZAMORA ACUÑA, formando así el CIEN POR CIENTO (100%) del aporte al capital social.- Los socios limitan su responsabilidad frente a tercero, al monto de sus respectivos aportes de capital.- El transferimiento de las acciones en relación a la Sociedad y en relación a tercero, se tendrá por definitivo mediante el endoso y su correspondiente inscripción en el Libro de Registro de Acciones y mientras dicha inscripción no se hubiere verificado, la acción se reputará para todos los efectos legales, en manos del anterior tenedor.- DECIMA-OCTAVA: (ESTATUTOS): Siendo los exponentes los únicos socios con acciones suscritas y pagadas, se constituyen en Junta General de Accionistas y emiten los siguientes Estatutos por los que también se registrará la Sociedad, dando todos y cada uno de ellos su expresa aprobación de la siguiente manera: Estatutos de: "CASSIA NATURAL, SOCIEDAD ANONIMA": Capítulo Primero: Cambio de Domicilio.- Artículo Uno: En caso de cambio del domicilio legal se dará aviso al público con quince (15) días de anticipación y se practicará la inscripción en el Registro correspondiente del nuevo domicilio.- Esta disposición

regirá para el cambio de las sucursales que se abrieran.- Capítulo Segundo: De las Acciones y sus Transferencias.- Artículo Dos: Las acciones serán nominativas y convertibles al portador.- No habrán acciones remuneratorias.- Artículo Tres: Las acciones se firmarán por el Presidente y el Secretario de la Sociedad, debiendo contener su texto lo siguiente: Denominación de la Sociedad; lugar de su domicilio; la fecha de su constitución e inscripción en el Registro Mercantil; el importe del capital social y el número de acciones en que está dividido; el valor nominal del título; el nombre de la persona a quien se expide; el hecho de estar totalmente pagadas, la fecha de expedición y firmas.- En caso de emitir certificados que congloben a su vez varias acciones estos certificados deberán tener siempre las denominaciones requeridas y además el número de acciones que acreditan.- Artículo Cuatro: Mientras no se extiendan los títulos definitivos podrán librarse Resguardos o Certificados Provisionales que acrediten el derecho de los accionistas.- Artículo Cinco: Cuando un Resguardo o Certificado Provisional o una Acción o Certificado de Acciones se perdiere, estuviere sustancialmente mutilado, inutilizado o destruido, se publicará en cualquier diario de circulación nacional, la solicitud de reposición que el interesado hubiere hecho ante la Secretaría a fin de que quien se considere con derecho ocurra dentro de los treinta (30) días a hacerlo valer ante la Junta de Directores.- Este organismo decidirá sin recurso de ninguna clase y sin que haya lugar a reclamo judicial sobre el particular y procederá a la restitución del título extendiendo uno nuevo en el que se explicará ser duplicado, previa fianza del interesado para responder por cualquier cuestión relativa a la nueva expedición.- Al hacerse el registro del nuevo título se hará explicación en el libro respectivo quedando de hecho cancelado el original.- Capítulo Tercero: Junta General de Accionistas, sus Atribuciones.- Artículo Seis: Las Juntas Generales de Accionistas serán Ordinarias y Extraordinarias y se llevarán a cabo conforme lo previsto en la Escritura Social.- La Ordinaria, se convocará dentro de los primeros treinta días del año.- Artículo Siete: Todo acuerdo de la Junta General de Accionistas, así como las resoluciones que emita, para que sean válidas deberán hacerse constar en el Libro de Actas de la Sociedad, las que deberán ser firmadas por el Presidente y el Secretario.- Artículo Ocho: La Junta General de Accionistas tendrá las siguientes atribuciones: a) Elegir a los miembros de la Junta de Directores, pudiendo aumentar el número de los miembros que la integrarán; b) Aprobar, reformar o improbar los actos y resoluciones de la Junta de Directores; c) Examinar, aprobar o improbar los Balances y Estados Financieros de la Sociedad; d) Tomar las medidas necesarias para aumentar el porcentaje a fin de reintegrar con mayor rapidez el Fondo de Reserva, cuando éste fuere disminuido; e) Emitir resoluciones sobre el informe del vigilante; f) La adquisición de acciones de la misma Sociedad, de acuerdo a lo dispuesto en el Código de Comercio vigente; g) Resolver sobre la fusión o absorción de la Sociedad por otra persona jurídica y la participación de la misma, en otra sociedad,



con idénticos o distintos fines a los de ella; h) Resolver sobre la disolución anticipada de la Sociedad; prórroga de su duración; reducción o aumento del capital social; cambio del objeto de la Sociedad, y cualesquiera otra modificación a los documentos constitutivos; e i) Ejercer las demás funciones que la ley, la Escritura Social y estos Estatutos le atribuyan.- Los puntos acordados en los incisos g) y h) que anteceden, solo podrán ser tratados y resueltos en Juntas Generales Extraordinarias de Accionistas convocadas para tal efecto.- Capítulo Cuarto: De la Junta de Directores.- Artículo Nueve: La administración, dirección y manejo de los negocios sociales, estarán a cargo de la Junta de Directores.- Artículo Diez: El Presidente representará a la Sociedad, judicial y extrajudicialmente, con facultades de Apoderados General de Administración, con las limitaciones establecidas en la Escritura Social.- Artículo Once: En ausencia temporal del Presidente, ejercerá sus funciones con los mismos poderes y facultades el Secretario.- Artículo Doce: El Presidente ejercerá la vigilancia de todos los negocios sociales e inspeccionará cuando lo tenga a bien, los trabajos de la Sociedad.- Convocará a sesiones de la Junta de Directores y de la Junta General de Accionistas, de acuerdo a la Escritura Social y estos Estatutos; firmará conjuntamente con el Secretario las Actas de las sesiones de la Junta de Directores y de la Junta General de Accionistas; podrá abrir cuentas corrientes en cualquier institución bancaria del país y del extranjero y librar cheques contra las mismas, y desempeñará todas las demás funciones que la ley, la Escritura Social, estos Estatutos y los reglamentos y resoluciones sociales contemplen.- Artículo Trece: El Secretario será el órgano de comunicación de la Sociedad, de la Junta de Directores y de la Junta General de Accionistas; asentará las respectivas actas en el libro correspondiente y librará toda clase de certificaciones de las mismas, las cuales pueden también ser libradas por Notario Público y conservará en su poder el Libro de Actas.- Suscribirá y publicará todos los avisos convocatorios; firmará y remitirá las citaciones a los socios para las sesiones correspondientes, lo mismo que a los miembros de la Junta de Directores, sustituirá al Presidente en caso de ausencia temporal y en caso de ausencia definitiva, en este último caso, para mientras la Junta General de Accionistas elige un nuevo Presidente y desempeñará todas las demás funciones que la ley, la Escritura Social, estos Estatutos y los reglamentos y resoluciones sociales contemplen.- Artículo Catorce: Son atribuciones de la Junta de Directores: Convocar por Secretaría a Junta General de Accionistas y a las sesiones de la misma; emitir los Resguardos Provisionales o los Certificados Definitivos de acciones o cualquier repuesto de los mismos; supervisar la marcha de los negocios sociales; cumplir y hacer cumplir los contratos legalmente celebrados y las disposiciones, acuerdos y resoluciones de la Junta General de Accionistas de todo cuanto actuare; pasar oportunamente el Balance General al vigilante antes de someterlo a la Junta General de Accionistas y designar un Gerente General que bien puede ser uno de los accionistas si así lo creyere conveniente; nombrar



apoderados generalísimos, generales, judiciales o especiales de la Sociedad, y en general, llevar a cabo todos los actos necesarios en el curso normal de los negocios.- Para todo acto fuera del curso normal de los negocios se requerirá la aprobación de la Junta General de Accionistas.- Artículo Quince: El Administrador, quien no será accionista, de acuerdo con la Escritura Social y estos Estatutos, tendrá las siguientes obligaciones: Administrar los negocios sociales según lo ordenado previamente por la Junta de directores; nombrar los empleados inferiores; vigilar que la contabilidad se lleve de acuerdo con la ley y la Escritura Social; celebrar los contratos que ordene la Junta de Directores; formular y someter a la Junta de Directores los Balances periódicos, rindiendo todo informe que le solicite aquel organismo; efectuar las compras necesarias para los negocios sociales y vender los artículos de la Sociedad si ha sido ordenado por la Junta de Directores; rendir los informes y hacer las sugerencias que se consideren oportunas.- Capítulo Quinto: Reducción y Aumento de Capital; Modificación y Disolución de la Sociedad.- Artículo Dieciséis: Para decretar reducción o aumento del capital social y para la modificación o disolución de la Sociedad, se requerirá la mayoría prevista en la ley y en la Escritura Social, debiendo librarse certificación literal del acta de la Junta General de Accionistas, por Secretaría o por Notario Público, para su inscripción en los Registros respectivos, sin necesidad de otorgar instrumento público, salvo para el caso de disolución de la Sociedad, en la cual deberá otorgarse la correspondiente escritura pública.- La disolución y liquidación de la Sociedad se hará de conformidad, con lo establecido en la ley de la materia.- Capítulo Sexto: Arbitramento.- Artículo Diecisiete: Los litigios o desavenencias que pudieren surgir entre los socios o entre éstos y los organismos sociales, en relación con la administración social, con los derechos de los socios o con la interpretación del pacto social, serán necesariamente dirimidos por arbitramento de amigables componedores, nombrados por las partes en discordia de conformidad a la Ley de Mediación y Arbitraje vigente.- Artículo Dieciocho: Las partes en discordia una vez planteado el diferendo, deberán nombrar dentro del plazo de diez (10) días, un árbitro cada una.- Dichos árbitros antes de entrar a conocer del asunto objeto del arbitramento y dentro de los diez (10) días siguientes de haber tomado posesión de sus cargos, nombrarán un tercer arbitrador para que dirima la discordia que pudiere surgir entre ellos.- Los dos árbitros o el tercero en su caso, deberán dictar su laudo sobre el asunto discutido, dentro del plazo de treinta (30) días contados de la toma de posesión de cada uno.- Si los árbitros no designaren el tercer árbitro, dentro del plazo estipulado con anterioridad, cualquiera de las partes podrá solicitar su designación, a uno de los Jueces del Distrito para lo Civil de Managua, siendo competente para ello, el primero ante quien se hubiere formulado solicitud en tal sentido.- Del fallo final que se dicte en el procedimiento arbitral, no habrá recurso alguno, pues todos se entienden renunciados.- Si sólo una de las partes nombrare el árbitro, éste

será competente para dirimir la discordia.- En esta forma quedan aprobados los Estatutos de "CASSIA NATURAL, SOCIEDAD ANONIMA".- DECIMA-NOVENA: (DISPOSICION TRANSITORIA): En este mismo acto, los accionistas de la Sociedad "CASSIA NATURAL, SOCIEDAD ANONIMA", después de haber constituido los Estatutos proceden en forma unánime a elegir la Junta de Directores que regirá los destinos de la Sociedad durante el primer período de dos (2) años, nombrándose en este acto al Presidente y al Secretario, eligiéndose por la Junta General de Accionistas verificada en este acto, al socio ANDY FRANCISCO ZAMORA ACUÑA, como Presidente y.- Así se expresaron los comparecientes, bien instruidos por mi la Notario, acerca del objeto, valor y trascendencia legales de este acto; del de las cláusulas generales, que aseguran la validez de este instrumento; del de las renunciaciones, que en concreto han hecho, y del de las cláusulas especiales, que envuelven renunciaciones y estipulaciones implícitas y explícitas y de lo relativo a su inscripción en el Registro competente.- Leído que fue por mi la Notario, todo lo escrito íntegramente a los comparecientes, aquellos expresaron su conformidad, ratificando su contenido, sin hacerle alteración, ni modificación alguna, firman todos junto conmigo que doy fe de todo lo relacionado.- . (F) ILEGIBLE.- (F) ILEGIBLE.- (F) ILEGIBLE.- (COMPARECIENTES).- (F) ILEGIBLE.- (NOTARIO PÚBLICO).- PASO ANTE MI: DEL FRENTE DEL FOLIO NUMERO CINCO AL FRENTE DEL FOLIO NÚMERO SIETE, DE ESTE MI PROTOCOLO NÚMERO TRECE QUE LLEVO EN EL PRESENTE AÑO SERIE "G" NUMERO 7771986 Y 7771987, A SOLICITUD DEL SEÑOR SADDY ENRIQUE RIOS PALACIOS EXTIENDO ESTE PRIMER TESTIMONIO EN XXX HOJAS ÚTILES DE PAPEL DE LEY SERIE "O" NÚMERO 1603627, 1603628 Y 1603629, QUE FIRMO RUBRICO Y SELLO EN LA CIUDAD DE MANAGUA A LAS OCHO Y ONCE MINUTOS DE LA MAÑANA DEL DÍA ONCE DE ENERO DEL AÑO DOS MIL VEITICINCO.-

DR. PERLA MARINA TABLADA PERALTA

ABOGADO Y NOTARIO PLUBICO

## **2.2. Obligaciones tributarias de la empresa**

### **Pasos generales para establecer una empresa en Nicaragua**

#### **Registrar el nombre de la empresa en el DGPI**

Para registrar el nombre de una empresa en la Dirección General de Registro de la Propiedad Intelectual (DGPI) de Nicaragua, se deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Presentar tres opciones de nombre para la empresa, en orden de preferencia.
- Realizar el pago de la tasa correspondiente para la solicitud de registro de marca o nombre comercial.
- Proporcionar la información del solicitante o de la persona que presentará la solicitud, incluyendo nombre completo, número de identificación personal y dirección.
- Especificar la clase de productos o servicios a los que estará asociado el nombre comercial.

Para crear una empresa en Nicaragua es importante destacar que la DGPI realiza una búsqueda exhaustiva de nombres previamente registrados y en uso, por lo que es recomendable elegir nombres únicos y distintivos. El proceso de registro de nombre comercial puede tardar de 15 a 30 días hábiles. Una vez aprobado el registro, el nombre comercial será exclusivo para la empresa solicitante dentro del territorio nicaragüense y podrá ser utilizado para identificar los productos o servicios que se ofrecen.

#### **Registrar la constitución de la empresa en Registro Mercantil**

Para registrar la constitución de una empresa en Nicaragua, se requiere cumplir con los siguientes requisitos:

- Escritura pública: La escritura pública es un documento legal que describe la creación de la empresa y los términos en que se regirá. Para elaborar la escritura pública, es necesario contar con un abogado que asista en su redacción y un notario público que la autentique.

- Capital social: Se debe definir el capital social de la empresa, el cual es la cantidad de dinero que se aporta al inicio para comenzar con las operaciones comerciales. Este capital puede ser aportado en efectivo, en especie, en derechos, entre otros.
- Junta Directiva: Es necesario definir los miembros de la junta directiva y sus cargos. La junta directiva es la responsable de tomar las decisiones importantes de la empresa.
- Identificación de los accionistas: Se debe proporcionar información de identificación de los accionistas, incluyendo nombres, apellidos, número de identificación personal, nacionalidad y dirección.
- Registro de la escritura pública: Una vez elaborada la escritura pública, debe registrarse ante el Registro Mercantil correspondiente al lugar donde se establecerá la empresa.
- Depósito del capital social: El capital social debe ser depositado en una cuenta bancaria a nombre de la empresa y registrarse ante el Registro Mercantil correspondiente.

#### **Obtener el NIT ante la DGI**

Para obtener el Número de Identificación Tributaria (NIT) en Nicaragua, se deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Formulario de solicitud: Debe completarse y presentarse el formulario de solicitud de NIT, el cual puede obtenerse en línea en la página web de la Dirección General de Ingresos (DGI) o en persona en sus oficinas.
- Identificación personal: Se debe presentar una copia de la cédula de identidad o pasaporte del solicitante.
- Constancia de domicilio: Se debe presentar una constancia de domicilio, la cual puede ser una factura de servicios públicos, un contrato de arrendamiento o un recibo de pago de impuestos.
- Información de la empresa: Si el NIT se solicita para una empresa, se debe presentar información de la empresa, incluyendo su nombre completo, número de identificación tributaria, dirección y actividad económica.

- Pago de la tasa correspondiente: Se debe realizar el pago de la tasa correspondiente por la solicitud del NIT.
- Certificado de constitución (para empresas): Emitido por el Registro Mercantil.

#### **Inscribir la empresa en el INSS**

Para inscribir una empresa en el Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS) en Nicaragua, se deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Formulario de solicitud: Debe completarse y presentarse el formulario de solicitud de inscripción, el cual se puede obtener en línea en la página web del INSS o en persona en sus oficinas.
- Identificación personal: Se debe presentar una copia de la cédula de identidad o pasaporte del representante legal de la empresa.
- Registro mercantil: Se debe presentar la escritura pública de constitución de la empresa y su registro en el Registro Mercantil correspondiente.
- NIT: Se debe presentar una copia del Número de Identificación Tributaria (NIT) de la empresa.
- Planilla de inscripción: Debe completarse y presentarse la planilla de inscripción proporcionada por el INSS.
- Pago de la tasa correspondiente: Se debe realizar el pago de la tasa correspondiente por la inscripción en el INSS.

#### **Registrar la empresa en el Ministerio del Trabajo**

Para registrar una empresa en el Ministerio del Trabajo en Nicaragua, se deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Formulario de solicitud: Debe completarse y presentarse el formulario de solicitud de registro, el cual se puede obtener en línea en la página web del Ministerio del Trabajo o en persona en sus oficinas.
- Identificación personal: Se debe presentar una copia de la cédula de identidad o pasaporte del representante legal de la empresa.
- Registro mercantil: Se debe presentar la escritura pública de constitución de la empresa y su registro en el Registro Mercantil correspondiente.

- NIT: Se debe presentar una copia del Número de Identificación Tributaria (NIT) de la empresa.
- Contratos laborales: Se deben presentar copias de los contratos laborales firmados con los trabajadores de la empresa.
- Planilla de registro: Debe completarse y presentarse la planilla de registro proporcionada por el Ministerio del Trabajo.
- Pago de la tasa correspondiente: Se debe realizar el pago de la tasa correspondiente por el registro en el Ministerio del Trabajo.

#### **Registrar la empresa en la Alcaldía Municipal**

Para registrar una empresa en la Municipalidad en Nicaragua, se deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Formulario de solicitud: Debe completarse y presentarse el formulario de solicitud de registro, el cual se puede obtener en línea en la página web de la Municipalidad correspondiente o en persona en sus oficinas.
- Identificación personal: Se debe presentar una copia de la cédula de identidad o pasaporte del representante legal de la empresa.
- Registro mercantil: Se debe presentar la escritura pública de constitución de la empresa y su registro en el Registro Mercantil correspondiente.
- NIT: Se debe presentar una copia del Número de Identificación Tributaria (NIT) de la empresa.
- Licencia de operación: Se debe presentar la licencia de operación de la empresa, la cual se obtiene en la Alcaldía de la municipalidad donde se ubica la empresa.
- Pago de la tasa correspondiente: Se debe realizar el pago de la tasa correspondiente por el registro en la Municipalidad.

#### **Solicitud de Licencia Sanitaria**

Para obtener la Licencia Sanitaria de un establecimiento y/o bodegas de alimentos, se debe presentar una solicitud al Centro de Salud más cercano al establecimiento. Ésta no será recibida sino se acompaña de toda la documentación requerida, la cual detallo a continuación:

- Certificado de Salud del Personal: Deben realizarse en el Centro de Salud correspondiente de acuerdo con el domicilio de los trabajadores. Esto lo entregan normalmente el mismo día que se solicita. Debe ser personal.
- Plan de Limpieza General, calendarizado por un año.
- Plan de Control de Plaga, calendarizado por un año.
- Plan de Desechos Sólidos.
- Factura de Fumigación original, emitida por empresa autorizada por el MINSA  
Cédula RUC / Matrícula Alcaldía
- Solicitud de Registro Sanitario

Una vez obtenida la Licencia antes mencionada, se pueden iniciar los trámites de solicitud de registro sanitario de cada uno de los productos ante la autoridad competente, pudiendo ser realizados personalmente o a través de un representante legal ante el Ministerio de Salud. El proceso es relativamente sencillo y para ello se deben cumplir los siguientes pasos:

- Realizar la solicitud en línea. En la página del Ministerio de Salud se encuentra un apartado denominado: Aplicaciones web, ahí se debe completar aspectos generales.
- Una vez completado, esta solicitud se enviará directamente al MINSA. Se imprime una copia y se acompaña la solicitud con los siguientes documentos:

Datos del Titular: Nombre, número del documento de identificación, nombre del representante legal, dirección exacta del solicitante, teléfono (s), Fax, correo electrónico; dirección exacta de la bodega o distribuidora, teléfono, fax, correo electrónico y la firma del titular de la empresa solicitante.

Datos del fabricante: Nombre de la fábrica (tal como aparece en la licencia), número de licencia y vigencia de la licencia o permiso de la fábrica o bodega, dirección exacta de la fábrica, teléfono, fax y correo electrónico.

Datos del producto: Nombre del producto a registrar, marca, tipo, contenido neto del producto. Acá hay algo interesante, el Ministerio de Salud puede proporcionar un modelo de ficha técnica para que se tome como ejemplo.

Copia de Licencia Sanitaria o permiso de funcionamiento vigente para la fábrica

Proyecto de etiqueta: Puede ser una copia a color, recuerda incluir todos los datos requeridos conforme a la normativa de etiquetados aplicable.

Muestras: Las muestras a presentarse para análisis dependerá de cada producto y de la existencia de Normas Técnicas Obligatorias Nicaragüenses. Por ejemplo, para los alimentos/bebidas procesadas y suplementos alimenticios se deben presentar 3 muestras de 500 gramos cada una para sólidos y 3 muestras de 1 litro cada una para líquidos, estas deben venir en su empaque original, ser de una misma lote y no próximas a vencerse.

Comprobante de pago: Solicitud de registro sanitario (C\$500), Pago de formulario (C\$50). Así mismo deberás pagar lo correspondiente por Análisis de Laboratorio cuyo monto lo indicará la autoridad al momento de presentación de tu producto.

#### **Solicitud de Registro ante MIFIC**

- Presentar Formulario de solicitud de registro de marca
- Poder para registro de la marca
- Copia de cédula de identidad del representante o apoderado, según sea el caso
- Cumplir con el examen de forma según los requisitos de ley
- Examen de fondo: que la marca no infrinja ninguna prohibición de ley 8 reproducciones de la marca cuando esta tenga diseño, en un tamaño no mayor de 4cm de alto, por 4cm de ancho; 16 córdobas en timbres por cada folio; el pago de la tasa establecida.



En la siguiente tabla se muestra las cotizaciones legales.

Tabla 27: Cotizaciones legales

Alcaldía municipal	C\$ 300.00
Inspección medio ambiente	C\$ 150.00
inscripción como comerciante	C\$ 350.00
sello libros contables	C\$ 500.00
Inscripción de poder	C\$ 400.00
Arancel capital de constitución	C\$ 1,200.00
Documentos legales	C\$ 4,000.00

Fuente: elaboración propia.

Los datos detallado anterior mente se obtuvieron por el Abogado y Notario HARVIN LOPEZ del municipio de Tipitapa.

### **3. Estructura de la empresa**

La empresa CASSIA NATURAL establecerá una estructura organizacional funcional dado que este tipo de estructura está basada en la división de trabajo, creando grupo funcionales o departamento.

Cada departamento agrupa empleado que estarán ligado a labores especificas o relacionadas como finanzas, tecnología, marketing y producción.

Esta estructura cuenta con los siguientes beneficios:

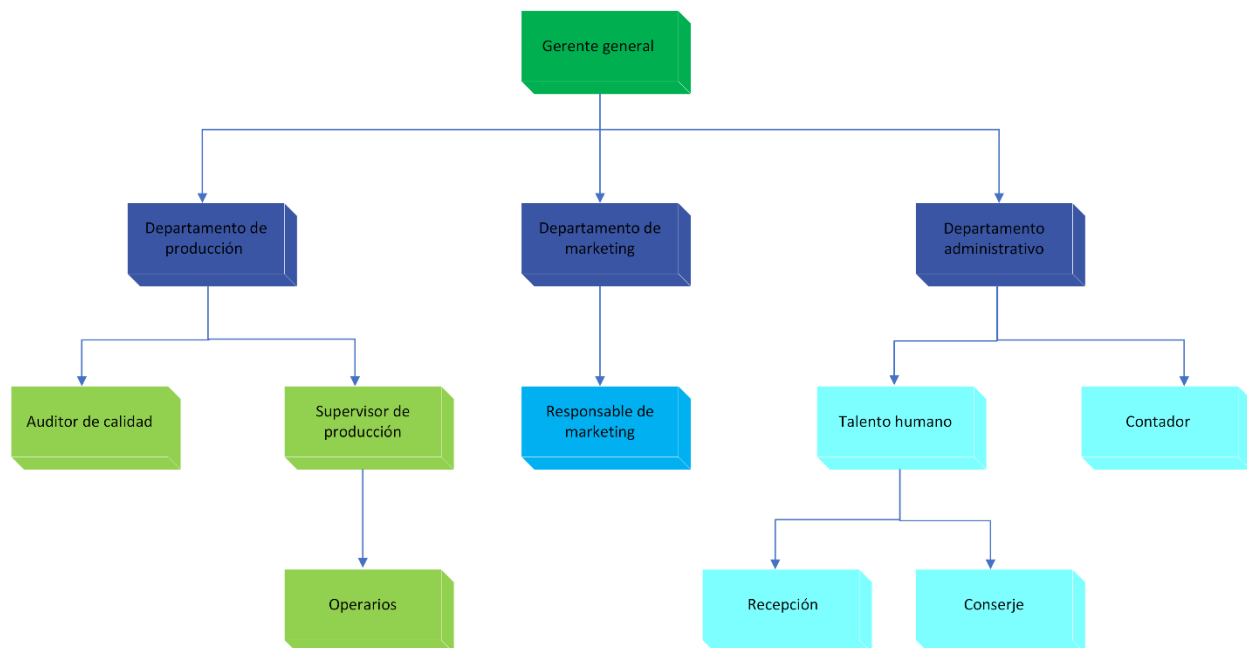
- Máxima especialización: permite la máxima especialización de los departamentos debido a que cada cargo se concentra exclusivamente en sus tareas, aumenta la eficiencia y la productibilidad de cada trabajador.
- Facilita una comunicación directa y eficiente: favorece una comunicación dentro de cada equipo de trabajo sin intermediarios,
- Delegación de responsabilidades: disminuye la presión sobre una sola persona, ya que dentro de un grupo de profesionales del sector es mucho más fácil delegar y compartir responsabilidades.

- Especialización y desarrollo de habilidades: Al concentrarse en un conjunto específicos de tarea o actividades, los empleados tienen la oportunidad de desarrollar un profundo conocimiento y experiencia en su campo, lo que puede llevar a un mayor rendimiento y a una mayor calidad en su trabajo.
- Adaptabilidad a cambios organizacionales: a medida que la empresa crece o enfrenta nuevos desafíos, la estructura funcional puede ajustarse para reflejar cambios en las prioridades estratégicas o en la asignación de recurso.
- Facilitación de toma de decisiones: esto dado que cada departamento tiene un enfoque específico, los gerentes pueden tomar decisiones más informadas y rápidas dentro su área de responsabilidad.

### 3.1. Organigrama de la empresa

El siguiente esquema refleja información detallada de cómo será la estructura de CASSIA NATURAL.

Ilustración 10: Organigrama de la empresa



Fuente: elaboración propia.

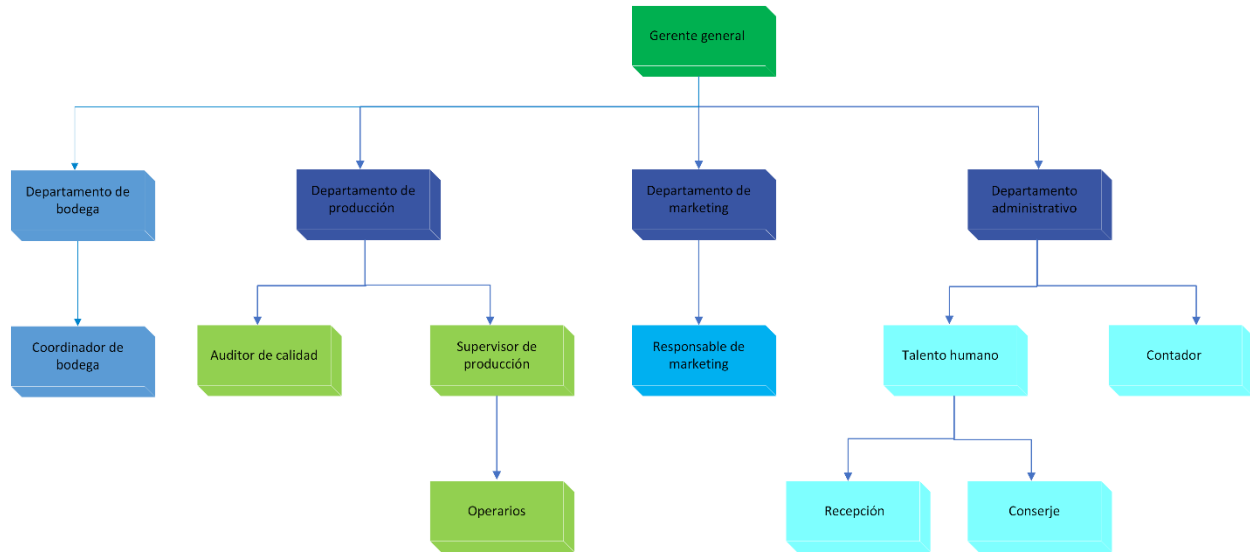
El organigrama de CASSIA NATURAL muestra las áreas que van a estar establecida en la empresa y quienes van a hacer los encargados de dirigir dichas áreas. El organigrama está formado por tres niveles jerárquico y contara con once trabajadores en las diferentes áreas. En la siguiente tabla se detallará como estará dividido el personal.

Tabla 28: Cantidad de trabajadores

AREA		N° Trabajadores
Gerente general		1
Depto. de producción	Supervisor, auditor y operario.	6
Depto. administrativa	Contador, talento humano, recepcionista y conserje	4
Depto. de marketing	Director de marketing	1
Total		12

Fuente: elaboración propia.

Ilustración 11: Organigrama de CASSIA a largo plazo



Fuente: elaboración propia.

## **4. Método de selección y contratación de la empresa**

### **Reclutamiento**

Para la empresa, contar con personal altamente calificado es esencial para garantizar una producción eficiente, mantener un estándar de calidad excepcional, facilitar la comunicación fluida entre las distintas áreas y establecer un entorno laboral productivo. Por esta razón, el proceso de selección de personal se llevará a cabo utilizando diversas plataformas de búsqueda de empleo, como Encuentra24, LinkedIn y Tecoloco.

La elección de estas plataformas responde a varios factores clave:

- Alcance y difusión: Estas plataformas permiten llegar a un amplio número de candidatos, lo que aumenta las probabilidades de encontrar el perfil adecuado para cada puesto.
- Ahorro de tiempo y recursos: Al eliminar la necesidad de desplazamiento físico, se reducen costos y tiempos asociados con la organización de entrevistas presenciales.
- Flexibilidad: Los candidatos pueden postularse en cualquier momento y desde cualquier lugar, lo que facilita el proceso para ambos, empresa y postulante.
- Análisis y segmentación: Estas plataformas permiten segmentar a los candidatos según su perfil profesional y conocimientos, lo que acelera el proceso de selección.

### **Proceso de selección**

El proceso de selección comienza con la identificación de las necesidades específicas de la empresa. Una vez que se haya definido el perfil del puesto, se procederá a revisar los currículums de los postulantes, verificando antecedentes penales y solicitando los certificados de notas académicas. Tras esta revisión inicial, se evaluarán las siguientes áreas:

- Entrevistas personales para conocer la experiencia y habilidades del candidato.

- Verificación de referencias laborales para validar el desempeño previo del candidato.
- Solicitud de certificado de salud para asegurarse de que el candidato esté en condiciones óptimas para desempeñar el cargo.
- Pruebas adicionales como pruebas psicotécnicas, oftalmológicas y de capacidad para la toma de decisiones.

### **Proceso de contratación**

Una vez completados los pasos previos y seleccionado el candidato adecuado, se procederá a la firma del contrato de trabajo. El candidato será informado sobre el método de pago, ya sea en efectivo o a través de cuenta bancaria. En este último caso, se le solicitará abrir una cuenta bancaria si no dispone de una.

El contrato podrá ser de periodo indefinido o temporal dependiendo de las necesidades de la empresa. En el caso de ser temporal, este podrá ser un contrato por periodo de prueba con duración de tres meses. Durante este periodo, se evaluará el desempeño y la adaptación del empleado al puesto y a la cultura organizacional. Si al finalizar el periodo de prueba el desempeño es satisfactorio, se procederá a ofrecer un contrato de periodo indefinido.

El contrato, ya sea temporal o indefinido, incluirá los siguientes aspectos:

- Datos de la empresa y del trabajador.
- Título del puesto y descripción detallada de las funciones.
- Remuneración y bonificaciones.
- Beneficios laborales.
- Condiciones de rescisión del contrato.
- Tipo de jornada laboral (horarios de trabajo).
- Periodo de vacaciones.
- Obligaciones y responsabilidades (incluyendo protección de datos, propiedad intelectual, entre otros).

- Firma de ambas partes y especificación del periodo de aprendizaje.

El periodo de aprendizaje tendrá una duración de una semana, durante la cual se capacitará al empleado en los procedimientos internos, las herramientas necesarias para el puesto y las expectativas laborales.

### **Evaluación de desempeño**

El desempeño de los empleados será evaluado mediante el método de desempeño por competencias, el cual analiza las habilidades, capacidades y conocimientos del empleado en relación con las competencias necesarias para el puesto. Este enfoque está orientado hacia el futuro, ya que su objetivo es identificar a la persona más adecuada para cada cargo, de acuerdo con las responsabilidades y tareas diarias del puesto. La evaluación se centrará en determinar si el empleado cumple con las expectativas de desempeño que se esperan para su rol.

Tabla 29: Formato de evaluación

Nombre del Evaluado:			Puesto de Trabajo:	Fecha de evaluación:
Criterio de Evaluación	Descripción	Método de Evaluación	Puntuación (1-5)	Observaciones
Adaptación al puesto	Capacidad para adaptarse rápidamente a sus nuevas funciones.	Observación directa, entrevistas con supervisores.		
Habilidades técnicas	Dominio de las herramientas y habilidades técnicas requeridas para el puesto.	Pruebas prácticas, supervisión del desempeño en tareas.		
Comunicación efectiva	Capacidad para comunicarse claramente con compañeros y superiores.	Observación directa, retroalimentación de colegas.		
Trabajo en equipo	Habilidad para colaborar y trabajar con otros empleados.	Entrevistas, encuestas de satisfacción entre compañeros.		
Cumplimiento de objetivos y tareas	Capacidad para cumplir con las tareas y objetivos establecidos.	Evaluación del rendimiento en función de metas establecidas.		
Responsabilidad	Responsabilidad en la ejecución de las tareas y en la toma de decisiones.	Supervisión diaria, retroalimentación de superiores.		
Compromiso y motivación	Grado de motivación y compromiso con los valores de la empresa.	Entrevistas, encuestas de satisfacción laboral.		
Capacidad de toma de decisiones	Habilidad para tomar decisiones acertadas en situaciones laborales.	Evaluación en situaciones de estrés o en tareas complejas.		
Desempeño en pruebas psicotécnicas	Resultados de pruebas que miden capacidades cognitivas y aptitudes laborales.	Resultados de pruebas psicotécnicas.		
Cumplimiento de normativas	Respeto y cumplimiento de las normas de la empresa.	Evaluación de comportamiento en el ambiente laboral.		
Iniciativa	Proactividad en la identificación y solución de problemas.	Evaluación directa del trabajo realizado sin supervisión.		
Puntualidad y asistencia	Asistencia regular y puntualidad en el trabajo.	Registros de entrada y salida, supervisión.		

Fuente: elaboración propia



Puntuación (1-5): La puntuación se otorga de acuerdo con el desempeño en cada criterio, utilizando la escala:

1: Muy deficiente

2: Deficiente

3: Aceptable

4: Bueno

5: Excelente

### **Factores claves de la gestión de talento humano**

Reclutamiento: es el primer paso para gestionar el talento, por lo que es fundamental tener claro el perfil que necesita la organización.

Clima laboral: un clima laboral positivo se caracteriza por ser saludable, colaborativo y respetuoso.

Desarrollo profesional: es importante ofrecer oportunidades de superación y de desarrollar liderazgo.

Retención de talento: es importante para no estar rotando el personal.

## Desarrollo del personal

Tabla 30: Plan de aprendizaje

Plan de periodo de aprendizaje de CASSIA NATURAL			
Ítem	Puesto	Tipo de aprendizaje	Costo
1	Operarios	Los operarios tendrán un aprendizaje de lo siguiente:	Este proceso no implica costos adicionales. Solamente las horas trabajadas por la persona y el encargado de impartir el aprendizaje
		Seguridad e higiene: sobre el manejo seguro de material e insumo, así como de prácticas de higiene personal y del lugar de trabajo.	
		Proceso de fabricación: enseñanza de los procedimientos específicos para la producción de la miel	
		Conocimiento de los materiales: información sobre los materiales que se utilizarán para elaborar la miel incluyendo sus beneficios.	
		Control de calidad: enseñanza sobre cómo tendrá que ir el producto final	

Fuente: elaboración propia.

## **5. Tabla de puesto y funciones**

Para el mantenimiento de los equipos se contratará a personal externo del negocio cada cuatro meses y el costo de dicho mantenimiento será de C\$ 1,250 por visita.

Para los equipos de cómputo se hará mantenimiento cada seis meses y este tendrá un costo de C\$ 1,250 por visita.

Tabla 31: Habilidades y funciones requerido del gerente general

Ficha ocupacional	Oficina de administración y personal de la empresa
	<b>Área</b>
Puesto	Gerente general.
Salario mensual	C\$ 10,000.00
Descripción general	Es un ejecutivo que tiene la responsabilidad la conducir la <b>organización</b> de una empresa, liderando al equipo de trabajo y coordinando las actividades de otras jefaturas con el fin de cumplir con los objetivos estratégicos establecidos en el plan de trabajo
	<b>Perfil del puesto</b>
Edad	25 a 45 años.
Educación	Graduado de administración de empresa o ingeniería industrial.
Experiencia	Mínimo 3 años en puesto relacionados
<b>Habilidades</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser un buen comunicador</li> <li>• Tener la capacidad de tomar decisiones rápidamente</li> <li>• Ser flexible</li> <li>• Tener habilidades de liderazgo</li> <li>• Estar dispuesto a aprender</li> <li>• Saber cómo motivar a su equipo</li> <li>• Desarrollar sus relaciones y generar lazos</li> </ul>	
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar, organizar y supervisar las actividades de la empresa</li> <li>• Administrar los recursos de la entidad</li> <li>• Coordinar entre las partes que componen la empresa</li> <li>• Conducir estratégicamente la organización</li> <li>• Tomar decisiones críticas</li> <li>• Motivar, supervisar y mediar entre el equipo de trabajo</li> <li>• Velar por el cumplimiento de los requisitos legales que afecten los negocios</li> </ul>	

Fuente: elaboración propia.

Tabla 32: Habilidades y funciones del encargado de contabilidad

Ficha ocupacional	Oficina de administración y personal de la empresa.
	<b>Área</b>
Puesto	Contador
Salario mensual	C\$ 8,000.00
Descripción general	capaces de identificar problemas potenciales, analizar datos financieros detallados y encontrar soluciones efectivas para garantizar el cumplimiento normativo y maximizar la eficiencia financiera de las empresas
	<b>Perfil del puesto</b>
Edad	25 a 45 años
Educación	Graduado de la carrera de Economía
Experiencia	Mínima 2 años
Habilidades	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excelentes habilidades matemáticas</li> <li>• Atención a los detalles</li> <li>• Comprensión de los patrones económicos</li> <li>• Fuerte comprensión de los sistemas fiscales federales</li> <li>• Habilidad en el uso de sistemas digitales y tecnología de la información</li> </ul>	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparar y organizar estados financieros</li> <li>• Asegurar que los documentos financieros sean precisos y cumplan con las leyes y regulaciones pertinentes</li> <li>• Calcular y determinar impuestos, como el impuesto sobre la renta, el IVA, los impuestos a la seguridad social, entre otros</li> <li>• Presentar documentos fiscales para personas físicas y jurídicas</li> <li>• Pago de proveedores y servicios.</li> <li>• Pagos de planilla.</li> </ul>	

Fuente: elaboración propia.

Tabla 33: Habilidades y funciones del encargado de marketing

Ficha ocupacional	Oficina de administración y personal de la empresa
	<b>Área</b>
Puesto	Marketing
Salario mensual	C\$ 8,000.00
Descripción general	Encargado de planificar, ejecutar y controlar las actividades relacionadas con la promoción y comercialización de productos o servicios.
	<b>Perfil del puesto</b>
Edad	25 a 45 años
Educación	Graduado de la carrera de marketing
Experiencia	Mínima de 2 años
Habilidades	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de Word, Excel y programas de diseño.</li> <li>• Conocimientos matemáticos y financieros.</li> <li>• manejo de ilustrador</li> <li>• manejo de Photoshop</li> </ul>	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigar la situación del mercado</li> <li>• Impulsar el posicionamiento de la marca de la empresa</li> <li>• Trabajar en la promoción de la empresa y la marca en el mercado</li> <li>• Llevar a cabo el proceso de fijación de precios</li> <li>• Política de surtido de la empresa</li> <li>• Generar, investigar e implementar nuevas ideas y formas de desarrollo</li> <li>• Control de Redes Sociales.</li> </ul>	

Fuente: elaboración propia.

Tabla 34: Habilidades y funciones del supervisor de producción

Ficha ocupacional	Oficina de administración y personal de la empresa.
	<b>Área</b>
Puesto	Supervisor de producción
Salario mensual	C\$ 8,000.00
Descripción general	Responsable de supervisar el proceso de producción y garantizar que se desarrolle con fluidez y eficacia. Este puesto requiere una combinación de habilidades técnicas y de liderazgo, así como la capacidad de gestionar a los empleados
	<b>Perfil del puesto</b>
Edad	25 a 45 años
Educación	Técnico de producción
Experiencia	Mínima 2 años
<b>Habilidades</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad para liderar y motivar al equipo de producción.</li> <li>• Capacidad para identificar y resolver problemas de producción</li> <li>• Tener conocimiento de normas de seguridad e higiene.</li> <li>• Habilidad para planificar y ejecutar proyectos.</li> <li>• Capacidad para comunicarse de manera efectiva con otros departamentos.</li> </ul>	
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar plan de producción, para garantizar la fabricación eficiente y oportuna.</li> <li>• Manejo de cada uno de los procesos para la elaboración de la miel de carao.</li> <li>• Proporcionar apoyo técnico a los operarios.</li> <li>• Establecer y mantener estándares de calidad del producto terminado.</li> <li>• Supervisar y coordinar las actividades del equipo de producción.</li> </ul>	

Fuente: elaboración propia.

Tabla 35: Habilidades y funciones de los operarios

Ficha ocupacional	Oficina de administración y personal de la empresa
	<b>Área</b>
Puesto	Operarios
Salario mensual	C\$ 7,692.75
Descripción general	lavado, quebrado, poner en remojo, filtrado de producto, hervida, pasteurización, inspección, embazado y etiquetados
	<b>Perfil del puesto</b>
Edad	18 a 30 años
Educación	Técnico de producción
Experiencia mínima	Irrelevante
<b>Habilidades</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener creatividad.</li> <li>• Capacidad para seguir instrucciones.</li> <li>• Competencia para trabajar de manera precisa y eficiente.</li> <li>• Aptitud para trabajar de manera efectiva en equipo.</li> </ul>	
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguir correctamente el cronograma de la empresa.</li> <li>• Cumplir las normativas de seguridad e higiene en el área de producción.</li> <li>• Realizar control de calidad del producto terminado.</li> <li>• Envasar el líquido que resulta de la hervida</li> <li>• Etiquetar el envase</li> </ul>	

Fuente: elaboración propia.



Tabla 36: Habilidades y funciones del auditor de calidad

Ficha ocupacional	Oficina de administración y personal de la empresa
	<b>Área</b>
Puesto	Auditor de calidad
Salario mensual	C\$ 8,000.00
Descripción general	Encargado de evaluar si una empresa cumple con los estándares de calidad establecidos
	<b>Perfil del puesto</b>
Edad	25 a 35 años
Educación	Técnico en control de calidad
Experiencia	2 año en puesto similares
<b>Habilidades</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad analítica</li> <li>• Comunicación efectiva</li> <li>• Conocimientos técnicos</li> <li>• Planificación y organización</li> <li>• Recopilación de información</li> <li>• Honestidad</li> </ul>	
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar auditoría en los puntos críticos.</li> <li>• Obtener datos relevantes de la empresa</li> <li>• Revisar el sistema de calidad</li> <li>• Redactar informes de la situación</li> <li>• Proponer cambios adecuados</li> </ul>	

Fuente: elaboración propia.

Tabla 37: Habilidades y funciones del encargado de bodega

Ficha ocupacional	Oficina de administración y personal de la empresa
	<b>Área</b>
Puesto	Encargado de bodega
Salario mensual	C\$ 7,692.75
Descripción general	Responsable de coordinar las actividades de una bodega, como el almacenamiento, la distribución, la reposición y el abastecimiento de los productos y materiales de la empresa.
	<b>Perfil del puesto</b>
Edad	25 a 35 años
Educación	Técnico en gestión de almacenes
Experiencia	2 año en puesto similares
<b>Habilidades</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tener creatividad.</li> <li>➤ Capacidad para seguir instrucciones.</li> <li>➤ Competencia para trabajar de manera precisa y eficiente.</li> <li>➤ Aptitud para trabajar de manera efectiva en equipo.</li> </ul>	
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener y actualizar los inventarios de los bienes materiales</li> <li>• Distribuir los implementos que se requieran</li> <li>• Elaborar y controlar las guías de despacho o vales de salida de materiales</li> <li>• Resguardar y archivar la documentación relacionada con las entradas y salidas de materiales</li> <li>• Supervisar la entrada y salida de materiales y equipos de la bodega</li> </ul>	

Fuente: elaboración propia.

Tabla 38: Habilidades y funciones del recepcionista

Ficha ocupacional	Oficina de administración y personal de la empresa
	<b>Área</b>
Puesto	Recepcionista
Salario mensual	C\$ 7,692.75
Descripción general	Responsable de encarga de atender a clientes, visitantes y proveedores en una empresa o entidad
	<b>Perfil del puesto</b>
Edad	25 a 35 años
Educación	Técnico en atención al cliente
Experiencia	Irrelevante
<b>Habilidades</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excelentes habilidades comunicativas y de trato al público.</li> <li>• Profesionalismo y capacidad para trabajar bajo presión.</li> <li>• Buen manejo de herramientas informáticas y sistemas de gestión administrativa.</li> <li>• Organización y atención al detalle.</li> <li>• Capacidad para multitarea y priorizar actividades en un entorno dinámico.</li> </ul>	
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibir y dirigir visitantes, clientes y proveedores.</li> <li>• Gestionar llamadas telefónicas entrantes y salientes.</li> <li>• Manejar la correspondencia y el correo electrónico.</li> <li>• Organizar y mantener actualizada la agenda y el calendario de citas.</li> <li>• Archivar documentos y realizar otras tareas administrativas básicas.</li> <li>• Proporcionar información general sobre la empresa a los visitantes.</li> </ul>	

Fuente: elaboración propia.

Tabla 39: Habilidades y funciones de talento humano

Ficha ocupacional	Oficina de administración y personal de la empresa
	<b>Área</b>
Puesto	Talento Humano
Salario mensual	C\$ 8,900.00
Descripción general	Responsable de planificar, dirigir y coordinar las actividades del personal y las relaciones laborales, así como las políticas y practicas de la empresa. También es el responsable de reclutar y seleccionar al personal.
	<b>Perfil del puesto</b>
Edad	25 a 35 años
Educación	Licenciatura en psicología
Experiencia	Un año de experiencia
Habilidades	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La capacidad de comprender las necesidades de los demás.</li> <li>• La capacidad de transmitir ideas de manera efectiva.</li> <li>• La capacidad de analizar datos.</li> <li>• La capacidad de negociar acuerdos.</li> <li>• La capacidad de resolver problema y situaciones</li> </ul>	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reclutar, entrevistar y contratar nuevo personal.</li> <li>• Gestionar los programas de capacitación y desarrollo personal.</li> <li>• Administrar los programas de compensación y beneficios.</li> <li>• Diseñar estrategia de retención de empleados.</li> <li>• Garantizar la seguridad y la salud en el trabajo.</li> </ul>	

Fuente: elaboración propia.

Tabla 40: Habilidades y funciones de conserjería

Ficha ocupacional	Oficina de administración y personal de la empresa
	<b>Área</b>
Puesto	Conserje
Salario mensual	C\$ 8,000.00
Descripción general	Responsable de la limpieza y mantenimiento del edificio y de oficina.
	<b>Perfil del puesto</b>
Edad	20 a 45 años
Educación	Irrelevante
Experiencia	Irrelevante
<b>Habilidades</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debe ser capaz de comunicarse.</li> <li>• Debe ser capaz de planificar y gestionar su tiempo.</li> <li>• Debe ser capaz de trabajar bajo presión y adaptarse a diferentes situaciones.</li> <li>• debe ser responsable y honesto</li> </ul>	
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpiar zonas comunes</li> <li>• Sacar la basura u desecho.</li> </ul>	

Fuente: elaboración propia.

## **6. Conclusiones**

Para la etapa del plan organizacional de CASSIA NATURAL se concluye lo siguiente.

Esta etapa fue importante para el negocio ya que durante su desarrollo se estableció el aspecto legal y organizacional de CASSIA NATURAL, sus obligaciones tributaria y jurídica para que pueda operar bajo los reglamentos legales. Así mismo, se realizó la creación del esquema organizacional bajo el cual se estructural los departamento, áreas y puesto con que contara el negocio.

La elaboración de la estructura organizacional clara y bien definida permitirá el óptimo funcionamiento y eficiencia, logrando una mejor identificación de cada una de las tareas y responsabilidades del personal que trabaja en la elaboración de la miel y toda la empresa en general.

En cuanto al método de selección y reclutamiento que seguirá el negocio para la contratación de personal, se realizará a través de diferentes medios de búsqueda tales como Encuentra 24, LinkedIn y Tecoloco, mismo que son detallados en el trabajo.

Finalmente, el establecimiento de requisitos claros de contratación y la creación del esquema organizacional solido puede garantizar el talento adecuado para el negocio, esenciales para el crecimiento continuo del mismo.

## **FINANZAS**

## **1. Objetivos del plan financiero**

### **Objetivo general**

- Evaluar la viabilidad financiera de la empresa en proceso de creación, mediante el análisis de los recursos económicos disponibles, la planificación financiera adecuada y el empleo de cálculos financieros, garantizando una gestión eficiente de los recursos y asegurando la sostenibilidad del negocio.

### **Objetivos específicos**

- Determinar la inversión inicial necesaria para la elaboración de la miel de carao, identificando los costos de materia prima, equipo, infraestructura y otros, planificando adecuadamente el capital requerido y la viabilidad del proyecto.
- Elaborar flujo de efectivo que refleje la situación financiera, analizando los ingresos y egresos proyectados con herramientas, evaluando la rentabilidad del negocio y asegurando su rentabilidad financiera.



## **2. Identificación de los principales costos y gastos**

### **2.1. Construcción de la matriz general de costo**

En la siguiente tabla se estará detallando los costó de fabricación para la elaboración de un envase de 250 ml, tomando en cuenta la mano de obra que está relacionada con la elaboración, la materia prima, la depreciación de los equipos y otros elementos necesario para la elaboración.

Tabla 41: Costo por producto

Hoja de Costos por Producto						
Producto		Miel de Carao				
Descripción		elaboración de un frasco de 250 ml				
Orden de producción		# 1				
Fecha de Inicio de producción						
Material Directo						
Cantidad	Materia Prima	Precio	Unidades para elaborar	Material	Costo total	
		Unitario		Utilizado		
1	Vaina	C\$10.00	1	6 vaina	C\$60.00	
1	Agua	C\$0.13	1	7 litros	C\$0.13	
Total, Material Directo					C\$60.13	
Mano de obra						
Mano de Obra		Tiempo (hora)	Costo por 4 operario	Tiempo para elaborar un frasco		
Tiempo de elaboración		4.41	122.96	0.13		C\$29.46
Total Mano de Obra Directa						C\$29.46
Costos Indirectos						
Unidad	Materiales	Precio Unitario	Costo	Unidades a elaborar	Material Utilizado	Costo total
1	Envase	7.16	C\$1,610.24	1	1	C\$7.16
1	Etiqueta	10.00	C\$10.00	1	1	C\$10.00
1	Mascarilla	0.16	C\$90.00	1	3	C\$0.48
1	Maya para cabello	1.29	C\$1,449.94	1	3	C\$3.86
Total Material Indirecto						C\$21.50
	Luz eléctrica	1.330967169		1		C\$1.33
	INSS Laboral	6.186335404		1		C\$6.19
	INATEC	0.59		1		C\$0.59
	Décimo Tercer Mes	2.45		1		C\$2.45
	Indemnización	2.45		1		C\$2.45
	Depreciación	3.061666667		1		C\$3.06
Total Costos Indirectos de Fabricación						C\$16.08
Total Costo por producto						127.16

Fuente: elaboración propia.

Para lograr obtener un frasco de 250 ml se necesitará 127.16 córdobas y se dato se obtuvo tomando en cuenta los materiales directo, la mano de obra directa y los costos indirecto de fabricación y eso da como resultado esa cantidad.

Para lograr obtener el precio del envase se consultó a la empresa PROPLASA y los brido el siguiente dato que el bulto de 225 unidades tenía el precio de C\$1, 610.24 córdobas y como solo se calculó para un envase cada unidad quedaría en C\$7.16 córdobas.

## **2.2. Cálculo del punto de equilibrio**

Tabla 42: Punto de equilibrio

Presentación de 250 ml	
Costos fijos	C\$ 131,640.90
Costo unidad	C\$ 127.16
Precio venta	C\$ 250.01
Unidades producidas	1,127
Punto de equilibrio	1,071.63

Fuente: elaboración propia.

A como se mostró en la tabla anterior la cantidad que se necesita producir para cubrir los gastos es de 1072 frasco mensual y este resultado es favorable para la empresa ya que en las proyecciones que se obtuvieron en el área de mercadeo fue de 1127 frasco.

Los 1090 se obtuvieron dividiendo los costó fijo con el precio de venta restado el costo de lo que cuesta elaborar una unidad.  $(131,640.90) / (250-127.16) = 107$  frasco.

### 3. Cálculo de precio (en base al costo)

Tabla 43: Cálculo de precio en base al costo

Tabla de datos	
Materiales Directo	C\$ 60.13
Mano de Obra Directa	C\$ 29.46
Costos Indirectos de Fabricación	C\$37.57
Total, Costos	<b>C\$ 127.16</b>
Unidades Producidas	1.00
Costo Unitario	<b>C\$ 127.16</b>
Precio de Venta	<b>C\$ 250.01</b>
Margen de Utilidad	<b>C\$ 122.84</b>

Fuente: elaboración propia.

Se estableció el precio de 250 córdobas ya que para elaborar un frasco se necesitan 127.16 córdobas y se lograra obtener un margen de ganancia de 122.84 córdobas y este precio está dentro del rango que los consumidores encuestados estarían dispuestos a pagar por un frasco de miel.

#### 4. Cálculo del financiamiento externo

Para lograr iniciar operaciones se necesita un financiamiento externo ya que para iniciar operaciones se necesitan una inversión inicial de C\$ 781,195.30 y la empresa no cuenta con esa cantidad por ese motivo se estará realizado un financiamiento de C\$ 281,195.30 córdobas que se estará pagando a un plazo de 18 meses con una tasa de interés de 25% y se estará dando un abono fijo de C\$19,552.45 córdobas mensuales.

A continuación, se muestra la tabla del préstamo con un desglose mensual:

Tabla 44: Financiamiento externo

Plan de pago "CASSIA NATURAL S.A."					
información de crédito					
Producto	Microempresa	Plazo	18 meses	Monto desembolsado	C\$ 281,195.30
Destino	Capital de trabajo comercial	Taza de interés	25.00%	Tipo de tasa de interés	Fija
Módena	córdobas	Frecuencia de pago de interés	Mensual	Tipo de cuota	Fija
Frecuencia de pago	Mensual	Seguro	C\$ 450.00	Fecha de desembolso	31/12/2024

Fuente: elaboración propia.

Tabla 45: Detalles del financiamiento

Detalle de las cuotas					
No. Cuotas	Fecha de pago	Cuota de principal	interés	Seguro	Total, cuota
1	2/1/2025	C\$ 15,621.96	C\$ 3,905.49	C\$ 25.00	C\$ 19,552.45
2	3/2/2025	C\$ 15,621.96	C\$ 3,905.49	C\$ 25.00	C\$ 19,552.45
3	3/3/2025	C\$ 15,621.96	C\$ 3,905.49	C\$ 25.00	C\$ 19,552.45
4	2/4/2025	C\$ 15,621.96	C\$ 3,905.49	C\$ 25.00	C\$ 19,552.45
5	2/5/2025	C\$ 15,621.96	C\$ 3,905.49	C\$ 25.00	C\$ 19,552.45
6	2/6/2025	C\$ 15,621.96	C\$ 3,905.49	C\$ 25.00	C\$ 19,552.45
7	2/7/2025	C\$ 15,621.96	C\$ 3,905.49	C\$ 25.00	C\$ 19,552.45
8	2/8/2025	C\$ 15,621.96	C\$ 3,905.49	C\$ 25.00	C\$ 19,552.45
9	2/9/2025	C\$ 15,621.96	C\$ 3,905.49	C\$ 25.00	C\$ 19,552.45
10	2/10/2025	C\$ 15,621.96	C\$ 3,905.49	C\$ 25.00	C\$ 19,552.45
11	3/11/2025	C\$ 15,621.96	C\$ 3,905.49	C\$ 25.00	C\$ 19,552.45
12	2/12/2025	C\$ 15,621.96	C\$ 3,905.49	C\$ 25.00	C\$ 19,552.45
13	2/1/2026	C\$ 15,621.96	C\$ 3,905.49	C\$ 25.00	C\$ 19,552.45
14	2/2/2026	C\$ 15,621.96	C\$ 3,905.49	C\$ 25.00	C\$ 19,552.45
15	2/3/2026	C\$ 15,621.96	C\$ 3,905.49	C\$ 25.00	C\$ 19,552.45
16	2/4/2026	C\$ 15,621.96	C\$ 3,905.49	C\$ 25.00	C\$ 19,552.45
17	2/5/2026	C\$ 15,621.96	C\$ 3,905.49	C\$ 25.00	C\$ 19,552.45
18	2/6/2026	C\$ 15,621.96	C\$ 3,905.49	C\$ 25.00	C\$ 19,552.45
Total		C\$ 281,195.30	C\$70,298.83	C\$ 450.00	C\$ 351,944.13

Fuente: elaboración propia.

El resumen del crédito es el siguiente:

Resumen préstamo	
Valor préstamo	C\$ 281,195.30
Suma de cuotas	C\$ 351,944.13
Suma de interés	C\$ 70,298.83

Donde el valor del crédito haciende a C\$ 281,195.30 córdobas con un total de 18 cuotas con un interés fijo de 25% sobre el desembolso que da la cantidad de C\$ 70,298.83 córdobas.

## **5. Construcción del flujo de efectivo**

En la siguiente tabla se mostrar desglosado todo el flujo de efectivo que se estará manejado en la empresa durante el primer año

Tabla 46: Flujo de efectivo

ESTADO DE FLUJO													
EXPRESADO EN CORDOBAS													
Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
Ventas	281,757.16	281,757.16	281,757.16	281,757.16	281,757.16	281,757.16	281,757.16	281,757.16	281,757.16	281,757.16	281,757.16	281,757.16	3,381,085.87
Costos Produccion	143,314.93	143,314.93	143,314.93	143,314.93	143,314.93	143,314.93	143,314.93	143,314.93	143,314.93	143,314.93	143,314.93	143,314.93	1,719,779.18
Margen Ventas	138,442.22	138,442.22	138,442.22	138,442.22	138,442.22	138,442.22	138,442.22	138,442.22	138,442.22	138,442.22	138,442.22	138,442.22	1,661,306.69
GASTOS ADMINISTRATIVOS													
Planilla	C\$ 69,800.00	C\$ 69,800.00	C\$ 69,800.00	C\$ 69,800.00	C\$ 69,800.00	C\$ 69,800.00	C\$ 69,800.00	C\$ 69,800.00	C\$ 69,800.00	C\$ 69,800.00	C\$ 69,800.00	C\$ 69,800.00	C\$ 837,600.00
Aguinaldo	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 69,797.21
Vacaciones	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 69,797.21
indemnización	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 5,816.43	C\$ 69,797.21
energía eléctrica	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 18,000.00
Agua	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 150.00	C\$ 1,800.00
Comunicaciones	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 1,500.00	C\$ 18,000.00
1% ALMA	C\$ 2,817.57	C\$ 2,817.57	C\$ 2,817.57	C\$ 2,817.57	C\$ 2,817.57	C\$ 2,817.57	C\$ 2,817.57	C\$ 2,817.57	C\$ 2,817.57	C\$ 2,817.57	C\$ 2,817.57	C\$ 2,817.57	C\$ 33,810.86
DGI	C\$ 2,817.57	C\$ 2,817.57	C\$ 2,817.57	C\$ 2,817.57	C\$ 2,817.57	C\$ 2,817.57	C\$ 2,817.57	C\$ 2,817.57	C\$ 2,817.57	C\$ 2,817.57	C\$ 2,817.57	C\$ 2,817.57	C\$ 33,810.86
INSS	C\$ 14,658.00	C\$ 14,658.00	C\$ 14,658.00	C\$ 14,658.00	C\$ 14,658.00	C\$ 14,658.00	C\$ 14,658.00	C\$ 14,658.00	C\$ 14,658.00	C\$ 14,658.00	C\$ 14,658.00	C\$ 14,658.00	C\$ 175,896.00
Mantenimientos				C\$ 1,250.00		C\$ 1,250.00		C\$ 1,250.00				C\$ 2,500.00	C\$ 6,250.00
Financiamiento	C\$ 19,552.45	C\$ 19,552.45	C\$ 19,552.45	C\$ 19,552.45	C\$ 19,552.45	C\$ 19,552.45	C\$ 19,552.45	C\$ 19,552.45	C\$ 19,552.45	C\$ 19,552.45	C\$ 19,552.45	C\$ 19,552.45	C\$ 234,629.42
INATEC	C\$ 1,396.00	C\$ 1,396.00	C\$ 1,396.00	C\$ 1,396.00	C\$ 1,396.00	C\$ 1,396.00	C\$ 1,396.00	C\$ 1,396.00	C\$ 1,396.00	C\$ 1,396.00	C\$ 1,396.00	C\$ 1,396.00	C\$ 16,752.00
Total Gastos Administrativos	C\$ 131,640.90	C\$ 131,640.90	C\$ 131,640.90	C\$ 132,890.90	C\$ 131,640.90	C\$ 132,890.90	C\$ 131,640.90	C\$ 132,890.90	C\$ 131,640.90	C\$ 131,640.90	C\$ 131,640.90	C\$ 134,140.90	C\$ 1,585,940.76
Margen	C\$ 6,801.33	C\$ 6,801.33	C\$ 6,801.33	C\$ 5,551.33	C\$ 6,801.33	C\$ 5,551.33	C\$ 6,801.33	C\$ 5,551.33	C\$ 6,801.33	C\$ 6,801.33	C\$ 6,801.33	C\$ 4,301.33	C\$ 75,365.93

Fuente: elaboración propia.

Como se mostró en el primer año tendrá un margen de 75,365.93 córdobas.



## 6. Elaboración de estado financiero

### 6.1. Balance general inicial y proyectado

Tabla 47: Balance general

BALANCE INICIAL						
ACTIVOS	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>						
Efectivo, Caja y Banco		C\$ 2,366,760.11	C\$ 2,437,762.91	C\$ 2,510,895.80	C\$2,586,222.67	C\$ 663,809.35
Inventario de Material prima (D-Ind)	C\$ 67,770.00	C\$ 813,240.00	C\$ 837,637.20	C\$ 862,766.32	C\$ 888,649.31	C\$ 915,308.78
Cuenta x cobrar		C\$ 1,014,325.76	C\$ 1,044,755.53	C\$ 1,076,098.20	C\$1,108,381.14	C\$ 1,141,632.58
<b>Total activo circulante</b>	<b>C\$ 67,770.00</b>	<b>C\$ 4,194,325.87</b>	<b>C\$ 4,320,155.64</b>	<b>C\$ 4,449,760.31</b>	<b>C\$5,583,253.12</b>	<b>C\$ 4,720,750.71</b>
<b>ACTIVO NO CIRCULANTE</b>						
Mobiliario y equipo de oficina	C\$184,101.54	C\$ 84,101.54	C\$ 147,281.23	C\$ 117,824.99	C\$ 94,259.99	C\$ 75,407.99
(-) Depreciación Mob y equip Oficina	C\$ -	-C\$ 36,820.31	-C\$ 9,456.25	-C\$ 23,565.00	-C\$ 18,852.00	-C\$ 15,081.60
Equipo de producción	C\$100,923.76	C\$ 00,923.76	C\$ 90,831.39	C\$ 81,748.25	C\$ 73,573.42	C\$ 66,216.08
(-)Depreciación eq. de producción	C\$ -	-C\$ 10,092.38	-C\$ 9,083.14	-C\$ ,174.82	-C\$ 7,357.34	-C\$ 6,621.61
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>						
Gastos de organización e instalación	C\$ 10,400.00	C\$ 10,400.00	C\$ 6,900.00	C\$ 6,900.00	C\$ 6,900.00	C\$ 6,900.00
(-) Amortización	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -

Plan de Negocio de Elaboración de Miel de Carao

Propaganda y publicidad	C\$ 18,000.00	C\$ 18,000.00	C\$ 18,000.00	C\$ 18,000.00	C\$ 18,000.00	C\$ 18,000.00
Edificio	C\$400,000.00	C\$ 00,000.00	C\$ 400,000.00	C\$ 4 00,000.00	C\$ 400,000.00	C\$ 400,000.00
<b>Total activo no circulante</b>	<b>C\$713,425.30</b>	<b>C\$ 66,512.62</b>	<b>C\$ 624,473.23</b>	<b>C\$ 92,733.41</b>	<b>C\$ 566,524.07</b>	<b>C\$ 544,820.87</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>C\$781,195.30</b>	<b>C\$ ,860,838.49</b>	<b>C\$ ,944,628.88</b>	<b>C\$ ,042,493.72</b>	<b>C\$5,149,777.19</b>	<b>C\$ 5,265,571.58</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
Proveedores		C\$ ,626,480.00	C\$ 675,274.40	C\$ ,725,532.63	C\$ ,777,298.61	C\$ ,830,617.57
Sueldos y salarios	C\$ -	C\$ ,236,000.00	C\$ 273,080.00	C\$ ,311,272.40	C\$ ,350,610.57	C\$ ,391,128.89
Obligaciones patronales	C\$ -	C\$ 402,039.62	C\$ 414,100.81	C\$ 426,523.84	C\$ 439,319.55	C\$ 452,499.14
Cuentas por pagar	C\$ -	C\$ 240,879.42	C\$ 123,752.21	C\$ 6,630.63	C\$ 6,829.54	C\$ 7,034.43
Servicios básicos	C\$ -	C\$ 527,939.18	C\$ 543,777.35	C\$ 560,090.67	C\$ 576,893.40	C\$ 594,200.20
Obligaciones tributarias	C\$ -	C\$ 67,621.72	C\$ 69,650.37	C\$ 71,739.88	C\$ 73,892.08	C\$ 76,108.84
Publicidad por pagar	C\$ -	C\$ 18,000.00	C\$ 18,540.00	C\$ 19,096.20	C\$ 19,669.09	C\$ 20,259.16
Impuestos sobre utilidad	C\$ -	C\$ 22,609.78	C\$ 60,594.15	C\$ 98,662.22	C\$ 101,622.09	C\$ 104,670.75
<b>Total pasivo</b>	<b>C\$ -</b>	<b>C\$ 4,141,569.72</b>	<b>C\$ 178,769.29</b>	<b>C\$ ,219,548.47</b>	<b>C\$ ,346,134.92</b>	<b>C\$ ,476,518.97</b>
<b>CAPITAL CONTABLE</b>						
Capital Social	C\$500,000.00	C\$ 385,317.32	C\$ 343,277.93	C\$ 311,538.11	C\$ 285,328.77	C\$ 263,625.56
Aporte de los socios	C\$281,195.30	C\$ 281,195.30	C\$ 281,195.30	C\$ 281,195.30	C\$ 281,195.30	C\$ 281,195.30
Utilidad del ejercicio	C\$ -	C\$ 52,756.15	C\$ 141,386.35	C\$ 230,211.84	C\$ 237,118.20	C\$ 244,231.74
<b>Total capital</b>	<b>C\$781,195.30</b>	<b>C\$ 719,268.77</b>	<b>C\$ 765,859.58</b>	<b>C\$ 822,945.26</b>	<b>C\$ 803,642.27</b>	<b>C\$ 789,052.61</b>
<b>TOTAL PASIVO + CAPITAL</b>	<b>C\$781,195.30</b>	<b>C\$ ,860,838.49</b>	<b>C\$ ,944,628.88</b>	<b>C\$ 5,042,493.72</b>	<b>C\$ ,149,777.19</b>	<b>C\$ 5,265,571.58</b>

Fuente: elaboración propia.

Para calcular las proyecciones de venta se realizó de la siguiente manera

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Unidades proyectadas	13,524.00	13,929.72	14,347.61	14,778.04	15,221.38
MDF	813,240.00	837,637.20	862,766.32	888,649.31	915,308.78
MOD	398,400.00	410,352.00	422,662.56	435,342.44	448,402.71
CIF	508,139.18	523,383.35	539,084.85	555,257.40	571,915.12
<b>Total, Costo Producción</b>	<b>1,719,779.18</b>	<b>1,771,372.55</b>	<b>1,824,513.73</b>	<b>1,879,249.14</b>	<b>1,935,626.62</b>
Ventas	3,381,085.87	3,482,518.44	3,586,994.00	3,694,603.81	3,805,441.93

Elaboración propia

Los materiales directo de fabricación (MDF) los calculé multiplicando las unidades proyectadas por los materiales directo, los materiales directo los obtuve de la hoja de costo de producción.

La mano de obra directa (MOD) se calculó multiplicando las unidades proyectadas por la mano de obra directa que obtuve de la hoja de costo de producción de un envase.

El costo indirecto de fabricación (CIF) se calculo multiplicando las unidades proyectadas por los costos indirecto de fabricación de un envase.

Las unidades proyectad de venta se obtuvo mediante la multiplicación de las proyecciones por el precio de un envase.

## 6.2. Estado de resultado proyectado

Tabla 48: Estado de resultado proyectado

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	<b>C\$ 3,381,085.87</b>	<b>C\$ 3,482,518.44</b>	<b>C\$ 3,586,994.00</b>	<b>C\$ 3,694,603.81</b>	<b>C\$3,805,441.93</b>
Presentación 250 MI	C\$ 3,381,085.87	C\$ 3,482,518.44	C\$ 3,586,994.00	C\$ 3,694,603.81	C\$3,805,441.93
COSTO DE VENTAS	C\$ 1,719,779.18	C\$ 1,771,372.55	C\$ 1,824,513.73	C\$ 1,879,249.14	C\$1,935,626.62
UTILIDAD BRUTA	<b>C\$ 661,306.69</b>	<b>C\$ 1,711,145.89</b>	<b>C\$ 1,762,480.26</b>	<b>C\$ 1,815,354.67</b>	<b>C\$1,869,815.31</b>
GASTOS OPERATIVOS					
Gastos de Operativos	C\$ 1,585,940.76	C\$ 1,509,165.39	C\$ 1,433,606.20	C\$ 1,476,614.39	C\$1,520,912.82
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	<b>C\$ 1,585,940.76</b>	<b>C\$ 1,509,165.39</b>	<b>C\$ 1,433,606.20</b>	<b>C\$ 1,476,614.39</b>	<b>C\$1,520,912.82</b>
UTILIDAD OPERATIVA	C\$ 75,365.93	C\$ 201,980.50	C\$ 328,874.06	C\$ 338,740.28	C\$ 348,902.49
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	<b>C\$ 75,365.93</b>	<b>C\$ 201,980.50</b>	<b>C\$ 328,874.06</b>	<b>C\$ 338,740.28</b>	<b>C\$ 348,902.49</b>
IMPUESTO IR 30 %	<b>C\$ 22,609.78</b>	<b>C\$ 60,594.15</b>	<b>C\$ 98,662.22</b>	<b>C\$ 101,622.09</b>	<b>C\$ 104,670.75</b>
UTILIDAD NETA	<b>C\$ 52,756.15</b>	<b>C\$ 141,386.35</b>	<b>C\$ 230,211.84</b>	<b>C\$ 237,118.20</b>	<b>C\$ 244,231.74</b>

Fuente: elaboración propia.

## 7. Determinación de indicadores financiero básico

Tabla 49: Rentabilidad

CÁLCULO DE LOS INDICES DE RENTABILIDAD: MODELO CONSERVADOR				
CONCEPTOS FINANCIEROS	FACTOR	Años	FLUJO	
		0	- 781,195.30	
COSTO DEL CAPITAL	2.50%	1	52,756.15	
		2	141,386.35	
VAN	C\$48,102.35	3	230,211.84	
		4	237,118.20	
TIR	4.32%	5	244,231.74	
PERIODO DE RECUPERACION	5 AÑOS			
PLAN DE INVERSION	-			
		TOT.FLUJO	124,508.98	

Fuente: elaboración propia.

## Razones financieras

Las razones financieras detallan información eficaz de la gestión de la empresa, su capacidad de generar ganancia y su solidez financiera. Las razones ayudan a identificar las tendencias, los puntos que se pueden mejorar y los puntos donde se puede optimizar el rendimiento y así mitigar cualquier riesgo de pérdida de financiamiento.

Tabla 50: Razones financieras

Razón de endeudamiento	
Pasivo (/) activo	Pasivo
	C\$ 4,141,569.72
	Activo
	C\$ 4,860,838.49
Resultado	C\$ 0.85
Razón de liquidez	
Activo corriente (/) pasivo corriente	Activo c.
	C\$ 4,194,325.87
	Pasivo c.
	C\$ 1,626,694.75
Resultado	C\$ 2.58
Razón de pasivo capital	
Pasivo no corriente (/) capital contable	Pasivo no corriente
	C\$ 234,629.42
	Capital contable
	500,000.00
Resultado	0.47
Razón de rentabilidad	
Costo de venta (/) venta neta	Costo de venta
	1,719,779.18
	Venta neta
	3,381,085.87

Resultado	0.51
Razón de rotación de activo	
Venta neta (/) activo totales	Venta neta
	3,381,085.87
	Activos totales
	C\$ 4,860,838.49
Resultado	C\$ 0.70

Fuente: elaboración propia.

Una razón de endeudamiento de 0.85 indica que la empresa tiene un nivel relativamente alto, pero no es un caso extremo debido a que hay un margen.

Una razón de liquidez de 2.58 es considerada algo buena ya que se considera que puede cumplir con su compromiso financiero inmediato.

La razón de pasivo capital de 0.47 sugiere que la empresa tiene un nivel de endeudamiento a mediano plazo controlado en relación con su propio capital. Lo cual es positivo desde el punto de vista de la estabilidad financiera.

Un valor de 0.51 indica que la empresa tiene un margen bruto de aproximadamente de 49% es decir las ventas neta, después de cubrir el costo de producción deja un 49% de ganancia

El valor de 0.70 indica que la empresa no está generando tantas ventas en relación con los activos pero debido al sector que se desea introducir puede haber oportunidad para optimizar el uso de los activos de la empresa.

## **8. Valoración económica general del plan**

Cassia Natural, es un negocio que se dedicara a la producción de miel a base de carao.

Para determinar el desempeño financiero es necesario analizar los costó que se derivan de la producción. Los precios de ventas y los márgenes de utilidad.

Los costó de producción anual se desglosan de la siguiente manera:

- Materiales directo: 813,420.00 córdobas
- Mano de obra directa: 398,400.00 córdobas
- Costo indirecto de fabricación: 508,139.18 córdobas

El costo por producir un envase de 250 ml es de 127.16 córdobas.

El margen de ganancia es de 122.83 córdobas. Se estableció ese margen debido a que se producirá miel si conservante o cualquier otro ingrediente que afecte a la pureza queremos estables.

Según para alcanzar el punto de equilibrio se necesitan 1072 frasco. Generando así un ingreso de 268,000.00 córdobas, pero si se logra vender las proyecciones que se obtuvieron en el área de marketing que es de 1127 frasco se lograría ingreso de 281,750.00 córdobas.



## **Conclusión**

La finanza es una parte que tiene mucha importancia para la empresa. Debido a que brinda datos fundamentales que dan lugar a para saber si el negocio cuenta con sostenibilidad y viabilidad para empresa con sus operaciones.

Después de varios resultados se logró reconocer los costos y gastos mensuales que tendrá la empresa, se identificó el punto de equilibrio requerido para trazarse una meta, se pudo saber con certeza si el precio establecido en el área de marketing era el indicado para tener balance con los egresos y se pudo genera el flujo de efectivo para ver la viabilidad del proyecto.

## Referencias Bibliográficas

Autor, A. (Tesis de maestría). Universidad de Sonora.  
<https://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/19651/capitulo3.pdf>

Asamblea Nacional de Nicaragua, Gaceta Diario Oficial, Categoría Normativa, Reglamento de la Ley N°774, Ley de medicina Natural 29 de abril de 2014 (n.d.). Normaweb  
<http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/b92aaea87dac762406257265005d21f7/dd7cde1b9616253a06257cf4004ca2eb?OpenDocument>

Biblioteca Nacional de Nicaragua. (n.d.). Sector público.  
<https://www.bcn.gob.ni/sector-publico>

Edwin. B. Días. A. Jairo. E. Narváez. B. marzo 2012 Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua unan León, escuela de medicina veterinaria. Material tesis para optar a título de medicina veterinaria Cassia Grandis.  
<http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/bitstream/123456789/6140/1/223489.pdf>

El Mundo Forestal. (n.d.). Carao amarillo  
<https://www.elmundoforestal.com/portfolio/carao-amarillo/>

Flores, C.J.D. Tesis Plan de Marketing para la Elaboración de jabones Naturales en la Ciudad de Puebla, México  
[https://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lad/flores\\_c\\_jd/capitulo2.pdf](https://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/flores_c_jd/capitulo2.pdf)

Geoinnova (s.f) introducción a la gestión de la calidad iso 9001 18 de noviembre 2021.  
<https://blog-es.checklistfacil.com/gemba-walk/#:~:text=El%20t%C3%A9rmino%20%E2%80%9Cgemba%E2%80%9D%20proviene%20del,la%20metodolog%C3%ADa%20de%20gesti%C3%B3n%20lean.>

Instituto Nacional de Información de Desarrollo. Anuarios. Instituto Nacional de Información de Desarrollo, Anuario Estadístico 2022

<https://www.inide.gob.ni/Home/Anuarios>

Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE). (2023). INIDE informa sobre el comportamiento del IPC en julio de 2023. <https://www.inide.gob.ni/Home/ipc#:~:text=INIDE%20informa%20sobre%20el%20comp%20ortamiento,%25%20en%20julio%20de%202023>

Junior Marcial Fuentes, Héctor Zambada Fernández, revista de ciencia farmacéutica, característica química del carao, octubre 2017 Honduras. Down load full- tx- pdf. [https://www.researchgate.net/publication/339398940\\_CARACTERIZACION\\_QUI\\_MICA\\_DEL\\_CARAO\\_Cassia\\_grandis\\_L\\_CULTIVADO\\_EN\\_HONDURAS](https://www.researchgate.net/publication/339398940_CARACTERIZACION_QUI_MICA_DEL_CARAO_Cassia_grandis_L_CULTIVADO_EN_HONDURAS)

McCarthy, E. J., & Perrault, W. D. <https://www.revistas.espol.edu.ec/index.php/fenopina/article/download/91/102/#:~:text=Seg%C3%BAn%20los%20autores%20Mccarthy%20y,empresa%20dentro%20de%20un%20mercado%E2%80%9D>

Nelly Flores 30 de marzo 2023, material monográfico tecnologico de monterrey (s.f) six sigma, todo lo que debe saber para aplicarla. Maestría y diplomado. <https://blog.maestriasydiplomados.tec.mx/six-sigma-todo-lo-que-debes-saber-para-aplicarla>

Rafael Zambeli 19 de diciembre 2023 checklist fácil, (s.f) gamba walk, que es y como implementarlo a tu empresa.

<https://blog-es.checklistfacil.com/gemba-walk/#:~:text=El%20t%C3%A9rmino%20%E2%80%9Cgemba%E2%80%9D%20proviene%20del,la%20metodolog%C3%ADa%20de%20gesti%C3%B3n%20lean.>

Roger A. Jaime M. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. Reciento universitario “Rubén Darío”, facultad de ciencia e ingeniería, departamento de química julio – diciembre 2012.

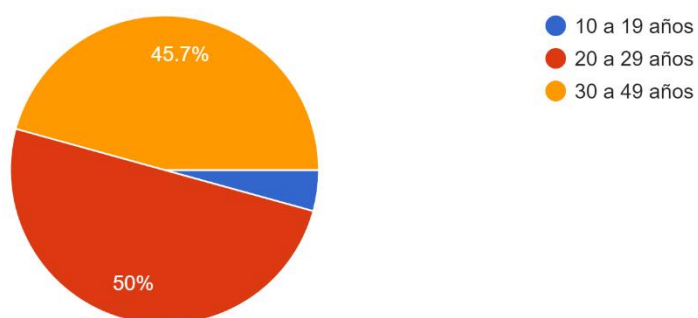
<https://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/85/1/93538.pdf>

## Anexos

### Anexo 1. Encuesta realizada

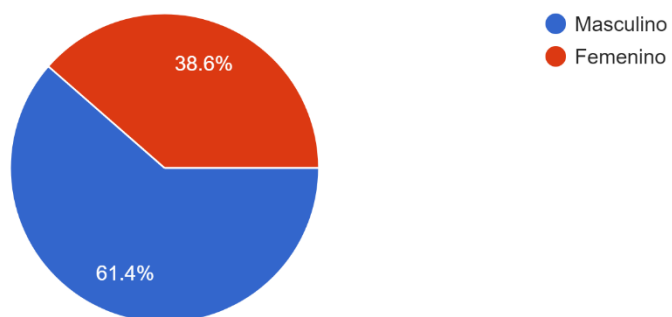
Edad

70 responses



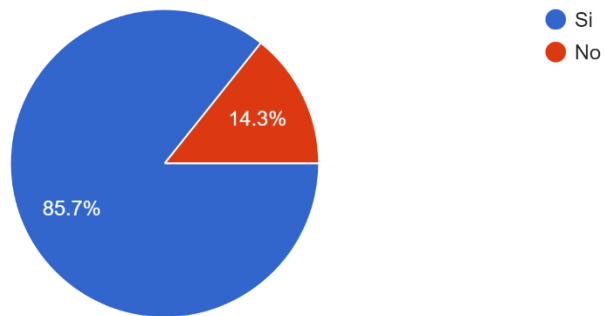
Genero

70 responses



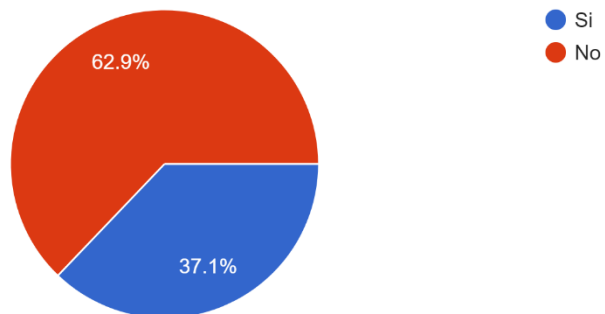
¿Conoces la miel de carao?

70 responses



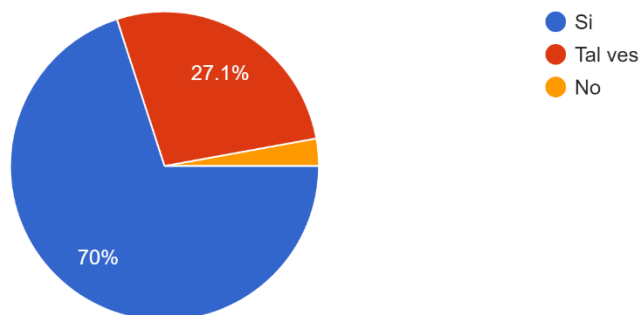
¿Sufre ha sufrido de anemia?

70 responses



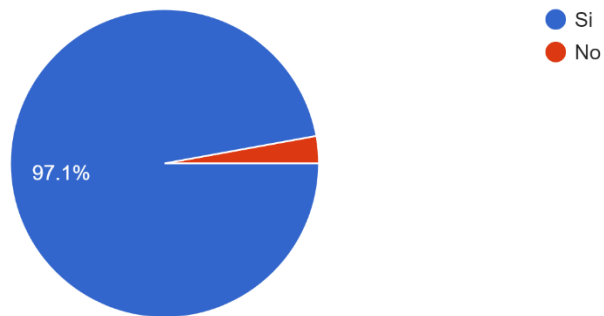
¿Consideraría la miel de carao como una alternativa para tratar la anemia?

70 responses



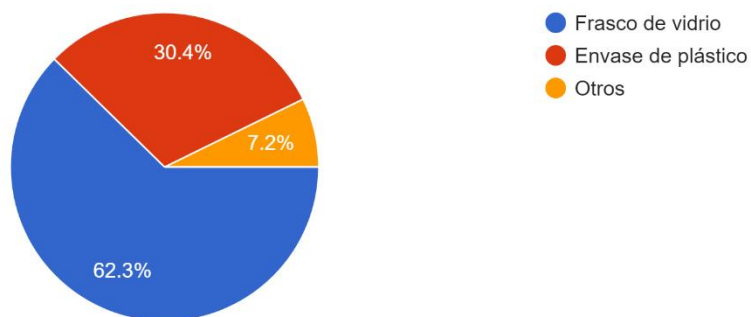
¿Compraría miel de carao?

70 responses



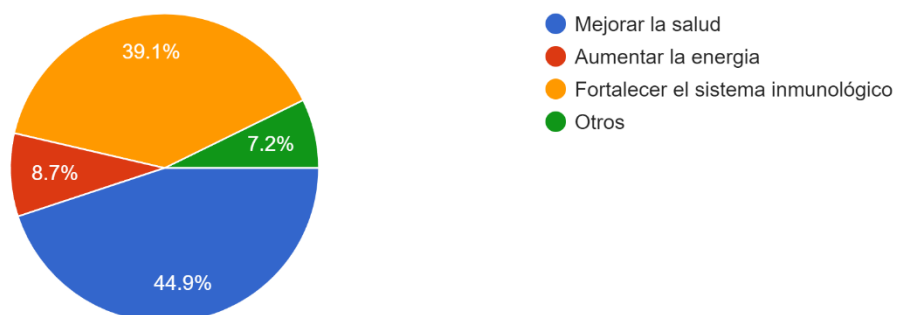
¿En que tipo de envase preferiría comprar la miel de carao?

69 responses



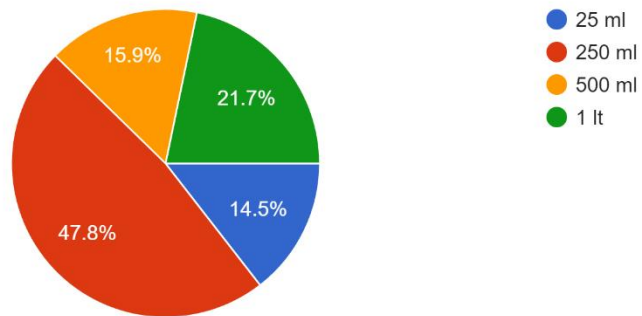
¿Cuáles son los principales motivos por lo que consideraría comprar miel de carao?

69 responses



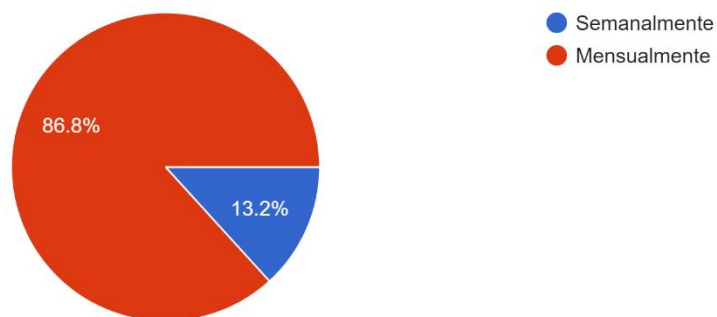
### ¿Qué presentación compraría?

69 responses



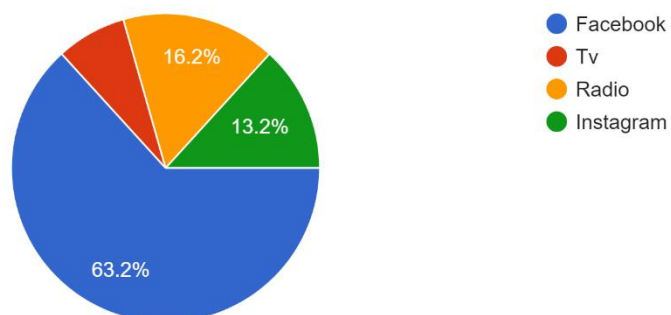
### ¿Con que frecuencia compraría normalmente la miel de carao?

68 responses



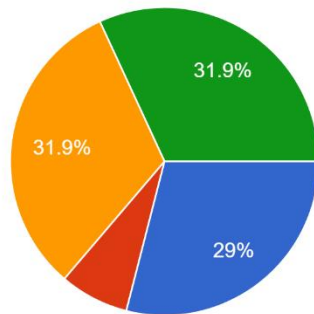
### ¿A traves de que medio te enteraste de la miel de carao?

68 responses



¿En que lugar te gustaría comprar miel de carao?

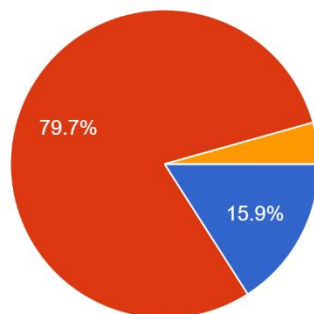
69 responses



- Farmacia
- Tienda en línea
- Botánica
- Tienda

¿Cuántos pagarías por la miel de carao?

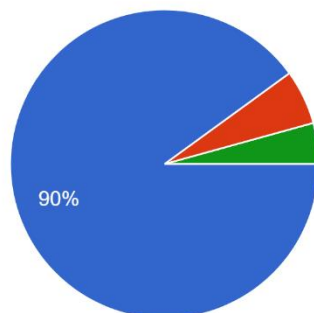
69 responses



- Menos de C\$ 50
- Entre C\$ 51 a C\$ 250
- Entre C\$ 251 a C\$ 500

¿Fuentes principal de ingreso al hogar?

70 responses

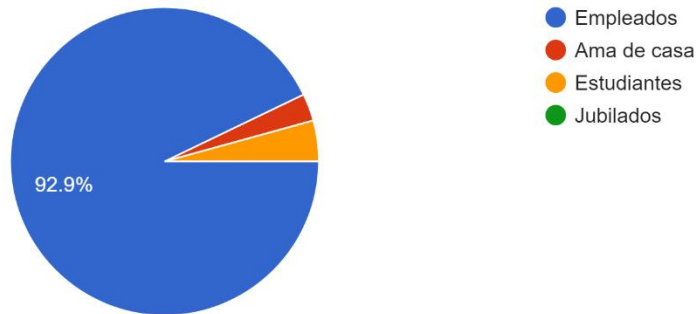


- Salario
- Negocio
- Pensión
- Otros







### ¿Ocupación principal?



70 responses





## Anexo 2. Buyer personal








	<b>NOMBRE DEL BUYER PERSONA</b> Laura Martinez	 <b>Gerente de farmacia</b>	<b>PARTE 1: QUIÉN</b>
<b>PERFIL GENERAL</b> Trabajo, historia laboral, familia		<ul style="list-style-type: none"><li>• Nutricionista del farmacia</li><li>• 5 años de experiencia en nutrición y dieta</li><li>• Casada, Madre de 2 niños pequeño</li></ul>	
<b>INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA</b> Edad, salario, ubicación, sexo		<ul style="list-style-type: none"><li>• Mujer</li><li>• Edad entre 30 a 50 años</li><li>• Ingresos promedio por mes de C\$ 50000</li><li>• Vive en el centro de Tipitapa</li></ul>	
<b>IDENTIFICADORES</b> Trato, personalidad, como prefiere comincar		<ul style="list-style-type: none"><li>• Es amable y profesional, busca información clara</li><li>• Proactiva, interezada en la salud y el bienestar, apasionada por la alimentacion natural</li><li>• Prefiere la Comunicación cara a cara pero también se pueden comunicar por correo electronico y reuniones virtuales.</li></ul>	


	<b>NOMBRE DEL BUYER PERSONA</b>	<b>PARTE 2: QUÉ</b>
	<b>OBJETIVOS</b> Objetivos primarios y secundarios	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ofrecer alternativa saludable a su pasientes</li><li>• Incrementar sus conocimiento sobre producto naturales</li><li>• Promover habitos alimentos sostenible</li><li>• Ampliar su red de contactos en la industria de los productos naturales</li></ul>
	<b>RETOS</b> Retos primarios y secundarios	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dificultad para encontrar productos naturales de calidad</li><li>• Falta de información sobre los beneficios sobre ciertos productos naturales</li><li>• Limitaciones de tiempo para Investigar nuevos productos</li><li>• Esceticimos sobre la efectividad de los productos naturales</li></ul>
	<b>CÓMO PODEMOS AYUDAR</b> ...para que obtenga los objetivos deseados. ...para que pueda superar los retos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Proporcionar información detallado sobre los beneficios sobre productos naturales</li><li>• Ofrecer muestra gratuita y testimonio de experiencia sobre persona que allan utilizado productos naturales</li></ul>

	NOMBRE DEL BUYER PERSONA		PARTE 3: POR QUÉ
<h3>COMENTARIOS</h3> <p>Ejemplos de comentarios reales sobre sus retos y objetivos.</p>		<ul style="list-style-type: none"><li>• A menudo me cuesta encontrar productos naturales que realmente funcione</li><li>• Me gustaria mas información sobre como incorporar productos naturales en recomendaciones dietetica</li></ul>	
<h3>QUEJAS COMUNES</h3> <p>Razones por qué no comprarían nuestro producto o servicio.</p> 		<ul style="list-style-type: none"><li>• El tamaño no es el que estoy buscando</li><li>• El precio es un factor a considerar</li><li>• No estoy realmente seguros que los productos naturales funcione</li></ul>	

	NOMBRE DEL BUYER PERSONA		PARTE 4: CÓMO
<h3>MENSAJE DE MARKETING</h3> <p>Cómo describirías la solución de tu empresa a este buyer persona.</p> 		<p>Los productos naturales ofrece multiples beneficios para la salud. Ideal para quines busca opciones nutritiva y delisiosa para mejorar su bienestar.</p>	
<h3>MENSAJE DE VENTAS</h3> <p>Cómo venderías las solución a tu buyer persona</p>		<p>Poder ofrecer a los consumidores productos naturales, respaldando por estudios y experiencias personales que mejora la salud</p>	

Anexo 3. Precios de los productos

	<p>PAPEL HIGIENICO EXTRAMAS MILH 12 S - UND - NEVAX <b>C\$352.00</b></p> <p>Agregar notas:</p>		<p>LAMPAZO METALICO - UND - JOHANES <b>C\$197.25</b></p> <p>Agregar notas:</p>
C\$352.00	<div><div></div><div>-</div><div>1</div><div>+</div></div>	C\$394.50	<div><div></div><div>-</div><div>2</div><div>+</div></div>
	<p>JABON LIQ PARA MANOS 221 ML 420313 - UND - PROTEX <b>C\$89.00</b></p> <p>Agregar notas:</p>		<p>JABON LAVAPLATOS DISC 90 GR - UND - MARFIL <b>C\$7.25</b></p> <p>Agregar notas:</p>
C\$178.00	<div><div></div><div>-</div><div>2</div><div>+</div></div>	C\$29.00	<div><div></div><div>-</div><div>4</div><div>+</div></div>
	<p>ALCOHOL CLINICO SANIZANTE 1000 ML - UND - SANI+ <b>C\$125.00</b></p> <p>Agregar notas:</p>		<p>PAPEL BOND RESMA T/CARTA OPT 500HOJAS - UND - CHAMEX <b>C\$251.75</b></p> <p>Agregar notas:</p>
C\$250.00	<div><div></div><div>-</div><div>2</div><div>+</div></div>	C\$503.50	<div><div></div><div>-</div><div>2</div><div>+</div></div>
			<p>ESCOBA BAILARINA 92104 - UND - ESCOPLAST <b>C\$112.75</b></p> <p>Agregar notas:</p>
		C\$225.50	<div><div></div><div>-</div><div>2</div><div>+</div></div>



61X72 9S - UND - OLYMPIC  
**C\$31.50**


Agregar notas:

C\$63.00

-

2

+



PASTILLA DESODORIZANTE LAVANDA  
60 GRS - UND - SANIODOR  
**C\$33.50**


Agregar notas:

C\$134.00

-

4

+



AROMAT AEROSOL CAMPOS DE  
LAVANDA 400 - UND - GLADE  
**C\$153.00**


Agregar notas:

C\$612.00

-

4

+



DESINFECT LAVANDA 3875 ML 007885  
- UND - MAGIA BLANCA  
~~C\$219.75~~  
**-20% C\$175.80**

Agregar notas:

C\$351.60


-

2

+

43

^



3.785LT - UND - MAGIA BLANCA  
**C\$175.50**


Agregar notas:

C\$351.00

-

2

+



PASTE METALICO P/TRASTOS 1S 8161 -  
UND - SCOTCH BRITE  
~~C\$47.50~~  
**-20% C\$38.00**


Agregar notas:

C\$152.00

-

4

+



PALA PLAST PARA BASURA - UND -  
ESCOCESA  
**C\$74.50**


Agregar notas:

C\$149.00

-

2

+



MECHA PARA LAMPAZO NO 20 - UND -  
GATO  
**C\$115.00**

Agregar notas:

C\$460.00


-

4

+


43


^



61X72 9S - UND - OLYMPIC  
**C\$31.50**


Agregar notas:


C\$63.00  - 2 +



PASTILLA DESODORIZANTE LAVANDA  
60 GRS - UND - SANIODOR  
**C\$33.50**


Agregar notas:


C\$134.00  - 4 +



AROMAT AEROSOL CAMPOS DE  
LAVANDA 400 - UND - GLADE  
**C\$153.00**


Agregar notas:

C\$612.00  - 4 +



DESINFECT LAVANDA 3875 ML 007885  
- UND - MAGIA BLANCA  
~~C\$219.75~~  
**-20% C\$175.80**

Agregar notas:

C\$351.60  - 2 +



IMPRESORA EPSON ECOTANK L3250  
MULTIFUNCIONAL WI-FI

**C\$ 9566.67**

Ver detalle








Estado Nuevo

Redecilla de Cabello Color Negro  
Nylon. 144 unidades.

**C\$1.450,00**





**C\$413.77**

BOTELLA DE TINTA HP #GT53 NEGRO P/GT  
90ML

Ver detalle

